

رابطه ویژگیهای خانواده و شخصیت کارآفرین فرزندان

بیژن زارع*، مرضیه زارع**

مقدمه: پژوهش حاضر با هدف مطالعه رابطه ویژگیهای خانواده (نوع خانواده، سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی، پایگاه اجتماعی خانواده و متغیرهای زمینه‌ای) با شکل‌گیری ویژگیهای کارآفرینانه در شخصیت فرزندان در شهر هشتگرد انجام پذیرفته است.

روش: در این تحقیق، ۲۵۰ نفر از افراد سنین ۱۸ تا ۳۹ سال که در دوره‌های مهارت‌آموزی سازمان فنی و حرفه‌ای شرکت کرده بودند پیمایش شدند.

یافته‌ها: بین سرمایه اجتماعی خانواده، نوع خانواده و جنس افراد با ویژگیهای کارآفرینانه در شخصیت فرزندان رابطه وجود دارد اما سرمایه فرهنگی خانواده و سایر متغیرها با شخصیت کارآفرینانه فرزندان رابطه‌ای ندارند. همچنین، متغیر سرمایه اجتماعی با تمامی ابعاد کارآفرینانه به‌جز بعد رویاپردازی، رابطه مثبت دارد. از بین کلیه متغیرهای وارد شده به معادله رگرسیونی، تنها ۳ متغیر سرمایه اجتماعی، نوع خانواده و جنس پاسخگویان قادر به پیش‌بینی تغییرات ویژگیهای کارآفرینانه در شخصیت فرزندان بوده و توانسته‌اند ۱۵/۱ درصد از تغییرات آن را تبیین کنند.

بحث: در گام اول، باید سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی مناسب در جهت اصلاح مناسبات قدرت در عرصه‌های مختلف بین زوجین به‌منظور شکل‌گیری خانواده دموکراتیک انجام پذیرد. در گام دوم، در نگرشهای کلیشه‌ای مردسالارانه بازنگری صورت گیرد. سرانجام در گام سوم، در جهت تقویت سرمایه اجتماعی به‌طور اعم و سرمایه اجتماعی خانوادگی به‌طور اخص اقدامات عملی صورت گیرد.

کلمات کلیدی: سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی، شخصیت کارآفرین، کارآفرین،

ویژگیهای کارآفرینانه

تاریخ پذیرش: ۹۳/۴/۳۱

تاریخ دریافت: ۹۲/۴/۳۰

* دکتر جامعه‌شناس، دانشگاه خوارزمی، <Dr_Bizhanzare@yahoo.com> (نویسنده مسئول)

** دانشجوی دکتری پژوهش هنر، دانشگاه ارومیه

مقدمه

عصر جدید، عرصه رقابت بر سر منابع و سرمایه‌هاست و کشورهای بزرگ صنعتی که فاتحان این عرصه‌اند، بهره‌وری از منابع و سرمایه‌ها را سرلوحه خود قرار داده و در پرتو وجود افراد تحصیلکرده و متخصص چرخ‌های رشد و توسعه را به حرکت درآورده و به ابداعات و نوآوری‌هایی دست یافته‌اند. دسترسی به نوآوری‌ها که اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته را از نو زنده کرده است منوط به کارآفرینی است. کارآفرینی به این دلیل که جامعه را به سمت تغییرات تکنیکی و مبتکرانه سوق می‌دهد و باعث رشد اقتصادی می‌شود و همچنین به این دلیل که دانش جدید را به خدمات و محصولات جدید تبدیل می‌کند، حائز اهمیت است. کارآفرینی علاوه بر ایجاد اشتغال، موجب بالارفتن کیفیت زندگی، توزیع مناسب درآمد، کاهش اضطرابهای اجتماعی و بهره‌وری از منابع اصلی می‌شود (صادقی و ملکی‌نیا، ۱۳۹۰).

این جمله معروف که کارآفرینی، موتور محرک توسعه اقتصادی جوامع است (اسکولهامر^۱، ۱۹۸۲)، نشان می‌دهد که کشورها برای دستیابی سریع‌تر به توسعه اقتصادی باید شمار کارآفرینان را در جامعه افزایش دهند. کارآفرینی در طی ۳۰ سال گذشته به یک رفتار مطلوب برای دستیابی به توسعه اقتصادی - اجتماعی تبدیل شده است، به طوری که امروزه هدف بسیاری از کشورها، برنامه‌ریزی برای توسعه آن به‌عنوان یک تغییر اجتماعی مطلوب است. ترویج کارآفرینی حداقل به دلایل تأثیر اقتصادی و ایده کارآفرینان به‌عنوان عاملان تغییر، رشد و نوآوری، مسئله اصلی سیاست‌گذاران است (بایر و همکاران^۲، ۱۹۹۷). کارآفرینان با بهره‌گیری از نیروهای مولدی که در خود برای حل خلاقانه مسأله سراغ دارند با خطرپذیری متعادل و تحمل ابهام قادرند با زیرکی، ظرافت و سرعت هرچه تمام‌تر تهدیدها و تنگناهای محیطی را در جامعه به فرصت تبدیل کرده و در شرایط سخت نظیر

1. Scholhammer
2. Byer

بیکاری بسیار بالا، کمبود ارز، تورم، جنگ و... فرصتهای جدیدی را کشف و از آنها به نفع خود و جامعه بهره‌برداری کنند. بسیاری از کارآفرینان با محصولات جدید و روشهای نوین تولید، وارد بازار می‌شوند (آکس و آدرش^۱، ۲۰۰۰). کارآفرینان از نظر رهبری، مدیریت، نوآوری، کارایی، ایجاد اشتغال، رقابت، بهره‌وری و تشکیل شرکتهای جدید، سهم مهمی در رشد اقتصادی دارند. بدین ترتیب، می‌توان گفت در جوامع لازم است که انقلاب کارآفرینی رخ دهد تا توسعه اقتصادی پایدار تحقق یابد (کوراتکو و هودجتس^۲، ۲۰۰۱). در اقتصاد دانش‌محور، موفقیت سازمانها به توانایی مدیریت این دارایی‌های نامشهود بستگی دارد. بدین ترتیب برای شکل‌گیری فعالیت کارآفرینانه به‌جز حضور فعال در اجتماع و شناسایی مناسب فرصتها، وجود دانش و اطلاعات به‌روز و کارآمد به‌عنوان سرمایه نیز از اصول انکارناپذیر محسوب می‌شود. اگرچه، این سرمایه شامل سرمایه انسانی، فرهنگی، اجتماعی و... است که همگی در قالب یک نظام درهم‌تنیده در تلاش‌اند تا ضمن خلق دانش و اطلاعات به‌عنوان مزیتی رقابتی با عملیاتی کردن آن در راستای رفع نیازهای سایر افراد ارزش‌آفرینی کنند. ضمن این‌که در این میان وجود افراد دارای شخصیت کارآفرینانه از اهمیت بسیاری برخوردار است.

این‌چنین است که رابطه بین سرمایه‌های یادشده و خصوصیات یک کارآفرین یک رابطه چندوجهی است و از همه مهم‌تر، نوع خانواده، سرمایه اجتماعی و فرهنگی خانواده و ویژگیهای جمعیت‌شناختی فرزندان در تربیت شخصیت‌های کارآفرین غیرقابل انکار است، زیرا تکوین شخصیت از طریق فرآیند جامعه‌پذیری صورت می‌گیرد. زمینه‌های اجتماعی غالباً از طریق خانواده و نظامهای فرزند-مادری شروع شده و به دنبال آن فرد با نظامهای پدر-فرزندی و خواهر-برادری مواجه می‌شود (چلبی، ۱۳۷۵). در نتیجه، خانواده و

1. Acs and Audretstth
2. Kuratko and Hodgetts

ویژگیهای آن می‌تواند نطفه‌های اولیه خصوصیات و ویژگیهای کارآفرینانه را در شخصیت فرزندان پی‌ریزی کند اما متأسفانه، به دلیل عدم انجام تحقیقات مناسب علمی، سهم خانواده و ویژگیهای آن در زمینه تربیت شخصیت‌های کارآفرین ناشناخته مانده است چراکه در عصر حاضر که به عصر ارتباطات و اطلاعات مشهور است، در قالب شبکه اجتماعی است که دیگر سرمایه‌ها تقویت می‌شوند و به وسیله این سرمایه‌ها فعالیت کارآفرینانه معنا می‌یابد (کرورزیک و پاوویک^۱، ۲۰۱۰).

تحقیق حاضر درصدد است ضمن بررسی ویژگیهای کارآفرینانه فرزندان به آزمون روابط بین نوع خانواده، سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی خانواده و ویژگیهای جمعیت‌شناختی با شخصیت کارآفرینانه فرزندان و ابعاد آن بپردازد.

پیشینه تجربی

پژوهشهای متعدد (لین، ۱۹۹۹؛ لین و همکاران، ۲۰۰۱) به این نتیجه رسیده‌اند که چگونگی سرمایه اجتماعی خانواده (برخورداری از روابط بین‌شخصی، ارتباطات و عضویت در باشگاهها و انجمنها) روی اشتغال و منزلت شغلی افراد تأثیر بی‌چون و چرایی داشته است. صاحب‌نظران، کارآفرینی را فرآیند خلق چیزی نو با صرف وقت و تلاش بسیار همراه با خطرات مالی، روحی و اجتماعی برای به‌دست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال می‌دانند (هیسیش و پیترز^۲، ۱۹۹۸؛ کوراتکو و هوجتس^۳، ۲۰۰۱). همچنین، روند مطالعات مندرج در جدول (۱)، نشان می‌دهد که ۵ صفت نیاز به موفقیت، خلاقیت، مرکز کنترل درونی، خطرپذیری و تحمل ابهام در این مطالعات در شخصیت کارآفرینان مشترک هستند (محمدی و عسکری، ۱۳۹۰).

1. Krurzic and Pavic
2. Hissrich and Peters
3. Kuratko and Hodgetts

جدول (۱) ویژگیهای کارآفرینانه براساس مطالعات انجام شده در باب صفات شخصیتی کارآفرینان

سال	پژوهشگر	ویژگیها (صفات)
۱۹۶۱	مک کله‌لند	خطرپذیری و نیاز به موفقیت
۱۹۷۰	هورنادی و بانکر	نیاز به توفیق، خلاقیت، اعتماد به نفس، نیاز به موفقیت و تکمیل
۱۹۷۰	هورنادی و آبود	نیاز به موفقیت، خودمختاری، متهاجم، قدرت شناخت، نوآوری و استقلال
۱۹۷۵	دوراند	نیاز به موفقیت، مرکز کنترل درونی و تحصیلات
۱۹۷۸	تیمونز	اعتماد به نفس، هدف‌گرا، مرکز کنترل درونی، خلاقیت، نوآوری و خطرپذیریهای معتدل
۱۹۸۱	سکون و مونتاناری	نیاز به موفقیت، خودمختاری، مرکز کنترل درونی، تسلط و نظم
۱۹۸۲	ولش و یانگ	مرکز کنترل درونی، آزادی برای نوآوری و عزت نفس
۱۹۸۴	کرلند	تحمل خطر، نیاز به موفقیت، نیاز به کنترل و استقلال‌طلبی
۱۹۸۵	احمد	مرکز کنترل درونی، خطرپذیری و نیاز به توفیق
۱۹۸۹	کومین و اسلوین	نیاز به توفیق، مرکز کنترل درونی، تحمل ابهام و خطرپذیری
۱۹۹۱	رابینسون	نیاز به موفقیت و مرکز کنترل درونی
۱۹۹۳	هود	خطرپذیری، نیاز به موفقیت و خلاقیت
۱۹۹۳	نامان و اسلوین	نیاز به موفقیت، مرکز کنترل درونی، تحمل ابهام و خطرپذیری
۱۹۹۵	هیسریچ و پیترز	نیاز به موفقیت و مرکز کنترل درونی
۱۹۹۷	نایت	نیاز به موفقیت، مرکز کنترل درونی، تحمل ابهام و خطرپذیری
۲۰۰۰	لیتونن	خطرپذیری، نوآوری، مهارتهای مدیریتی و فنون کاری

منبع: محمدی و عسگری، ۱۳۹۰

از دیگر تحقیقات انجام شده خارجی در زمینه تأثیر سرمایه اجتماعی و ابعاد آن بر کارآفرینی سازمانی می‌توان به پژوهشهایی اشاره کرد که دریافتند رابطه قوی و مثبتی بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن (سرمایه ساختاری، سرمایه رابطه‌ای و سرمایه شناختی) با کارآفرینی سازمانی وجود دارد (ناهاپیت و قومشال^۱، ۱۹۹۸؛ کروس و همکاران^۲، ۲۰۰۷؛ اندرسون و همکاران^۳، ۲۰۰۷). برخی دیگر از پژوهشها به اهمیت سرمایه اجتماعی خانوادگی به‌ویژه برخورداری از شبکه‌ای از روابط اجتماعی به‌عنوان تضمین‌کننده موفقیت شغلی و پیش‌نیاز بودن آن برای خلاقیت و ابتکار افراد اشاره دارند.

(آکوا^۴، ۲۰۰۷؛ لیندسای و همکاران^۵، ۲۰۰۷). به‌علاوه، دسته دیگری از پژوهشها به این نتیجه رسیده‌اند که برخورداری خانواده یا خود فرد از شبکه گسترده‌ای از روابط اجتماعی به‌ویژه از نوع ضعیف آن به‌عنوان یکی از ابعاد سرمایه اجتماعی می‌تواند در موفقیت شغلی و غلبه بر مشکلات کاری مؤثر باشد (کلمن^۶، ۱۹۸۸؛ کوپ و همکاران^۷، ۲۰۰۷).

غالب تحقیقات داخلی نیز به این نتیجه رسیده‌اند که سرمایه اجتماعی خانوادگی و ابعاد آن رابطه بسیار قوی با شکل‌گیری ابعاد کارآفرینانه در شخصیت فرزندان دارد (آشنا، ۱۳۸۴؛ آقاجانی و حسین‌زاده اطاق‌سرا، ۱۳۸۹؛ زارع و زارع، ۱۳۹۲). تحقیقات دیگری هم به این نتیجه رسیده‌اند که سرمایه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی خانواده در موفقیت تحصیلی و شغلی فرزندان تأثیر غیرقابل انکاری دارد (سمیعی، ۱۳۷۹؛ رضایی، ۱۳۸۷؛ جزایری، ۱۳۸۲؛ نیک‌رفتار، ۱۳۹۰). سرانجام، دسته دیگری از تحقیقات به این نتیجه دست پیدا کرده‌اند که سرمایه اجتماعی و نوع خانواده افراد در بروز کارآفرینی فردی و سازمانی افراد تأثیر عمده‌ای دارد (تقوی و عبدالله‌پور، ۱۳۸۹؛ گلرد، ۱۳۸۸؛ آزاده و دهقان‌دهنوی، ۱۳۷۸؛ سفیری و چشمه، ۱۳۹۰).

1. Nahapit and Ghomshal
4. Acquaah
7. Cope

2. Krause
5. Lindsay

3. Anderson
6. Coleman

از سوی دیگر، تفاوت‌های جنسیتی در فعالیتهای کارآفرینانه به نحو مطلوبی در پژوهشهای متعدد مستندسازی شده است (رینولدز و همکاران^۱، ۲۰۰۳؛ بابگریو^۲، ۲۰۰۴). اگرچه در سالهای اخیر شمار زنان کارآفرین به گونه‌ای شگفت‌انگیز افزایش داشته است (دو بروین، براس و والتر^۳، ۲۰۰۶)، اما شواهد تجربی نشان می‌دهند که هنوز هم به تقریب مردان دو برابر زنان کارآفرین می‌شوند و این تفاوتها در کل کشورها یکسان است (آکس و همکاران^۴، ۲۰۰۵). مباحث اخیر در باب کارآفرینی مطرح می‌سازد که تفاوت‌های فاحش و طولانی بین فعالیتهای کارآفرینانه مردان و زنان ممکن است با خصوصیات جنسیتی همبسته باشد (کارتر و همکاران^۵، ۲۰۰۱؛ مارلو^۶، ۲۰۰۲؛ گریر و گرین^۷، ۲۰۰۳). به‌طور اخص، دانشمندان بحث می‌کنند که عقاید آموخته شده و به‌گونه‌ای اجتماعی ساخت‌یافته در باب جنسیت و کارآفرینی، قابلیت زنان را برای انباشت سرمایه اجتماعی، فرهنگی، انسانی و تجاری و محدودیتهای مکانی مرتبط با قابلیت آنها برای تولید پس‌اندازهای شخصی با مانع روبه‌رو می‌کند درحالی که این عوامل نقش اساسی به لحاظ تاریخی برای جذب منابع یا درگیر کردن علایق برای استقراض از متصدیان مربوطه، سرمایه‌گذاران حقوقی، سرمایه‌داران اهل خطر بازی کرده است (کارتر، ۱۹۹۸؛ گیتوود و همکاران^۸، ۲۰۰۳؛ مارلو و پاتون^۹، ۲۰۰۵).

با توجه به مطالب بالا، شاید بتوان براساس پژوهش «نقش پیشداوریهای قالبی جنسیتی در ادراکات از کارآفرینان و مقاصد آنها برای کارآفرین شدن» از گوپتا^{۱۰} و همکاران (۲۰۰۹) که در ۳ کشور ایالات متحده آمریکا، هند و ترکیه انجام پذیرفته، نتیجه‌گیری کرد که ویژگیهای اجتماعی، فرهنگی و تاریخی در کنار محدودیتهای خانوادگی، نظام تقسیم کار مبتنی بر جنسیت، نظام آموزش و پرورش موجود و باورها و عقاید قالبی نسبت به زنان

1. Gatewood

2. Bygrave

3. De Bruin

4. Acs

5. Carter

6. Marlow

7. Greer and Greene

8. Gatewood

9. Marlow and Patton

10. Gupta

و ناهماهنگی انتظارات و نقش و مناسبات حاکم بر سازمان کار در جامعه مربوط دانست. آقاجانبان و عباسقلی پور نیز در تحقیق خود به این نتیجه رسیده‌اند که به جز متغیر سن، دیگر ویژگیهای جمعیت شناختی شامل جنسیت، پایگاه نکاحی، اشتغال، ترتیب تولد، سطح تحصیلات والدین، ارتباطی با روحیه کارآفرینی نداشته‌اند (آقاجانی و عباسقلی پور، ۲۰۱۲). در یک جمع‌بندی از پژوهشهای خارجی و داخلی مرتبط با موضوع می‌توان گفت هرکدام از آنها تنها به ابعادی از موضوع موردنظر این پژوهش پرداخته‌اند. ممیزه پژوهش حاضر در مقایسه با پژوهشهای یادشده، آن است که سعی دارد ضمن نگرش جامع‌تر با رویکردی جامعه‌شناختی به بررسی نقش عوامل خانوادگی در شکل‌گیری ابعاد کارآفرینانه در شخصیت فرزندان بپردازد.

چارچوب نظری

چارچوب نظری این تحقیق حول سه مفهوم کلیدی (۱) شخصیت، (۲) شخصیت کارآفرین و (۳) سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی تنظیم شده است که در این قسمت به توضیح مختصر هریک و نحوه استفاده از آنها در این تحقیق پرداخته می‌شود.

۱- شخصیت

الگوی مفهومی تحقیق حاضر از شخصیت، مبتنی بر دیدگاه جامعه‌شناختی است. در این الگوی مفهومی، شخصیت نظام تمایلی هنجاری شده تعریف می‌شود. علاوه بر این، در این الگو شخصیت نظام واسط بین نظام ارگانیک (آلی) و نظام اجتماعی (جامعه) تلقی می‌شود که در اثر جامعه‌پذیری تکوین و رشد می‌یابد. تمایلات نیازهای هنجاری شده‌ای هستند که طی فرآیند جامعه‌پذیری حاصل می‌شوند. موجود انسانی هنگام تولد به‌عنوان نظام ارگانیک چیزی جز ماشین نیاز با ظرفیت بالقوه نیست. طی فرآیند جامعه‌پذیری، فرد در راستای علائق افضل خود در برخورد با نظام‌های اثباتی، اجتماعی و فرهنگی آنها را درونی می‌کند و به تدریج تمایلات

(نیازهای هنجاری شده) گوناگون و در عین حال مرتبط به هم را کسب می‌کند و از این طریق حائز شخصیت می‌شود (چلبی، ۱۳۸۱). به عبارت دیگر، تشکل و رشد شخصیت از طریق ترکیب نیازهای ارگانیک (آلی) با انتظارات اجتماعی در مراحل گوناگون جامعه‌پذیری و در برخورد با محیطهای اثباتی، اجتماعی و فرهنگی صورت می‌گیرد. با تشکل شخصیت اجتماع دیگر چیزی غریبه و جدا از فرد نیست بلکه جزئی از او و در اوست، گرچه هر دو همانند هم نیستند (زارع، ۱۳۸۸).

زمینه‌های اجتماعی اغلب از ریزترین نظام اجتماعی یعنی نظام مادر- فرزند شروع می‌شود و به دنبال آن فرد با نظام پدر- فرزند، خواهر- برادری، مدرسه، گروه همسالان، گروههای حرفه‌ای و... مواجه می‌شود. هر قدر فرآیند درونی کردن محیطهای مختلف بیشتر باشد به همان نسبت نیز تمایلات شخصیتی تعمیم یافته‌تر و مستقل‌تر از شرایط انضمامی خواهند گشت. این خود اجازه می‌دهد تا فرد بتواند به صورت مؤثری با تقاضاهای ناشی از نقشهای اجتماعی گوناگون مواجه شود (چلبی، ۱۳۷۵).

تشکیل و رشد نظام شخصیت را می‌توان در چارچوب (AGIL) پارسونز مطرح کرد (مونچ، ۱۹۸۸). یعنی نظام شخصیتی در ارتباط ویژه با موجود انسانی (G)، نظام اثباتی (A) نظام اجتماعی (I) و نظام فرهنگی (L) شکل می‌گیرد. در ابتدا ارگانیسم انسانی در وحدت اولیه با محیط خود است. به تدریج و ضمن رشد در خلال فرآیند جامعه‌پذیری و با درونی کردن محیط اثباتی، اجتماعی و فرهنگی مختلف قطبهای تنظیم کنش و رسانه‌ها در نظام شخصیت ظاهر می‌شوند. به تعبیر پارسونز، اقطاب تنظیم کنش وسایل تعمیم‌یافته تنظیم کنش فرد در شرایط عمومی انسانی هستند. در واقع این وسایل تعمیم‌یافته تنظیم کنش در ارتباط با محیطهای مختلف به وجود می‌آید.

جدول (۱) رسانه‌های تنظیم کنش در نظام شخصیت

اراده (ظرفیت اجرا)	هوش (استعداد یادگیری)
وفاداری (وابستگی عاطفی) (هویت جمعی)	بینش (هویت - خرد)

اقطاب تنظیم کنش یا رسانه‌های تنظیم چهارگانه شخصیت عبارت‌اند از: هوش یا استعداد یادگیری (A)، ظرفیت اجرا یا اراده (G)، وابستگی عاطفی یا وفاداری (I) و هویت - خود یا بینش فردی (L).

هوش^۱ استعداد یادگیری تعمیم‌یافته است که در رفتار شخصیت متمرکز شده است. این قطب از طریق برخورد اثباتی فرد با محیط‌های مختلف حاصل می‌شود. از این طریق، فرد نقشه شناختی محیط‌های مختلف را درونی می‌کند. در مقابل، قطب وابستگی عاطفی یا وفاداری است که نقش نظم‌دهندگی هنجاری رفتار را ایفا می‌کند. هر قدر وابستگی عاطفی در اثر درونی کردن محیط‌های اجتماعی مختلف بیشتر باشد، به همان اندازه این قطب تعمیم می‌یابد و شخص را برای تنظیم رفتار خود با دیگران و جمع و ملاحظه انتظار آنها آماده می‌سازد (مانچ^۲، ۱۹۸۸). ظرفیت اجرا یا اراده - خود مستقل - نتیجه نفوذ متقابل نیازهای آلی یا محیط‌های اثباتی، فرهنگی و اجتماعی است.

با شکل‌گیری، تقویت و بسط این رسانه‌های شخصیتی، هدف‌داری و ایفای عمل به شکل مستقل برای فرد فراهم می‌شود. با درونی کردن محیط‌های فرهنگی، بینش و هویت - خود برای فرد به وجود می‌آید و این رسانه جهت را تعیین می‌کند. شخصیت پیشرفته (شخصیت کارآفرین) شخصیتی است که در آن هوش، اراده، وفاداری و بینش متناسب با هم رشد کرده است (چلبی، ۱۳۷۵).

1. IQ

2. Munch

۲- ویژگیهای شخصیت کارآفرینان

(مک‌کله‌لند^۱، ۱۹۶۳) معتقد است که در انسان ۳ نیاز وجود دارد: (۱) نیاز به توفیق یا توفیق‌طلبی، (۲) نیاز به قدرت و (۳) نیاز عاطفی یا احساس تعلق. به نظر او با این که روحیه انسان برای توفیق در دوران کودکی شکل می‌گیرد ولی در عین حال با یک برنامه صحیح آموزشی، روحیه خلاق و رسالت کاری را در افراد به وجود آورد. از نظر مک‌کله‌لند، افرادی که نیاز به توفیق بسیار زیادی دارند، دارای این ویژگیها هستند. مسئولیت شخصی برای تصمیم‌گیری را ترجیح می‌دهند، مخاطره‌پذیری آنها متوسط است، به دریافت بازخورد از نتایج تصمیمات خود علاقه‌مندند. نیاز به توفیق در افرادی وجود دارد که در فعالیتهای کارآفرینانه موفق‌اند. در واقع این نیاز افراد را تحریک می‌کند تا کارآفرین شوند و کارآفرینان آینده‌نگری را که شرکتهای جدیدی تأسیس کرده باشند نیز به سوی رشد هدایت می‌کنند. او نتیجه می‌گیرد که نیاز به توفیق، انگیزه اصلی توسعه اقتصادی در کشورها بوده و در تصمیم‌گیری فرد برای کارآفرین شدن تأثیر بسزایی دارد (احمد پورداریانی، ۱۳۷۸). تلاشهای مک‌کله‌لند باعث شد شایستگیهای شخصی فرد کارآفرین به‌عنوان یک ویژگی دائمی، وارد حوزه تحقیقاتی کارآفرینی شود. مطالعات زیادی سعی کرده‌اند شایستگیهای ویژه کارآفرینان را شناسایی کنند. این ویژگیها عبارت‌اند از: خطرپذیری متعادل، کانون کنترل، نیاز به موفقیت، سلاست فکری، عمل‌گرایی، تحمل ابهام، رویاپردازی و چالش‌طلبی.

در مورد نقش خانواده در پرورش کارآفرینی، رابینسون^۲ خانواده را به منزله مهم‌ترین عامل فرآیند اجتماعی شدن در نظر گرفته است. خانواده به‌عنوان گروهی از افراد که با یکدیگر پیوندی بر پایه همخونی (نسبی) یا ازدواج (سببی) یا فرزندپذیری دارند، تعریف

1. McClelland
2. Rabinson

شده است (ساروخانی، ۱۳۷۰). گیدنز (۱۳۷۳) خانواده را گروهی از افراد می‌داند که با ارتباطات خویشاوندی مستقیماً پیوند یافته‌اند و اعضای بزرگسال مسئولیت مراقبت از کودکان را برعهده دارند. آدرنو و همکاران^۱، (۱۹۵۰) در کتاب شخصیت استبدادی معتقد است افرادی که پدرانی کناره‌گیر و سختگیر داشته‌اند و والدین آنها تنبیه بدنی زیاد یا تهدید به تنبیه بدنی را به کار می‌گیرند از درون‌نگری، تامل و تعقل، اندیشه و تفکر و خیال‌پردازی پرهیز می‌کنند و به عوامل و تعیین‌کننده‌های اسرارآمیز برای سرنوشت خود اعتقاد دارند. از نظر آدرنو، شخصیت مستبد به واسطه والدینی پرورش می‌یابد که با فرزندان خود روشهای خشک و خشن انضباطی به کار می‌گیرند. از دیدگاه هیگن^۲، (۱۹۶۳) ایستایی و سکون جوامع سنتی معلول ایجاد شخصیتی واپسگرا و استبدادی در افراد است و بروز این شخصیت استبدادی در افراد، معلول شیوه تربیتی خشک و اطاعت‌آمیز افراد در کودکی است. وی معتقد است که سرمایه‌گذاری در دوران کودکی به جای این که معطوف به سکون، اطاعت و فعالیت‌های بازدارنده باشد، باید مشوق کار، فعالیت و خلاقیت باشد. بر این اساس می‌توان تصمیم‌گیری‌های خانواده را به استبدادی و دموکراتیک تقسیم کرد. تصمیم‌گیری‌های دموکراتیک با مشارکت و حضور فعال اعضای خانواده اخذ می‌شوند و تصمیم‌گیری‌های استبدادی با حاکمیت و محوریت یک فرد به‌عنوان رئیس یا ارشد خانواده با کمترین توضیح درباره دلیل اخذ تصمیم، اتخاذ می‌شوند. این روابط قدرت (دموکراتیک و استبدادی) در تعاملات میان افراد خانواده را روابط دوسویه یا متقارن و یک‌سویه یا نامتقارن نیز نامیده‌اند (ساروخانی و امیرپناهی، ۱۳۸۵).

بومریند معتقد است فرزندانی که در خانواده‌های استبدادی پرورش می‌یابند، نسبت به فرزندان خانواده‌های اقناع‌گرایانه، در عرصه‌های زندگی عمومی و اجتماعی موفقیت

-
1. Adorno
 2. Hegen

کمتری دارند و رفتار و واکنش منطقی کمتری از خود نشان می‌دهند (به نقل از شریفی و همکاران ۱۳۸۴).

۳- سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی

پیش از همه، رابرت پانتام^۱ به‌عنوان دستاورد یک پژوهش ۲۰ ساله در ایتالیا از سرمایه اجتماعی در قالب یک نظریه سخن گفت. او در مطالعات خود متوجه شد که نواحی مختلف ایتالیا (به‌رغم برخورداری از یک دولت، یک زبان و یک نظام حقوقی و اجتماعی) از جهت توسعه‌یافتگی با هم تفاوت دارند. پرسش از چرایی این رویداد، انگیزه اصلی پانتام شد و سرانجام او را به اندیشه سرمایه اجتماعی رهنمون ساخت. در شمال ایتالیا که شهروندان به نحو فعالی در سازمانهای مدنی، مردمی، لیگهای فوتبال، انجمنهای اختیاری و... مشارکت دارند، دولتهای محلی در اقدامات داخلی، خلاقیت و ابتکارات بسیار کارآمدتر هستند. در حالی که برعکس در قسمت جنوبی ایتالیا که الگوهای مداخلات مدنی بسیار ضعیفتر است، دولتهای محلی کمتر کارآمد بوده و حتی با فساد مواجه هستند. شهروندانی که در مناطقی زندگی می‌کنند که از سطح بالای سرمایه اجتماعی برخوردارند، بسیار متمایل به اعتماد ورزیدن به یکدیگر هستند و به ارزشهای وحدت و عدالت گرایش بیشتری دارند. سرمایه اجتماعی^۲ شامل مجموعه‌ای از قوانین، هنجارها، الزامات (تعهدات)، روابط متقابل و اعتماد حک شده در روابط اجتماعی و سلسله‌مراتب نهادی جامعه است که اعضای آن را قادر به دستیابی به اهداف جمعی و فردی‌شان می‌سازد. سرمایه اجتماعی از دو بعد ذهنی و بعد عینی تشکیل شده است. بعد ذهنی شامل اعتماد فردی و در سطح جمعی گرایش به دیگران است. بعد عینی شامل روابط اجتماعی با دوستان، همسایه‌ها و اقوام، مشارکت رسمی و غیررسمی و میزان کمک به دیگران می‌شود (به نقل از ساعی و کاکاوند، ۱۳۸۹).

1. Robert Putnam
2. social capital

بورديو، به تدریج به سمت مفهوم سرمایه اجتماعی متمایل شد ولی همچنان معتقد بود که سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی مختلف ممکن است همیشه جانشین یکدیگر نشوند، اما با ترکیب آنها ممکن است سبب سرمایه جدید شوند (ریترز، ۱۳۷۴). بورديو^۱ سرمایه اجتماعی را جمع منابع واقعی یا بالقوه‌ای می‌داند که حاصل شبکه بادوامی از روابط کمابیش نهادینه‌شده، آشنایی و شناخت متقابل، یا عضویت در گروه است.

به نظر کلمن، «سرمایه اجتماعی عبارت از آن جنبه از ساختار اجتماعی است که به‌عنوان منابعی در اختیار اعضا قرار می‌گیرد تا بتوانند به اهداف و منافع خود دست پیدا کنند» (کلمن، ۱۹۹۰). از نظر کلمن، سرمایه اجتماعی ویژگیهای معینی دارد که آن را از کالاهای خصوصی، تقسیم‌پذیر و انتقال‌پذیر که در نظریه نئوکلاسیک بحث شده است، متمایز می‌سازد. این ویژگیها چنین است: (۱) به آسانی قابل مبادله نیستند، گرچه منبع ارزشمندی هستند. (۲) دارایی شخصی هیچ‌یک از افرادی که از آن سود می‌برند، نیستند و این به واسطه صفت کیفی ساختار اجتماعی است که فرد در آن قرار گرفته است. (۳) نتیجه فرعی فعالیت‌های دیگر هستند و معمولاً شخص خاصی آنها را به وجود نمی‌آورد، زیرا انگیزه برای سرمایه‌گذاری در آن وجود ندارد یا ضعیف است. (۴) در صورت استفاده بیشتر، برخلاف بعضی اشکال دیگر سرمایه، نه تنها مستهلک نمی‌شود، بلکه افزایش می‌یابد (توسلی و موسوی، ۱۳۸۴).

سرمایه اجتماعی برخلاف سایر اشکال سرمایه، به‌طور ذاتی در ساختار روابط کنشگران با هم و رابطه بین آنها حضور دارد. این سرمایه در خود کنشگران یا در وسایل مادی تولیدی‌شان نهفته نیست. به هر حال سرمایه اجتماعی از تغییراتی در روابط میان اشخاص حاصل می‌شود که کنش را تسهیل می‌کند. سرمایه مادی کاملاً ملموس است ولی سرمایه

1. Bourdieu

انسانی کم‌تر ملموس است و در مهارتها و دانش فرد حضور دارد و سرمایه اجتماعی به مراتب از آن دو ناملموس‌تر است زیرا در روابطی که در بین اشخاص برقرار است، یافت می‌شود (تاجبخش، ۱۳۸۴).

به‌نظر کلمن «والدین می‌توانند با تسهیل و تقویت روابط خود با فرزندان (سرمایه اجتماعی) مهارتها و قابلیت‌های لازم را به فرزندان انتقال داده و با ایجاد سرمایه انسانی در آنها بر پیشرفت تحصیلی فرزندان خود تأثیر بگذارند» (غفاری و اوتوق، ۱۳۸۵). به‌عبارتی کلمن (۱۹۹۰) معتقد است سرمایه اجتماعی در خانواده به کودک امکان دسترسی به سرمایه انسانی والدین را می‌دهد که مستلزم حضور مادی بزرگ‌ترها در خانواده و توجه خاص آنها به کودک است. از نظر کلمن (۱۳۷۷) «محیط یا سرمایه خانواده حداکثر در ۳ عنصر مجزای سرمایه انسانی، سرمایه مادی یا مالی و سرمایه اجتماعی قابل تحلیل است».

مک فادزین و همکاران (۲۰۰۵) منابع ارزشمند در اکثر جوامع را ثروت، قدرت و پایگاه اجتماعی معرفی می‌کنند، لذا سرمایه اجتماعی افراد را برحسب مقدار یا تنوع ویژگیهای دیگرانی که فرد با آنها پیوندهای مستقیم و غیرمستقیم دارد، قابل سنجش می‌دانند. او سرمایه اجتماعی را منابع نهفته در ساختار اجتماعی تعریف می‌کند که با کنشهای هدفمند قابل دسترسی یا گردآوری است. بدین ترتیب می‌توان گفت سرمایه اجتماعی از سه جزء تشکیل شده است: (۱) منافع نهفته در ساختار اجتماعی، (۲) قابلیت دسترسی افراد به این‌گونه منابع اجتماعی و (۳) استفاده یا گردآوری این‌گونه منابع اجتماعی در کنشهای هدفمند (توسلی و موسوی، ۱۳۸۴). به‌نظر لین، روابط باعث تقویت هویت شرکت‌کنندگان و به رسمیت شناختن آنها به‌عنوان عضوی از رابطه، افزایش جریان اطلاعات بین مردم، برجسته کردن عضویت فردی دیگران در رابطه و اعتبار اجتماعی توأم با آن و اعمال نفوذ بر دیگرانی که خارج از آن رابطه هستند، شده و از این طریق منابع سرمایه اجتماعی را فراهم می‌سازد (چلبی و مبارکی، ۱۳۸۴).

مهم‌ترین منابع سرمایه اجتماعی از نگاه فوکویاما عبارت است از: خانواده و هنجارهای اجتماعی. خانواده نوع مهمی از سرمایه اجتماعی به شمار می‌آید که از نظر فوکویاما، زوال آن در جامعه آمریکا به اشکال گوناگون بر کاهش سرمایه اجتماعی در آن جامعه مؤثر بوده است. کارکرد سرمایه اجتماعی (بازدهی سرمایه) در نظریات فوکویاما، در سطح جامعه است. او معتقد است سطح بالای اعتماد در جامعه موجب پیدایش اقتصادی کارا تر می‌شود چراکه باعث حذف یا کاهش هزینه‌های مربوط به چانه‌زنی و مراقبت بر اجرای مفاد قراردادهای اقتصادی می‌شود (فوکویاما، ۱۳۷۹).

ضمن این‌که برخی از جامعه‌شناسان همچون ولمن و کنث (۲۰۰۱) بر نقش شبکه‌های حمایتی و پیوندهای ضعیف خانوادگی (آشناییها) به‌عنوان یکی از جنبه‌های اصلی سرمایه اجتماعی خانوادگی در موفقیت‌های شغلی فرزندان اشاره کرده‌اند. تحقیقات انجام‌شده نیز اهمیت این جنبه از سرمایه اجتماعی را هم در زمینه اشتغال و هم در زمینه کارآفرینی افراد مورد تأیید قرار داده‌اند (شفعتی، ۲۰۱۲؛ نیرا و همکاران، ۲۰۱۳).

سرمایه فرهنگی اصطلاحی جامعه‌شناختی است که از زمانی که پیر بوردیو در سال ۱۹۷۳ آن را مطرح کرد، کاربرد گسترده‌ای پیدا کرد. او، به همراه ژان کلود پاسرون، برای اولین بار عبارت بازتولید فرهنگی و بازتولید اجتماعی^۲ را در عنوان اثر خود به‌کار برد. بوردیو دیدگاه خود را بعدها بسط داد و در قالب کتابهای «صورت‌های سرمایه»^۳ و «اصالت دولت»^۴ نگرش تازه‌تری را پیش کشید. از دیدگاه بوردیو، سرمایه چیزی است که به‌عنوان یک رابطه اجتماعی در درون یک سازواره از تعاملات، عمل می‌کند و دامنه آن بدون هیچ تمایزی به تمامی کالاها، اشیا و نشانه‌هایی که خود را به‌عنوان چیزهای کمیاب و ارزشمند

1. Neira
2. cultural reproduction and social reproduction
3. The Forms of Capital
4. The State Nobility

عرضه می‌دارند، کشیده می‌شوند. سرمایه فرهنگی به‌عنوان یک رابطه اجتماعی درون سازواره‌ای از تعاملات که مشتمل بر دانش فرهنگی انباشته عمل می‌کند، منتهی به قدرت و منزلت می‌شود (هarker^۱، ۱۹۹۰). سرمایه در معنای عام آن، تلاش برای تسخیر گذشته در زمان حال است. واژه سرمایه دلالت بر این دارد که سرمایه اجتماعی همانند سرمایه انسانی یا سرمایه اقتصادی ماهیتی زاینده یا مولد دارد. به عقیده بوردیو، اگر درصد فهم جهان اجتماعی هستیم، باید فکر سرمایه، انباشت آن و تأثیرات آن را مجدداً به جهان اجتماعی معرفی کنیم. سرمایه عبارت است از کار انباشته یا متجسد که وقتی بر مبنایی خصوصی، یعنی انحصاری به تصرف عاملان درمی‌آید، آنان را قادر می‌سازد تا نیروی اجتماعی را در شکل عینیت‌یافته یا جان‌دار به تصرف درآورند (تاجبخش، ۱۳۸۴).

به‌نظر بوردیو، سرمایه فرهنگی دربرگیرنده تمایلات پایدار فرد است که در خلال اجتماعی‌شدن در فرد انباشته می‌شوند. او تحصیلات را نمودی از سرمایه فرهنگی می‌دانست، لیکن گرایش به اشیای فرهنگی و جمع شدن محصولات فرهنگی در نزد فرد را سرمایه فرهنگی می‌خواند (فاضلی، ۱۳۸۲). سرمایه فرهنگی^۲ به مجموعه نمادها، معانی، امتیازات فرهنگی، منش و شیوه‌های زبانی، ذوق و سلیقه و شیوه‌های زندگی گفته می‌شود. وی سرمایه فرهنگی را گرایشها و عاداتهای دیرپا که طی فرآیند جامعه‌پذیری^۳ حاصل می‌شوند و نیز اهداف فرهنگی ارزشمند نظیر صلاحیتهای تحصیلی و فرهیختگی می‌داند (نوغانی، ۱۳۸۱). از دیدگاه بوردیو، پدران و مادران به فرزندان خود با انتقال نگرشها و معرفتهایی که در نظام آموزشی جاری، به موفقیت آنها کمک می‌کند، به‌عنوان سرمایه فرهنگی به آنها می‌دهند (بوردیو، ۱۳۸۸).

-
1. Harker
 2. cultural capital
 3. socialization

به نظر بوردیو، سرمایه فرهنگی برآیند ترکیبی از سرمایه اقتصادی^۱ و به کارگیری عادت‌واره‌هاست. (ریترز، ۱۳۸۹) در توضیح نظریه سرمایه فرهنگی بوردیو می‌نویسد: این سرمایه عمدتاً از خاستگاه طبقه اجتماعی مردم و تجارب آموزشی‌شان سرچشمه می‌گیرد. در این بازار، انسانها سرمایه‌شان را جمع می‌کنند و آن را یا برای بهبود جایگاه اجتماعی‌شان هزینه می‌کنند یا جایگاه‌شان را از دست می‌دهند و باعث می‌شود که جایگاه‌شان در چارچوب اقتصادی- فرهنگی وخیم‌تر شود.

تعدادی از گروههای اجتماعی با دنبال کردن مناسب راهبردهای سرمایه‌گذاری فرهنگی درون خانواده‌ها، قادرند تضمین کنند که بچه‌هایشان به‌عنوان دریافت‌کننده آموزش آن را بهینه می‌کنند. بدین ترتیب می‌توان گفت وی انتقال سرمایه فرهنگی را مؤثرترین شکل انتقال موروثی آن تلقی می‌کند. (دی ماجیو^۲، ۲۰۰۰) به‌منظور بررسی سرمایه فرهنگی، بازگشتی به نظریه اولیه وبر در مورد طبقه و پایگاه منزلتی را پیشنهاد می‌کند. در نظر وبر، طبقه یک گروه به‌معنای واقعی و شامل روابط مشخصی نیست، بلکه برعکس پایگاه از مشارکت افراد در گروه و فرهنگ آن یا به عبارت دیگر از انتظارات رفتاری مورد پذیرش قابل تفکیک است. فرهنگ پایگاهی سبب پیوستگی گروهی و تمایز آن از سایر گروهها در جامعه می‌شود اما وبر مشخص نمی‌کند که گروه منزلتی دارای ساختاری به‌هم پیوسته و متراکم یا گروهی بی‌شکل و در نهایت یک شبکه اجتماعی غیرمحدود است. گروههای منزلتی با ایجاد محدودیت در امکان دسترسی دیگران به فرصتهای مادی و فرهنگی خود توسط وضع قواعد خاص، امروز بیشتر عضویت طبقاتی را محصور به گروه منزلتی گردانیده‌اند، زیرا فرصتهای مطلوب برای مبادله توسط گروه منزلتی محدود و مقید می‌شود (چلبی و آزاده، ۱۳۷۹).

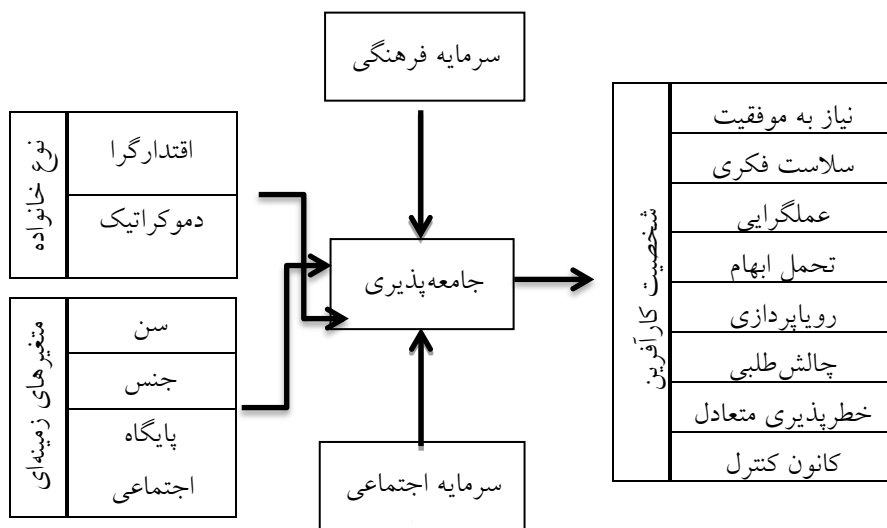
1. economic capital
2. Dimaggio

گرچه گروههای منزلتی که بنیادهای ساختاری خاص برای فرهنگ پایگاهی فراهم می‌آورند به علت ازدواج برون‌گروهی، تنوع بیشتر و قدرت کمتر نهادهای اجتماعی‌کننده و تعامل با تازه به دوران رسیده‌های اقتصادی، هرچه بیشتر پراکنده می‌شوند اما فرهنگ پایگاهی که آنان تدوین می‌کنند، قدرت تعامل خود را به چندین منظور حفظ می‌کند. اول این‌که این فرهنگ جزء معناداری از نظام آموزش رسمی شده و از طریق آن به‌عنوان یک مدل فرهنگی در سراسر ساختار طبقاتی پخش می‌شود و از طرف دیگر این فرهنگ از طریق تمایل بسیاری از اعضای طبقه متوسط برای کسب آن، تداوم می‌یابد. طبقه متوسط خود را هم با سنتهای فرهنگی و هم با ایدئولوژی مشروعیت‌بخش به آن مطابق می‌کند و بالاخره هنوز فرهنگ با وجهه (پرستیژ) بالا، ارتباط نزدیکی با موقعیت طبقاتی افراد دارد و فعالیت فرهنگی مستلزم فعالیتهای ذهنی پیچیده، هنوز تحت تسلط شاغلان موقعیتهای طبقاتی بالا، با درآمد، تحصیلات و مشاغل خاص مشخص می‌شوند (دیماجیو، ۲۰۰۰).

وونگ و همکاران^۱ (۲۰۱۱) براساس مطالعاتی که در چکسلواکی پیشین انجام داده‌اند، هشت متغیر را به‌عنوان متغیرهای معرف سرمایه فرهنگی خانواده برشمرده‌اند: تعداد زبانهای خارجی که پدر مسلط است، فعالیت در کانونهای فرهنگی که ارتباطی با شغل ندارند، مطالعه نشریات و روزنامه‌های، مطالعه کتابهای رمان، شعر و داستان، رفتن به تئاتر و کنسرت و بازدید از نمایشگاههای هنری، پرداختن به کارهای ذوقی و هنری، خودآموزی^۲ و داشتن حداقل ۱۰ جلد کتاب. وی تمام این معرفها را در مورد پدر خانواده آزموده است.

اکنون می‌خواهیم رابطه سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی خانواده را با ویژگیهای کارآفرینانه در شخصیت فرزندان خانواده بیازماییم (شکل ۱).

1. Wong
2. self-education



شکل (۱) مدل نظری تحقیق مبنی بر رابطه ویژگیهای خانواده با شخصیت کارآفرینانه فرزندان

روش

۱- روش تحقیق، جامعه آماری و حجم نمونه

روش مورد استفاده در این تحقیق، پیمایش و ابزار جمع‌آوری داده‌های موردنیاز، پرسش‌نامه متشکل از سؤالات بسته که غالب آنها از پرسش‌نامه‌های استاندارد و تحقیقات قبلی موضوعی اخذ شده، بوده است. جامعه آماری تحقیق شامل هنرآموزان شرکت‌کننده در دوره‌های فنی و سازمان شهر هشتگرد که در رده سنی ۱۸-۳۹ سال قرار داشته‌اند، بوده که از بین آنها، ۲۲۷ نفر با استفاده از فرمول کوکران به‌عنوان حجم نمونه اولیه انتخاب شدند، اما به‌منظور افزایش اعتبار یافته‌ها، این حجم به ۲۵۰ نفر افزایش یافت. شیوه توزیع و انتخاب نمونه به شکل تصادفی و از فهرست موجود در این سازمان صورت گرفته است.

برای تحلیل داده‌ها نیز از آمار توصیفی و استنباطی بسته به جنس داده‌ها و اهداف و فرضیات تحقیق استفاده شده است.

۲- سنجه‌ها

کارآفرین: کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند. کارآفرینی عبارت است از فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصتها (زارع، ۱۳۸۸). کلمه کارآفرین^۱ در اصل از واژه فرانسوی entrepreneur اخذ شده است. پیتتر دراکر^۲ (۱۹۸۵) معتقد است کارآفرین فردی است که همواره به دنبال تغییر بوده، به آن پاسخ داده و از آن به عنوان فرصت بهره‌گیرد. دراکر کارآفرینان را جستجوگران فرصت می‌نامد.

نیاز به موفقیت: بیانگر تمایل فرد به کسب هدف براساس مجموعه‌ای از عالی‌ترین معیارهاست، به عبارتی، تمایل به انجام کار در استانداردهای عالی جهت موفقیت در موقعیتهای رقابتی (مک‌کله‌لند، ۱۹۶۱).

خطرپذیری متعادل: پذیرش متعادل خطر که می‌تواند از طریق تلاشهای شخصی مهار شوند (کردنایچ و همکاران، ۱۳۸۶).

کانون کنترل: کارآفرینان رویدادهای زندگی را به نتایج برنامه‌ریزیها و تلاشهای پیگیر خود نسبت می‌دهند. کارآفرینان موفق، به خود ایمان دارند و موفقیت یا شکست را به سرنوشت، اقبال یا نیروهای مشابه نسبت نمی‌دهند. به نظر آنها، شکستها و پیشرفتها تحت کنترل و نفوذ آنها بوده، خود را در نتایج عملکردهایشان مؤثر می‌دانند (جیننگز و زیتامل^۳، ۱۹۸۳).

سلاست فکری: توانایی ذهنی فرد برای بیان و ارائه ایده‌هایی که در ذهن دارند در

-
1. entrepreneur
 2. Druker
 3. Jennings and Zitahmel

قالب کلمات، عبارات یا نوشته‌های کوتاه یا داستان (کردناپیچ و همکاران، ۱۳۸۶).

عملگرایی: بیش از شعاردادن، اهل عمل و تجربه‌کردن بودن.

تحمل ابهام: عبارتست از پذیرفتن عدم قطعیت به‌عنوان بخشی از زندگی، توانایی ادامه حیات با دانشی ناقص درباره محیط و تمایل به آغاز فعالیتی مستقل بی‌آنکه شخص بداند آیا خواهد شد یا خیر. به‌نظر می‌رسد که کارآفرینان به مراتب بیش از مدیران شرکتهای، قدرت تحمل ابهام را داشته باشند (فرای، ۱۹۹۳).

رؤیایزدایی: داشتن اندیشه‌های متعدد درباره هر امری، به‌گونه‌ای که در برخی از موارد برخی از اندیشه‌ها حتی غیرعملی به‌نظر می‌رسند (زارع، ۱۳۹۲).

چالش طلبی: داشتن پشتکار و حوصله و لذت‌بردن از انجام کارها و فعالیتهای غامض و پیچیده و وقت‌گیر (زارع و زارع، ۱۳۹۲).

خانواده: گروهی از افراد است که با ارتباطات خویشاوندی مستقیماً پیوند یافته‌اند و اعضای بزرگسال مسئولیت مراقبت از کودکان را برعهده دارند (گیدنز، ۱۳۷۳). براساس تصمیم‌گیری‌های خانواده، می‌توان آن را به استبدادی و دموکراتیک تقسیم کرد. تصمیم‌گیری‌های دموکراتیک با مشارکت و حضور فعال اعضای خانواده اخذ می‌شوند و تصمیم‌گیری‌های استبدادی با حاکمیت و محوریت یک فرد به‌عنوان رئیس یا ارشد خانواده با کمترین توضیح به منزله دلیل اخذ تصمیم، اتخاذ می‌شوند. این روابط قدرت (دموکراتیک و استبدادی) در تعاملات میان افراد خانواده را روابط دوسویه یا متقارن و یک‌سویه یا نامتقارن نیز نامیده‌اند (آدرنو و همکاران، ۱۹۵۰).

سرمایه اجتماعی: مجموعه‌ای از قوانین، هنجارها، الزامات (تعهدات)، روابط متقابل و اعتماد حک شده در روابط اجتماعی و سلسله‌مراتب نهادی جامعه تعریف شده است که اعضای آن را قادر به دستیابی به اهداف جمعی و فردی‌شان می‌سازد. متغیر سرمایه اجتماعی از ترکیب

متغیرهای بعد ذهنی که شامل اعتماد فردی و در سطح جمعی گرایش به دیگران است و نیز بعد عینی که شامل روابط اجتماعی با دوستان، همسایه‌ها و اقوام، مشارکت رسمی و غیررسمی و کمک به دیگران می‌شود، تشکیل شده است (ساعی و کاکاوند، ۱۳۸۹).

سرمایه فرهنگی: بورديو سرمایه فرهنگی را گرایشها (تمایلات) و عاداتها دیرپا که طی فرآیند جامعه‌پذیری حاصل می‌شوند و نیز اهداف فرهنگی ارزشمند نظیر صلاحیتهای تحصیلی و فرهیختگی می‌داند (بورديو، ۱۹۸۴؛ به نقل از نوغانی، ۱۳۸۱).

۳- پایایی و روایی پرسش‌نامه

برای کسب اطمینان از اعتبار پرسش‌نامه، از اعتبار صوری استفاده شد. برای این منظور از خبرگان و صاحب‌نظران در باب نحوه سؤالات پرسش‌نامه بهره گرفته شد و بر این اساس اصلاحاتی در سؤالات صورت گرفت. ضمن آنکه اغلب پرسشها، از پرسش‌نامه‌های تحقیقات قبلی استخراج شده است. برای سنجش پایایی مقیاسها و سازگاری درونی گویه‌ها در پرسشهای چندگویه‌ای، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد و گویه‌هایی که باعث کاهش ضریب آلفای کرونباخ می‌شدند، حذف شدند. در نهایت، مقادیر ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای وابسته و مستقل (به همراه ابعاد هریک) به ترتیب ذیل به دست آمد: خطرپذیری متعادل (۶ گویه، $\alpha=0/810$)، کانون کنترل (۴ گویه، $\alpha=0/781$)، نیاز به موفقیت (۵ گویه، $\alpha=0/841$)، سلاست فکری (۳ گویه، $\alpha=0/692$)، عملگرایی (۴ گویه، $\alpha=0/751$)، تحمل ابهام (۳ گویه، $\alpha=0/653$)، رؤیاپردازی (۳ گویه، $\alpha=0/688$)، چالش‌طلبی (۴ گویه، $\alpha=0/705$)، شخصیت کارآفرین (۳۲ گویه، $\alpha=0/94$)، سرمایه اجتماعی خانواده (۱۰ گویه، $\alpha=0/85$)، سرمایه فرهنگی خانواده (۷ گویه، $\alpha=0/70$) و نوع خانواده (۵ گویه، $\alpha=0/75$). لازم به یادآوری است اگرچه حداقل مقدار قابل قبول برای این ضریب باید $0/7$ باشد، اما در علوم اجتماعی مقادیر $0/6$ و حتی $0/55$ نیز

قابل پذیرش است (ننلی^۱، ۱۹۷۸؛ ون دن و فری^۲، ۱۹۷۹).

یافته‌ها

۱- توصیف نمونه

با نگاهی به ارقام مندرج در جدول شماره (۲)، می‌توان گفت که:

- درصد زنان در نمونه بیشتر از مردان است (۵۲/۸٪ در مقابل ۴۷/۲٪).
- بیشترین درصد گروه سنی در نمونه با ۳۳/۶٪ به گروه سنی ۱۸ تا ۲۳ سال تعلق دارد.
- بیشترین درصد پدران پاسخگویان دارای مدرک تحصیلی پایین (۵۲/۲٪) و پس از آن مدرک تحصیلی پایین با ۳۶/۷٪ هستند. بیشترین مدرک تحصیلی مادران پاسخگویان ۷۱/۲٪ و پس از آن مدرک تحصیلی متوسط با ۲۴/۳٪ قرار دارد.
- به لحاظ نوع مالکیت منزل مسکونی بیشترین درصد به گروه مالکیت شخصی (۸۱/۶٪) و پس از آن اجاره‌ای (۱۷/۶٪) قرار دارند.
- بیشترین درصد خانواده پاسخگویان از نظر برخورداری از میزان سرمایه فرهنگی، بیشترین درصد به گروه کم با ۸۰/۵٪ و کم‌ترین درصد به گروه زیاد با ۰/۴٪ تعلق دارد.
- توزیع وضعیت سرمایه اجتماعی خانواده در نمونه نیز بدین شرح بوده است: بیشترین میزان با ۵۷/۵٪ در مقوله زیاد و کم‌ترین میزان با ۱۱/۵٪ در مقوله کم قرار می‌گیرند.
- وضعیت خانواده‌ها به لحاظ ساختار و نوع خانواده بدین شرح است: ۶۷٪ خانواده‌ها در مجموع استبدادی و ۳۳٪ آنها دموکراتیک بوده‌اند.
- از نظر برخورداری شخصیت فرزندان از ویژگی کارآفرینانه، یافته‌ها حاکی از آن است که ۱۱/۵٪ به میزان کم (پایین)، ۳۵٪ متوسط و ۵۳/۵٪ بالا (زیاد) از ویژگیهای مذکور برخوردار بوده‌اند.

1. Nunnly

2. Van Den and Ferry

جدول (۲) توزیع پاسخگویان برحسب ویژگیهای زمینه‌ای، متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق (n=۲۵۰)

متغیر	طبقات	f	%
جنس	مرد	۱۱۸	۴۷/۲
	زن	۱۳۲	۵۲/۸
سن	۱۸ تا ۲۳ سال	۸۴	۳۳/۶
	۲۴ تا ۲۹ سال	۸۱	۳۲/۴
	۳۰ سال و بالاتر	۱۵	۷/۵
سطح تحصیلات پدر	پایین	۱۳۱	۵۲/۲
	متوسط	۹۲	۳۶/۷
	بالا	۲۷	۱۰/۸
سطح تحصیلات مادر	پایین	۱۸۱	۷۲/۱
	متوسط	۶۱	۲۴/۳
	بالا	۸	۳/۲
نوع مالکیت منزل مسکونی	شخصی	۲۰۴	۸۱/۶
	اجاره‌ای	۴۴	۱۷/۶
	سازمانی	۲	۰/۸
سرمایه فرهنگی	کم	۲۰۲	۸۰/۵
	متوسط	۴۷	۱۸/۷
	زیاد	۱	۰/۴
سرمایه اجتماعی	کم	۲۸	۱۱/۲
	متوسط	۷۸	۳۱/۱
	زیاد	۱۴۴	۵۷/۴
نوع خانواده	دموکراتیک (اقتناعی)	۱۲۴	۳۳
	استبدادی (اقتدارگرا)	۱۲۶	۶۷
سطح برخورداری فرزندان از شخصیت کارآفرین	کم	۲۸	۱۱/۲
	متوسط	۸۸	۴۱/۴
	زیاد	۱۳۴	۵۶/۴

۲- آزمون روابط بین متغیرهای مستقل و شخصیت کارآفرین فرزندان

همان‌گونه که ارقام موجود در جدول شماره (۳) نشان می‌دهد، سرمایه اجتماعی خانواده با تشکیل ابعاد کارآفرینانه در شخصیت فرزندان (به‌جز ابعاد خطرپذیری متعادل و رویاپردازی) رابطه معنادار و مثبت دارد. به عبارت دیگر، هرچه سرمایه اجتماعی خانواده بیشتر باشد، مقدار بیشتری از ابعاد کارآفرینانه (کانون کنترل، نیاز به موفقیت، سلاست فکری، عملگرایی، تحمل ابهام، و چالش‌طلبی) در شخصیت فرزندان شکل می‌گیرد. در مجموع، فرضیه وجود رابطه میان میزان سرمایه اجتماعی خانواده و میزان ابعاد کارآفرینانه در شخصیت فرزندان تأیید می‌شود.

اما، یافته‌ها حاکی از آن است که سرمایه فرهنگی خانواده با هیچ‌کدام از ابعاد کارآفرینانه در شخصیت فرزندان رابطه معنادار ندارد. بدین ترتیب، فرضیه تحقیق مبنی بر وجود رابطه معنادار میان میزان سرمایه فرهنگی خانواده و شکل‌گیری ابعاد کارآفرینانه در شخصیت فرزندان رد می‌شود.

در مورد فرضیه دیگر تحقیق یعنی وجود رابطه معنادار میان نوع خانواده (دموکراتیک و استبدادی) با شکل‌گیری ابعاد کارآفرینانه در شخصیت فرزندان، یافته‌ها حاکی از آن است که رابطه معنادار و منفی میان نوع خانواده و برخی از ابعاد کارآفرینانه در شخصیت فرزندان همچون کانون کنترل، نیاز به موفقیت، سلاست فکری، عملگرایی و چالش‌طلبی وجود دارد. به عبارت دیگر، هر قدر خانواده دارای ویژگی‌های دموکراتیک‌تر باشد، فرزندان آنها از ویژگی‌های کارآفرینانه بیشتری برخوردار می‌شوند و بالعکس. این یافته فرضیه تحقیق را تأیید می‌کند.

سرانجام، یافته‌ها حاکی از عدم رابطه معنادار اغلب متغیرهای جمعیت‌شناختی تحقیق با شکل‌گیری ابعاد کارآفرینانه در شخصیت فرزندان است. این نتیجه به معنای رد فرضیه مربوطه در تحقیق است.

جدول (۳) آزمون روابط بین متغیرهای مستقل و شخصیت کارآفرین فرزندان

چالش طلسمی	روپارادازی	تحمل ابهام	عمل‌گرایی	سلاست فکری	نیاز به موفقیت	کانون کنترل	خطرپذیری متعادل	ابعاد کارآفرینانه در شخصیت فرزندان
۰/۲۱۳***	۰/۱۱۵	۰/۱۲۹*	۰/۲۱۷**	۰/۲۷۵***	۰/۱۷۱**	۰/۱۷۱**	۰/۹۲	متغیرهای مستقل
۰/۰۰۵	۰/۰۹۷	-۰/۰۰۱	۰/۰۲۰	-۰/۰۰۱	۰/۰۷۹	۰/۰۴۴	۰/۰۵۹	سرمایه اجتماعی خانواده
-۰/۱۵۵**	۰/۰۷۷	۰/۰۱۸	-۰/۱۷۷**	-۰/۱۷۷**	-۰/۱۵۷**	-۰/۲۲۴***	-۰/۰۹۶	سرمایه فرهنگی خانواده
								نوع خانواده

$p < 0/05^*$ $p < 0/01^{**}$ $p < 0/001^{***}$

جدول (۴) خلاصه مدل رگرسیون چندمتغیره مبنی بر نقش متغیرهای مستقل

در پیش‌بینی تغییرات شخصیت کارآفرین فرزندان

<i>p</i>	<i>t</i>	Beta	B	متغیرهای مستقل
< 0/001	۹/۳۱	۵/۳۸	۵۰/۱۳	مقدار ثابت
۰/۰۰۱	۳/۴۵	۰/۲۴۰	۰/۲۶۳	سرمایه اجتماعی خانواده
-۰/۰۱	-۳/۲۴	-۰/۲۳۳	-۴/۴۴	نوع خانواده
۰/۰۳۷	۲/۱۰	۰/۱۴۱	۳/۲۹	جنس
R = ۰/۳۹ R ² = ۰/۱۵۱ p < ۰/۰۰۱				

۳- بررسی نقش متغیرهای مستقل در پیش‌بینی تغییرات شخصیت کارآفرین فرزندان

نتایج حاصل از آزمون رگرسیون چندمتغیره نشان داد که از بین کلیه متغیرهای مستقل و زمینه‌ای که امکان ورود به معادله رگرسیون پیدا کرده‌اند، تنها متغیرهای سرمایه اجتماعی خانواده، نوع خانواده و جنس افراد با متغیر وابسته تحقیق یعنی شخصیت کارآفرین رابطه معنادار داشته و $R^2=0/151$ (۱۵/۱٪) از تغییرات متغیر وابسته توسط این سه متغیر تبیین می‌شوند و مابقی به متغیرهایی مربوط می‌شوند که در این پژوهش مورد توجه نبوده‌اند.

بحث

کارآفرینی، کانون و مرکز ثقل کار و تلاش و پیشرفت در عصر تجدد (مدرنیته) تلقی می‌شود. در گذر از مرحله سنتی به صنعتی باید به توانمندیها و قابلیت‌های فردی کارآفرینان در بهره‌گیری از منابع طبیعی و به‌کارگیری تکنولوژی مدرن اهتمام ویژه‌ای قائل شویم. زیرا آنها با به‌کارگیری روشهای جدید در بازار، خود را برای استفاده بهینه از ابزار و دستیابی به کیفیت مطلوب کالا و خدمات آماده می‌سازند. کارآفرینی، فرآیندی اکتسابی است و خانواده در شکل‌گیری این فرآیند نقش اساسی را ایفا می‌کند. خانواده می‌تواند عنصر پویایی و تحرک را به ژرفای وجود افراد تحت نفوذ و وابسته به خود از طریق فرآیند جامعه‌پذیری تزریق کند به شکلی که فرد و جامعه در محیطی هماهنگ به تعامل بپردازند و قالبهای اجتماعی نوآورانه شکل گیرد. نقش و اهمیت خانواده به‌عنوان کانون اندیشه نوگرایی، در ایجاد روحیه خلاقیت و نوآوری در افراد، گسترش روحیه کارآفرینی و توسعه کسب و کار جدید در جامعه، انکارناپذیر است، به‌طوری که در زمینه فعالیت اقتصادی، خانواده می‌تواند اندیشه افراد تحت نفوذ خود را به سمت و سوی سوق دهد که آنها را از مشکلات پیش‌رو از جمله؛ بیکاری، فقر، اعتیاد، فساد و... برهاند و آنها را در مسیرهای شغلی مولد سرمایه و فرصتهای جدید هدایت کند. زیرا خانواده علاوه بر نقش تولید نسل

و پرورش ابعاد عاطفی و اخلاقی فرزندان، به‌عنوان کانونی برای رشد و پرورش اندیشه خودباوری، اعتماد به‌نفس و خودشکوفایی در فرزندان، نقش بسیار مؤثری در راه‌اندازی کسب و کار اقتصادی و توسعه فعالیت‌های شغلی در جامعه خواهد داشت. خانواده از نظر کمی و کیفی می‌تواند کانون اصلی اندیشه کار و تلاش و پرورش روحیه خلق ایده و کار در افراد باشد. تحقق این امر مستلزم توجه ویژه والدین به ابعاد و ساحت‌های حیات فردی فرزند از هنگام تولد تا زمان تکوین شخصیت اوست. خانواده به‌عنوان انتقال‌دهنده جبهه‌های از اصطلاحات، آیینها و رفتارهای اجتماعی می‌تواند نقش ثمربخش خود را جهت آشنایی با مفاهیمی مثل توفیق‌طلبی، استقلال‌طلبی و خطرپذیری در عرصه فعالیت اقتصادی و همسازی با واقعیت‌های کاری در جامعه، به اعضای خود ارزانی دارد. نوع نگرش والدین به دنیای پیرامون خود و چگونگی تجسم ارزش‌های اجتماعی برای فرزندان در شکل‌گیری آینده شغلی آنها، می‌تواند راه را برای دستیابی به اقتصاد سالم هموار سازد.

یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که براساس نتایج آزمون همبستگی پیرسون متغیر مستقل سرمایه اجتماعی و ابعاد متغیر وابسته شخصیت کارآفرین، دوبعد خطرپذیری متعادل و رویاپردازی رابطه معنادار با متغیر سرمایه اجتماعی نداشته‌اند. اما، مقدار آماره همبستگی پیرسون سرمایه فرهنگی خانواده و ابعاد شخصیت کارآفرین فرزندان حاکی از عدم ارتباط معنادار سرمایه فرهنگی و ابعاد متغیر وابسته است. همچنین، براساس نتیجه آزمون همبستگی پیرسون می‌توان گفت بین نوع خانواده و ابعاد شخصیت کارآفرین به جز ابعاد خطرپذیری متعادل، تحمل ابهام و رویاپردازی رابطه معنادار وجود دارد. سرانجام، نتایج آزمون رگرسیون چندمتغیره حاکی از آن است که تنها سه متغیر مستقل سرمایه اجتماعی خانواده (رابطه مثبت)، نوع خانواده (رابطه منفی) و جنسیت فرزندان (رابطه مثبت) در معادله باقی و با متغیر وابسته شخصیت کارآفرین فرزندان رابطه معنادار داشته و در حدود ۰/۱۵۱ از تغییرات متغیر وابسته را توضیح می‌دهند. رابطه سرمایه فرهنگی خانواده با

شخصیت کارآفرین فرزندان تأیید نشد. شاید دلیل این امر آن باشد که ماهیت متغیر سرمایه فرهنگی به گونه‌ای است که کمتر قابلیت تبدیل به سرمایه اقتصادی و سرمایه اجتماعی دارد (فاضلی، ۱۳۸۲)، به‌ویژه در جامعه ایران که یک نگاه خاص در مورد فرهنگ و فعالیتهای فرهنگی وجود دارد که به‌شدت با نگاه اقتصادی به فرهنگ مخالف است و به لحاظ حاکمیتی دست بالا را در تصمیم‌گیریها دارد.

یافته دیگر تحقیق که با بخشی از چارچوب نظری تحقیق و هم با یافته‌های تحقیقات دیگر هم‌سو است رابطه متغیر جنسیت فرزندان با متغیر وابسته شخصیت کارآفرین است. مطالعات قبلی در جهان (گوپتا و همکاران، ۲۰۰۹) و ایران (جوهری و قضاتی، ۱۳۸۳) به این نتیجه رسیده‌اند که موانعی نظیر خانواده مردسالار، نظام آموزش و پرورش، باورهای قالبی در مورد زنان، ناهماهنگی انتظارات و نقش و مناسبات حاکم بر سازمان از قابلیت کارآفرینی زنان می‌کاهد. ضمن این‌که، این تحقیق از جهت رویکرد جامعه‌شناختی و بررسی نقش خانواده در شکل‌گیری خصوصیات کارآفرینانه منحصر به‌فرد است.

- آزاده، م. ا. و دهقان‌دهنوی، آ. (۱۳۸۷). اشتغال دانشجویان: رابطه بین شبکه روابط اجتماعی و وضعیت شغلی. *مجله مسائل اجتماعی ایران*، ۱۶(۶۳)، ۳۲-۵.
- آشنا، م. (۱۳۸۴). *بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در واگن پارس اراک*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.
- آقاجانی، ح و حسین‌زاده‌اطاق‌سرا، س. ع. ا. (۱۳۸۹). مدل علی تعیین اثرات ویژگی‌های شخصی بر کارآفرینی. *فصلنامه علمی پژوهشی راهبرد فرهنگ*، ۱۱-۱۰، ۱۷۹-۲۰۰.
- احمدپورداریانی، م. (۱۳۷۸). *کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها*. تهران: نشر پردیس.
- بوردیو، پ. (۱۳۸۸). *تمایز: نقد قضاوت‌های ذوقی*. ترجمه حسن چاوشیان. تهران: نشر ثالث.
- تاجبخش، ک. (۱۳۸۴). *سرمایه اجتماعی: اعتماد، دموکراسی و توسعه*. ترجمه افشین خاکباز و حسین پویان. تهران: نشر شیرازه.
- توسلی، غ. ع. و موسوی، م. (۱۳۸۴). مفهوم سرمایه در نظریات کلاسیک و جدید با تأکید بر نظریه‌های سرمایه اجتماعی. *نامه علوم اجتماعی*، ۲۶، ۲۹-۱.
- جزایری، م. (۱۳۸۲). تأثیر ساختار خانواده بر تکوین شخصیت اجتماعی پیوسته. *فصلنامه ریحانه*، ۳(۱).
- جواهری، ف. و فضاتی، س. (۱۳۸۳). موانع کارآفرینی زنان: بررسی تأثیر نابرابری جنسیتی بر کارآفرینی زنان. *مجله انجمن جامعه‌شناسی ایران*، دوره پنجم، شماره ۲، ۱۶۱-۱۷۸.
- چلبی، م. (۱۳۷۵). *جامعه‌شناسی نظم*. تهران: نشرنی.
- چلبی، م. (۱۳۸۱). *بررسی تجربی نظام شخصیت در ایران*. تهران: موسسه پژوهشی فرهنگ، هنر و ارتباطات.

- چلبی، م. و مبارکی، م. (۱۳۸۴). تحلیل رابطه سرمایه اجتماعی و جرم در سطوح خرد و کلان. *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ۲(۶)، ۳-۴۴.
- چلبی، م. و اعظم آزاده، م. (۱۳۷۹). فقدان تناسب در ابعاد پایگاه اجتماعی و پیامدهای روانی و اجتماعی آن. *نامه علوم اجتماعی*. ۱۶، ۶۱-۳۱.
- رضایی، س. ع. (۱۳۸۷). نقش سرمایه اجتماعی در مسیر پیشرفت شغلی. *مجله عصر مدیریت*. ۹، ۶۹-۶۰.
- ریتزر، ج. (۱۳۷۴). *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر*. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی.
- ریتزر، ج. (۱۳۸۹). *مبانی نظریه جامعه‌شناسی معاصر و ریشه‌های کلاسیک آن*. ترجمه مسمی پرست. تهران: نشر ثالث.
- زارع، ب. (۱۳۸۸). *ارزیابی دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت از دیدگاه آموزش‌دیدگان*. طرح پژوهشی معاونت اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران. دفتر مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهر تهران.
- زارع، ب. و زارع، م. (۱۳۹۲). بررسی رابطه میزان سرمایه اجتماعی خانواده و ویژگی‌های کارآفرینانه در شخصیت افراد. *فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، سال پنجم، شماره ۱۶، ۲۰۹-۲۴۷.
- ساروخانی، ب. (۱۳۷۰). *دایره‌المعارف علوم اجتماعی*. تهران: کیهان.
- ساروخانی، ب. و امیرپناهی، م. (۱۳۸۵). رابطه ساخت قدرت در خانواده و مشارکت اجتماعی. *پژوهش زنان*، ۳، ۶۰-۳۱.
- ساعی، ع. و کاکاوند، ا. (۱۳۸۹). بررسی عوامل مؤثر بر سرمایه اجتماعی جوانان با تأکید بر نقش خانواده. *دانشنامه علوم اجتماعی*، ۲، ۱۱۳-۸۹.
- سفیری، خ. و چشمه، ا. (۱۳۹۰). مسئولیت‌پذیری نوجوانان و رابطه آن با شیوه‌های جامعه‌پذیری در خانواده. *دو فصلنامه جامعه‌شناسی آموزش و پرورش*، ۱۰۳-۱۳۰.

- سفیری، خ. و چشمه، ا. (۱۳۹۰). مسئولیت‌پذیری نوجوانان و رابطه آن با شیوه‌های جامعه‌پذیری در خانواده. *دوفصلنامه جامعه‌شناسی آموزش و پرورش*، ۱، ۱۰۳-۱۳۰.
- سید نقوی، م. ع. و عبدالله‌پور، م. (۱۳۸۹). رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی. *فصلنامه توسعه کارآفرینی*، سال ۳، ش ۹، پاییز، ۱۰۳-۱۲۹.
- شریفی درآمدی، پ و آقارشتی، م. (۱۳۸۴). تأثیر آموزش شیوه‌های مقابله‌ای در کاهش اضطراب والدین دارای کودکان اختلال رفتاری. *فصلنامه خانواده‌پژوهی*، ۲، ۱۶۰-۱۴۹.
- صادقی، م و ملکی‌نیا، ع. (۱۳۹۰). ارزیابی دانشجویان از محیط‌های کارآفرینانه و تبیین رابطه آن با قصد کارآفرینی. *فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی*، ۵۹، ۸۹-۶۹.
- غفاری، غ. ر و اوتق، ن. م. (۱۳۸۵). سرمایه اجتماعی و کیفیت زندگی. *مطالعات اجتماعی ایران* (انجمن جامعه‌شناسی ایران)، ۱، ۱۹۹-۱۵۹.
- فاضلی، م. (۱۳۸۲). *مصرف و سبک زندگی*. قم: صبح صادق.
- فوکویاما، ف. (۱۳۷۹). *پایان نظم: بررسی سرمایه اجتماعی و حفظ آن*. ترجمه غلامعباس توسلی. تهران: نشر جامعه ایرانیان.
- کردنائیچ، ا. ا و همکاران (۱۳۸۶). *ابزار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی*. تهران: دانشگاه تربیت مدرس .
- کلمن، ج. (۱۳۷۷). *بنیادهای نظریه‌های اجتماعی*. ترجمه منوچهر صبوری. تهران: نشرنی.
- گلرد، پ. (۱۳۸۸). خانواده و راهکارهای توسعه کارآفرینی زنان ایرانی. *فصلنامه پژوهش زنان*، ۷(۲۱)، ۱۳۱-۱۴۹.
- گیدنز، آ. (۱۳۷۳). *جامعه‌شناسی*. ترجمه منوچهر صبوری. تهران: نشر نی.

- محمدی، م و عسکری، غ.ر (۱۳۹۰). تأثیر شخصیت کارآفرینانه بر موفقیت کارآفرینانه در کسب و کارهای کوچک و متوسط. *فصلنامه توسعه کارآفرینی*، ۴(۱۳)، ۱۲۹-۱۴۸.
- مردیث، ج و همکاران (۱۳۷۴). *کارآفرینی در خانواده*. ترجمه محمد صادق بنی‌ثیان. تهران: انتشارات دفتر بین‌المللی کار، موسسه کار و تأمین اجتماعی.
- نوغانی، م. (۱۳۸۱). *تحلیل جامعه‌شناختی موفقیت در ورود به آموزش عالی*. رساله دکتری چاپ‌نشده، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- نیک رفتار، ط. (۱۳۹۰). تأثیر شایستگیهای فردی و اجتماعی بر شخصیت کارآفرینانه (مطالعه موردی: کارکنان بانک توسعه صادرات). *فصلنامه توسعه کارآفرینی*، سال ۴، ش ۱۴، زمستان، ۱۲۵-۱۴۳.
- Acquaah, M. (2007). Managerial Social Capital, Sterategic Orientation and Organizational Performance in an emerging economy. *Stratgic Management Journal*, 28, pp.1234-1255.
- Acs, Z. J. & Audretsch, D. B. (2003). Innovation and Technological Change. In: Acs, Z. J. & Audretsch, D. B. (Eds.). *Handbook of Entrepreneurship*.
- Acs, Z. J. et al. (2005). GEM: 2004 *Excutive Report*. Retrived from: //www.gemconsortium.org, accessed September 7.
- Adorno, T. W. et al. (1950). *The Authoritarion Personality*. New York: Row Publishers.
- Aghajanian, H. & Abbasgholipour, M. (2012). Explanation of Relationships between Biographical Characteristics and Entrepreneurship Spirit of Students. *Iranian Journal of Management Studies*, Vol.5, No. 1 pp.63-78.
- Akcomak, I. & Bast, T. W. (2008). *Social Capital. Innovation and Growth: Evidence from Europe*. IZA Discussion Paper 33410.
- Amit, R. et al. (1993). Challenges to Theory Development in Entrepreneurship Research. *Journal of Management Studies*, 30(5), Pp. 341-354.
- Anderson, A., Park, J. & Jack, S. (2007). Entrepreneurial Social Capital: Coceptualizing social capital in new High-Tech Firms *.International Small Business Journal*, Vol.25, No.3 pp.245-272.
- Baumrind, D. (1991). The influence of parenting style on adolescent competence and substance use. *Journal of Early Adolescence*. 11, Pp 56- 96.

- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In: J.G.Richardson's *Handbook for Theory and Research for sociology of Education*.
- Byers, T., Heleen, K. & Robert I. S. (1997). Characteristics of the Entrepreneur: Social Creatures, Not Solo Heroes. In: Richard C. Dorf (Ed.). *The Handbook of Technology Management*. Ed. CRC Press LLC: Boca Raton, FL.
- Carland, J. W. et al. (1984). Differentiating Entrepreneurs from Small Business Owners: A Conceptualization. *Academy of Management Review*, (9), Pp. 354-359.
- Carter, S. & Rosa, P. (1998). The financing of male and female owned businesses. *Entrepreneurship and Regional Development*, 10(3), 225-242.
- Carter, S. et al. (2001). *Women business Ownership: A review of the academic, popular and internet literature*. Report to the Small Business Service, U.K.
- Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94(supplement), 95-120.
- Coleman, J. S. (1990). *Foundation of Social theory*. Cambridge: Harvard university press.
- Cope, J., Jack, S. & Rose, M. B. (2007). Social Capital and Entrepreneurship :An Introduction, *International Small Business Journal* ,Vol. 25, No.3, 213-219.
- De Bruin, A. et al. (2006). Introduction to the special issue: Towards building cumulative knowledge on women's entrepreneurship. *Entrepreneurship. Theory & Practice*, 30, 585-592.
- Dimaggio, P. & Mohr, J. (1985). Cultural Capital, Educational Attainment, and Marital Selection. *American Journal of Sociology*, 91:1231-1261.
- Dimaggio, P. (1982). Cultural Capital and School Success: The Impact of Status Culture Participation on the Grade of U.S. High School Students, *American Sociological Review*, 47:189-201.
- Dimaggio, P. (2000). Social Stratification, Lifestyle, Social Cognition and Social participation. In D. Grusky (ed.), *Social Francisco*. PP 458-465.
- Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Harper & Row.
- Druker, F. P. (2012). *Innovation and Entrepreneurship: practice and principles*. London: Routledge.
- Fry, F. (1993). *Entrepreneurship: A Planning Approach*, Englewood cliffs NJ: prentice Hall.
- Gatewood, E. J. et al. (2003). *Women entrepreneurs, their ventures, and the venture capital industry: A annotated bibliography*. Stockholm: ESBRI.

- Greer, M. J. & Greere, P. G. (2003). Feminist theory and the study of entrepreneurship. In: Butler, J. (Ed.). *New perspectives on women entrepreneurs*. (pp.1-24), Charlott, NC: Information Age Publishing.
- Gupta, V. K. et al. (2009) .*The Role of Gender Stereotypes in Perceptions of Entrepreneurs and Intentions to Become an Entrepreneur*.Baylor University Press.
- Harker, R. (1990). Education and Cultural Capital. In Harker,R.Mahar, C. & Wilkes, C.(eds), *An Introduction to the work of Pierre Bourdieu: The Practice of Theory*, Macmilan press, London.
- Hegen, T. E. E. (1962). *On the Theory of Social change. How economic growth begin*. dorsay press Home wood.
- Hissrich, R. D. & Peters, M. P. (1998). *The Individual Entrepreneur in Entrepreneurship*. Mc Graw- Hill Publishing.
- Hornaday, J. & Aboud, J. (1971). Characteristics of Successful Entrepreneurs. *Personnel Psychology*, 24, Pp. 141-153.
- Hurley, A. (1999). Incorporating Feminist Theories in to Sociological theories of Entrepreneurship, *Woman in management review*,(14)(2).
- Jennings, D. & Zetihaml, C. (1983). Locus of Control: A review and direction for Entrepreneurial research. *National Academy of Management proceeding*, Pp 42- 46.
- Jennings, R. C., Cox, C. & Cooper, C. (1994). *Business Elites*. London: Routledge publishing.
- Krause, D. F. et al. (2007). The relationships between supplier development, commitment, social capital accumulation and performance improvement. *Journal of Operations Management*, Vol.25, pp.528-545.
- Krause, D. R., Handfeld, R. B. & Tyler, B. B. (2007). The Relationships between Supplier development, Commitment, Social Capital accumiliation and Performance Improvement. *Journal of Operations Management*. Vol, 25, 528-545.
- Krurzic, D. & Pavic, I. (2010). Students Entrepreneurial Characteristic: Emprical Evidence from Croatia. *The Business Review* - 221.
- Kuartko, D. F. & Hudgetts, R. (2001). *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*. New York:The Dryden Press.
- Lin, N. (1999). Building a Network Theory of Social Capital, *Dep.of Sociology*,78(6): 1360-1380.
- Lin, Nan et al. (2001). *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. London: Cambridge University Press.
- Lindsay, W., Lindsay, N. & Jordaan, A. (2007). Investigation the values –Entrepreneurial Attitude-opportunity Recognition Relationship in Nascent Entrepreneurs. *Regional Frontiers of Entrepreneurship Research*,562-568.

- Marlow, S. (2002). Women and self –employment: A part of apart from Theoretical Costruct? *Intenatioal Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 3(2),83-91.
- McClelland, D. (1961). *The Achieving Society*. Van Nostrand: Princeton.
- McClelland, D. (1963). *National Character and political Development* (Ed.). Lucian W. Ppye, Princeton University Press.
- McFadzean, E., Loughlin, A. O. & Shaw, E. (2005). Corporate Entrepreneurship and innovation part 1. *European Journal of Innovation Management* ,Vol. 8, No. 3, 360-372.
- McNeal, R. B. (1999). Participation in High School Extra –Curricular Activities:Investigating School Effects. *Social Science Quarterly* .80(2),291-309.
- Mohanty, S. K. (2006). *Fundamental of Entrepreneurship*, Parentice-Hall of India.
- Münch, R. (1988). *Understanding Modernity*. London: Routledge.
- Nahapit, I. & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intllectual Capital, and the Organizational Advantage. *The Academy of Management Review*.Vol.23,No.2,pp.242-2660.
- Neira, I. et al. (2013).Social and human capital as determining factors of entrepreneurship in the Spanish Regions, *Investigaciones Regionales*,26,pp.115-139.
- Nicholls, A. (2007). *Social entrepreneurship :new models of sustainable social change*. London: Oxford University Press.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. Second edition, New York: Mc Graw- Hill.
- Piazza- Georgi, B. (2006), The role of Human and Social Capital in growth: Extending our understanding, *Cambridge Journal of Economics*, Vol.26, No4, Pp 461-476.
- Reynolds, P. D. et al. (2004). GEM 2003 *Executive Report*. Babson Park, MA: Babson College, London, U.K.;London Business School, and Kansas City,MO: Kauffman Foundation.
- Scholhammer, H. (1982).Internal Corporate Entrepreneurship.In C.Kent,D.Sexton and K.Vesper (Eds.). *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Prentic Hall,Englewood Clipp,NJ.
- Schumpeter, J. A. (1979).The *Theory of Economic Development*. London:Transaction Books (Originally Published 1934).
- Shafaati Laleh, R. (2012). Study on Relationship between Social Capital and Entrepreneurship. *Journal of Basic and Applid Scientific Research*, 2(8),pp.7719-7726.
- Simpeh, K. N. (2011).Entrepreneurship theories and Emprical research: A Summary Review of the Literature. *European Journal of Business and Management*.Vol3, No.6, 1-9.

- Vande Ven, A. & Ferry, D. (1979). *Measuring and Assessing Organizations*. New York: John Wiley.
- Wong, L. et al. (2011). Entrepreneurial Intentions: The influence of Organizational and Individua factors. *Journal of Venturing* ,26,124-136.