

جامعه‌شناسی خانواده و تبار آفرینی فرزندان

دکتر میژن رارع

تابستان ۱۳۹۷

سرسامه	:	زارع، بیژن، ۱۳۲۹ -
عنوان و نام پدیدآور	:	جامعه‌شناسی خانواده و کارآفرینی فرزندان بیژن زارع.
مشخصات نشر	:	تهران: جهاد دانشگاهی واحد استان البرز (خوارزمی)، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	:	۳۷۷ ص: جدول، نمودار.
شابک	:	978-600-7605-54-7 : ۱۸۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی	:	فیا
یادداشت	:	کتابنامه: ص. ۳۵۵.
موضوع	:	کارآفرینی -- ایران -- جنبه‌های اجتماعی -- نمونه پژوهی
موضوع	:	Entrepreneurship -- Social aspects -- Iran -- Case studies
موضوع	:	خانواده پژوهی -- ایران
موضوع	:	Family life surveys -- Iran
شناسه افزوده	:	جهاد دانشگاهی، واحد استان البرز (خوارزمی)
رده بندی کنگر	:	۱۳۹۷ ج ۲/ ۶۱۵/ ۴ HP
رده بندی دیوبی	:	۳۳۸/ ۰۴۰۹۵۵
شماره کتابشناسی ملی	:	۵۷۱۲

انتشارات جهاد دانشگاهی واحد استان البرز (خوارزمی)

شابک: ۷-۵۴-۵۶۰۵-۶۰۰-۹۷۸

ISBN: 978-600-7605-54-7



عنوان کتاب: جامعه‌شناسی خانواده و کارآفرینی فرزندان

مؤلف: دکتر بیژن زارع (عضو هیئت علمی دانشگاه خوارزمی)

نوبت چاپ اول: تابستان ۱۳۹۷

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۱۸۰۰۰۰ ریال

آدرس ناشر: تهران - خیابان انقلاب اسلامی - خیابان شهید مفتاح - پلاک ۴۳ - دان ۱۴ - خوارزمی -

جهاد دانشگاهی واحد استان البرز (خوارزمی)

تلفن و دورنگار: ۸۸۳۰۲۵۲۴ - ۸۸۳۰۹۲۹۲ مرکز پخش: ۷۷۵۰۳۸۲۴

این اثر مشمول قانون حمایت مؤلفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ است. هر کس تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه مؤلف (ناشر) نشر یا پخش یا عرضه کند مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

فهرست مطالب

۹	پیشگفتار
۲۱	فصل اول
۲۱	وضعیت اشتغال و کارآفرینی کشور در مقایسه‌های جهانی و منطقه‌ای
۲۲	مقدمه
۴۱	رقابت پذیری و توسعه یافتگی
۴۴	مقایسه رقابت پذیری در ایران و سایر کشورهای منتخب
۵۲	اکوسیستم کارآفرینی ایران: مانع یا محرک
۶۳	فصل دوم
۶۳	کارآفرینی و آموزش دانش گامی
۶۴	مقدمه: سیر تکامل مفهوم کارآفرینی
۶۷	طبقه‌بندی تعریف های کارآفرینی
۷۴	چگونگی نقش کارآفرینان در رشد اقتصادی جامعه
۹۹	فصل سوم
۹۹	نقش آموزش در ایجاد و ارتقاء روحیه کارآفرینی
۱۰۰	مقدمه
۱۱۶	انواع دوره‌های آموزش کارآفرینی
۱۲۳	فصل چهارم
۱۲۳	رویکردهای نظری به کارآفرینی
۱۲۴	مقدمه
۱۲۵	الف. رویکرد اقتصادی:
۱۲۷	ب. رویکرد روانشناختی
۱۳۷	ج. رویکرد جامعه‌شناختی
۱۴۹	فصل پنجم
۱۴۹	خانواده و تکوین شخصیت کارآفرین
۱۵۰	مقدمه: خانواده و تحولات آن

۱۵۸	رابطه ساختار قدرت در خانواده و مشارکت اجتماعی
۱۶۰	ابعاد نظری و عملی ساختار خانواده
۱۶۷	فصل ششم
۱۶۷	شخصیت اجتماعی
۱۶۸	مقدمه
۱۹۴	انواع شخصیت از دیدگاه جامعه‌شناختی
۱۹۵	فرآیند تکون شخصیت پیشرفته
۲۰۹	ویژگی‌های شخصیت کارآفرین
۲۱۳	فصل هفتم
۲۱۳	انواع سرمایه‌های خانواده
۲۱۵	مقدمه
۲۱۶	سرمایه اقتصادی خانواده
۲۱۷	سرمایه اجتماعی خانواده
۲۲۲	الف: سرمایه اجتماعی در سطح خرد
۲۲۳	ب: سرمایه اجتماعی در سطح میانه
۲۲۴	ج: سرمایه اجتماعی در سطح کلان
۲۳۱	نظریه شبکه‌های اجتماعی
۲۴۶	سرمایه فرهنگی خانواده
۲۴۹	ابعاد سرمایه فرهنگی
۲۷۲	وضعیت پژوهش‌های حوزه سرمایه فرهنگی در ایران
۲۷۹	فصل هشتم
۲۷۹	معرفی مواردی از مطالعات تجربی مرتبط با رویکرد جامعه‌شناختی
۲۸۱	بررسی رابطه میزان سرمایه اجتماعی خانواده و ویژگی‌های کارآفرینانه در شخصیت افراد
۳۱۵	رابطه‌ی ویژگی‌های خانواده و شخصیت کارآفرین فرزندان
۳۵۷	فهرست منابع کتاب

پیشگفتار

فضای کسب و کار هر کشور را می‌توان از طریق شاخص‌های مختلف مورد تحلیل قرار داد. به رغم ثروت‌ها و کاستی‌هایی که هر یک از شاخص‌های محیط کسب و کار دارند نباید از این امر مهم غفلت کرد که این شاخص‌ها از ابعاد متعددی حائز اهمیت هستند:

الف) نخست آن که شاخص‌های در نظر گرفته شده توسط نهادهای بین‌المللی تا حدودی می‌توانند بیان‌کننده وضع مقایسه‌ای فضای کسب و کار کشور به ویژه در مقایسه با دیگر کشورهای جهان باشند.

ب) این شاخص‌ها می‌توانند نمایانگر برخی گلوگاه‌های بازدارنده کشور برای سیاست‌گذاری‌های اقتصادی باشند.

ج) معمولاً کنش نظام بین‌المللی با کشور از طریق شاخص‌های منتشر شده توسط نهادها و سازمان‌های بین‌المللی تأثیر می‌پذیرد و عموم سیاست‌گذاران بین‌المللی و فعالان اقتصادی نتایج این شاخص‌ها را به عنوان معیار تصمیم‌گیری در ارتباط با محیط کسب و کار کشورها مورد استفاده قرار می‌دهند.

د) به علاوه، سرمایه‌گذاران و فعالان اقتصادی خارجی به این رتبه‌بندی‌ها توجه داشته و بر مبنای این شاخص‌ها و آمارها دست به انتخاب کشورها برای سرمایه‌گذاری می‌زنند (مدرسی عالم و داوودی، ۱۳۹۳: ۱۲۸).

امروزه در سراسر جهان تغییرات جمعیت، فناوری، تورم، بیکاری، عدم توسعه یافتگی و دیگر عوامل محیطی جامعه بشری را به صورت بسیار متفاوت از گذشته تغییر داده و

چالش‌ها و فرصت‌های جدیدی را پیش رو نهاده است. در گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی کشورهای عضو (بر اساس نظریه مراحل توسعه اقتصادی پورتر^۱ ۱۹۹۰ و ۱۹۹۸)، کشورها به سه دسته کشورهای دارای اقتصادهای مبتنی بر عوامل تولید (اقتصادهای سنتی)، اقتصادهای کارآیی‌محور و اقتصادهای نوآورمحور تقسیم شده‌اند. الزامات اساسی مرحله اول توسعه یافتگی شامل ثبات اقتصاد کلان کشور، نهادها، زیرساخت‌ها، سلامت و تحصیلات ابتدایی به عنوان شرایط زیربنایی در نظر گرفته می‌شود که عملاً برای عملکرد مناسب یک محیط کسب و کار خوب حیاتی است. این الزامات معمولاً نقطه تمرکز تلاش‌ها برای توسعه در کشورهای دارای اقتصاد مبتنی بر عوامل تولید محسوب می‌شود. زمانی که این عوامل به طور نسبی برقرار شوند کشور به مرحله بعدی یعنی اقتصاد مبتنی بر کارآیی‌محور صعود خواهد نمود. در این زمان تلاش‌های مالی و توسعه‌ای موبایلت بر عوامل توسعه همچون تحصیلات عالی و آموزش، کارآیی بازار کالا و نیروی کار، کیفیت بازار مالی، آمادگی فناورانه و اندازه بازار متمرکز شود، در حالی که برای رسیدن به مرحله سوم توسعه یعنی اقتصاد نوآورمحور می‌بایست بر عواملی که فعالیت‌های نوآورانه و کارآرینان را تهییج می‌کند تکیه کرد (گزارش دیده‌بان جهانی، ۲۰۱۲).

در چهارچوب مدل پورتر ایران به دلیل محوریت عوامل طبیعی در فرآیندهای تولید، سطح پایین مهارت نیروی کار و عدم تولید محصولات نو، در گروه کشورهای منابع‌محور طبقه‌بندی می‌شود. در جدول ذیل، انواع اقتصاد کشورهای عضو دیده‌بان جهانی کارآفرینی بر اساس نظریه مراحل توسعه اقتصادی پورتر دسته‌بندی شده‌اند (گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی، ۲۰۱۲ به نقل از مدرسی عالم و داوودی، ۱۳۹۳: ۱۳۶).

^۱. Porter

جدول شماره ۱: تقسیم‌بندی کشورها بر اساس مراحل توسعه اقتصادی پورتر در

گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی ۲۰۱۲

کشورها	توضیح	نوع اقتصاد
الجزایر، مصر، ایران، فلسطین، آنگولا، بوتسوانا، مالاوی، غنا، اتیوپی، زامبیا، نیجریه، پاکستان	در این نوع اقتصادها، شرکت‌ها درگیر رقابت بر سر قیمت، و از نیروی کار غیرماهر و منابع طبیعی استفاده می‌کنند.	اقتصاد مبتنی بر عوامل تولید
آرژانتین، برزیل، شیلی، کلمبیا، کاستاریکا، اکوادور، السالوادور، مکزیک، تونس، مکزیک، تونس، نامیبیا، لیبی، چین، مالزی، تایلند، مقدونیه، روسیه، ترکیه و...	در این نوع اقتصادها روش‌های کارآیی و عملکرد بهتر کمک می‌کند. سطح آموزش بالاتر و توانایی بهره‌برداران از فناوری موجود منجر به رقابت‌پذیری می‌شود.	اقتصاد مبتنی بر کارآیی محور
اتریش، بلژیک، دانمارک، فنلاند، فرانسه، آلمان، ایرلند، ایتالیا، هلند، اسپانیا، اسلواکی، سوئد، سوئیس، نروژ، سوئیس، ایالات متحده آمریکا و...	در این نوع از اقتصادها، شرکت‌ها کمک تکنولوژی‌های پیچیده CT محصولات نوآورانه تولید می‌کنند و نوآوری تنها راه بقای شرکت‌هاست.	اقتصاد مبتنی بر نوآوری

به طور کلی در نظریه‌های اقتصادی، رشد اقتصادی در نتیجه طیف وسیعی از عوامل اقتصادی، اجتماعی و سیاسی از جمله موارد زیر ایجاد می‌شود (کوکینو^۱، ۲۰۰۵: ۲):

۱- انباشت سرمایه فیزیکی و انسانی.

۲- تعامل میان سرمایه‌گذاری مؤسسات خصوصی، دولتی و اقتصاد خارجی.

۳- اتخاذ ایده‌های جدید و انباشت دانش تکنولوژیک

شومپیتر با وارد کردن بحث نوآوری در علم اقتصاد، جزء اولین کسانی بود که به بررسی نقش تکنولوژی در رشد اقتصادی پرداخت. چهارچوب نظری اثرات نوآوری بر کارایی، بهره‌وری و رشد اقتصادی بر پایهٔ تئوری رشد درون‌زای سولو^۱، بارو^۲ و رومر^۳ توسعه یافت. نوآوری خود شامل دو عمل است: تحقیق و توسعه. تحقیق به تولید اطلاعات و توسعه به استفاده از اطلاعات به دست آمده برای ایجاد کالاها و محصولات جدید می‌گویند. تولید کالاها و محصولات جدید (تجاری سازی) نیز نیاز به بنگاه نوآور دارد تا ترکیبی از دارایی‌ها را به همراه تکنولوژی، به کار گیرد و این دانش عمومی (تکنولوژی) را به کالا تبدیل کرده و ایجاد مزیت رقابتی برای صاحبان و همکاران، (۱۳۹۲: ۱۰).

در این میان کارآفرینی فرآیندی است که در شرایط نامطمئن موجود در محیط با فرصت‌هایی که از طریق نوآوری ایجاد شده، به منظور ایجاد ارزش بهره‌برداری می‌کند (کوکینو، ۲۰۰۵: ۷). به این ترتیب فعالیت‌های کارآفرینی و نوآوری می‌تواند به عنوان عوامل کلیدی ارتقاء رشد و افزایش بهره‌وری دیده شوند. بر اساس این دیدگاه، موفقیت اقتصادی و رقابت‌پذیری حاصل ترکیب محیط مساعد کارآفرینی، رفتار نوآورانه و ایجاد ترکیب جدیدی از عوامل تولید است که تبدیل به موتور رشد اقتصادی می‌شوند.

در واقع، شرایط اقتصادی، صنعتی، اجتماعی و فرهنگی امروز کشور به گونه‌ای است که حل مشکلات و تنگناها، الگوها و راه‌حل‌های جدید و متفاوتی را طلب می‌کند. ترکیب

^۱ . Solow

^۲ . Barrow

^۳ . Romer

جمعیتی جوان کشور، ضرورت ایجاد فرصت‌های شغلی، نوسان بهای نفت و تحریم‌های مستقیم و غیرمستقیم آمریکا عواملی هستند که موجب می‌شوند سیاست‌گذاران و تصمیم‌سازان کلان کشور به منبع سهل‌الوصول دیگری به جز نفت بیندیشند و بی‌شک آن منبع جز ابتکار، خلاقیت و نوآوری چیز دیگری نیست.

امروزه نیروی انسانی به عنوان یک منبع نامحدود و محور هر نوع توسعه مطرح می‌باشد. در این بین کارآفرینان به خصوص دارای نقشی مؤثر در فرآیند توسعه اقتصادی هستند. تحقیقات نشان داده که بین رشد اقتصادی و تعداد کارآفرینان در یک کشور همبستگی مثبت وجود دارد. با اساس مطالعاتی که آدریچ و ثوریک (۲۰۰۱)، انجام داده‌اند حضور بنگاه‌های کوچک در صنایع تولیدی کشورهای ثروتمند اروپا به رشد اقتصادی آن‌ها کمک می‌کند. همچنین گالیندر مارتین و همکاران^۱ (۲۰۱۰) اثر کارآفرینی را بر رشد اقتصادی ۲۵ کشور منتخب در دوره (۲۰۰۶-۲۰۱۰) مورد آزمون قرار دادند. آن‌ها که از شاخص کل فعالیت‌های کارآفرینی به عنوان معیار کارآفرینی استفاده نمودند با برآورد مدل رگرسیونی مطرح شده با روش آثار ثابت نتیجه گرفتند کارآفرینی از طریق رونق سرمایه‌گذاری بخش خصوصی اثر مثبت غیرمستقیم بر رشد اقتصاد دارد.

لی و همکاران^۲ (۲۰۰۹) با در نظر گرفتن ثبت اختراعات به عنوان معیار کارآفرینی به بررسی ارتباط میان کارآفرینی و رشد اقتصادی در کشور چین پرداختند. آن‌ها این ارتباط را با استفاده از داده‌های پانل و تخمین زننده GMM برای ۲۹ استان کشور چین در یک دوره ۲۰ ساله (۲۰۰۳-۱۹۸۳) مورد تجزیه و تحلیل قرار دادند و نتیجه گرفتند در دوره مورد بررسی کارآفرینی بر رشد اقتصادی چین اثر مثبت و معناداری داشته است.

^۱ . Galindo, Martin & Etal

^۲ . Li & Etal

وان استل و همکاران^۱ (۲۰۰۴) اثر کارآفرینی را بر رشد اقتصادی ۳۶ کشور جهان در دوره (۲۰۰۳-۱۹۹۹) مورد بررسی قرار دادند. آن‌ها شاخص کل فعالیت‌های کارآفرینی (TEA) را به عنوان شاخص کارآفرینی در نظر گرفتند و پس از برآورد مدل رگرسیونی مورد نظر با روش GMM، نتیجه گرفتند که کارآفرینی بر رشد اقتصادی تأثیر می‌گذارد، اما این تأثیر به سطح در آمد سرانه کشورها بستگی دارد. به عبارت دیگر، در کشورهای فقیر بین سطح کل فعالیت‌های کارآفرینی و رشد اقتصادی رابطه منفی وجود دارد، در حالی که این ارتباط برای کشورهای ثروتمند و با درآمد بالا مثبت است. بر این اساس، ادعا شد که اثر کل فعالیت‌های کارآفرینی بر رشد اقتصادی پیچیده است و برای بررسی نقش کارآفرینی در رشد اقتصادی می‌بایست تأثیر انواع کارآفرینی به طور مجزا بررسی شوند.

بلانچفلور^۲ (۲۰۰۰) با استفاده از داده‌های سری زمانی مربوط به ۲۳ کشور عضو OECD به بررسی اثر کارآفرینی بر رشد اقتصادی کشورهای مذکور در دوره (۱۹۹۶-۱۹۷۷) پرداخت. این پژوهشگر خوداشتغالی را سیروی کارآفرینی در نظر گرفت و با برآورد مدل نتیجه گرفت که رابطه معناداری بین خوداشتغالی و رشد اقتصادی وجود ندارد.

نچارزاده نوش آبادی (۱۳۹۱) در مقاله‌ای تحت عنوان «نقش کارآفرینی مولد و غیر مولد در رشد اقتصادی» نقش کارآفرینی مولد و غیرمولد در رشد اقتصادی کشورهای از طریق دو شاخص خوداشتغالی به عنوان شاخصی برای کارآفرینی غیرمولد و مولد، به عنوان شاخصی برای کارآفرینی مولد بررسی نمود. نتایج برای ۶۰ کشور منتخب توسعه یافته و در حال توسعه برای دوره (۲۰۰۶-۱۹۹۶) نشان می‌دهد خوداشتغالی اثر منفی و نوآوری اثری مثبت بر رشد اقتصادی دارد.

^۱ . Vanstel & Etal

^۲ . Blanchflower

مداح (۱۳۸۸) با ارائه مدلی با عنوان «آموزش عالی، کارآفرینی و رشد اقتصادی»، نقش کارآفرینی را در رشد اقتصادی ۱۴ کشور منتخب مورد بررسی قرار داد. وی با محاسبه ضریب همبستگی خطی میان نرخ رشد شرکت‌های تازه تأسیس به عنوان شاخص جانشین فعالیت‌های کارآفرینی و نرخ رشد اقتصادی در ۱۴ کشور نتیجه گرفت که ضریب همبستگی میان کارآفرینی و رشد اقتصادی ۰/۷۹ است.

صباحی و همکاران (۱۳۹۲) در مقاله‌ای تحت عنوان «بررسی اثر کارآفرینی بر رشد اقتصادی در کشورهای منتخب» با استفاده از داده‌های سال ۲۰۰۸ و بهره‌گیری از مدل رشد درون‌زای رو، متاثر کارآفرینی در کنار دیگر متغیرهای مهم مؤثر بر رشد وارد مدل می‌شود. برای اندازه‌گیری کارآفرینی از سه شاخص مختلف، از جمله شاخص‌های «سازمان دیده‌بان جهانی کارآفرینی» استفاده شده است. نتایج حاصل از برآورد مدل به روش حداقل مربعات معمولی برای دسته داده‌های مقطعی در هر سه شاخص، مؤید یکدیگر است که این امر دقت و استحکام نتایج و یافته‌ها را تقویت می‌نماید. یافته‌های تحقیق، حاکی از اثر معنادار کارآفرینی بر رشد اقتصادی است. البته میزان و نوع تأثیر به سطح درآمد سرانه بالای کشورها بستگی دارد. بدین صورت که در کشورهای با درآمد سرانه بالا، اثر کارآفرینی بر رشد اقتصادی مثبت و در کشورهای با درآمد و فقیر این اثر منفی است. بر اساس نتایج پژوهش، کارآفرینی در کشورهای توسعه‌یافته به خصوص بر اساس جنبه نوآوری آن باید مورد تأکید قرار گرفته و در کشورهای در حال توسعه نیز نیاز به سیاست‌های تشویقی دولت‌ها برای افزایش مشارکت در اقتصاد به شکل کارآفرینی، احساس می‌شود.

اگرچه ایران در دسترسی به صنایع دارای تکنولوژی پیشرفته به دلایل ساختاری، زیرساختی و ... ممکن است محدودیت‌هایی داشته باشد اما می‌تواند این کمبود را با سرمایه‌گذاری بر روی تربیت نیروی انسانی و هموار کردن مسیر تبدیل ایده‌ها به کسب‌وکارها جبران کند.

از طرف دیگر، می‌دانیم که اقتصاد ایران اقتصاد مبتنی بر عوامل تولید بوده و بیشتر درگیر کاهش قیمت تمام شده می‌باشد به همین دلیل به دنبال به‌کارگیری نیروی کار با هزینه ارزان‌تر بوده که این دیدگاه خود سبب کاهش دیدگاه کارآفرینی و حساسیت به محیط و از دست رفتن فرصت‌های کارآفرینی می‌شود. البته وضعیت ایران در مقایسه با برخی کشورها مانند الجزایر، مصر، پاکستان و ... در سال‌های اخیر روند نزولی داشته و بدترین عملکرد را در بین سایر کشورها داشته است (گزارش شاخص‌های کلان بانک جهانی^۱، ۲۰۱۸).

از دیگر حمایت‌هایی که سازمان‌ها و نهادهای یاری‌دهنده از جمله شتاب‌دهنده‌ها می‌توانند داشته باشند کمک به معرفی، فروش، بازاریابی، صادرات و یا در فراهم آوردن امکانات اولیه تولید از جمله واردات مواد اولیه ضروری است. در این شرایط با تخصصی کردن فعالیت‌ها در کسب‌وکارهای نوپا امکان تمرکز بر مزایای اصلی به‌وجود آمده و این کسب‌وکارها با درگیر نشدن در مسایل تأمین و فروش امکان کسب موفقیت بیشتری دارند.

در نهایت باید در نظر داشت که بر اساس گزارش‌های بانک جهانی، ایران از منظر شروع یک کسب‌وکار جدید (با در نظر گرفتن فاکتورهای قانونی، حقوقی، مالی و ...) وضعیت مناسبی نداشته و از نظر سهولت انجام اصلاحات در زمینه کسب‌وکار و صادرات تجارت برای شرکت‌های داخلی در بین ۱۹۰ کشور در جهان، حایز رتبه ۱۲۴ شده است (گزارش شاخص‌های کلان بانک جهانی، ۲۰۱۸: ۴). این مورد به صورت مستقیم بر نزول جایگاه ایران در اکوسیستم کارآفرینی تأثیر گذاشته است. شکاف‌ها، مشکلات، کمبودها و ... که در

^۱ . A World Bank Group Flagship Report

محیط اقتصادی ایران وجود دارد در صورت وجود نیروی انسانی کشف‌کننده فرصت‌ها و شناخت محیط، زمینه مناسبی برای رشد و پرورش کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکارهای جدید است. در نهایت، باید در نظر داشت که موتور محرکه ایران در تغییر جایگاه خود علاوه بر حمایت‌های قانونی و مالی، پرورش مهارت‌ها و انگیزه نیروی انسانی که اکثراً دارای تحصیلات آکادمیک بوده، می‌باشد.

اما، باید به این نکته مهم توجه کرد که علاوه بر اهمیت زمینه‌ها و شرایط ساختاری مناسب برای دستیابی به رشد و توسعه اقتصادی پایدار، نیروی انسانی کارآمد، خلاق، نوآور و کارآفرین نیز غایت اصلی است. بدین ترتیب می‌توان گفت، توسعه بدون وجود افراد دارای شخصیت رشد یافته و کارآفرین امکان‌ناپذیر است و در همان حال بدون توسعه و تکامل ساختاری رشد شخصیت برای اکثریت و امکان مشارکت خلاقانه، آگاهانه و داوطلبانه اکثریت غیرقابل تصور است. به عبارت ساده، تکامل ساختاری و رشد شخصیت اکثریت در بهگشت اجتماعی در نظامی پویا لازم و ملزوم یکدیگرند (چلبی، ۱۳۷۵: ۲۲۷).

تکوین شخصیت کارآفرین نیز در فرآیند جامعه‌پذیری، از طریق عوامل و آژانس‌های جامعه‌پذیری همچون؛ خانواده، گروه همالان، مدرسه، رسانه‌ها و محیط کار محقق می‌شود. در کتاب حاضر، ابتدا به تأثیر آموزش در تقویت خصوصیات کارآفرینانه فرزندان و در ادامه با تأکید بر نقش خانواده در شکل‌گیری ویژگی‌های کارآفرینانه به تفصیل و تحلیل بیشتری پرداخته خواهد شد.

کتاب از یک پیشگفتار و ۸ فصل تشکیل شده است. در فصل اول، با عنوان وضعیت اشتغال و کارآفرینی کشور در مقایسه‌های جهانی و منطقه‌ای، موقعیت کشور با استناد به آمارهای ملی و جهانی به تصویر کشیده شده است. در این فصل پس از ذکر یک مقدمه مبسوط تحلیلی، وضعیت ایران در برخی از متغیرهای مورد استناد برای تعیین رتبه‌بندی

کشورها در زمینه رقابت‌پذیری اقتصاد کشورها، در گزارش مجمع جهانی اقتصاد و سایر مؤسسات از جمله بانک جهانی و سازمان دیده‌بان جهانی کارآفرینی در طی سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۷ ارائه شده است. همچنین، در ادامه مباحث فصل اول، وضعیت اکوسیستم کارآفرینی ایران با استناد به گزارش مجمع جهانی اقتصاد، بانک جهانی و سازمان دیده‌بان جهانی کارآفرینی مورد تحلیل قرار گرفته و جایگاه کشور به ویژه از نظر شاخص‌های رقابت‌پذیری، اقتصاد و کارآفرینی در بین کشورهای واقع در منطقه منا (کشورهای خاورمیانه و آفریقا) مورد بحث قرار گرفته است.

در فصل دوم با عنوان *کارآفرینی و آموزش دانشگاهی*، ابتدا در مقدمه به سیر تکامل مفهوم کارآفرین و کارآفرینی پرداخته شده و در ادامه یک طبقه‌بندی اجمالی از تعاریف عرضه گردیده است. در نهایت، اصل به چگونگی نقش کارآفرینان در رشد اقتصادی کشورها با استناد به مطالعات خارجی و داخلی پرداخته شده است.

فصل سوم کتاب با عنوان *نقش آموزش در ایجاد و ارتقاء روحیه کارآفرینی*، در افراد اختصاص دارد. در مقدمه فصل، ضمن تأکید مجدد بر ضرورت وجود ساختارهای کلان اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی توسعه یافته برای تسهیل توسعه پایدار به اهمیت تربیت افراد دارای ویژگی‌های کارآفرینانه نیز اشاره گردیده است. برای تحقق این امر یعنی برخورداری از افراد دارای شخصیت کارآفرینانه باید عوامل دست‌اندردار جامعه‌پذیری از جمله خانواده، گروه همالان، مدرسه (نظام آموزش رسمی و غیررسمی)، رسانه‌ها و محیط کار از پتانسیل لازم برخوردار باشند. در این فصل به انواع دوره‌های آموزشی اعم از کوتاه‌مدت یا درازمدت در کشورهای مختلف به ویژه در زمینه کارآفرینی به تفصیل مورد بحث قرار گرفته است.

در فصل چهارم کتاب تحت عنوان *رویکردهای نظری به کارآفرینی*، ضمن طرح یک مقدمه مبسوط به ارائه رویکردهای مختلف به مقوله کارآفرینی و جایگاه آن در توسعه

اقتصادی و ارزش‌آفرینی اقتصادی آن پرداخته شده است. در این رابطه رویکردهای اقتصادی، روانشناختی و جامعه‌شناختی مورد بحث و بررسی قرار گرفته‌اند. نکته حایز اهمیت تأکید این کتاب بر رویکرد جامعه‌شناختی به مقوله کارآفرینی است که هم در جهان و هم در ایران، کمتر مورد توجه قرار داشته است.

فصل پنجم کتاب با عنوان، نقش خانواده در تکوین شخصیت کارآفرین، به جایگاه خانواده در جامعه بشری و کارکردهای آن در طول تاریخ زندگی بشر از گذشته‌های دور تاکنون پرداخته شده است. در این رابطه به ویژه انواع خانواده براساس ساختار روابط قدرت به تفصیل مورد بحث قرار گرفته است. بر اساس مباحث نظری و مطالعات تجربی خارجی و داخلی بر آن نکته تأکید شده که خانواده‌های دموکراتیک فرزندانی مشارکت‌جو و کارآفرین تربیت می‌سند و برعکس خانواده‌های استبدادی فرزندانی تربیت می‌کنند که درست نقطه مقابل فرزندان خانواده دموکراتیک هستند.

در فصل ششم کتاب تحت عنوان نقش اجتماع، پس از بحث در زمینه فرآیند جامعه‌پذیری و چگونگی تکوین شخصیت اجتماعی، به ذکر مراحل شکل‌گیری شخصیت اجتماعی فرزندان و جایگاه و نقش خانواده در این امر پرداخته شده است. در ادامه، انواع شخصیت از دیدگاه جامعه‌شناسی و روانشناسی اجتماعی مطرح شده است. فرآیند تکوین شخصیت اجتماعی پیشرفته که تا حد زیادی همان شخصیت کارآفرین است مبحث دیگری است که به تفصیل در کتاب، مورد بحث قرار گرفته است. آخرین مبحث فصل ششم، طرح ویژگی‌های شخصیت کارآفرین است.

فصل هفتم کتاب با عنوان، انواع سرمایه‌های خانواده، است. در این فصل در طی یک مقدمه، به این امر پرداخته شده است که، هرچه خانواده‌ها از سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بیشتری برخوردار باشند، احتمال بیشتری می‌رود که نظام شخصیت فرزندان آن‌ها به لحاظ ویژگی‌های کارآفرینانه از وضعیت مطلوب‌تری برخوردار باشد. در

ادامه این فصل مباحث دیگری نظیر سرمایه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خانواده و رابطه آنها با شخصیت کارآفرین فرزندان مطرح شده است. ذکر این نکته نیز ضروری است که، در ذیل هر کدام از عنوان‌های یاد شده هم بحث‌های نظری و هم مطالعات تجربی به تفصیل مورد بحث قرار گرفته‌اند.

سرانجام، آخرین فصل کتاب با عنوان، *ارائه مواردی از مطالعات تجربی انجام یافته در باب ویژگی‌های خانواده و شخصیت کارآفرین فرزندان با رویکرد جامعه‌شناختی*، است. مطالعات تجربی ذکرشده، حاصل آزمون تجربی ادعای مؤلف کتاب در باب وجود رابطه ساختار قدرت در خانواده، میزان سرمایه اجتماعی و فرهنگی خانواده با میزان برخورداری فرزندان از ویژگی‌های کارآفرینانه در شخصیت‌شان است. لازم به اشاره است که، هر دو مقاله در مجله علمی پژوهشی داخلی به چاپ رسیده است. ضمن این که، در این مقالات، تدوین و ارائه چوب نظری مورد نظر مؤلف کتاب و آزمون فرضیات براساس بحث‌های نظری و مطالعات تجربی مطرح شده در فصول چهار، پنج، شش و هفت کتاب صورت گرفته است.