

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کارآفرینان کشور

محمدتقی انصاری ، عباس سلمانی‌زاده

طرح مسأله: با توجه به نقش و اهمیت کارآفرینی در توسعه اقتصادی کشور، انجام پژوهش‌های تجربی از ابعاد گوناگون در زمینه کارآفرینی، یک ضرورت است. در این مقاله به بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کارآفرینان کشور پرداخته شده است.

روش: در این تحقیق توصیفی - پیمایشی از پرسش‌نامه به عنوان ابزار پژوهش و از آمار توصیفی و استنباطی برای انجام محاسبات و تجزیه و تحلیل داده‌های آماری استفاده شده است.

یافته‌ها: بر مبنای تجزیه و تحلیل توصیفی متغیرهای مستقل تحقیق، جنسیت مرد، داشتن تحصیلات دانشگاهی، رشته تحصیلی فنی - مهندسی، اشتغال آزاد والدین، سن مناسب (بین ۲۵ تا ۳۵ سال) در زمان شروع به فعالیت کارآفرینانه، جایگاه متوسط و مرفه اقتصادی و وجود الگوی نقش (به خصوص در بین نزدیکان)، مؤلفه‌های قابل انتساب به کارآفرینان کشور می‌باشند.

نتایج: نتایج این مطالعه حاکی از وجود انطباق در تعدادی از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کارآفرینان کشور با نتایج مطالعات سایر کشورها و عدم همسویی در تعدادی دیگر است.

کلید واژه‌ها: الگوی نقش، رفتار کارآفرینانه، کارآفرینی، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

تاریخ پذیرش: ۱۷/۶/۱۷

تاریخ دریافت: ۱۶/۷/۱۵

کارشناس ارشد مهندسی صنایع، عضو هیأت علمی مؤسسه مطالعات و تحقیقات فناوری، سازمان پژوهش‌های

علمی و صنعتی ایران <mtxansari@yahoo.com>

کارشناس ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی

مقدمه

درک کامل موضوع کارآفرینی نیازمند داشتن یک دیدگاه پیش‌رشته‌ای است. از اواسط قرن بیستم واژه کارآفرینی، علاوه بر نظریه‌های اقتصادی، وارد دیدگاه‌های دیگری از قبیل روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و مدیریت گردید (احمدپور، ۱۳۸۱: ۱۴). در میان کارآفرینان مختلف کارآفرین و کارآفرینی اولین بار مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفت. در نگرش اقتصادی، دو محدودیت بارز به چشم می‌خورد: محدودیت‌های شناختی و ادراکی انسان، و تأثیر قوی عوامل اجتماعی بر ادراک و پردازش اطلاعات. این دو محدودیت به همراه گرایش تحلیل‌های اقتصادی به استفاده از شیوه‌های آماری و ریاضی، صاحب‌نظران را بر آن داشت که برای تحلیل کارآفرینی پا را از حیطه علم اقتصاد فراتر نهند و ناشناخته‌های خود را در این زمینه در مقوله‌های دیگری چون روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و مدیریت جستجو نمایند (همان: ۶۹). روان‌شناسان توجه خود را به تجزیه و تحلیل فرد و متغیرهای شخصیتی و روان‌شناختی معطوف داشتند و اغلب به دنبال کشف پاسخ به این سؤال بودند که کدام ویژگی‌های فردی کارآفرین، وی را از غیر کارآفرین و مدیر متمایز می‌سازد. از این رو از تحقیقات این دانشمندان به عنوان رویکرد روان‌شناختی یاد می‌شود. تأکید بیش از حد این رویکرد بر خصایص فردی، موجب عدم توفیق روان‌شناسان در دستیابی به ویژگی‌های مشترک بین کارآفرینان گردید. از آن پس، جامعه‌شناسان و روان‌شناسان به متغیرهای جمعیت‌شناختی توجه کردند که از مطالعات آن‌ها به عنوان رویکرد جمعیت‌شناختی یاد می‌شود. در مبحث جمعیت‌شناختی به مطالعات جمعیت‌های انسانی و بررسی نظری و تجربی فرآیندهای جمعیتی تأکید می‌شود. متغیرهای جمعیت‌شناختی نوعاً مشتمل بر سن، جنسیت، وضعیت تأهل، نژاد، مذهب، وضعیت اشتغال، محل اقامت، وضعیت اجتماعی و اقتصادی، مالکیت، چرخه‌های زندگی و ... می‌باشند. در رویکرد جمعیت‌شناختی به جای خصیصه‌های فردی، بر فعالیت‌های کارآفرین تأکید می‌شود. علاوه بر این دو رویکرد، رویکرد محیطی نیز از سوی صاحب‌نظران مطرح شده است. از نظر موریس و لوئیس (Morris & Lewis, 1995: 35) عوامل تعیین‌کننده محیطی عمدتاً در قالب سه دسته کلی

زیرساخت‌های محیطی، تغییرات محیطی و تجربیات محیط شخصی گروه‌بندی می‌شوند. برای رسیدن به وضع مطلوبی از شرایط توسعه و رشد اقتصادی در کشور، از سوی صاحب نظران، کارآفرینی به عنوان یک راهبرد موثر مطرح شده است. یکی از مهم‌ترین راهکارهای توسعه کارآفرینی در جامعه، توسعه و ارتقاء رفتار کارآفرینانه افراد از طریق ترویج و فرهنگ‌سازی، آموزش و حمایت از کارآفرینان بالقوه است (شجاع و بهنیا، ۱۳۸۴: ۲۵۲). از چند سال پیش به این سو، توسعه کارآفرینی در ایران با اقدامات عملی از قبیل تأسیس مراکز کارآفرینی دانشگاهی، مورد توجه واقع شده است. بهره‌مندی از نتایج مطالعات میدانی در خصوص کارآفرینی و ویژگی‌های کارآفرینان، می‌تواند موجب تقویت برنامه‌های مرتبط با توسعه کارآفرینی شود. با این ملاحظات، در سال ۱۳۸۵ تحقیقی پیمایشی با هدف بررسی و شناخت ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کارآفرینان کشور صورت گرفت که در پی یافتن پاسخ به سؤالات ذیل بود:

الف) ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کارآفرینان ایران چیست؟

ب) آیا رابطه معنی‌داری بین ویژگی‌های جمعیت‌شناختی یک کارآفرین و رفتار کارآفرینانه او وجود دارد؟

در این مقاله نتایج این تحقیق ارائه شده است.

۱) چارچوب نظری

برای کارآفرینی تاکنون تعریف واحدی ارائه نشده است. از نظر سالمن و همکاران (Sahlman, et al., 1999: 140) عناصر هر فرآیند کارآفرینانه مشتمل بر افراد، فرصت و زمینه بیرونی است. فرای (Fry, 1993: 377) معتقد است که اجزاء فعالیت کارآفرینانه را می‌توان در قالب پنج جزء یعنی کارآفرین، فرصت، ساختار، منابع و استراتژی خلاصه نمود. به نظر هیسریچ و پیترز (Hisrich & Peters, 2002: 7) کارآفرینی عبارت است از فرآیند خلق چیزی با ارزش و متفاوت از طریق اختصاص زمان و تلاش کافی، همراه با ریسک مالی، روانی و اجتماعی، و دریافت پاداش‌های مالی و رضایت شخصی از نتایج آن.

برای دسته‌بندی انواع کارآفرینی، تقسیم‌بندی‌های مختلفی مطرح شده است؛ از جمله کورنوال و پرلمن (Cornwall & Perlman, 1990: 6) کارآفرینی را به سه دسته "کارآفرینی فردی (یا مستقل)"، "کارآفرینی درون سازمانی" و "سازمان کارآفرینانه" تقسیم می‌کنند. در این مقاله، مورد اول، یعنی کارآفرینی مستقل مد نظر است. کارآفرینی فردی، فرآیندی است که در آن کارآفرین می‌کوشد، تا فعالیت کارآفرینانه‌ای را به طور مستقل و آزاد، با بسیج منابع و پذیرش مخاطرات احتمالی مختلف، در قالب ایجاد کسب و کار به ثمر برساند. زمانی تصور می‌شد که کارآفرینان دارای صفات ذاتی هستند. اما امروزه، شواهد کافی موجود است که نشان دهد صفات کارآفرینی می‌تواند در نتیجه متغیرهایی چون تجربه کاری، محیط خانوادگی دوران کودکی، تحصیلات، سن، الگوهای نقش، محیط فرهنگی - اجتماعی، و ... پرورنده شود (سالازار و همکاران، ۱۳۸۰: ۵۵). از این نظر، بررسی ویژگی‌های جمعیت شناختی اهمیت پیدا می‌کند.

سن آغاز به کارآفرینی یکی از این ویژگی‌ها است. اساساً نمی‌توان سن مطلوبی را برای آغاز فعالیت‌های کارآفرینانه معین کرد. مطالعه و بررسی در مورد کارآفرینان دنیا نشان می‌دهد که کارآفرینان می‌توانند در هر گروه سنی (از نوجوانی تا پیری) وجود داشته باشند. (احمدپور و عزیزی، ۱۳۸۴: ۵۳). در مطالعات انجام شده توسط فرای، نتایج یک بررسی میدانی از تقریباً سه هزار کارآفرین نشان می‌دهد ۸۸ درصد کارآفرینان در سنین ۲۰ تا ۵۰ سالگی و تقریباً ۶۵ درصد در سنین ۲۰ تا ۴۰ سالگی فعالیت اقتصادی خود را آغاز کرده‌اند. (Fry, 1993: 60). سوسبائر معتقد است برای افرادی که کم‌تر از ۲۵ سال دارند، مسأله تحصیلات و خدمت وظیفه، از جمله عواملی است که از تعداد کارآفرینان می‌کاهد و پس از ۶۰ سال نیز به علت کاهش انرژی و سایر محدودیت‌های فیزیکی از تعداد کارآفرینان کاسته می‌شود (احمدپور، ۱۳۸۱: ۱۱۲-۱۱۱). هیسریچ و پیترز معتقدند در ارزیابی نتایج حاصل از ارتباط سن با روند کارآفرینی باید سن کارآفرینی (سنوات تجربی کارآفرین) و سن شناسنامه‌ای را از هم متمایز کنیم (Hisrich & Peters, 2002: 71). در ارتباط با جنسیت، هیسریچ و پیترز (همان، ۳۲) معتقدند هر چند هنوز تعداد

کارآفرینان مرد بیش از تعداد کارآفرینان زن است، اما کارآفرینان زن، دو تا سه برابر بیش از مردان به فعالیت‌های کارآفرینانه نوپا دست می‌زنند. کارآفرینان ممکن است فرزند اول یا چندم خانواده باشند. با این همه شمار کارآفرینانی که فرزند اول بوده‌اند تا حدی چشمگیر است. تحقیقات بیش‌تری درباره‌ی تأثیر فرزند اول بودن باید انجام گیرد تا مشخص شود که آیا این امر حقیقتاً بر کارآفرین شدن فرد تأثیر دارد یا خیر (همان، ۶۹-۶۸).

با وجود آن که از لحاظ آماری هیچ‌گاه تأیید نشده، اما اکثر کارآفرینان هنگامی که نخستین فعالیت کارآفرینانه مهم‌شان را آغاز کردند متأهل بوده‌اند. در واقع همسران نقش پشتیبانی مهمی دارند (همان، ۳۲).

بعضی از کارآفرینان، ترک تحصیل‌کنندگان دبیرستانی هستند. با این وجود، به طور کلی کارآفرینان تحصیلات دانشگاهی داشته و تعداد زیادی از آنان دارای مدارج بالای علمی هستند. البته این امر تا حدودی به جامعه بستگی دارد. اگر جامعه روی هم رفته از سطح دانش بالاتری برخوردار باشد، کارآفرینان آن‌ها نیز تحصیلات بالاتری خواهند داشت (Fry, 1993: 61).

در گذشته، شایع بود که کارآفرینان از طریق آموزش، پرورش نمی‌یابند (احمدپور و مقیمی، ۱۳۸۵: ۶۶). لذا یکی از موضوعات مورد توجه محققین این بود که آیا افراد، کارآفرین به دنیا می‌آیند یا این که از طریق آموزش، کارآفرین می‌شوند. این نکته، اهمیت تحصیلات را نشان می‌دهد (احمدپور، ۱۳۸۱: ۱۰۹). درباره‌ی سطح تحصیلات کارآفرینان تحقیقات زیادی انجام شده است. اگرچه برخی ممکن است فکر کنند که کارآفرینان در مقایسه با عامه‌ی مردم تحصیلات پایین‌تری دارند، یافته‌های حاصل از تحقیقات به روشنی نشان می‌دهد که این عقیده درست نیست (Hisrich & Peters, 2002: 70). هورنادی و تایکن (۱۹۷۹) دریافتند که بسیاری از کارآفرینان موفق احساس می‌کنند که در عصر اطلاعات، به خاطر رشد بالای فناوری و رقابت شدید، آموزش اهمیت خاصی پیدا نموده است (احمدپور، ۱۳۸۱: ۱۱۰). بروکهاوس و نورد (۱۹۷۹)، هنگام مقایسه‌ی سطوح تحصیلات کارآفرینان و مدیران دریافتند که سطح آموزش کارآفرینان پائین‌تر از مدیران است (همان، ۱۱۰). البته باید اشاره نمود که تحصیلات کارآفرینان در این مطالعه، از

تحصیلات اشخاص عادی بیش تر بوده است. این یافته با تحقیقات قبلی هاوول (۱۶۷۲) نیز مطابقت دارد (همان، ۱۱۰). وسپر (۱۹۸۵) معتقد است که کارآفرینانی که احتمال شکستشان بیش تر است، کسانی هستند که تجربه دارند اما تحصیلات ندارند. کارآفرینانی که هم تجربه دارند و هم آموزش دیده‌اند، پر سودترین فعالیت‌ها را هدایت می‌نمایند (همان، ۱۱۰). اریکسون (Erickson, 2003: 108) بر الگوهای نقش به عنوان تجربیات دست دوم، و به نفوذ اجتماعی (تلاش مضاعف با دریافت تشویق مثبت از سوی جامعه) به عنوان روش‌های مؤثر یادگیری کارآفرینانه اشاره می‌کند. موریس و لوئیس (۳۸:۱۹۹۵) معتقدند تجربیات گروه همکاران (اجرای مدل‌های نقش) و تجربیات کاری (شغل قبلی) بر توسعه کارآفرینان تأثیرگذار است. مطالعات هرترز در سال ۱۹۸۷ نشان می‌دهد کارآفرینانی که در کودکی، والدین حمایت‌گر داشته‌اند در آینده بهتر توانسته‌اند با شکست‌ها روبه‌رو شوند و مجدداً خود را بازیابند (احمدپور، ۱۳۸۱: ۱۰۹). مطالعات کالینز، مور و گیلدر نشان می‌دهد که کارآفرینان اغلب از خانواده‌های کم‌درآمد هستند. مطالعات براش (۱۹۸۴)، رنستات (۱۹۸۴) و شاپرو و سوکل (۱۹۸۲) نشان می‌دهد که والدین بسیاری از کارآفرینان، خود اشتغالی داشته‌اند (Morris & Lewis, 1995: 39). فرای (صحیح است) بر آن است که فعالیت در دوران کودکی در کارآفرین شدن افراد در بزرگسالی مؤثر است. دجانکوف و همکاران (Djankov, & et al., 2005: 1-12) در مطالعات خود دریافتند که شبکه اجتماعی نقش مهمی در رفتار کارآفرینانه دارد و کسانی که دارای بستگان و دوستان مدرسه‌ای کارآفرین بوده‌اند با احتمال بیش‌تری کارآفرین می‌شوند.

۲) روش تحقیق

۲-۱) نوع مطالعه و روش اجرا

این تحقیق بر مبنای هدف، از نوع کاربردی و از نظر روش، با توجه به سؤال اول از نوع توصیفی - پیمایشی و با توجه به سؤال دوم، از نوع توصیفی - همبستگی است (سرمد و

دیگران، ۱۳۸۱: ۸۲).

۲-۲) جمعیت آماری و روش نمونه‌گیری

در این پژوهش جامعه آماری شامل افرادی است که اقدام به کارآفرینی مستقل فردی نموده و در گزارش‌های رسمی به عنوان کارآفرین معرفی شده‌اند که در مجموع، پس از حذف موارد تکراری و آن‌هایی که فاقد تلفن و آدرس قابل دسترس بودند، ۱۸۷ کارآفرین مشخص گردید. بر اساس فرمول محاسبه تعداد نمونه در پژوهش‌های همبستگی - پیمایشی (سرمد و دیگران، ۱۳۸۱: ۱۸۶) حجم نمونه، برابر با ۹۶ برآورد شد.

۲-۳) ابزار مطالعه

در این پژوهش از روش مطالعات کتابخانه‌ای به منظور تدوین چارچوب نظری و سوابق تحقیق و از ابزار پرسش‌نامه محقق ساخته برای جمع‌آوری داده‌های مربوط به متغیرهای تحقیق استفاده شد. کلیه گویه‌های پرسش‌نامه، به صورت بسته و شامل انواع دو گزینه‌ای (بلی، خیر) و چند گزینه‌ای (سؤالات انتخابی) است. با وجود محاسبه تعداد نمونه، برای تمامی افراد جامعه آماری، پرسش‌نامه ارسال شد که تعداد پرسش‌نامه‌های دریافتی ۱۱۹ فقره بود. برای بررسی روایی ابزار تحقیق، از روش مصاحبه با صاحب‌نظران کارآفرینی و کارآفرینان استفاده شد که پس از اعمال اصلاحات لازم (بر اساس نظرات ارائه شده)، در نهایت روایی پرسش‌نامه به روش بررسی محتوا مورد تأیید قرار گرفت.

۲-۴) تعریف عملیاتی متغیرهای مطالعه

چارچوب مفهومی تحقیق در جدول شماره ۱ آمده است. در این جدول متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق همراه با ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های اندازه‌گیری متغیرها نشان داده شده است.

جدول ۱: متغیرها، ابعاد و مولفه‌های تحقیق

نوع متغیر	نام متغیر	ابعاد	مؤلفه‌ها	شاخص‌های اندازه‌گیری
مستقل	جمعیت شناختی	فردی	جنسیت	دو گزینه ای
			توالی فرزند خانواده	چند گزینه ای
			تحصیلات	چند گزینه ای
			رشته تحصیلی	چند گزینه ای
			تحصیلات پدر	چند گزینه ای
			شغل پدر	چند گزینه ای
			تحصیلات مادر	چند گزینه ای
			شغل مادر	چند گزینه ای
			سن آغاز به کار آفرینی	چند گزینه ای
			سابقه مدیریت	چند گزینه ای
			پایگاه اجتماعی خانواده	چند گزینه ای
			جایگاه اقتصادی خانواده	چند گزینه ای
			دارا بودن الگوی نقش	دو گزینه ای
مرجع الگوی نقش	چند گزینه ای			
سازمانی		حوزه فعالیت شرکت	چند گزینه ای	
		اندازه شرکت	چند گزینه ای	
وابسته	رفتار	ایجاد (خلق، تأسیس)	ایجاد شرکت	تعداد
			راه اندازی شعبه داخلی	
			راه اندازی شعبه خارجی	
وابسته	کارآفرینانه	رشد سازمانی	اشتغال‌زائی	متوسط تغییرات طی ۵ سال گذشته
			فروش	
			نواوری سازمانی	
ارائه یک محصول یا خدمت کاملاً جدید در شرکت				
اعمال تغییرات در ویژگی‌های کارکردی محصول یا خدمت قدیمی				

ادامهٔ جدول ۱

اعمال تغییرات در ویژگی‌های ظاهری محصول یا خدمت قدیمی			
نوآوری در روش، فرآیند و تکنولوژی تولید			
نوآوری در توزیع و فروش			
نوآوری در روش‌های بازاریابی			
نوآوری در طراحی ساختار سازمانی			
نوآوری در جذب منابع مالی به منظور سرمایه گذاری اولیه یا توسعهٔ سرمایه موجود			

۵-۲) روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای پاسخ به سؤال اول تحقیق، با توجه به مقیاس اسمی و رتبه‌ای گویه‌ها، از آماره‌های توصیفی جدول فراوانی، میانه و مد (نما) استفاده شد و برای پاسخ به سؤال دوم تحقیق، از آزمون t و تحلیل واریانس ساده (یک عاملی) به منظور بررسی رابطهٔ بین مؤلفه‌های متغیر مستقل جمعیت‌شناختی با متغیر وابسته رفتار کارآفرینانه استفاده گردید (سرمد، ۱۳۸۴: ۱۳۶). کلیهٔ محاسبات و تجزیه و تحلیل‌های آماری به کمک نرم‌افزار SPSS انجام شده است.

۶-۲) نحوه امتیازدهی (سنجش) متغیر وابسته

متغیر وابسته دارای سه بعد ایجاد (خلق، تأسیس)، رشد سازمانی و نوآوری سازمانی است که نحوهٔ امتیازدهی آن‌ها به شرح زیر است:

- **بعد ایجاد:** الف) ایجاد شرکت: برای تأسیس تا ۴ واحد شرکت، به ازای هر واحد یک امتیاز و برای بیش از ۴ واحد، کلاً پنج امتیاز؛ ب) راه اندازی شعبه داخلی یا خارجی: در صورت عدم راه اندازی شعبه، صفر امتیاز؛ راه اندازی یک شعبه (یک امتیاز)؛ یا ۳

- شعبه، دو امتیاز؛ ۴ یا ۵ شعبه، ۳ امتیاز؛ و بیش از ۵ شعبه، ۴ امتیاز.
- **بعد رشد سازمانی:** الف) تغییرات پرسنلی در ۵ سال گذشته: کاهش زیاد، کاهش نسبی یا بدون تغییرات (صفر امتیاز)، افزایش نسبی (۱ امتیاز)، افزایش زیاد (۲ امتیاز)؛ ب) تغییرات فروش در پنج سال گذشته: کاهش زیاد (۲- امتیاز)، کاهش نسبی (۱- امتیاز)، ثابت (صفر امتیاز)، افزایش نسبی (۱ امتیاز)، افزایش زیاد (۲ امتیاز).
 - **بعد نوآوری سازمانی:** در هر یک از مؤلفه‌های ذی‌ربط در صورت وجود نوآوری، یک امتیاز و در صورت فقدان نوآوری، صفر امتیاز.

۳) یافته‌ها

۳-۱) ویژگی‌های جمعیت شناختی

- در این تحقیق ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کارآفرینان کشور در بعد فردی با ۱۴ مؤلفه و در بعد سازمانی با ۲ مؤلفه مورد بررسی قرار گرفته است. بر اساس داده‌های به‌دست آمده، برای هریک از این مؤلفه‌ها جدول توزیع فراوانی تهیه گردید. به منظور پرهیز از طولانی شدن مقاله و با توجه به کثرت جداول، از درج آن‌ها خودداری می‌شود. به طور خلاصه، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کارآفرینان مورد مطالعه به شرح زیر است:
- از نظر سن شروع به کارآفرینی، ۴۵/۴ درصد در زیر ۲۵ سالگی، ۴۶/۲ درصد بین ۲۵ و ۳۵ سالگی، ۵/۹ درصد بین ۳۵ و ۴۵ سالگی، ۱/۷ درصد بین ۴۵ و ۵۵ سالگی، و ۰/۸ درصد در بالای ۵۵ سالگی اقدام به کارآفرینی کرده‌اند. در واقع، ۹۱/۶ درصد کارآفرینان نمونه آماری، کارآفرینی خود را در سنین کم‌تر از ۳۵ سال آغاز کرده‌اند.
 - ۸۶/۶ درصد کارآفرینان نمونه آماری، مرد هستند که بیش‌ترین فراوانی را تشکیل می‌دهند.
 - ۲۶/۵ درصد کارآفرینان نمونه آماری فرزند اول و ۱۱/۱ درصد فرزند آخر خانواده می‌باشند و بیش‌ترین فراوانی را با ۶۲/۴ درصد، کارآفرینانی تشکیل داده‌اند که نه فرزند

- اول و نه فرزند آخر می‌باشند.
- ۱۶/۴۸ درصد کارآفرینان نمونه آماری، دارای مدرک تحصیلی دیپلم و پایین‌تر، ۱۰/۹ درصد فوق دیپلم، ۲۴/۴ درصد فوق لیسانس، ۱۰/۹ درصد دکترا می‌باشند. بیش‌ترین فراوانی نیز با ۳۷ درصد مربوط به افراد دارای مدرک لیسانس است.
 - از نظر رشته تحصیلی، ۲۴/۸ درصد علوم انسانی، ۱۶/۸ درصد علوم پایه، ۴/۴ درصد پزشکی و ۵۴ درصد فنی و مهندسی است که گروه آخر بیش‌ترین فراوانی را تشکیل می‌دهد.
 - از نظر تحصیلات پدر، ۵/۱ درصد دکترا، ۴/۳ درصد فوق لیسانس، ۱۰/۳ درصد لیسانس، ۱۹/۷ درصد دیپلم، و بیش‌ترین فراوانی را نیز با ۵۷/۳ درصد، پدران دارای مدرک تحصیلی پایین‌تر از دیپلم تشکیل می‌دهند.
 - از نظر شغل پدر، ۴۴/۹ درصد (اکثریت) شغل آزاد، ۲۵/۴ درصد در بخش خصوصی، و ۲۹/۷ درصد در بخش دولتی شاغل بوده‌اند. در واقع پدر ۷۰/۳ درصد کارآفرینان نمونه آماری، شغلی غیر دولتی دارند.
 - مادر ۹۱/۵ درصد کارآفرینان نمونه آماری، دارای مدرک تحصیلی دیپلم و پایین‌تر می‌باشند که بیش‌ترین فراوانی را با ۶۷/۸ درصد، مادرانی با مدرک تحصیلی پایین‌تر از دیپلم تشکیل می‌دهند.
 - مادر ۹۴/۱ درصد کارآفرینان نمونه آماری، شغل غیردولتی دارند و در میان مشاغل غیردولتی نیز، شغل آزاد با رقم ۴۱/۲ درصد، فراوانی قابل توجهی را تشکیل می‌دهد.
 - ۷۳/۸ درصد کارآفرینان نمونه آماری، بیش از ۶ سال سابقه مدیرعاملی دارند و بیش‌ترین فراوانی نیز با ۳۰/۵ درصد در محدوده ۱۰ تا ۲۰ سال سابقه مدیریتی است.
 - از نظر پایگاه اجتماعی خانواده، ۳۳/۶ درصد از طبقه پایین (کارگر، کشاورز و کارمند ساده)، ۳۱/۹ درصد از طبقه کارشناسان ارشد، مدیران اجرایی و صاحبان مشاغل آزاد، ۳۰/۲ درصد از طبقه مدیران ارشد و صاحبان کسب و کارهای کوچک و متوسط و ۴/۳ درصد از طبقه صاحبان سرمایه‌های کلان و زمین‌داران عمده بوده‌اند.
 - ۹۳/۲ درصد کارآفرینان نمونه آماری، دارای جایگاه متوسط و رفاه اقتصادی می‌باشند.

- ۵۹ درصد کارآفرینان نمونه آماری، در شروع فعالیت کارآفرینانه خود دارای الگویی مشخص بوده‌اند.
- ۶۹/۶ درصد کارآفرینانی که برای شروع فعالیت کارآفرینی خود، الگوی مشخصی داشته‌اند، الگو را در نزدیکان خود پیدا نموده‌اند که بیش‌ترین فراوانی نیز با ۳۷/۷ درصد در نزدیکان درجه اول یعنی خانواده قرار دارد.
- در ارتباط با حوزه فعالیت شرکت، ۷۴/۸ درصد در زمینه تولیدی، ۱۳/۴ درصد خدماتی، ۳/۴ درصد تجاری، و ۸/۴ درصد فناوری اطلاعات و ارتباطات بوده است.
- از نظر اندازه شرکت، ۱۵/۱ درصد دارای کم‌تر از ۱۰ نفر پرسنل، ۲۸/۶ درصد (اکثریت) بین ۱۰ و ۵۰ نفر، ۱۶ درصد بین ۵۰ و ۱۰۰ نفر، ۱۲/۶ درصد بین ۱۰۰ و ۲۰۰ نفر، و ۲۷/۷ درصد بیش از ۲۰۰ نفر پرسنل داشته‌اند.

۲-۳) رابطه بین ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و رفتار کارآفرینانه

برای مؤلفه‌های جنسیت و داشتن الگوی نقش که پاسخ‌های دو گزینه‌ای دارند از آزمون t استفاده شد. آزمون لوین (آزمونی که در نرم افزار SPSS برای همگنی واریانس‌ها پیش‌بینی شده است) به عنوان پیش نیاز آزمون t انجام شد. در جدول شماره ۲ خلاصه نتایج آزمون t درج شده است.

جدول ۲: خلاصه نتایج آزمون t برای مؤلفه‌های جنسیت و الگوی نقش

مؤلفه	سطوح	تعداد	میانگین	انحراف معیار	درجه آزادی	آماره t	سطح معنی‌داری
جنسیت	مرد	۱۰۳	۱۴/۸۹	۴/۸۶	۱۱۷	۲/۷۷	۰/۰۰۷
	زن	۱۶	۱۱/۳۳	۴/۱۸			
داشتن الگوی نقش	بله	۴۸	۱۳/۲۶	۴/۶۳	۱۱۵	-۲/۰۱۸	۰/۰۴۶
	خیر	۶۹	۱۵/۱۰	۴/۹۹			

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، میانگین‌های دو گروه مرد و زن (در مؤلفه جنسیت) در سطح ۹۹ درصد با هم تفاوت معنی‌دار دارند؛ یعنی مؤلفه جنسیت در رفتار کارآفرینانه تأثیر دارد و به عبارت بهتر، جنسیت مرد رفتار کارآفرینانه بیش‌تری از خود بروز می‌دهد. در ارتباط با الگوی نقش، میانگین‌های دو گروه بلی و خیر در سطح ۹۵ درصد دارای تفاوت معنی‌دار هستند و لذا مؤلفه الگوی نقش در رفتار کارآفرینانه تأثیر دارد. به عبارت دیگر، کارآفرینانی که در شروع فعالیت کارآفرینانه خود، الگوی نقش داشته‌اند رفتار کارآفرینانه بیش‌تری از خود بروز می‌دهند.

در ارتباط با مؤلفه‌های چند گزینه‌ای که دارای بیش از دو میانگین هستند از تحلیل واریانس استفاده گردید. بر اساس نتایج حاصل از محاسبات، آزمون F برای مؤلفه‌های زیر معنی‌دار نبود: توالی فرزند خانواده، تحصیلات، رشته تحصیلی، تحصیلات پدر، شغل پدر، تحصیلات مادر، شغل مادر، پایگاه اجتماعی خانواده، جایگاه اقتصادی خانواده، مرجع الگوی نقش و حوزه فعالیت شرکت. این مطلب بیان‌گر آن است که مؤلفه‌های فوق‌الذکر تأثیری در رفتار کارآفرینانه ندارند. از سوی دیگر، مؤلفه‌های سن آغاز به کارآفرینی، مدت زمان اشتغال در سمت مدیر عامل و اندازه شرکت با توجه به معنی‌دار بودن آماره F ، در رفتار کارآفرینانه مؤثر هستند که در جداول شماره ۳، ۴ و ۵ خلاصه نتایج ارائه شده است: الف) سن آغاز به کارآفرینی: همان‌طور که در جدول شماره ۳ مشاهده می‌شود، از آن‌جا که آماره $F = 4/358$ در سطح ۹۹ درصد معنی‌دار است، گروه‌های این مؤلفه در جامعه دارای میانگین متفاوتی می‌باشند. این مطلب بیان‌گر آن است که مؤلفه سن آغاز به کارآفرینی در رفتار کارآفرینانه تأثیر دارد.

جدول ۳: تحلیل واریانس برای مؤلفه سن آغاز به کار آفرینی

سطح معناداری	F	میانگین مربع	df	مجموع مربعها	
۰/۰۰۳	۴/۳۵۸	۹۴/۵۵۲	۴	۳۷۸/۲۰۷	بین گروهها
		۲۱/۶۹۸	۱۱۴	۲۴۷۳/۶۲۱	درون گروهها
			۱۱۸	۲۸۵۱/۸۲۸	مجموع

ب) مدت زمان اشتغال در سمت مدیر عامل: همان طور که در جدول شماره ۴ مشاهده می شود، از آن جا که آماره $F = ۵/۷۳۲$ در سطح ۹۹ درصد معنی دار است، گروه های این مؤلفه در جامعه دارای میانگین متفاوتی می باشند. این مطلب بیان گر آن است که مؤلفه مدت زمان اشتغال در سمت مدیر عامل در رفتار کارآفرینانه تأثیر دارد.

جدول ۴: تحلیل واریانس برای مؤلفه مدت زمان اشتغال در سمت مدیر عامل

سطح معناداری	F	میانگین مربع	df	مجموع مربعها	
۰/۰۰۰	۵/۷۳۲	۱۱۹/۷۱۱	۴	۴۷۸/۸۴۲	بین گروهها
		20.885	۱۱۳	۲۳۶۰/۰۳۴	درون گروهها
			۱۱۷	۲۸۳۸/۸۷۶	مجموع

ج) اندازه شرکت (تعداد پرسنل): همان طور که در جدول شماره ۵ مشاهده می شود، از آن جا که آماره $F = ۱۳/۵۸۷$ در سطح ۹۹ درصد معنی دار است، گروه های این مؤلفه در جامعه دارای میانگین متفاوتی می باشند. این مطلب بیان گر آن است که مؤلفه اندازه شرکت، در رفتار کارآفرینانه تأثیر دارد.

جدول ۵: تحلیل واریانس برای مؤلفه اندازه شرکت

سطح معناداری	F	میانگین مربع	df	مجموع مربعها	
۰/۰۰۰	۱۳/۵۸۷	۲۳۰/۱۶۵	۴	۹۲۰/۶۶۱	بین گروهها
		۱۶/۹۴۰	۱۱۴	۱۹۳۱/۱۶۷	درون گروهها
			۱۱۸	۲۸۵۱/۸۲۸	مجموع

۴) بحث و نتیجه‌گیری

در این مقاله رویکرد جمعیت‌شناختی به کارآفرینی در قالب طرح دو سوال مد نظر بود. در پاسخ به سوال اول تحقیق می‌توان به استناد یافته‌ها، مؤلفه‌های ذیل را به عنوان ویژگی‌های کارآفرینان کشور در نظر گرفت: سن مناسب در زمان شروع به فعالیت کارآفرینانه (بین ۲۵ و ۳۵ سال)، جنسیت مرد، تحصیلات دانشگاهی، رشته تحصیلی فنی - مهندسی، اشتغال آزاد والدین، تعلق به طبقه متوسط یا مرفه اقتصادی، وجود الگوی نقش (به خصوص در میان خانواده و نزدیکان). در خصوص پاسخ سوال دوم تحقیق، مطابق یافته‌ها نتیجه گرفته می‌شود که بین مؤلفه‌های جنسیت، سن آغاز به کارآفرینی، سابقه مدیریت عاملی و اندازه شرکت (در سطح ۹۹ درصد) و داشتن الگوی نقش (در سطح ۹۵ درصد) با رفتار کارآفرینانه، رابطه معنی‌دار وجود دارد.

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، با توجه به بیش‌ترین فراوانی، شروع فعالیت کارآفرینانه در محدوده سنین جوانی است. این موضوع شاید از آن جهت ناشی شود که در سنین ۲۵ تا ۳۵ سال، علاوه بر داشتن انرژی لازم در خصوص انجام یک فعالیت جدی، مشکلات سربازی و تحصیلی برطرف گردیده و حداقل تجربه و آشنایی با مهارت‌های کسب و کار حاصل شده است این نتایج با نتایج مطالعات احمدپور (۱۳۸۱) و تا حدودی با فرای (۱۹۹۳) همسویی دارد. همین‌طور، می‌توان جنسیت مرد را به عنوان یکی از ویژگی‌های کارآفرینان کشور در نظر گرفت که با نتایج صابر (۱۳۸۲)، گلرد (۱۳۸۴) و هیسریچ و پیترز (۲۰۰۲:۳۲) مطابقت دارد. این موضوع نشان می‌دهد که محیط اجتماعی، شرایط بهتری را برای مردان نسبت به زنان به منظور شروع فرآیند کارآفرینی فراهم نموده است. در ارتباط با فرزند اول بودن، نتایج نشان می‌دهد که فرزند اول بودن را نمی‌توان به عنوان یک ویژگی قطعی یا حتی نسبتاً قطعی برای کارآفرینان کشور در نظر گرفت. هیسریچ و پیترز (۲۰۰۲:۶۸) نیز نتیجه‌گیری مشابهی دارند.

با توجه به یافته‌های تحقیق، داشتن تحصیلات دانشگاهی یکی دیگر از ویژگی‌های کارآفرینان کشور است. این موضوع در عصری که به قرن اطلاعات معروف است، چندان

بیگانه نیست، ضمن این که همسو با نتایج تحقیقات سایر کشورها، بر اهمیت و تاثیر آموزش بر کارآفرینی تاکید می ورزد (احمدپور، ۱۳۸۱: ۱۱۲). هم چنین ملاحظه می شود که افراد تحصیل کرده در رشته های فنی و مهندسی، بیش ترین گرایش را نسبت به شروع کسب و کار مستقل داشته اند. از این جهت، انجام مطالعات لازم در خصوص یافتن راهکارها و مکانیزم هایی برای تقویت زمینه های کارآفرینی در سایر رشته های تحصیلی امری ضروری است.

از نظر تحصیلات والدین، یافته های تحقیق نشان می دهد که پدران و مادران تحصیل کرده را نمی توان به عنوان یک ویژگی برای کارآفرینان برشمرد. البته، احتمالاً در سال های آتی که نسل جدیدی از والدین کارآفرین می آیند، عکس این موضوع صادق خواهد بود. در ارتباط با شغل والدین، والدینی با مشاغل آزاد توانسته اند به عنوان الگو فرزندان خود را نسبت به شروع کسب و کاری مستقل ترغیب نمایند. این ویژگی با نتایجی که موریس و لوئیس (1995: 39) از تحقیقات برایش (۱۹۸۴)، رنستات (۱۹۸۴) و شاپرو (۱۹۸۲)، مبنی بر خود اشتغالی والدین کارآفرینان نقل می کنند، تقریباً هماهنگی دارد.

به دلیل توزیع تقریباً یکسان فراوانی در طبقات اجتماعی، می توان نتیجه گرفت که طبقه اجتماعی را نمی توان به عنوان یک ویژگی در نظر گرفت، اما از نظر وضع اقتصادی، نتایج بیان گر آن است که افراد طبقه متوسط و دارای رفاه اقتصادی، شرایط بهتری برای شروع فعالیت کارآفرینانه داشته اند. این مطلب مغایر با نتیجه گیری کالینز و گیلدر است (Morris & Lewis, 1995: 39). یکی از مهم ترین ویژگی ها، همسو با نتایج اریکسون (Erickson, 2003: 38)، داشتن الگو (به خصوص در بین بستگان) بود و این مطلب بیان گر آن است که نهاد خانواده به عنوان یک الگو نقش نسبتاً مهمی در کارآفرینی فرزندان خود دارد. گرچه، مرجع الگوی نقش اکثریت کارآفرینان مورد مطالعه در بین نزدیکان آنها بوده است، با این وجود، نظر به اهمیت وجود الگوی نقش، اقداماتی از قبیل شناسایی، معرفی و تقدیر از کارآفرینان برتر در سطوح مختلف، به منظور آشناسازی جامعه با زندگی، نحوه اقدام و رموز موفقیت آنها، می تواند تأثیر قابل توجهی در ترویج و توسعه کارآفرینی و افزایش

میزان موفقیت کارآفرینان آتی داشته باشد. و سرانجام، با توجه به بیش‌ترین فراوانی، به‌نظر می‌رسد که در کشور ما سهم قابل توجهی از اشتغال و کارآفرینی را فعالیت‌های تولیدی به خود اختصاص داده است. این موضوع عکس کشورهای توسعه یافته است که نرخ رشد شرکت‌هایی با زمینه‌های خدماتی و فناوری اطلاعات در آن‌ها بسیار چشم‌گیر است.

وجود رابطه معنی‌دار بین سن آغاز به کارآفرینی و نیز داشتن الگوی نقش با رفتار کارآفرینانه، با توضیحاتی که بیان گردید نشان می‌دهد که ترویج فرهنگ کارآفرینی، تشویق روحیه ایجاد کسب و کار و نوآوری و تقدیر از کارآفرینان برتر، همراه با اقدامات تکمیلی از قبیل ارائه آموزش‌ها و مهارت‌های کارآفرینی و فراهم کردن امکاناتی هم‌چون مراکز رشد برای استقرار شرکت‌های نوپا برای جوانان و دانش‌آموختگان نوآور می‌تواند دریچه‌ای به روی توسعه کارآفرینی در کشور باز نماید.

- احمد پور، محمود. (۱۳۸۱)، کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها، نشر شرکت پردیس.
- احمد پور، محمود و عزیزی، محمد. (۱۳۸۴)، کارآفرینی، شاخه کار و دانش، مؤسسه فرهنگی و انتشاراتی محراب قم.
- احمد پور، محمود و مقیمی، سید محمد. (۱۳۸۵)، مبانی کارآفرینی، نشر فراندیش.
- سالازار، ام. اس؛ آکینو، اس. تی. و دیاز، پی. اچ. (۱۳۸۰)، مقدمه‌ای بر کارآفرینی. (ترجمه سیامک ناطق)، کوهسار.
- سرمد، زهره، بازرگان، عباس و حجازی، الهه. (۱۳۸۱)، روش های تحقیق در علوم رفتاری، نشر آگه.
- سرمد، زهره. (۱۳۸۴)، آمار استنباطی، انتشارات سمت.
- شجاع، رضا و بهنیا، مجید. (۱۳۸۴)، "مقایسه ضریب کارآفرینی دانشجویان دختر و پسر تربیت بدنی دانشگاه فردوسی مشهد و با تأکید بر اشتغال و جایگاه اجتماعی"، مجموعه مقالات همایش ملی کارآفرینی، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.
- صابر، فیروزه. (۱۳۸۲)، راه‌های توسعه کارآفرینی زنان در ایران، تهران، انتشارات روشنگران و مطالعات زنان، چاپ اول.
- گلرد، پروانه. (۱۳۸۴)، طراحی الگوی توسعه‌آفرینی زنان در ایران، پایان نامه تحصیلی دکتری، دانشکده مدیریت و اقتصاد واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی.
- Cornwall, J. & Perlman, B. (1990), **Organizational Entrepreneurship**, Richard Irwin.
- Djankov, S., Miguel, E; Qian, Y; Ronald, G; Zhuraskaya, E (2005), Who Are Russia's Entrepreneurs?", **Journal of the European Association**, Vol. 3 No. 2-3.
- Erickson, Truls. (2003), **Towards a Taxonomy of Entrepreneurial Learning Experiences among Potential Entrepreneurs**, Vol.10, No.1.
- Fry, Fred L. (1993), **Entrepreneurship: A Planning Approach**, West Publishing Company.
- Hisrich, Robert, D. & Peters, Michael, P. (2002), **Entrepreneurship**, McGraw- Hill.
- Morris, & Lewis. (1995), "the Determinants of Entrepreneurial Activity: Implication for Marketing", **European Journal of Marketing**", Vol.29, No.7.
- Sahlman, W. A.; Stevenson, Howard, H.; Roberts, Michael, J. & Bhide, Amar, (1999), **The Entrepreneurial Venture**, Harvard Business School Press.