

Khalili, Leila; Golmohammadi, Rogaye; Akbarnejad, Reza (2024). A Comparative Study of Entrepreneurial Behavior of Knowledge & Information Science Students vs. Other Students at Azarbaijan Shahid Madani University. *Journal of Knowledge-Research Studies*, 3 (4), 18-33.

DOI: [10.22034/jkrs.2024.60124.1060](https://doi.org/10.22034/jkrs.2024.60124.1060)

URL: [https://jkrs.tabrizu.ac.ir/article\\_18275.html?lang=en](https://jkrs.tabrizu.ac.ir/article_18275.html?lang=en)

©The Author(s)

Publisher: University of Tabriz

The paper is an open access and licensed under the Creative Commons CC BY NC license.



## A Comparative Study of Entrepreneurial Behavior of Knowledge & Information Science Students vs. Other Students at Azarbaijan Shahid Madani University

Leila Khalili<sup>1</sup>, Rogaye Golmohammadi\*<sup>2</sup>, Reza Akbarnejad<sup>3</sup>

Received: January, 16, 2024; Revised: May, 14, 2024

Accepted: May, 15, 2024; Published: December, 21, 2024

### Abstract

**Purpose:** This study aims to compare the entrepreneurial behavior of Knowledge & Information Science students with that of other students at Azarbaijan Shahid Madani University.

**Methodology:** This research adopts a descriptive-analytical survey design. The statistical population consists of students from Azarbaijan Shahid Madani University, with a sample size of 360 participants. A standardized entrepreneurial behavior questionnaire was used as the research instrument. Its validity was confirmed by experts, and reliability was assessed using Cronbach's alpha, composite reliability, and factor loadings. Data analysis was conducted using SPSS software.

**Findings:** The findings indicate that the entrepreneurial behavior of students, with an average score of 4.34, is at a favorable level. No significant differences were found between entrepreneurial behavior and demographic variables. However, one component, "behavior change," showed a significant difference based on gender.

**Conclusion:** The results suggest that there is no significant difference in the entrepreneurial behavior of Information Science and Epistemology students compared to other students. The study also highlights that changes in behavior and strategic insight significantly influence entrepreneurial behavior. Universities can foster a supportive and dynamic environment conducive to cultivating entrepreneurial behaviors among students.

**Value:** Entrepreneurship has become a crucial focus, particularly for students. This study contributes to the limited body of research on the entrepreneurial behavior of students, highlighting the importance of understanding these behaviors for fostering entrepreneurship.

**Key Words:** *Entrepreneurial behavior, students, Knowledge & Information Science, Azarbaijan Shahid Madani University.*

1. Associate Professor, Department of Knowledge & Information Science, Faculty of Education & Psychology, Azarbaijan Shahid Madani University, Tabriz, Iran.

2. MSc in Knowledge & Information Science, Department of Knowledge & Information Science, Faculty of Education & Psychology, Azarbaijan Shahid Madani University, Tabriz, Iran (Corresponding Author) [rogayegolmohammadi19@gmail.com](mailto:rogayegolmohammadi19@gmail.com)

3. Assistant Professor, Department of Knowledge & Information Science, Faculty of Education & Psychology, Azarbaijan Shahid Madani University, Tabriz, Iran.

## Extended Abstract

**Introduction:** Entrepreneurial behavior encompasses the psychological traits, motivations, and skills necessary for an individual to effectively undertake entrepreneurial tasks. It includes personal characteristics that are essential for starting a new business. Entrepreneurial behavior consists of various components: behavioral change, strategic vision, creation of an energetic environment, and establishment of a supportive environment.



Journal of

Knowledge-Research  
Studies (JKRS)

Vol 3

Issue 4

Serial Number 10

**Purpose:** The issue of employment and job creation remains a significant social challenge. To become successful entrepreneurs and establish start-up companies, individuals must develop and strengthen their entrepreneurial behaviors. This research compares the entrepreneurial behavior of Knowledge and Information Science students with other students at Azarbaijan Shahid Madani University.

**Methodology:** This descriptive-analytical survey involved students from Azarbaijan Shahid Madani University, with a sample size of 360 students. A standard questionnaire on entrepreneurial behavior was used to collect data. The validity of the questionnaire was ensured by expert validation, and reliability was assessed through Cronbach's alpha, composite reliability, and factor loadings. Data analysis was conducted using SPSS software.

**Findings:** The majority of participants were female students pursuing undergraduate degrees. The overall entrepreneurial behavior of the students was found to be favorable, with an average score of 3.97, according to the standard evaluation scale by Bazargan et al. (2007). Information Science students had the highest average entrepreneurial behavior score.

No significant differences were observed between entrepreneurial behavior and demographic variables such as gender, education level, GPA, or age. The independent t-test revealed no significant differences in entrepreneurial behavior between male and female students ( $p = 0.11$ ) or across educational levels ( $p = 0.38$ ). Additionally, no significant correlations were found between entrepreneurial behavior and GPA ( $r = 0.02$ ,  $p = 0.66$ ) or age ( $r = 0.01$ ,  $p = 0.79$ ).

**Table 1: The results of analyzing students' entrepreneurial behavior according to demographic variables**

| Gender                   | Independent t-test              | Lon's test, equality of variance |                    | t-test for equality of means |                    |                   |                        | difference with 95% confidence |      |       |
|--------------------------|---------------------------------|----------------------------------|--------------------|------------------------------|--------------------|-------------------|------------------------|--------------------------------|------|-------|
|                          |                                 | Analysis of variance statistics  | Significant        | T value                      | Degrees of freedom | Significant level | difference in averages | Standard deviation error       | up   | down  |
|                          | Equality of variance            | 0/06                             | 0/79               | 1.58                         | 257                | 0/11              | 0/07                   | 0/04                           | 0/17 | -0/01 |
| Educational level        | ANOVA                           | sum of squares                   | Degrees of freedom | mean square                  |                    | F value           |                        | Significant level              |      |       |
|                          | between groups                  | 0/09                             | 1                  | 0/09                         |                    | 0/77              |                        | 0/38                           |      |       |
|                          | Within groups                   | 32/46                            | 258                | 0/12                         |                    |                   |                        |                                |      |       |
|                          | Total                           | 32.56                            | 259                |                              |                    |                   |                        |                                |      |       |
| Entrepreneurial behavior | Pearson correlation coefficient |                                  |                    |                              |                    | average           |                        | age                            |      |       |
|                          |                                 | Correlation                      |                    |                              |                    | 0/02              |                        | 0/01                           |      |       |
|                          |                                 | Significance level               |                    |                              |                    | 0/66              |                        | 0/79                           |      |       |
|                          |                                 | Number                           |                    |                              |                    | 260               |                        | 260                            |      |       |



**Journal of  
Knowledge-Research  
Studies (JKRS)**

**Vol 3**

**Issue 4**

**Serial Number 10**

**2024**

A significant difference was noted in the "behavior change" component ( $p = 0.03$ ), where gender was a distinguishing factor.

**Table 2: Comparison of entrepreneurial behavior of information science and epistemology students and other students**

| Comparison of entrepreneurial behavior of information science and epistemology students and other students | independent t-test   | Lon's test, equality of variance |             | t-test for equality of means |                    |                   |                        |                          | difference with 95% confidence |       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------------------|-------------|------------------------------|--------------------|-------------------|------------------------|--------------------------|--------------------------------|-------|
|                                                                                                            |                      | Analysis of variance             | Significant | T value                      | Degrees of freedom | Significant level | difference in averages | Standard deviation error | up                             | down  |
|                                                                                                            | Equality of variance | 0/55                             | 0/45        | 1/5                          | 258                | 0/13              | 0/06                   | 0/04                     | 0/16                           | -0/02 |



**Table 3: The results of the analysis of dimensions of entrepreneurial behavior and demographic variables**

| Gender            | Dimensions             | independent t-test   | Lon's test, equality of variance | t-test for equality of means |         |                    |                   |                        |                          | difference with 95% confidence |       |
|-------------------|------------------------|----------------------|----------------------------------|------------------------------|---------|--------------------|-------------------|------------------------|--------------------------|--------------------------------|-------|
|                   |                        |                      | Analysis of variance statistics  | Significant                  | T value | Degrees of freedom | Significant level | difference in averages | Standard deviation error | up                             | down  |
|                   | Change in behavior     | Equality of variance | 0/32                             | 0/56                         | 2/11    | 257                | 0/03              | 0/12                   | 0/05                     | 0/23                           | 0/008 |
|                   | Strategic vision       | Equality of variance | 0/67                             | 0/41                         | 1/7     | 257                | 0/07              | 0/16                   | 0/09                     | 0/02                           | -0/35 |
|                   | Energetic environment  | Equality of variance | 0/03                             | 0/85                         | 1/85    | 257                | 0/06              | 0/17                   | 0/09                     | 0/34                           | -0/01 |
|                   | Supportive environment | Equality of variance | 4/9                              | 0/02                         | 0/9     | 115/98             | 0/32              | 0/09                   | 0/09                     | 0/27                           | -0/09 |
| Educational level | Equality of variance   |                      | sum of squares                   | Degrees of freedom           |         | mean square        |                   | F value                | Significant level        |                                |       |
|                   | Change in behavior     | between groups       | 0/04                             | 1                            |         | 0/04               |                   | 0/25                   | 0/61                     |                                |       |
|                   |                        | Within groups        | 46/61                            | 258                          |         | 0/18               |                   |                        |                          |                                |       |
|                   |                        | Total                | 46/65                            | 259                          |         |                    |                   |                        |                          |                                |       |
|                   | Strategic vision       | between groups       | 0/08                             | 1                            |         | 0/08               |                   | 0/16                   | 0/68                     |                                |       |
|                   |                        | Within groups        | 126/65                           | 258                          |         | 0/49               |                   |                        |                          |                                |       |
|                   |                        | Total                | 126/73                           | 259                          |         |                    |                   |                        |                          |                                |       |



|                                        |                                 |                    |        |       |      |      |      |
|----------------------------------------|---------------------------------|--------------------|--------|-------|------|------|------|
| Dimensions of entrepreneurial behavior | Energetic environment           | between groups     | 1/42   | 1     | 1/42 | 3/11 | 0/07 |
|                                        |                                 | Within groups      | 117/93 | 258   | 0/45 |      |      |
|                                        |                                 | Total              | 119/36 | 259   |      |      |      |
|                                        | Supportive environment          | between groups     | 0/06   | 1     | 0/06 | 0/16 | 0/68 |
|                                        |                                 | Within groups      | 102/96 | 258   | 0/39 |      |      |
|                                        |                                 | Total              | 103/03 | 259   |      |      |      |
|                                        | Pearson correlation coefficient | average            |        |       | age  |      |      |
|                                        | Change in behavior              | Correlation        | 0/01   |       | 0/04 |      |      |
|                                        |                                 | Significance level | 0/82   |       | 0/48 |      |      |
|                                        |                                 | Number             | 259    |       | 260  |      |      |
|                                        | Strategic vision                | Correlation        | 0/02   |       | 0/01 |      |      |
|                                        |                                 | Significance level | 0/73   |       | 0/82 |      |      |
| Number                                 |                                 | 259                |        | 260   |      |      |      |
| Energetic environment                  | Correlation                     | 0/03               |        | 0/04  |      |      |      |
|                                        | Significance level              | 0/6                |        | 0/46  |      |      |      |
|                                        | Number                          | 259                |        | 260   |      |      |      |
| Supportive environment                 | Correlation                     | 0/005              |        | -0/09 |      |      |      |
|                                        | Significance level              | 0/93               |        | 0/12  |      |      |      |
|                                        | Number                          | 259                |        | 260   |      |      |      |

Table 4: Sample t-test results

| Dimensions            | number | Average | standard deviation | Criterion score | Degrees of freedom | t      | P<0/05 |
|-----------------------|--------|---------|--------------------|-----------------|--------------------|--------|--------|
|                       | 260    | 4/34    | 0/63               | 3               | 259                | 111/01 | 0/000  |
| Change in behavior    | 260    | 3/64    | 0/69               | 3               | 259                | 83/95  | 0/000  |
| Strategic vision      | 260    | 4/17    | 0/67               | 3               | 259                | 99/21  | 0/000  |
| Energetic environment | 260    | 3/89    | 0/42               | 3               | 259                | 147/82 | 0/000  |

**Conclusion:** The study concluded that entrepreneurial behavior among Information Science and Epistemology students did not significantly differ from other students. However, the research found that behavioral changes and strategic vision

play a crucial role in enhancing entrepreneurial behavior. Universities can provide a supportive and dynamic environment to encourage the development of entrepreneurial behaviors.

**Value:** Entrepreneurship is a critical topic in contemporary education, especially for students. This research provides valuable insights into student entrepreneurial behavior, an area that has received limited attention. The findings suggest that universities should create environments that nurture and support entrepreneurial mindsets among students.



Journal of  
Knowledge-Research  
Studies (JKRS)  
Vol 3  
Issue 4  
Serial Number 10

### References :

- Adib Far, R. (2015). *The effect of the science and technology park and growth centers of Khuzestan province on the formation of entrepreneurial behaviors of faculty members and students of Shahid Chamran University of Ahvaz*. [Master thesis, Ilam University]. Irandoc. [In Persian]
- Ahiazu, B. E., & Emmanuel, V. O. (2021). Entrepreneurship education: A means to empowering Library and Information Science Students (LISS) in 21 st century. *Contemporary issues in teaching and learning in hounorof Prof. Wey Augustus Amaewhule. Faculty of Education, Rivers State University. Port Harcourt, Harey Publication coy.*
- Ahmadi, F., Shafei, R., & Mokharenia, F. (2011). Investigating the impact of individual and environmental factors on the entrepreneurial behavior of Kurdistan University students. *Entrepreneurship Development*, 5(1), 145-163. DOI:10.22059/jed.2012.24659 [In Persian]
- Baluchi, M. (2018). The effect of strategic intelligence on entrepreneurial behavior with the mediation of entrepreneurial attitude (case study: health and treatment network employees of Nikshahr city). [Master's thesis, University of Sistan and Baluchistan]. Irandoc. [In Persian]
- Dehghan, G. (2015). *Relationship between entrepreneurial attitude and behavior with social entrepreneurship of students of Azarbaijan Shahid Madani University*. [Master's thesis, Shahid Madani University of Azerbaijan]. Irandoc. [In Persian]
- Dharmanegara, I. B. A., Rahmayanti, P. L. D., & Yasa, N. N. K. (2022). The role of entrepreneurial self-efficacy in mediating the effect of entrepreneurship education and financial support on entrepreneurial behavior. *International Journal of Social Science and Business*, 6(2), 165-173. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v6i2.46719>
- Ghanadinezhad, F. , & Heidari, G. (2019). Identification and Analysis of Entrepreneurship Research Priorities in Knowledge and Information Science from the Viewpoint of Faculty Members and Doctoral Students in the Field. *Library and Information Science Research*, 8(2), 39-62. doi: 10.22067/riis.v0i0.65041 [In Persian]
- Hejazi, Y., Bazargan, A. & Eshaghi, F. (2008). A step-by-step guide to internal quality assessment in the academic system. Institute of Printing and Publishing, University of Tehran. [In Persian]
- Jaouadi, M. (2014). L'impact du comportement entrepreneurial sur l'intention de créer une entreprise. *International Journal Economics & Strategic Management of Business Process*, (5), 184\_190.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities . *Education and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- Lihua, D. (2022). An extended model of the theory of planned behavior: an empirical study of entrepreneurial intention and entrepreneurial behavior in college students. *Frontiers in psychology*, 12, 627818.. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.627818>
- Marzban, Sh., Moghimi, S. M., & Arabiun, Abu a. (2010). The effect of organizational entrepreneurial climate on managers' entrepreneurial behavior. *Modern Economy and Business*, 6(21-22), 1-25. [In Persian]
- Meftahi, A. (2018). *Investigating the relationship between the level of entrepreneurial behavior with organizational effectiveness and organizational commitment in Saman Al-*

- Aimeh Financial and Credit Institution in Shiraz*. [Master's thesis, Islamic Azad University Maroodasht branch]. Irandoc. [In Persian]
- Moghim, S. M., & Ramadan, M. (2011). *Strategic management and entrepreneurship*. Rahadan Publications. [In Persian]
- Mudasih, I., & Subroto, W. T. (2021). The effect of financial literacy, digital literacy, and entrepreneurial learning outcome on entrepreneur behavior of students at SMK Negeri 1 Surabaya. *Technium Soc. Sci. J.*, 15, 303.
- Ozaralli, N., & Rivenburgh, N. K. (2016). Entrepreneurial intention: antecedents to entrepreneurial behavior in the USA and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6, 1-32. <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0047-x>
- Rafiei, S., Alizadeh, A., Aziziani, L., Borojeni, F. H., Vahdati, F., & Nejatifar, Z. (2022). The Impact of Business Attitude on Entrepreneurial Behavior in Postgraduate Students: A Cross-sectional Study During the COVID-19 Pandemic. *Journal of Health Reports and Technology*, 8(1), e119118. <https://doi.org/10.5812/jhrt.119118>
- Saberi, M. (2017). Entrepreneurship in Knowledge and Information Science: An Exploratory Factor Analysis. *Librarianship and Information Organization Studies*, 28(3), 29-45. [In Persian]
- Saif, H. A., & Ghania, U. (2020). Need for achievement as a predictor of entrepreneurial behavior: The mediating role of entrepreneurial passion for founding and entrepreneurial interest. *International Review of Management and Marketing*, 10(1), 40. <https://doi.org/10.32479/irmm.8949>
- Wilson, F., Kickul, J., Marlino, D., Barbosa, S. D., & Griffiths, M. D. (2009). An analysis of the role of gender and self-efficacy in developing female entrepreneurial interest and behavior. *Journal of developmental Entrepreneurship*, 14(02), 105-119. <https://doi.org/10.1142/S1084946709001247>



**Journal of  
Knowledge-Research  
Studies (JKRS)**

**Vol 3**

**Issue 4**

**Serial Number 10**

**2024**



خلیلی، لیلا؛ گلمحمدی، رقیه؛ اکبرنژاد، رضا (۱۴۰۳). مطالعه مقایسه‌ای رفتار کارآفرینانه دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی با سایر دانشجویان دانشگاه شهید مدنی آذربایجان. *نشریه مطالعات دانش پژوهی*، ۳(۴): ۱۸-۳۳.

Doi: 10.22034/jkrs.2024.60124.1060

URL: [https://jkrs.tabrizu.ac.ir/article\\_18275.html](https://jkrs.tabrizu.ac.ir/article_18275.html)



ناشر: دانشگاه تبریز

© نویسندگان

این مقاله به صورت دسترسی باز و با لایسنس CC BY NC کپی‌رایت‌کامانز قابل استفاده است.

## مطالعه مقایسه‌ای رفتار کارآفرینانه دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی با سایر دانشجویان دانشگاه شهید مدنی آذربایجان

لیلا خلیلی<sup>۱</sup>، رقیه گلمحمدی<sup>۲</sup>، رضا اکبرنژاد<sup>۳</sup>

۱. دانشیار، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، تبریز، ایران
۲. کارشناسی ارشد، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، تبریز، ایران (نویسنده مسئول)  
[rogavegalmohammadi19@gmail.com](mailto:rogavegalmohammadi19@gmail.com)
۳. استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، تبریز، ایران

تاریخ بازنگری: ۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۳

تاریخ انتشار: ۱ دی ۱۴۰۳

تاریخ دریافت: ۲۶ دی ماه ۱۴۰۲

تاریخ پذیرش: ۲۶ اردیبهشت ۱۴۰۳

### چکیده

**هدف:** پژوهش حاضر با هدف مطالعه مقایسه‌ای رفتار کارآفرینانه دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی با سایر دانشجویان دانشگاه شهید مدنی آذربایجان انجام شده است.

**روش‌شناسی:** این پژوهش پیمایشی و از نوع توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری پژوهش، دانشجویان دانشگاه شهید مدنی آذربایجان بودند که از بین آن‌ها ۳۶۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار پژوهش پرسش‌نامه استاندارد رفتار کارآفرینانه بود که روایی آن توسط متخصصان تأیید شد و پایایی پرسش‌نامه با استفاده از آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و بارهای عاملی سنجیده شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز با استفاده از نرم‌افزار SPSS انجام شد.

**یافته‌ها:** یافته‌ها نشان داد که وضعیت رفتار کارآفرینانه دانشجویان با میانگین ۴/۳۴ در سطح مطلوبی قرار دارد و بین رفتار کارآفرینانه و متغیرهای جمعیت شناختی دانشجویان تفاوت معناداری وجود ندارد. همچنین یافته‌ها نشان داد از بین مؤلفه‌های رفتار کارآفرینانه تنها مؤلفه تغییر در رفتار با جنسیت تفاوت معناداری داشت.

**نتیجه‌گیری:** نتایج یافته‌ها نشان داد که رفتار کارآفرینانه دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی با سایر دانشجویان تفاوت معناداری ندارد. یافته‌ها نشان داد تغییر در رفتار و بینش راهبردی در رفتار کارآفرینانه دانشجویان مؤثر است و دانشگاه می‌تواند محیط حمایتی و پرانرژی را برای بروز رفتارهای کارآفرینانه دانشجویان فراهم کند.

**اصالت و ارزش:** امروزه، کارآفرینی یکی از موضوعات مهم به‌ویژه برای دانشجویان است. از این منظر مطالعه حاضر به قصد سنجش رفتار کارآفرینانه دانشجویان انجام پذیرفت که قبلاً پژوهش‌های بسیار کمی نیز در این حوزه به انجام رسیده است.

**کلیدواژه‌ها:** رفتار کارآفرینانه، دانشجویان، علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان

توافق قابل توجهی در مورد اهمیت ارتقای کارآفرینی در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه وجود دارد. در کشورهای پیشرفته صنعتی مانند ایالات متحده، کارآفرینی از گذشته به عنوان راهی برای پیشبرد نوآوری و پیشرفت فناوری، ایجاد رقابت و ایجاد اشتغال بوده و منجر به رشد اقتصادی و شکوفایی ملی شده است. در کشورهای کمتر توسعه یافته، دولت های بیشتری کارآفرینی را راهی برای توسعه اقتصادی و مقابله با چالش های جدی اقتصادی و اجتماعی می دانند (اوزرالی و ریونبرو<sup>۱</sup>، ۲۰۱۶). در جوامع نوین، کارآفرینی یکی از مشکلات قابل توجه در جوامع مختلف و بخصوص کشورهای در حال توسعه است و مسئله بیکاری دانش آموختگان، تأثیرها و عکس العمل های منفی را بر اوضاع مالی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی این جوامع داشته است که از این بین رشته علم اطلاعات و دانش شناسی (علوم کتابداری و اطلاع رسانی سابق) هم مستثنا نیست؛ در همین راستا نوروزی (۱۳۸۷) معتقد است که در بین دانش آموختگان علم اطلاعات و دانش شناسی بیکاری یک زنگ خطر جدی به شمار می آید و از این رو لازم است تا یک طرح ریزی دقیق و کلی و درازمدت انجام بگیرد (قنادی نژاد و حیدری<sup>۲</sup>، ۲۰۱۹).

موضوع اساسی در حوزه پژوهش های کارآفرینی، فرایند شروع یک کسب و کار جدید است. گارتنر، کارآفرینی را به عنوان تأسیس یک سازمان تعریف کرده است. وی همچنین استدلال می کند که فرایند کارآفرینی چیزی است که بین کارآفرینان و دیگران تفاوت ایجاد می کند. از دیدگاه دراکر<sup>۳</sup> (۲۰۰۸) کارآفرینی بیش از آنکه یک ویژگی فردی باشد یک الگوی رفتاری است و این الگوی رفتاری را می توان به مردم و از جمله دانشجویان آموزش داد تا آن ها یاد بگیرند که از چه طریقی رفتار کارآفرینانه داشته باشند. دانشجویانی که اغلب تحت تأثیر عوامل کارآفرینی و محیطی قرار می گیرند، رفتارشان برای مشارکت در فعالیت های کارآفرینانه به صورت آگاهانه نیست و ممکن است صرفاً بر اساس یک عادت یا شرایطی باشد که در آن واقع شده اند، و مدل نظریه رفتار برنامه ریزی شده نیز این مهم را توضیح نمی دهد. از طرفی در حال حاضر، مطالعاتی که هم عوامل محیطی کارآفرینانه و هم متغیرهای قصد اجرای کارآفرینانه را در مدل نظریه رفتار برنامه ریزی شده<sup>۴</sup> به منظور تبیین قصد یا رفتار فعالیت کارآفرینانه، بررسی کرده باشند، خیلی قابل توجه نیستند. مطابق با مدل نظریه رفتار برنامه ریزی شده، رفتار فرد بر اساس انتخاب های ذهنی و آگاهانه ایجاد می شود. با این حال، مطالعات نشان داده اند که فرایندهای شناختی ناخودآگاه و خودبه خودی فرد، تحت شرایط خاص، مانند عوامل محیطی و نیت اجرا، بر قصد و اعمال نیز تأثیر می گذارد. ادغام عوامل محیطی و قصد اجرا در مدل نظریه رفتار برنامه ریزی شده، عوامل بیشتری را معرفی می کند که تأثیر بالقوه ای بر قصد و اعمال دارند و به بررسی چگونگی تأثیر ناخودآگاه

1. Ozaralli & Rivenburgh

2. Ghanadinejad & Heidari

3. Draker

4. Theory of planned behavior





سوژه بر شکل‌گیری قصد و کنش کمک می‌کند. چنین مدل توسعه‌یافته نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده در مطالعات سفر و تربیت‌بدنی نوجوانان تأیید شده است (لیهوا<sup>۱</sup>، ۲۰۲۲).

عوامل زیادی بر کارآفرینی در زمینه‌های مختلف وجود دارد، مهم‌ترین عاملی که منجر به کارآفرینی می‌شود رفتار کارآفرینانه<sup>۲</sup> است زیرا تأسیس یک کسب‌وکار جدید ذاتاً یک رویداد در سطح فردی در نظر گرفته می‌شود و رفتارهای فردی مهم‌ترین عوامل منجر به وجود یک تجارت جدید در نظر گرفته می‌شود (گانیا و سیف<sup>۳</sup>، ۲۰۲۰). رفتار کارآفرینانه ویژگی‌های روانی را که کارآفرین می‌تواند داشته باشد، گرد هم می‌آورد. به عبارت دیگر شخصیت کارآفرین، متغیرهای انگیزشی و همچنین مهارت‌های او در زمینه کارآفرینی بررسی می‌شود. همه این ویژگی‌ها پتانسیل کارآفرینی فرد را نشان می‌دهد. همچنین رفتار کارآفرینانه را می‌توان به عنوان مجموعه‌ای از ویژگی‌های شخصی تعریف کرد که فردی که مایل به شروع یک کسب‌وکار جدید است، باید این ویژگی‌ها را داشته باشد تا به طور مؤثر وظایف و کارکردهای کارآفرینی را انجام دهد (جائوادی<sup>۴</sup>، ۲۰۱۴). مؤلفه رفتار کارآفرینانه عبارت‌اند از: تغییر در رفتار، بینش راهبردی، ایجاد محیط پرنرزی و محیط حمایتی.

عوامل متفاوتی در گسترش کارآفرینی در رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی دخیل است که از اساسی‌ترین این عوامل می‌توان به شناخت و پرورش قابلیت‌ها و مهارت‌های کارآفرینانه اشاره کرد که در نهایت به رشد و تقویت روحیه کارآفرینی و به تبع آن افزایش رفتارهای کارآفرینانه در دانشجویان این رشته کمک می‌کند (آهیاوزو و امانوئل<sup>۵</sup>، ۲۰۲۲). از این نگاه، به نظر می‌رسد کارآفرینی نقش مهمی در جهت جبران برخی از کاستی‌هایی که در امر اشتغال فارغ‌التحصیلان رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی وجود دارد، داشته باشد؛ بنابراین مطالعه و شناخت عوامل مؤثر در تقویت روحیه کارآفرینی و تبدیل به کارآفرین موفق شدن و کمک به بهبود رفتارهای کارآفرینانه، ضروری به نظر می‌رسد. لازم به ذکر است با توجه به پیشینه مطالعات قبلی، پژوهشی در خصوص رفتار کارآفرینانه برای دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی انجام نگرفته بود. این پژوهش به دنبال مطالعه مقایسه‌ای رفتار کارآفرینانه دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی با سایر دانشجویان دانشگاه شهید مدنی آذربایجان است. با توجه به ضرورت‌های یادشده این پژوهش در صدد پاسخ به سؤالات زیر است:

۱. وضعیت رفتار کارآفرینانه دانشجویان چگونه است؟

۲. وضعیت رفتار کارآفرینانه دانشجویان برحسب اطلاعات جمعیت‌شناختی چگونه است؟

۳. آیا بین رفتار کارآفرینانه دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی با سایر دانشجویان تفاوت معنادار وجود دارد؟

1. Lihua  
2. Entrepreneurial behavior  
3. Ghanian & Saif  
4. Jauoadi  
5. Ahiauzu & Emanuel

۴. آیا بین مؤلفه‌های رفتار کارآفرینانه دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی با سایر دانشجویان تفاوت معناداری وجود دارد؟

۵. آیا مؤلفه‌های رفتار کارآفرینانه می‌تواند در بروز رفتارهای کارآفرینانه دانشجویان مؤثر باشد؟



نشریه مطالعات دانش‌پژوهی

صفحه ۲۱۱

مطالعه مقایسه‌ای

رفتار کارآفرینانه

دانشجویان علم

اطلاعات ...

## ۲-پیشینه پژوهش

در این قسمت از پژوهش حاضر به بررسی مطالعات انجام‌شده در گذشته در ایران و خارج از کشور که مرتبط با حوزه موضوعی این پژوهش انجام گرفته‌اند پرداخته می‌شود.

احمدی و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهش خود که باهدف بررسی تأثیر عوامل فردی و محیطی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه کردستان و با استفاده از پرسش‌نامه انجام دادند به این نتیجه رسیدند که دانشجویان پسر و آن‌هایی که وضعیت تحصیلی مناسبی دارند، بیشتر احساس توفیق‌طلبی، استقلال‌طلبی و خلاقیت می‌کنند. همچنین، این پژوهش نشان می‌دهد که ادراک دانشجویان از محیط کارآفرینانه‌ی دانشگاه تأثیر مثبتی بر تقویت رفتارهای کارآفرینانه‌ی آن‌ها دارد.

ادیب فر (۱۳۹۵) در پژوهش خود با عنوان بررسی تأثیر عملکرد پارک علم و فناوری و مراکز رشد استان خوزستان بر شکل‌گیری رفتارهای کارآفرینانه اعضای هیئت علمی و دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز نشان داد دو میانگین مهم در این یافته‌ها عبارت‌اند از: آگاهی اعضای هیئت علمی از سازوکارهای حمایتی با میانگین ۲/۸۵ و شکل‌گیری رفتارهای کارآفرینانه با میانگین ۱/۲۳ و نیز آگاهی دانشجویان از سازوکارهای حمایتی با میانگین ۳/۴۲ و فرهنگ کارآفرینی با میانگین ۲/۳۶ است. علاوه بر این، میانگین متغیرهای آشنایی با نقش‌ها و وظایف پارک و مراکز رشد، نگرش و چشم‌انداز اقتصادی، مهارت‌های کارآفرینی، تسهیل روند تبدیل دانشگاه به دانشگاه کارآفرین و فرهنگ کارآفرینی دانشجویان نیز مورد بررسی قرار گرفته است. این میانگین‌ها نشان‌دهنده میزان آگاهی و نگرش دانشجویان به موضوعات مختلف کارآفرینی است.

پژوهشی که باهدف رابطه بین نگرش و رفتار کارآفرینانه با کارآفرینی اجتماعی دانشجویان دانشگاه شهید مدنی آذربایجان توسط دهقان ژارآباد (۱۳۹۵) انجام گرفت، نشان‌دهنده این بود که بین متغیرهای پژوهش (نگرش کارآفرینانه، رفتار کارآفرینانه و کارآفرینی اجتماعی) رابطه‌ای معنادار وجود دارد. همچنین، یافته‌ها اشاره می‌کند که می‌توان کارآفرینی اجتماعی را از طریق نگرش و رفتار کارآفرینانه پیش‌بینی کرد.

در اقدامی دیگر صابری (۱۳۹۶) در پژوهش خود با عنوان «کارآفرینی در علم اطلاعات و دانش‌شناسی: یک تحلیل عاملی اکتشافی» به این نتیجه رسید که پنج عامل با مقادیر ویژه بالای یک احصاء و تحت عناوین «مهارت‌افزایی»، «محتوایی»، «آموزشی»، «ترویجی» و «پشتیبانی» نام‌گذاری شده‌اند. این پنج عامل در مجموع ۷۴/۶۶ درصد از واریانس عوامل مؤثر در کارآفرینی دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی را تبیین می‌کنند. به عبارت دیگر، این عوامل می‌توانند توان کارآفرینی دانشجویان را افزایش دهند و به رونق کارآفرینی در این رشته کمک کنند. توجه برنامه‌ریزان



درسی و مدیران گروه‌های آموزشی به این پنج عامل می‌تواند نقش مهمی در توسعه مهارت‌ها و توانمندی‌های کارآفرینی دانشجویان داشته باشد.

در پژوهشی که واعظی و زیودار (۱۴۰۰) به بررسی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان پرداخته یافته‌ها حاکی از آن است که هوشیاری کارآفرینانه تأثیر معناداری بر قصد کارآفرینانه دارد. در مقابل، ویژگی رقابت تأثیر معناداری بر قصد کارآفرینانه ندارد. تأثیر دوسویه ویژگی رقابت و هوشیاری کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه معنادار نیست. قصد کارآفرینانه تأثیر مثبت و چشمگیری بر رفتار کارآفرینانه دارد. شخصیت پیشگام نیز تأثیر مثبت بر شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه دارد. قصد کارآفرینانه تحت تأثیر مقادیر بالا یا کم شخصیت پیش‌گام قرار نمی‌گیرد. با این حال، شخصیت پیش‌گام به‌طور کلی بر رفتار کارآفرینانه تأثیر دارد. به نظر می‌رسد که این تحلیل می‌تواند به مدیران گروه‌های آموزشی و برنامه‌ریزان درسی کمک کند تا توان کارآفرینی دانشجویان را افزایش دهند و به رونق کارآفرینی در این رشته کمک کنند.

نتایج پژوهش اوزرالی و ریونبرو<sup>۱</sup> (۲۰۱۶) با عنوان «قصد کارآفرینی، سوابق رفتار کارآفرینانه در ایالات متحده و ترکیه» نشان داد دانشجویان به‌طور کلی نگرش مثبتی نسبت به کارآفرینی دارند، اما دانشجویان آمریکایی و ترکیه‌ای سطح پایینی از قصد کارآفرینی نشان می‌دهند. همچنین، یافته‌ها نشان می‌دهند که بین ویژگی‌های شخصیتی خوش‌بینی، نوآوری، تمایل به ریسک‌پذیری و قصد کارآفرینی رابطه معنادار آماری وجود دارد. به عبارت دیگر، دانشجویان با ویژگی‌های مثبت شخصیتی مانند خوش‌بینی و نوآوری، بیشتر به کارآفرینی تمایل دارند. همچنین، تمایل به ریسک‌پذیری نیز با قصد کارآفرینی مرتبط است. این نتایج می‌تواند به مدیران گروه‌های آموزشی و برنامه‌ریزان درسی کمک کنند تا توان کارآفرینی دانشجویان را افزایش دهند و به رونق کارآفرینی در این رشته کمک کنند.

ویلسون و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان «تحلیل نقش جنسیت و خودکارآمدی در توسعه علایق و رفتار کارآفرینانه زنان» به این نتیجه رسیدند که به‌طور کلی نگرش مثبتی نسبت به کارآفرینی دارند، اما دانشجویان آمریکایی و ترکیه‌ای سطح پایینی از قصد کارآفرینی نشان می‌دهند. همچنین، یافته‌ها نشان می‌دهند که بین ویژگی‌های شخصیتی خوش‌بینی، نوآوری، تمایل به ریسک‌پذیری و قصد کارآفرینی رابطه معنادار آماری وجود دارد. به عبارت دیگر، دانشجویان با ویژگی‌های مثبت شخصیتی مانند خوش‌بینی و نوآوری، بیشتر به کارآفرینی تمایل دارند. همچنین، تمایل به ریسک‌پذیری نیز با قصد کارآفرینی مرتبط است. این نتایج می‌تواند به مدیران گروه‌های آموزشی و برنامه‌ریزان درسی کمک کند تا توان کارآفرینی دانشجویان را افزایش دهند و به رونق کارآفرینی در این رشته کمک کنند.

1. Ozaralli & Rivenburgh  
2. Wilson et al.



موداسیح و سوبروتو<sup>۱</sup> (۲۰۲۱) در پژوهش تأثیر سواد مالی، سواد دیجیتال و نتیجه یادگیری کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان در نگرش سورابایا به این نتیجه رسیدند که سواد مالی با تأثیر معناداری ۰/۰۳ بر روی رفتار کارآفرینانه دانشجویان تأثیر دارد. به عبارت دیگر، افزایش سواد مالی منجر به افزایش رفتار کارآفرینانه می‌شود. همچنین، سواد دیجیتال نیز با تأثیر معناداری ۰/۰۰۲ بر روی رفتار کارآفرینی دانشجویان تأثیر دارد، به طوری که افزایش سواد دیجیتال منجر به افزایش رفتار کارآفرینی می‌شود. همچنین، نتایج یادگیری کارآفرینانه نیز با تأثیر معناداری ۰/۰۰۱ بر روی رفتار کارآفرینانه دانشجویان تأثیر دارد. این نتایج نشان می‌دهند که افزایش در نتایج یادگیری کارآفرینانه نیز منجر به افزایش رفتار کارآفرینانه می‌شود. در نهایت، سواد مالی، سواد دیجیتال و نتایج یادگیری کارآفرینانه به طور هم‌زمان بر روی رفتار کارآفرینانه دانشجویان این دانشگاه تأثیر می‌گذارند. تعداد سهم تأثیر این متغیرها بر رفتار کارآفرینانه ۳۲/۷ درصد است، در حالی که ۶۷/۳ درصد تحت تأثیر عوامل دیگر قرار دارد.

دارمانگارا و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۲۲) در بررسی نقش خودکارآمدی کارآفرینانه در میانجی‌گری تأثیر آموزش کارآفرینی و حمایت مالی بر رفتار کارآفرینانه دریافتند که آموزش کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر رفتار کارآفرینانه دارد. این به این معناست که آموزش مهارت‌ها و دانش مرتبط با کارآفرینی می‌تواند افراد را ترغیب به ایجاد کسب‌وکارهای جدید کند. همچنین، آموزش کارآفرینی می‌تواند خودکارآمدی کارآفرینانه را تقویت کند. خودکارآمدی به معنای اعتماد به توانایی‌های شخصی برای انجام وظایف کارآفرینی است. حمایت مالی نیز تأثیر مثبت و معناداری بر رفتار کارآفرینانه دارد. این به این معناست که ارائه منابع مالی، مانند سرمایه‌گذاری یا وام، می‌تواند افراد را تشویق به شروع و توسعه کسب‌وکارهای خود کند. همچنین، حمایت مالی می‌تواند خودکارآمدی کارآفرینانه را تقویت کند. افراد با دسترسی به منابع مالی بیشتر، احتمال موفقیت در کارآفرینی را بیشتر می‌بینند. در نتیجه، آموزش کارآفرینی و حمایت مالی هر دو می‌توانند به توسعه رفتار کارآفرینانه و کسب‌وکارهای آنلاین کمک کنند.

رافیعی و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان «تأثیر نگرش تجاری بر رفتار کارآفرینانه در دانشجویان کارشناسی ارشد: یک مطالعه مقطعی در طول همه‌گیری کووید ۱۹» نشان دادند که میانگین سنی شرکت‌کنندگان با انحراف معیار ۶/۲۹۷ سال ۲۸/۱۷ سال است. ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که بین سن و نگرش نسبت به رقابت و فرهنگ کارآفرینی، همبستگی معکوس و معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، با افزایش سن، نگرش به رقابت و فرهنگ کارآفرینی کاهش می‌یابد. نگرش به کسب‌وکار تأثیر معکوس و معناداری بر رفتار کارآفرینانه دارد. این یافته‌ها به این معناست که افرادی که نگرش مثبت به کسب‌وکار دارند، به طور معمول رفتار کارآفرینانه‌تری انجام می‌دهند. به طور خلاصه، این تحلیل نشان می‌دهد که سن و نگرش به کسب‌وکار تأثیر مهمی بر رفتار کارآفرینانه دارند.

1. Mudasih & Subroto  
2. Dharmanegara et al  
3. Rafiei et al.



بر اساس پیشینه‌های پژوهشی که موردبررسی قرار گرفته‌اند می‌توان به این مورد اشاره کرد که اغلب پژوهش‌ها رفتار کارآفرینانه را از دیدگاه یک مؤلفه و یا مؤلفه‌های کلی بررسی نموده‌اند درحالی که در این پژوهش عامل‌های مرتبط با محیط دانشگاهی و برای دانشجویان موردتوجه قرار گرفته و همچنین به دلیل کم بودن سؤالات مربوط به مؤلفه‌ها، امکان سنجش دقیق مؤلفه‌های رفتار کارآفرینانه وجود نداشت که در این پژوهش سعی شده چهار مؤلفه مهم موردبررسی را پوشش دهد.

### ۳- روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش پیمایشی و از نوع توصیفی-تحلیلی است. جامعه مورد مطالعه این پژوهش دانشجویان دانشگاه شهید مدنی آذربایجان است. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کرجسی و مورگان<sup>۱</sup> (۱۹۷۰) استفاده شد که طبق این جدول نمونه ۳۶۰ به دست آمد و از بین پرسش‌نامه‌های توزیع شده تنها ۲۶۰ نفر پاسخ دادند. روش نمونه‌گیری در این پژوهش نمونه‌گیری تصادفی است. در پژوهش حاضر از ابزار پرسش‌نامه رفتار کارآفرینانه مقیمی و رمضان (۱۳۹۰) استفاده شد. پایایی آن با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۲ در پژوهش‌های پیشین مرزبان و همکاران (۱۳۹۰) تأیید شده است. این پرسش‌نامه مؤلفه‌هایی مانند (تغییر در رفتار، ینش راهبردی، ایجاد یک محیط پرنرزی و محیط حمایتی) را می‌سنجد. پرسش‌نامه بر اساس مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت (کاملاً مخالفم=۱، مخالفم=۲، نظری ندارم=۳، موافقم=۴ و کاملاً موافقم=۵) نمره‌گذاری شده است. این پرسش‌نامه قبلاً نیز در پژوهش‌های (دهقان، ۱۳۹۵، بلوچی، ۱۳۹۸ و مفتاحی، ۱۳۹۸) استفاده شده است، بنابراین از اعتبار کافی برخوردار است. روایی محتوایی پرسش‌نامه با توجه به استاندارد بودن آن از قبل تأیید گردیده و روایی سازه نیز از طریق تحلیل عاملی تأییدی اندازه‌گیری شده و مورد تأیید قرار گرفته است (مقیمی و رمضان، ۱۳۹۰). روایی صوری پرسش‌نامه‌ها توسط متخصصان علم اطلاعات و دانش‌شناسی بررسی و پس از برخی اصلاحات شکلی برای استفاده مورد تأیید قرار گرفت. جدول ۱ مقدار ضریب آلفای کرونباخ (۰/۷۶) و مقدار شاخص پایایی ترکیبی (CR) برای متغیر رفتار کارآفرینانه را نشان می‌دهد. با توجه به جدول ۱، پرسش‌نامه از پایایی قابل قبولی برخوردار است.

جدول ۱: ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی

| آلفای کرونباخ | پایایی ترکیبی (cr) |
|---------------|--------------------|
| ۰/۷۶          | ۰/۷۷               |

جدول ۲ نیز زیرمقیاس‌های مؤلفه رفتار کارآفرینانه را نشان می‌دهد.



جدول ۲: زیر مقیاس‌های مؤلفه‌های رفتار کارآفرینانه

| ردیف | مؤلفه‌ها              | گویه‌ها     |
|------|-----------------------|-------------|
| ۱    | تغییر در رفتار        | ۱،۲،۳،۴،۵،۶ |
| ۲    | بیش استراتژیک         | ۷،۸         |
| ۳    | ایجاد یک محیط پرانرژی | ۹،۱۰        |
| ۴    | محیط حمایتی           | ۱۱،۱۲       |

#### ۴- یافته‌ها

در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آماری توصیفی (فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار) و استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون، تی مستقل و آنوا و تی تک نمونه‌ای) استفاده شده است. یافته‌های جدول ۴ نشان می‌دهد بیشترین شرکت کنندگان در این پژوهش دانشجویان زن بوده و در مقطع تحصیلی کارشناسی هستند. میانگین سنی دانشجویان نیز در محدوده سنی ۱۸-۲۲ سال است.

جدول ۴: یافته‌های جمعیت شناختی

| متغیر       |                          | فراوانی | درصد  |
|-------------|--------------------------|---------|-------|
| جنسیت       | زن                       | ۱۸۵     | ۷۱/۲  |
|             | مرد                      | ۷۵      | ۲۸/۸  |
| سن          | ۱۸-۲۲                    | ۱۸۹     | ۷۲/۷  |
|             | ۲۳-۲۶                    | ۵۴      | ۲۱٪/۳ |
|             | ۲۷-۳۰                    | ۷       | ۲/۸   |
|             | ۳۱-۳۵                    | ۳       | ۱/۲   |
|             | بالتر از ۳۵              | ۷       | ۲/۸   |
|             |                          |         |       |
| مقطع تحصیلی | کارشناسی                 | ۲۱۶     | ۸۳/۱  |
|             | تحصیلات تکمیلی           | ۴۴      | ۸/۵   |
| رشته تحصیلی | علم اطلاعات و دانش‌شناسی | ۸۹      | ۳۴/۲  |
|             | سایر رشته‌ها             | ۱۷۱     | ۶۵/۸  |

#### ۴-۱- پاسخ به سؤال اول پژوهش: وضعیت رفتار کارآفرینانه دانشجویان چگونه است؟

جدول ۵ میانگین رفتار کارآفرینانه دانشجویان را نشان می‌دهد. با استناد به طیف استاندارد ارزیابی بازرگان و همکاران (۱۳۸۷) دانشجویان با میانگین کل ۳/۹۷ از نظر رفتار کارآفرینانه در سطح مطلوبی قرار دارند. همچنین با توجه به یافته‌های این جدول بیشترین میانگین مربوط به دانشجویان گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی است.

جدول ۵: میانگین رفتار کارآفرینانه دانشجویان

| گروه                         | میانگین | انحراف معیار |
|------------------------------|---------|--------------|
| علم اطلاعات و دانش‌شناسی     | ۴/۳۹    | ۰/۵۹         |
| غیر علم اطلاعات و دانش‌شناسی | ۴/۳۱    | ۰/۶۴         |
| کل                           | ۴/۳۴    | ۰/۶۳         |



#### ۴-۲- پاسخ به سؤال دوم پژوهش: وضعیت رفتار کارآفرینانه دانشجویان برحسب اطلاعات

##### جمعیت شناختی چگونه است؟

جدول ۶ نتایج تحلیل وضعیت رفتار کارآفرینانه برحسب اطلاعات جمعیت شناختی را نشان می‌دهد. با توجه به جدول سطح معنی‌داری آزمون تی مستقل ( $\text{sig}=0/79$ ) و مقدار آمار تحلیل واریانس نیز  $0/06$  است، از آنجایی که سطح معنی‌داری آزمون بیشتر از  $0/05$  است پس همگن بودن واریانس دو گروه تأیید می‌شود. یافته‌های جدول نشان می‌دهد بین رفتار کارآفرینانه و جنسیت دانشجویان تفاوت معناداری وجود ندارد زیرا سطح معنی‌داری برابر با  $0/11$  است و از  $0/05$  بیشتر است و همچنین مقدار آماره تی نیز برابر با  $(t=1/58)$  است. با توجه به یافته‌های جدول در آزمون آنوا مقدار آماره F برابر با  $0/77$  است و از آنجایی که سطح معنی‌داری آزمون برابر با  $0/38$  بوده و از  $0/05$  بزرگ‌تر است بنابراین تفاوت معناداری بین رفتار کارآفرینانه و مقطع تحصیلی دانشجویان وجود ندارد. با توجه به یافته‌های این جدول ( $p=0/66$ ,  $t=0/02$ ),  $N=258$  تفاوت معناداری بین رفتار کارآفرینانه و معدل دانشجویان نیز وجود ندارد و همچنین مطابق با یافته‌های این جدول ( $p=0/79$ ,  $r=0/01$ ,  $N=260$ ) تفاوت معناداری بین رفتار کارآفرینانه و سن دانشجویان وجود ندارد.

جدول ۶: نتایج تحلیل رفتار کارآفرینانه دانشجویان برحسب متغیرهای جمعیت شناختی

| جنسیت             | آزمون تی مستقل                  | آزمون لون برابری واریانس |            | آزمون تی برای برابری میانگین‌ها |            |           |               |                     | تفاوت با اطمینان ۹۵٪ |       |
|-------------------|---------------------------------|--------------------------|------------|---------------------------------|------------|-----------|---------------|---------------------|----------------------|-------|
|                   |                                 | آماره تحلیل واریانس      | معنی‌داری  | آماره تی                        | درجه آزادی | معنی‌داری | تفاوت میانگین | خطای انحراف معیار   | بالا                 | پایین |
| مقطع تحصیلی       | برابری واریانس نابرابری واریانس | ۰/۰۶                     | ۰/۷۹       | ۱/۵۸                            | ۲۵۷        | ۰/۱۱      | ۰/۰۷          | ۰/۰۴                | ۰/۱۷                 | -۰/۰۱ |
|                   | آزمون تحلیل واریانس (آنوا)      | مجموع مجذورات            | درجه آزادی | میانگین مجذورات                 |            | معدل      | سن            | ضریب همبستگی پیرسون |                      |       |
|                   | بین گروه‌ها                     | ۰/۰۹                     | ۱          | ۰/۰۹                            | ۰/۱۲       | ۰/۷۷      | ۰/۰۱          | همبستگی             | ۰/۰۲                 | ۰/۷۹  |
| رفتار کارآفرینانه | درون گروه‌ها                    | ۳۲/۴۶                    | ۲۵۸        | سطح معنی‌داری                   |            | ۰/۶۶      | ۰/۷۹          | تعداد               |                      |       |
|                   | کل                              | ۳۲/۵۶                    | ۲۵۹        |                                 |            | ۲۶۰       | ۲۶۰           |                     |                      |       |
|                   |                                 |                          |            |                                 |            |           |               |                     |                      |       |



#### ۴-۳- پاسخ به سؤال سوم پژوهش: آیا بین رفتار کارآفرینانه دانشجویان علم اطلاعات و دانش

##### شناسی با سایر دانشجویان تفاوت معنادار وجود دارد؟

جدول ۷ نتایج آزمون تی مستقل جهت بررسی وجود تفاوت معناداری بین دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی با دانشجویان رشته‌های غیر از علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه شهید مدنی آذربایجان را نشان می‌دهد. با توجه به یافته‌های جدول در بررسی تفاوت رفتار کارآفرینانه بین دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی با دانشجویان دیگر، مقدار آماره تحلیل واریانس برابر با ۰/۵۵ بوده و سطح معنی‌داری نیز از ۰/۰۵ بیشتر و برابر با ۰/۴۵ است، بنابراین همگن بودن واریانس دو گروه تأیید می‌شود. یافته‌ها نشان داد بین رفتار کارآفرینانه دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی با سایر دانشجویان تفاوت معناداری وجود ندارد زیرا سطح معنی‌داری آزمون برابر با ۰/۱۳ بوده و از ۰/۰۵ بیشتر است همچنین آماره تی نیز برابر با ۱/۵ بود.

جدول ۷: آزمون تی مستقل

| مقایسه رفتار کارآفرینانه دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی با سایر دانشجویان | آزمون تی مستقل | آزمون لون برای واریانس |               | آزمون تی برای برابری میانگین‌ها |            |           |               |                   | تفاوت با اطمینان ۹۵٪ |       |
|-------------------------------------------------------------------------------|----------------|------------------------|---------------|---------------------------------|------------|-----------|---------------|-------------------|----------------------|-------|
|                                                                               |                | آماره تحلیل واریانس    | سطح معنی‌داری | آماره تی                        | درجه آزادی | معنی‌داری | تفاوت میانگین | خطای انحراف معیار | بالا                 | پایین |
|                                                                               | برابری واریانس | ۰/۵۵                   | ۰/۴۵          | ۱/۵                             | ۲۵۸        | ۰/۱۳      | ۰/۰۶          | ۰/۰۴              | ۰/۱۶                 | -۰/۰۲ |

#### ۴-۴- سؤال چهارم: آیا بین ابعاد رفتار کارآفرینانه دانشجویان با متغیرهای جمعیت شناختی

##### (جنسیت، مقطع، معدل و سن) تفاوت معنادار وجود دارد؟

جدول ۸ نتایج آزمون تی مستقل جهت بررسی وجود تفاوت معناداری بین ابعاد رفتار کارآفرینانه دانشجویان با متغیرهای جمعیت شناختی را نشان می‌دهد. با توجه به یافته‌های جدول تنها مؤلفه تغییر در رفتار با سطح معنی‌داری کوچک‌تر از ۰/۰۵ ( $\text{sig}=0/03$ ) و آماره تی ۲/۱۱ تفاوت معناداری با متغیر جنسیت دانشجویان داشت. با توجه به یافته‌های این جدول نتایج آزمون تحلیل واریانس نشان داد هیچ‌یک از مؤلفه‌های رفتار کارآفرینانه با مقطع تحصیلی دانشجویان تفاوت معناداری وجود ندارند زیرا سطح معنی‌داری آن‌ها از ۰/۰۵ بزرگ‌تر بودند. یافته‌های این جدول نشان داد سطح معنی‌داری همه ابعاد رفتار کارآفرینانه در ارتباط با معدل و سن دانشجویان از ۰/۰۵ بزرگ‌تر بوده و تفاوت معناداری بین ابعاد کارآفرینانه و سن و معدل دانشجویان وجود ندارد.



جدول ۸: نتایج تحلیل ابعاد رفتار کارآفرینانه و متغیرهای جمعیت شناختی

| جنسیت                   | ابعاد               | آزمون تی مستقل      | آزمون لون<br>برابری<br>واریانس |               | آزمون تی برای میانگین |            |           |               | تفاوت با اطمینان<br>۹۵٪ |         |       |               |
|-------------------------|---------------------|---------------------|--------------------------------|---------------|-----------------------|------------|-----------|---------------|-------------------------|---------|-------|---------------|
|                         |                     |                     | آماره تحلیل واریانس            | سطح معنی داری | آماره تی              | درجه آزادی | معنی داری | تفاوت میانگین | خطای انحراف معیار       | بالا    | پایین |               |
|                         | تغییر رفتار         | برابری واریانس      | ۰/۳۲                           | ۰/۵۶          | ۲/۱۱                  | ۲۵۷        | ۰/۰۳      | ۰/۱۲          | ۰/۰۵                    | ۰/۲۳    | ۰/۰۰۸ |               |
|                         | بینش راهبردی        | برابری واریانس      | ۰/۶۷                           | ۰/۴۱          | ۱/۷                   | ۲۵۷        | ۰/۰۷      | ۰/۱۶          | ۰/۰۹                    | ۰/۰۲    | -۰/۳۵ |               |
|                         | ایجاد محیط پرانرژی  | برابری واریانس      | ۰/۰۳                           | ۰/۸۵          | ۱/۸۵                  | ۲۵۱        | ۰/۰۶      | ۰/۱۷          | ۰/۰۹                    | ۰/۳۴    | -۰/۰۱ |               |
|                         | محیط حمایتی         | نابرابری واریانس    | ۴/۹                            | ۰/۰۲          | ۰/۹                   | ۱۱۵/۹۸     | ۰/۳۲      | ۰/۰۹          | ۰/۰۹                    | ۰/۲۷    | -۰/۰۹ |               |
|                         | مقطع تحصیلی         | آزمون تحلیل واریانس |                                | مجموع مجذورات |                       | درجه آزادی |           | میانگین       |                         | مقدار F |       | سطح معنی داری |
|                         |                     | تغییر رفتار         | بین گروه‌ها                    | ۰/۰۴          | ۱                     | ۰/۰۴       | ۲۵۸       | ۰/۱۸          | ۰/۲۵                    | ۳/۱۱    | ۰/۰۷  | ۰/۶۸          |
|                         |                     |                     | درون گروه‌ها                   | ۴۶/۶۱         | ۲۵۹                   | ۰/۴۸       | ۲۵۸       | ۰/۴۹          |                         |         |       |               |
|                         |                     |                     | کل                             | ۴۶/۶۵         | ۲۵۹                   | ۰/۴۸       | ۲۵۸       | ۰/۴۹          |                         |         |       |               |
| بینش راهبردی            |                     | بین گروه‌ها         | ۰/۰۸                           | ۱             | ۰/۰۸                  | ۲۵۸        | ۰/۴۹      | ۰/۱۶          | ۳/۱۱                    | ۰/۰۷    | ۰/۶۸  |               |
|                         |                     | درون گروه‌ها        | ۱۲۶/۶۵                         | ۲۵۹           | ۰/۴۸                  | ۲۵۸        | ۰/۴۹      |               |                         |         |       |               |
|                         |                     | کل                  | ۱۲۶/۷۳                         | ۲۵۹           | ۰/۴۸                  | ۲۵۸        | ۰/۴۹      |               |                         |         |       |               |
| ایجاد محیط پرانرژی      |                     | بین گروه‌ها         | ۱/۴۲                           | ۱             | ۱/۴۲                  | ۲۵۸        | ۰/۴۵      | ۰/۱۶          | ۳/۱۱                    | ۰/۰۷    | ۰/۶۸  |               |
|                         |                     | درون گروه‌ها        | ۱۱۷/۹۳                         | ۲۵۹           | ۰/۴۸                  | ۲۵۸        | ۰/۴۵      |               |                         |         |       |               |
|                         |                     | کل                  | ۱۱۹/۳۶                         | ۲۵۹           | ۰/۴۸                  | ۲۵۸        | ۰/۴۵      |               |                         |         |       |               |
| محیط حمایتی             | بین گروه‌ها         | ۰/۰۶                | ۱                              | ۰/۰۶          | ۲۵۸                   | ۰/۳۹       | ۰/۱۶      | ۳/۱۱          | ۰/۰۷                    | ۰/۶۸    |       |               |
|                         | درون گروه‌ها        | ۱۰۲/۹۶              | ۲۵۹                            | ۰/۴۸          | ۲۵۸                   | ۰/۳۹       |           |               |                         |         |       |               |
|                         | کل                  | ۱۰۳/۰۳              | ۲۵۹                            | ۰/۴۸          | ۲۵۸                   | ۰/۳۹       |           |               |                         |         |       |               |
| ابعاد رفتار کارآفرینانه | ضریب همبستگی پیرسون |                     | معدل                           |               | سن                    |            | سن        |               | سن                      |         | سن    |               |
|                         | تغییر در رفتار      | همبستگی             | ۰/۰۱                           | ۰/۰۴          | ۰/۰۱                  | ۰/۰۴       | ۰/۰۱      | ۰/۰۴          | ۰/۰۱                    | ۰/۰۴    | ۰/۰۱  | ۰/۰۴          |
|                         |                     | سطح معنی داری       | ۰/۸۲                           | ۰/۴۸          | ۰/۸۲                  | ۰/۴۸       | ۰/۸۲      | ۰/۴۸          | ۰/۸۲                    | ۰/۴۸    | ۰/۸۲  | ۰/۴۸          |
|                         |                     | تعداد               | ۲۵۹                            | ۲۶۰           | ۲۵۹                   | ۲۶۰        | ۲۵۹       | ۲۶۰           | ۲۵۹                     | ۲۶۰     | ۲۵۹   | ۲۶۰           |
|                         | بینش راهبردی        | همبستگی             | ۰/۰۲                           | ۰/۰۱          | ۰/۰۲                  | ۰/۰۱       | ۰/۰۲      | ۰/۰۱          | ۰/۰۲                    | ۰/۰۱    | ۰/۰۲  | ۰/۰۱          |
|                         |                     | سطح معنی داری       | ۰/۷۳                           | ۰/۸۲          | ۰/۷۳                  | ۰/۸۲       | ۰/۷۳      | ۰/۸۲          | ۰/۷۳                    | ۰/۸۲    | ۰/۷۳  | ۰/۸۲          |
|                         |                     | تعداد               | ۲۵۹                            | ۲۶۰           | ۲۵۹                   | ۲۶۰        | ۲۵۹       | ۲۶۰           | ۲۵۹                     | ۲۶۰     | ۲۵۹   | ۲۶۰           |
|                         | ایجاد محیط پرانرژی  | همبستگی             | ۰/۰۳                           | ۰/۰۴          | ۰/۰۳                  | ۰/۰۴       | ۰/۰۳      | ۰/۰۴          | ۰/۰۳                    | ۰/۰۴    | ۰/۰۳  | ۰/۰۴          |
|                         |                     | سطح معنی داری       | ۰/۶                            | ۰/۴۶          | ۰/۶                   | ۰/۴۶       | ۰/۶       | ۰/۴۶          | ۰/۶                     | ۰/۴۶    | ۰/۶   | ۰/۴۶          |
|                         |                     | تعداد               | ۲۵۹                            | ۲۶۰           | ۲۵۹                   | ۲۶۰        | ۲۵۹       | ۲۶۰           | ۲۵۹                     | ۲۶۰     | ۲۵۹   | ۲۶۰           |
|                         | محیط حمایتی         | همبستگی             | ۰/۰۰۵                          | -۰/۰۹         | ۰/۰۰۵                 | -۰/۰۹      | ۰/۰۰۵     | -۰/۰۹         | ۰/۰۰۵                   | -۰/۰۹   | ۰/۰۰۵ | -۰/۰۹         |
|                         |                     | سطح معنی داری       | ۰/۹۳                           | ۰/۱۲          | ۰/۹۳                  | ۰/۱۲       | ۰/۹۳      | ۰/۱۲          | ۰/۹۳                    | ۰/۱۲    | ۰/۹۳  | ۰/۱۲          |
|                         |                     | تعداد               | ۲۵۹                            | ۲۶۰           | ۲۵۹                   | ۲۶۰        | ۲۵۹       | ۲۶۰           | ۲۵۹                     | ۲۶۰     | ۲۵۹   | ۲۶۰           |

## ۵-۴- سؤال پنجم: آیا مؤلفه‌های رفتار کارآفرینانه می‌تواند در بروز رفتارهای کارآفرینانه دانشجویان مؤثر باشد؟

جدول ۹ نتایج مربوط به مؤلفه محیط حمایتی را نشان می‌دهد. از آنجایی که سطح معنی‌داری برابر با ۰/۰۰۰ و از ۰/۰۵ کوچک‌تر است، بنابراین محیط دانشگاه دارای محیط حمایتی برای بروز رفتارهای کارآفرینانه دانشجویان است و از سوی دیگر چون میانگین به‌دست آمده برابر با ۴/۳۴ و از میانگین فرضی ۳ بیشتر است، در نتیجه می‌توان گفت دانشگاه از محیط حمایتی مطلوبی برخوردار است. با توجه به یافته‌های جدول ۹ از آنجایی که سطح معنی‌داری برابر با ۰/۰۰۰ و از ۰/۰۵ کوچک‌تر است، بنابراین بینش راهبردی می‌تواند در رفتار کارآفرینانه دانشجویان مؤثر باشد و از سوی دیگر چون میانگین به‌دست آمده برابر با ۳/۶۴ و از میانگین فرضی ۳ بیشتر است، در نتیجه می‌توان گفت دانشجویان از بینش راهبردی مطلوبی برخوردار هستند. یافته‌های جدول ۹ نشان می‌دهد با توجه به اینکه سطح معنی‌داری برابر با ۰/۰۰۰ و از ۰/۰۵ کوچک‌تر است، بنابراین دانشگاه می‌تواند محیط پرانرژی را برای دانشجویان در مورد بروز رفتارهای کارآفرینانه فراهم کند و از طرفی دیگر چون میانگین به‌دست آمده برابر با ۴/۱۷ و از میانگین فرضی ۳ بیشتر است، پس می‌توان گفت دانشگاه از محیط پرانرژی مطلوبی برای دانشجویان برخوردار است. با توجه به یافته‌های جدول ۹ می‌توان دریافت که از آنجایی که سطح معنی‌داری برابر با ۰/۰۰۰ و از ۰/۰۵ کوچک‌تر است، بنابراین تغییر در رفتار می‌تواند بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان مؤثر باشد و از طرفی دیگر چون میانگین به‌دست آمده برابر با ۳/۸۹ و از میانگین فرضی ۳ بیشتر است، پس می‌توان گفت دانشجویان از ویژگی تغییر در رفتار مناسبی در مورد رفتار کارآفرینانه خود برخوردار هستند.

جدول ۹: نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای

| ابعاد          | تعداد | میانگین | انحراف معیار | نمره معیار | درجه آزادی | t      | $P < 0/05$ |
|----------------|-------|---------|--------------|------------|------------|--------|------------|
| محیط حمایتی    | ۲۶۰   | ۴/۳۴    | ۰/۶۳         | ۳          | ۲۵۹        | ۱۱۱/۰۱ | ۰/۰۰۰      |
| بینش راهبردی   | ۲۶۰   | ۳/۶۴    | ۰/۶۹         | ۳          | ۲۵۹        | ۸۳/۹۵  | ۰/۰۰۰      |
| محیط پرانرژی   | ۲۶۰   | ۴/۱۷    | ۰/۶۷         | ۳          | ۲۵۹        | ۹۹/۲۱  | ۰/۰۰۰      |
| تغییر در رفتار | ۲۶۰   | ۳/۸۹    | ۰/۴۲         | ۳          | ۲۵۹        | ۱۴۷/۸۲ | ۰/۰۰۰      |

## ۵- بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش باهدف مقایسه رفتار کارآفرینانه دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی با سایر دانشجویان دانشگاه شهید مدنی آذربایجان انجام گرفت. جامعه آماری این پژوهش را دانشجویان دانشگاه شهید مدنی آذربایجان تشکیل می‌دهند که طبق جدول کرجسی- مورگان ۳۶۰ نفر به‌طور





تصادفی به عنوان نمونه انتخاب شدند و تنها از بین آن‌ها ۲۶۰ نفر به پرسش‌نامه توزیع شده پاسخ دادند، بنابراین این پژوهش بر روی این افراد انجام گرفت. جهت گردآوری داده‌ها از ابزار پرسش-نامه استفاده شد که روایی و پایایی آن مورد تأیید قرار گرفت. داده‌های گردآوری شده توسط نرم‌افزار SPSS مورد تحلیل قرار گرفته و نتایج به صورت زیر به دست آمد.

نتایج توصیفی در مورد وضعیت جمعیت شناختی دانشجویان در این پژوهش نشان داد که اکثر پاسخ‌دهندگان زن بوده و در محدوده سنی ۱۸-۲۲ سال قرار داشتند. اکثر پاسخ‌دهندگان در مقطع تحصیلی کارشناسی بوده و معدل اکثر آن‌ها در محدوده ۱۴-۱۸ قرار داشت. با توجه به جدول ۵ با معیار قرار دادن طیف ارزیابی استاندارد بازرگان و همکاران (۱۳۸۷) می‌توان نتیجه گرفت که دانشجویان از لحاظ رفتار کارآفرینانه در سطح مطلوبی قرار دارند که این نتیجه پژوهش ما با نتایج پژوهش‌های (ادیب فر، ۱۳۹۵) همخوانی دارد. نتایج آزمون تی مستقل نشان داد که در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ و با اطمینان ۹۵٪ بین رفتار کارآفرینانه در دو گروه جنسیت زن و مرد دانشجویان تفاوت معناداری وجود ندارد. نتایج آزمون آنوا نشان داد که بین رفتار کارآفرینانه و گروه‌های مختلف مقطع تحصیلی تفاوت معناداری وجود ندارد و همچنین نتایج ضریب همبستگی پیرسون نبود تفاوت معنادار بین رفتار کارآفرینانه با معدل و سن دانشجویان را نشان داد. نتایج به دست آمده برای تحلیل این سؤال پژوهش با نتایج پژوهش‌های (واعظی و زیودار، ۱۴۰۰، رفیعی و همکاران، ۲۰۲۲ و یلسون و همکاران، ۲۰۰۹) همسو است اما با نتایج پژوهش (احمدی و همکاران، ۱۳۹۱) که تأثیر عوامل فردی و محیطی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه کردستان را بررسی می‌کند همخوانی نداشت و می‌توان دلیل این ناهمخوانی را این دانست که این پژوهش تنها بر روی دانشجویان دانشگاه کردستان انجام شده است در حالی که پژوهش حاضر در میان دانشجویان دانشگاه شهید مدنی انجام شده است همچنین از دلایل ناهمخوانی بین این دو پژوهش می‌توان به متفاوت بودن ابزار پژوهش و تفاوت در دیدگاه دانشجویان دو دانشگاه نسبت به کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه اشاره کرد. با توجه به یافته‌های این پژوهش نتایج آزمون تی مستقل نشان داد که در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ و با اطمینان ۹۵٪ بین دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی با سایر دانشجویان از نظر رفتار کارآفرینانه تفاوت معناداری وجود ندارد. با توجه به یافته‌های پژوهش می‌توان نتیجه گرفت دانشگاه‌ها می‌توانند برای دانشجویان محیطی حمایتی و پرانرژی در جهت بروز رفتارهای کارآفرینانه فراهم کنند. همچنین یافته‌ها نشان داد تغییر در رفتار و بینش راهبردی بر رفتارهای کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه شهید مدنی آذربایجان مؤثر است. با توجه به یافته‌های این پژوهش و پیشنهاد پژوهش از آنجایی که فرصت‌های شغلی برای دانشجویان رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی اندک است بنابراین لازم است تا به امر کارآفرینی برای دانشجویان و فارغ‌التحصیلان این رشته توجه بیشتری شود که دانشگاه‌ها در این امر نقش به سزایی ایفا می‌کنند. شناخت وضعیت رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه شهید مدنی آذربایجان امکان برنامه‌ریزی در امر اشتغال و کارآفرینی را برای متولیان امر فراهم می‌کند.



در نهایت با توجه به یافته‌ها و بررسی‌های انجام گرفته می‌توان نتیجه گرفت که آموزش کارآفرینی می‌تواند به دانشجویان کمک کند تا خود را برای یک کارآفرین موفق شدن باور کنند. نحوه نگرش به کسب و کار و کارآفرینی می‌تواند نقش بسزایی در رفتار کارآفرینانه افراد داشته باشد. حمایت از افراد برای کارآفرین موفق شدن شامل حمایت از طرف خانواده و آشنایان و حمایت دانشگاهی است، حمایت از طرف خانواده و آشنایان می‌تواند به شکل مؤثری بر قصد و رفتار کارآفرینانه افراد تأثیر گذار باشد و حمایت دانشگاهی به‌خصوص در مورد دانشجویان می‌تواند آن‌ها را در تصمیم‌های کارآفرینی‌شان تشویق کند و نقش مهمی در توسعه قصد کارآفرینی و ارتقا و تقویت رفتار کارآفرینانه دانشجویان ایفا می‌کند.

از جمله پیشنهادهای کاربردی که می‌توان در این پژوهش به آن‌ها اشاره کرد عبارت‌اند از: آموزش‌های کارآفرینی در قالب برنامه‌های درسی رسمی و فوق‌برنامه دانشگاه‌ها اعم از برگزاری دوره‌های آموزشی و کارگاه‌ها برای دانشجویان و به‌خصوص دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی مورد توجه قرار گیرد. همچنین در فرهنگ سازمانی دانشگاه‌ها جایگاه کارآفرینی به‌صورت دقیق برنامه‌ریزی و اجرا شود. از جمله اقدامات مؤثر می‌تواند پایش ویژگی‌های شخصیتی و عوامل فردی دانشجویان در بدو ورود به دانشگاه و در ادامه تحلیل مسیرهای موفقیت و چالش‌های پیش رو باشد. نیز سیاست‌های حمایتی دانشگاه‌ها در جهت تقویت رفتار کارآفرینانه دانشجویان و پشتیبانی از پژوهش‌های کاربردی مرتبط در این حوزه از موارد ضروری است که در مطالعات هم بر «انگیزه» به‌عنوان عامل اثربخش اشاره شده است؛ و در نهایت ایجاد محیط حمایتی و پرانرژی برای دانشجویان در جهت یاری‌رساندن به مدیریت ویژگی‌های رفتار و بینش راهبردی‌شان از اقدامات مهم به شمار می‌رود.

از جمله محدودیت‌های این پژوهش می‌توان به این موارد اشاره کرد. با توجه به اینکه رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه شهید مدنی آذربایجان در این پژوهش مورد مطالعه قرار گرفته است تعمیم نتایج آن به دانشجویان سایر دانشگاه‌ها با احتیاط صورت پذیرد. همچنین تفاوت‌های فرهنگی و اجتماعی می‌توانند بر رفتار کارآفرینانه تأثیر بگذارند که از این منظر هم باید مورد توجه قرار بگیرد؛ و همچنین نکته مورد توجه دیگر دسترسی به نمونه‌ها به‌صورت آنلاین بوده و شاید اطلاعات کافی در مورد دانشجویان و رفتار کارآفرینانه آن‌ها محدود و یا غیرقابل دسترس می‌نمود.

## ۶- منابع و مآخذ

احمدی، فریدون؛ شافعی، رضا؛ و مفاخری‌نیا، فرانک. (۱۳۹۱). بررسی تاثیر تأثیر عوامل فردی و محیطی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه کردستان. توسعه کارآفرینی، ۵(۱)، ۱۶۳-۱۴۵.

DOI:10.22059/jed.2012.24659

ادیب فر، راضیه. (۱۳۹۵). تعیین تأثیر عملکرد پارک علم و فناوری و مراکز رشد استان خوزستان بر شکل‌گیری رفتارهای کارآفرینانه/اعضاء هیئت علمی و دانشجویان دانشگاه شهید چمران/هوز[پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه ایلام]. ایران‌داک.

بلوچی، محسن. (۱۳۹۸). تأثیر هوش استراتژیک بر رفتارهای کارآفرینانه با میانجیگری نگرش کارآفرینانه (مورد مطالعه: کارکنان شبکه بهداشت و درمان شهرستان نیکشهر)[پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه سیستان و بلوچستان]. ایران‌داک.



- حجازی، یوسف؛ بازرگان، عباس؛ و اسحاقی، فاخته. (۱۳۸۷). *راهنمای گام به گام ارزیابی درونی کیفیت در نظام دانشگاهی*. موسسه چاپ و انتشارات.
- دهقان ژارآباد، گلی. (۱۳۹۵). *رابطه بین نگرش و رفتار کارآفرینانه با کارآفرینی اجتماعی دانشجویان دانشگاه شهید مدنی آذربایجان*. [پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان]. ایرانداک.
- صابری، محمدکریم. (۱۳۹۶). *کارآفرینی در علم اطلاعات و دانش شناسی: یک تحلیل عاملی اکتشافی. مطالعات کتابداری و سازماندهی اطلاعات (مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات)*. ۲۸ (۳)، ۴۵-۲۹.
- مرزبان، شیرماد؛ مقیمی، سیدمحمد؛ و عربیون، ابوالقاسم. (۱۳۸۹). *تاثیر جو کارآفرینی سازمانی بر رفتار کارآفرینانه مدیران. اقتصاد و تجارت نوین*. ۶ (۲۲-۲۱)، ۲۵-۱.
- مفتاحی، عبدالله. (۱۳۹۸). *بررسی رابطه بین میزان رفتار کارآفرینانه با اثربخشی سازمانی و تعهد سازمانی در موسسه مالی و اعتباری ثامن الائمه شهر شیراز*. [پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت]. ایرانداک.
- مقیمی، سید محمد؛ و رمضان، مجید. (۱۳۹۰). *مدیریت استراتژیک و کارآفرینی*. انتشارات راه دان.
- قنادی نژاد، فرزانه؛ و حیدری، غلامرضا. (۱۳۹۷). *شناسایی و تحلیل موضوعات پژوهشی کارآفرینی در علم اطلاعات و دانش شناسی از دیدگاه استادان و دانشجویان دکتری این رشته*. پژوهشنامه کتابداری و اطلاع رسانی، ۸ (۲)، ۶۲-۳۹. doi: 10.22067/riis.v0i0.65041
- Ahiauazu, B. E., & Emmanuel, V. O. (2021). Entrepreneurship education: A means to empowering Library and Information Science Students (LISS) in 21 st century. *Contemporary issues in teaching and learning in hounorof Prof. Wey Augustus Amaewhule. Faculty of Education, Rivers State University. Port Harcourt, Harey Publication coy*.
- Dharmanegara, I. B. A., Rahmayanti, P. L. D., & Yasa, N. N. K. (2022). The role of entrepreneurial self-efficacy in mediating the effect of entrepreneurship education and financial support on entrepreneurial behavior. *International Journal of Social Science and Business*, 6(2), 165-173. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v6i2.46719>
- Jaouadi, M. (2014). L'impact du comportement entrepreneurial sur l'intention de créer une entreprise. *International Journal Economics & Strategic Management of Business Process*, (5), 184\_190.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Education and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- Lihua, D. (2022). An extended model of the theory of planned behavior: an empirical study of entrepreneurial intention and entrepreneurial behavior in college students. *Frontiers in psychology*, 12, 627818.. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.627818>
- Mudasih, I., & Subroto, W. T. (2021). The effect of financial literacy, digital literacy, and entrepreneurial learning outcome on entrepreneur behavior of students at SMK Negeri 1 Surabaya. *Technium Soc. Sci. J.*, 15, 303.
- Ozaralli, N., & Rivenburgh, N. K. (2016). Entrepreneurial intention: antecedents to entrepreneurial behavior in the USA and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6, 1-32. <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0047-x>
- Rafiei, S., Alizadeh, A., Aziziani, L., Borojeni, F. H., Vahdati, F., & Nejatifar, Z. (2022). The Impact of Business Attitude on Entrepreneurial Behavior in Postgraduate Students: A Cross-sectional Study During the COVID-19 Pandemic. *Journal of Health Reports and Technology*, 8(1), e119118. <https://doi.org/10.5812/jhrt.119118>
- Saif, H. A., & Ghanian, U. (2020). Need for achievement as a predictor of entrepreneurial behavior: The mediating role of entrepreneurial passion for

founding and entrepreneurial interest. *International Review of Management and Marketing*, 10(1), 40. <https://doi.org/10.32479/irmm.8949>

Wilson, F., Kickul, J., Marlino, D., Barbosa, S. D., & Griffiths, M. D. (2009). An analysis of the role of gender and self-efficacy in developing female entrepreneurial interest and behavior. *Journal of developmental Entrepreneurship*, 14(02), 105-119. <https://doi.org/10.1142/S1084946709001247>



نشریه مطالعات دانش پژوهی

صفحه ۳۳ |

مطالعه مقایسه‌ای

رفتار کارآفرینانه

دانشجویان علم

اطلاعات ...