

بررسی و تعیین میزان استفاده دانشجویان دانشگاه‌های غرب کشور از فناوری اطلاعات و ارتباطات با تأکید بر محیط‌های مبتنی بر وب ۲ و رابطه آن با مؤلفه‌های روحیه کارآفرینی آنان

سید مهدی ویسه^۱
حسین مهدیزاده^۲
فریده کمری^۳

چکیده

هدف: بررسی و تعیین میزان استفاده دانشجویان دانشگاه‌های غرب کشور از فناوری اطلاعات و ارتباطات با تأکید بر محیط‌های مبتنی بر وب ۲ و رابطه آن با مؤلفه‌های روحیه کارآفرینی آنان. **روش:** این پژوهش از نظر روش‌شناسی، توصیفی-پیمایشی و از نظر هدف، کاربردی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دانشجویان دختر و پسر مشغول به تحصیل در تمامی مقاطع در دانشگاه‌های دولتی، پیام نور، آزاد اسلامی و علوم پزشکی غرب کشور (استانهای ایلام، کرمانشاه، همدان، لرستان و سنندج) در نیمسال دوم سال تحصیلی ۹۰-۸۹ است که با استفاده از روش نمونه‌گیری چند مرحله‌ای و به صورت تصادفی، نمونه‌ای به حجم ۴۵۰ نفر (شامل ۲۸۴ دختر و ۱۶۳ پسر) تعیین شد. در این پژوهش متغیر وابسته: روحیه کارآفرینی و مؤلفه‌های آن و متغیرهای مستقل: میزان استفاده از رایانه، میزان استفاده از اینترنت و میزان استفاده از محیط‌های وب ۲ می‌باشند. **یافته‌ها:** بین میزان استفاده از وب ۲، رایانه و اینترنت در دانشجویان غرب کشور و میزان روحیه خطرپذیری، سلاست فکری، روحیه چالش‌طلبی و روحیه فرصت‌گرایی رابطه معناداری وجود دارد. اما بین میزان استفاده از وب ۲، رایانه و اینترنت در دانشجویان دانشگاه‌های غرب کشور و میزان درونی بودن کانون کنترل درونی، نیاز به موفقیت، تحمل ابهام، روحیه عملگرایی و رویاپردازی رابطه معناداری وجود ندارد. **نتیجه‌گیری:** درونی بودن کانون کنترل یک ویژگی روان‌شناختی و شخصیتی بوده و معمولاً تابعی از شرایطی است که فرد از بدو تولد تحت تأثیر محیط، خانواده، وراثت و آموزش در خود به دو شکل کانون کنترل درونی و بیرونی ممکن است به همراه داشته باشد. افرادی که دارای کانون کنترل درونی‌اند، معمولاً از اعتماد به نفس بالا برخوردارند، موفقیتها و شکستهای خود را به دیگران نسبت نمی‌دهند، بلکه خود را مقصر می‌دانند. ولی افراد دارای کانون کنترل بیرونی، دیگران را عامل عدم موفقیت و شکستهای خود می‌دانند.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، روحیه کارآفرینانه، فناوری اطلاعات و ارتباطات.

دریافت مقاله: ۹۴/۰۱/۱۶؛ تصویب نهایی: ۹۴/۰۶/۱۰.

۱. استادیار گروه مدیریت دانشگاه ایلام.

۲. استادیار گروه کارآفرینی دانشگاه ایلام (نویسنده مسئول) / آدرس: ایلام، بلوار پژوهش، دانشگاه ایلام / شماره: ۰۸۴۳۲۲۲۱۹۰۶

Email: hossein.mahdizadeh@gmail.com

۳. شاغل در آموزش و پرورش ایلام، دانشجوی دکتری کارآفرینی، دانشگاه علی‌آباد کتول.

الف) مقدمه و بیان مسئله

اشتغال دانش‌آموختگان از مسائلی است که همواره مورد توجه برنامه‌ریزان آموزشی کشورهای مختلف بوده است. این توجه، هم به دلیل اهمیت بازار کار به عنوان مرکز ثقل اقتصادی و هم به دلیل نقشهای اجتماعی است که به دانش‌آموختگان برای نیل به اهداف توسعه کشور محول می‌شود. طبق پژوهشهای انجام شده، نرخ بیکاری در جهان در سال ۱۹۹۸ در حدود ۶/۱ درصد بوده که در سال ۲۰۰۸ به ۷/۱ درصد و در سال ۲۰۰۹ به ۷/۱ درصد افزایش پیدا کرده است (نوراشما، عثمان و فریدا، ۲۰۱۰). افزایش نرخ بیکاری بر همه جوانب اقتصادی فرهنگی و اجتماعی جامعه تأثیر خواهد گذاشت و گاهی اوقات منشأ تأثیرات جبران‌ناپذیر خواهد شد. با توجه به تأثیرات این بحران و برای برطرف کردن آن، در حال حاضر کارآفرینی به عنوان پاسخی به این بحران در نظر گرفته شده است. امروزه کارآفرینی به عنوان کاتالیزگری قطعی برای تغییر و توسعه بهره‌وری و رشد اساسی اقتصاد ملی شناخته شده است (نوراسما و فریدا، ۲۰۱۰). در این راستا نیز با توجه به بحران بیکاری و تغییرات ایجاد شده در نیازها و شرایط جامعه، رسالت اولیه دانشگاهها که آموزش بوده، به سمت پژوهش و با تحولات بعدی به سمت کارآفرینی تغییر جهت داده است (شریفی زاده و همکاران، ۱۳۸۸). به عبارتی؛ یکی از هدفهای کارآفرینی در دانشگاهها، پرورش رفتارهای کارآفرینانه در دانشجویان است. (گیب و هانن، ۲۰۰۷)

ترنر و مارتین^۳ (۲۰۰۵) بر این باورند که کارآفرینی شامل فرایند جستجو و پیگیری فرصت و حداکثرسازی ارزش ناشی از آن است. جانسون (۲۰۰۰) بر این باور است که کارآفرین، فردی است پیشرو که خود را عامل و مسئول اتفاقات می‌داند و می‌تواند راههای جدید پیشنهاد کند. او هر گونه مخاطره در فرایندهای کاری را مدیریت می‌کند. کارآفرین، فردی توفیق‌گرا، علاقه‌مند و پرنرزی است و مشخصات ذیل را داراست: کار کردن را دوست دارد و برای رسیدن به اهداف مخاطره می‌کند؛ خلاق و نتیجه‌گراست؛ مسئولیت‌پذیر بوده و آن را با عشق و علاقه می‌پذیرد؛ اعتماد به نفس دارد؛ اندیشمند، برنامه‌ریز، مجری و انجام‌دهنده کار است؛ استعداد مالی دارد و قادر است آینده را پیش‌بینی کند (زامپتاکیس، ۲۰۰۷). اما باید توجه داشت عوامل بسیاری بر کارآفرینی تأثیرگذار است. ویژگی‌های کارآفرینان و شرایطی که باعث رشد کارآفرینی می‌شود، مهم‌تر از تعریف آن است؛ زیرا شناخت این ویژگی‌ها و شرایط ارائه آنها در یک فرایند آموزشی، تمایل کارآفرینانه فراگیران را تغییر داده و احتمال موفقیت کارآفرینی را در

1. Norasmah & Farida
2. Gibb & Hannon
3. Turner & Martin,
4. Zampetakis

۴۰۹ \diamond بررسی و تعیین میزان استفاده دانشجویان ...

آنها افزایش می‌دهد. از جمله این عوامل می‌توان به صفات و ویژگی‌های فردی، شرایط اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی اشاره کرد.

در رابطه با ویژگی‌های کارآفرینان پژوهش‌های بسیاری انجام شده که در ذیل به برخی از آنها اشاره شده است:

هریس و گیبسون^۱ (۲۰۰۸) در پژوهشی با عنوان «آزمون ویژگی‌های کارآفرینانه در دانشجویان کسب و کار آمریکا» نشان دادند که اغلب دانشجویان دارای ویژگی‌های مورد انتظار کارآفرینانه بودند. همچنین یافته‌های این پژوهش نشان داده است هم ویژگی‌های شخصیتی این دانشجویان و هم تجربیات قبلی آنان با میزان فعالیت‌های کارآفرینانه آنان در ارتباط است. یافته‌های پژوهش رضایی و حسین‌پور^۲ (۱۳۹۰) نشان داد بین متغیرهای انگیزه، استقلال‌طلبی، انتظار، خلاقیت و تمایل کارآفرینی، رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. همچنین یافته‌های پژوهش اولادیان و همکاران^۳ (۱۳۸۹) نشان داد خطرپذیری افراد، انگیزه پیشرفت (نیاز به موفقیت)، خلاقیت افراد و منبع کنترل فردی، بر برنامه درسی کارآفرینی تأثیرگذار است. یافته‌های پژوهش علی بیگی، طهوری، وبارانی^۴ (۱۳۸۷) نشان می‌دهد روحیه کارآفرینی دانشجویان در تمامی زمینه‌های استقلال‌طلبی، خطرپذیری، کنترل درونی، انگیزه پیشرفت و خلاقیت، بالاتر از حد میانگین بود. تفاوتی بین میزان استقلال‌طلبی، خطرپذیری، کنترل درونی و خلاقیت دانشجویان سال اول و آخر وجود نداشت. در بین دانشجویان دختر و پسر نیز تفاوت معناداری از نظر روحیه کارآفرینی وجود نداشت. در پژوهشی دیگر که توسط عزیزی^۵ (۱۳۸۲) انجام گرفته، بین متغیرهای اعتقاد به کنترل درونی، انگیزه پیشرفت، خطرپذیری، استقلال‌طلبی و خلاقیت در دانشجویان با کارآفرینی، رابطه معنادار وجود دارد.

پژوهش‌های مذکور، ویژگی‌های کارآفرینان و تأثیر آنها را بر کارآفرینی نشان می‌دهند؛ اما باید توجه داشت چنانچه تمام عوامل فردی مساعد باشد، موفقیتی حاصل نخواهد شد مگر اینکه عوامل محیطی نیز به شکل مطلوبی فراهم باشند. به عبارتی؛ باید توجه داشت که کارآفرینی در انزوا و بدون حمایت نهادها، سازمانها و انسانها امکان‌پذیر نیست. کوتوی و همکاران^۶ (۲۰۱۱) بر این باورند که حمایت شبکه‌ها از کارآفرینی، سبب بهبود و توسعه آن می‌شود.

عوامل بسیاری می‌تواند بر رشد کارآفرینی تأثیرگذار باشد که از جمله این عوامل، می‌توان به فناوری اطلاعات و ارتباطات اشاره کرد. این فناوری، همه جنبه‌های دنیا و به خصوص کارآفرینی را در گستره بزرگی تغییر داده است (خواجeh دانگلانی، ۲۰۱۱). فناوری اطلاعات و ارتباطات به دو طریق بر کارآفرینی اثر

1. Harris & Gibson

2. Cotoi, Bodoasca, Catana & Cotoi

3. Khajeh Dangolani

می‌گذارد. از یک سو، باعث نوآوری‌های متعدد در حوزه‌های تولید، مدیریت و خدمات شده؛ به طوری که کارآفرینان حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات در اقتصادهای مدرن جایگاه مهمی دارند و از سوی دیگر، فناوری‌های نوین اطلاعاتی و به خصوص فناوری‌های نسل دوم (وب ۲) با فراهم کردن امکان تبادل نظر و فعالیت‌های اجتماعی برای کاربران، نوعی از جهانشمولی اقتصاد، تجارت و تولید را برای فعالان این عرصه ارائه کرده که فعالیت در این محیط‌ها می‌تواند باعث روحیه کارآفرینی در بین کاربران شود؛ به خصوص اینکه عرصه فناوری اطلاعات، عرصه نوآوری نسل جوان و تحصیل کرده بوده و به نظر می‌رسد اگر دانشگاه‌ها بتوانند به صورتی هدفمند و در چارچوب یک برنامه قابل قبول از قابلیت‌های فناوری استفاده کنند، قادر باشند روحیه کارآفرینی را در بین دانشجویان تحت تأثیر قرار دهند.

هنگامی که شبکه جهانی وب برای اولین بار معرفی شد، مطالب توسط تعداد محدودی از ارائه‌دهندگان محتوا ایجاد می‌شد و کاربران تنها می‌توانستند به مرور خواندن موضوعات ارائه شده پردازند. اما با ظهور فناوری‌های وب ۲، کاربران نیز به تولیدکنندگان محتوا و مصرف‌کنندگان اطلاعات تبدیل شدند (کورمد و کریشنامورتی، ۲۰۰۸). امروزه زبان آموزان دانشگاه (پزشکی، ۲۰۰۱) یا نسل نت (تپاسکات، ۱۹۹۸) به طور معمول با فناوری‌های وب ۲ آشنا نیستند. اسمیت، سالووی و کارسو (۲۰۰۹) بیش از ۳۰۰۰۰ از دانشجویان کالج را در ایالات متحده بررسی کردند که استفاده ۹۰ درصد از دانشجویان از وبسایت شبکه‌های اجتماعی^۴ و از این تعداد، ۶۳ درصد استفاده روزانه را نشان دادند. علاوه بر این، ۴۰ درصد از دانشجویان در ایجاد محتوا از طریق دیگر ابزارهای وب ۲، از جمله: وبسایت اشتراک گذاری ویدیو (یوتیوب)، ویکی (ویکیپدیا)، وبلاگها و پادکستها تعامل می‌کنند. این داده‌ها نشان می‌دهند که ابزارهای وب ۲ بخش مهمی از زندگی دانشجویان کالج هستند. با توجه به محبوبیت فزاینده شبکه‌های اجتماعی و دیگر ابزارهای وب ۲ در میان دانشجویان، تلاشهایی برای ادغام این فناوری در کلاسهای درس انجام شده است. همچنین محققان مختلفی در شایستگی آموزشی وب ۲.۰ گزارش داده‌اند. (به عنوان مثال: مک‌لاگلین و لی، ۲۰۰۸)

اول اینکه، ارائه ابزارهای وب ۲ راهی مناسب برای مدیریت و ذخیره اطلاعات و در عین حال تقسیم آن با دیگران است. مارتیندیل و ویلی (۲۰۰۹) وبلاگهایی را در کلاسهای درس کالج برای فعال کردن دانشجویان برای ساخت یک آرشیو قابل جستجو از نقدهای ادبی آنها مورد استفاده قرار دادند (پارک، ۲۰۱۳). همچنین، دسترسی آسان به اطلاعات برای همه کاربران اضافه شده و وب ۲ امکان همکاری و ارتباط

1. Cormode & Krishnamurthy
2. Tapscott
3. Smith, Salaway & Caruso
4. SNSs
5. McLoughlin & Lee
6. Park

بررسی و تعیین میزان استفاده دانشجویان ... ۴۱۱

گروهی را فراتر از کلاس درس فراهم می‌کند. به عنوان مثال، معلمان قبل از خدمت، نظرات را در وبلاگ همسالان خود گذاشته و با ارسال مطلب، راهی برای گسترش بحث در کلاس را به وجود می‌آورند (وانگ و هسو، ۲۰۰۸). همچنین با استفاده از فناوری ویکی، دانشجویان مقالات بازتاب جمعی در خارج از کلاس درس را می‌نوشتند (کول، ۲۰۰۹). علاوه بر اینها، کار دانش‌آموزان را می‌توان با افراد فراتر از کلاس درس به اشتراک گذاشت و نیز دانش‌آموزان می‌توانند از تعامل با مخاطبان بسیار گسترده‌تر بهره‌مند شوند (مک‌گلگین و لی، ۲۰۰۸). با توجه به این مزایا، تعداد فزاینده‌ای از مدرّسان دانشگاه استفاده از وب ۲ را در کلاسهای درس خود مورد توجه قرار می‌دهند. به نظر می‌رسد این مزایا در روشهای تدریس و یادگیری با استفاده از ابزار وب ۲، تأثیر بیشتری بر میزان یادگیری واقعی و نیز عملکرد دانشجویان دارد.

کرد و آبتین (۱۳۹۲)، بر این باورند که فناوری اطلاعات و ارتباطات یکی از عمده‌ترین معیارهای توسعه اقتصادی و صنعتی محسوب می‌شود. همچنین اینترنت، نظریه‌های جدیدی را به میان آورده که یکی از آنها اشتغال پیوسته است. کارآفرینی در اینترنت به این موارد خلاصه نمی‌شود و موارد بسیاری، به خصوص در زمینه نرم‌افزارهای مبتنی بر شبکه و همچنین محتویات شبکه وجود دارد. بنابر این، امروزه فناوری‌های نوین ارتباطی که بر بستر شبکه جهانی اینترنت بنا شده‌اند، واقعیتی غیر قابل انکار در جامعه‌اند و مهم‌ترین ابزار آنها، شبکه جهان گستر وب است. ظهور فناوری ارتباطات و اطلاعات که معمولاً وب ۲ نامیده می‌شود، راه را به سوی رویه جدیدی در روابط شهروند- دولت گشوده است (داتیل و همکاران^۳، ۲۰۰۷) وب ۲ شامل سرویسهای شبکه‌های اجتماعی (فیسبوک)، رسانه‌های جمعی یا اشتراک‌گذاری چندرسانه‌ای،^۴ ویکی،^۵ بلاگها، میکرو بلاگها^۶ و برنامه‌های چت می‌باشد (میلارد،^۷ ۲۰۰۹؛ برتوت و همکاران،^۸ ۲۰۱۰). کورمد و کریشنامورتی (۲۰۰۸) بر این باورند که وب ۲ نوع جدیدی از ارتباطات را تسهیل بخشیده و تفاوت اصلی آن با وب قدیمی این است که محتوا توسط کاربر، تولید می‌شود و همکاری بیشتری میان کاربران اینترنت وجود دارد (پارک، ۲۰۱۳). در رابطه با تأثیر فناوری بر کارآفرینی، پژوهشهای بسیاری انجام شده است از جمله آنها می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

در پژوهشی که توسط خواجه دانگلانی (۲۰۱۱) با هدف بررسی تأثیر فناوری اطلاعات بر کارآفرینی در شهرستان گلستان انجام شد، یافته‌ها نشان دادند فناوری اطلاعات سه نقش را بازی می‌کند: ۱. تسهیل

1. Wang & Hsu
2. Cole
3. Dutil, Ward, Langford & Roy
4. Youtube
5. Wiki
6. Twitter
7. Millard
8. Bertot, Jaeger & Grimes

دسترسی به کار در سطحی وسیع، ۲. فراهم کردن فرصتهای منحصر به فرد برای اطلاعات محل کار، ۳. افزایش چشمگیر نرخ اشتغال از طریق محل کار واقعی، به خصوص بازاریابی الکترونیکی.

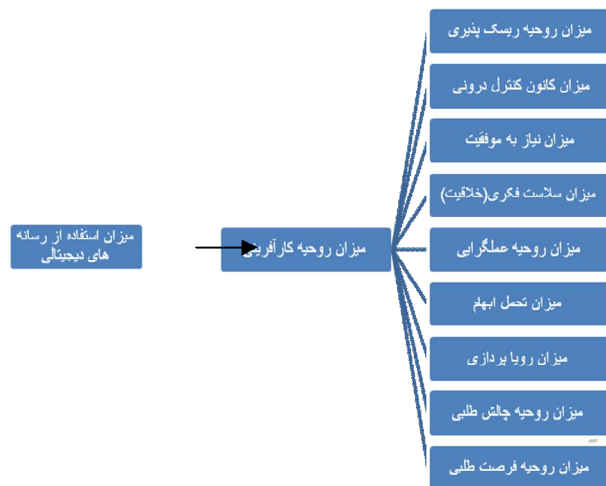
در پژوهش جونز^۱ (۲۰۰۹) با عنوان «آموزش کارآفرینی و وب ۲»، یافته‌ها نشان می‌دهند که استفاده از وب ۲ برای بهبود آموزش کارآفرینانه می‌تواند به توسعه شهروندی، تحریک ایجاد ثروت، ترویج آزادی و ایجاد فرصتهایی برای افراد، کسب و کارها، گروههای اجتماعی و جامعه مدنی گسترده‌تر کمک کند.

در پژوهش جوردی ویلسکا و همکاران^۲ (۲۰۰۷) با عنوان «استفاده از فناوری ارتباطات و اطلاعات به عنوان مؤلفه‌ای برای موفقیت نوآوری»، یافته‌ها نشان داد که رابطه مثبتی بین استفاده از فناوری ارتباطات و اطلاعات و بهبود فرایندهای مرتبط با نوآوری در سازمان وجود دارد و تشکیل زیرساختهای فناوریهای ارتباطی و اطلاعاتی و مدیریت محتوای آن، نقش عمده‌ای در توسعه کارآفرینی سازمانی و ارتقای روحیه انگیزشی کارکنان داشته است. همچنین یافته‌های این پژوهش نشان داد سازمانهایی که از فناوری ارتباطات و اطلاعات مناسب استفاده می‌کنند، از ارتباطات داخلی و خارجی مناسبی بهره‌مند بوده، فعالیتهای گروهی و فرایندهای نوآوری در آنها به شکل کارآفرینانه‌ای در جریان است.

هیل^۳ (۲۰۰۳) نقش ارتباطات را بر ساختار، ویژگی‌های مدیریت سازمان و فرهنگ کارآفرینانه تأیید کرده است. آدونسی^۴ (۲۰۰۳) از اطلاعات به عنوان حلقه ارتباطی کارآفرینی سازمانی، شناسایی فرصتهای بازار و رضایت شغلی کارکنان نام برده است. مقیمی (۱۳۸۳) طی پژوهشی در سازمانهای دولتی ایران، عدم یکپارچگی و اثربخشی نظامهای اطلاعاتی، عدم پاسخگویی امکانات و تجهیزات فناوری اطلاعات و ارتباطات و همچنین فقدان ویژگی‌های اطلاعات کارآمد از نظر دسترسی، دقت، صحت و هزینه را از جمله موانع کارآفرینی سازمانی معرفی کرده است.

با توجه به پژوهشهای بیان شده، به نظر می‌رسد توجه به کارآفرینی و پرورش زمینه‌های تحقق آن در جوامع امروزی یک ضرورت است. در این پژوهش، ۹ ویژگی به عنوان مؤلفه‌های روحیه کارآفرینی در نظر گرفته شده که این متغیرها و ارتباط بین آنها به صورت الگوی مفهومی ذیل نشان داده شده است.

1. Jones
2. Jordi Vilaseca, Joan Torrent & Ana Isabel Jimenez
3. Hill
4. Adonisi



ب) اهداف پژوهش

۱. تعیین میزان روحیه کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاههای غرب کشور (استانهای ایلام، کرمانشاه، همدان، لرستان و کردستان).
۲. تعیین میزان استفاده دانشجویان دانشگاههای غرب کشور از محیطهای مبتنی بر وب ۲.
۳. تعیین میزان رابطه بین استفاده دانشجویان دانشگاههای غرب کشور از محیطهای مبتنی بر وب ۲ و میزان روحیه کارآفرینی آنان.
- یک) تعیین میزان رابطه بین استفاده دانشجویان از محیطهای مبتنی بر وب ۲ و میزان روحیه خطرپذیری آنان.
- دو) تعیین میزان رابطه بین استفاده دانشجویان از محیطهای مبتنی بر وب ۲ و میزان کانون کنترل درونی آنان.
- سه) تعیین میزان رابطه بین استفاده دانشجویان از محیطهای مبتنی بر وب ۲ و میزان نیاز به موفقیت آنان.
- چهار) تعیین میزان رابطه بین استفاده دانشجویان از محیطهای مبتنی بر وب ۲ و میزان سلاست فکری (خلاقیت) آنان.
- پنج) تعیین میزان رابطه بین استفاده دانشجویان از محیطهای مبتنی بر وب ۲ و میزان روحیه عملگرایی آنان.
- شش) تعیین میزان رابطه بین استفاده دانشجویان از محیطهای مبتنی بر وب ۲ و میزان تحمل ابهام آنان.
- هفت) تعیین میزان رابطه بین استفاده دانشجویان از محیطهای مبتنی بر وب ۲ و میزان رویاپذیری آنان.

هشت) تعیین میزان رابطه بین استفاده دانشجویان از محیط‌های مبتنی بر وب ۲ و میزان روحیه چالش‌طلبی آنان.

نه) تعیین میزان رابطه بین استفاده دانشجویان از محیط‌های مبتنی بر وب ۲ و میزان روحیه فرصت‌گرایی آنان.

ج) روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر روش‌شناسی، جزء پژوهش‌های توصیفی-پیمایشی و از نظر هدف، کاربردی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دانشجویان دختر و پسر شاغل به تحصیل در مقاطع کاردانی، کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری در دانشگاه‌های دولتی، پیام نور، آزاد و علوم پزشکی غرب کشور (استانهای ایلام، کرمانشاه، همدان، لرستان و سنندج) در نیمسال دوم سال تحصیلی ۹۰-۸۹ می‌باشد. با استفاده از روش نمونه‌گیری چند مرحله‌ای و به صورت تصادفی، نمونه‌ای به حجم ۴۵۰ نفر، شامل ۲۸۴ دانشجوی دختر و ۱۶۳ دانشجوی پسر، تعیین شد.

ابزار اصلی گردآوری داده‌ها، دو پرسشنامه استاندارد «روحیه کارآفرینی» کوردانیج و همکاران (۱۳۸۶) و دیگری محقق‌ساخته برای سنجش میزان استفاده از رایانه، اینترنت و وب ۲ می‌باشد که روایی و پایایی پرسشنامه نخست، با توجه به مطالعات کوردانیج برای دانشجویان قابل قبول فرض شد و پایایی پرسشنامه دوم، با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ محاسبه و در حد قابل قبول برآورد شد. (جدول ۱)

در این پژوهش متغیرهای وابسته: روحیه کارآفرینی و مؤلفه‌های آن، شامل ۹ مؤلفه میزان روحیه خطرپذیری، کانون کنترل درونی، نیاز به موفقیت، سلاست فکری (خلاقیت)، روحیه عملگرایی، تحمل ابهام، میزان رؤیایپردازی، روحیه چالش‌طلبی و روحیه فرصت‌طلبی می‌باشند که هشت مؤلفه اول با استفاده از پرسشنامه استاندارد شده سنجش روحیه کارآفرینی (شامل ۹۵ سؤال چهار گزینه‌ای) اندازه‌گیری و ویژگی فرصت‌طلبی نیز از پرسشنامه مرادنژادی و همکاران (۱۳۸۷) استخراج و به این پرسشنامه اضافه شده که تعداد سؤالات را از ۹۵ مورد به ۱۱۳ مورد افزایش داده است. بنابر این، متغیر فرصت‌طلبی به عنوان متغیر نهم در نظر گرفته شده است که از طیف چهار ارزشی از کم (۱)، خیلی کم (۲)، زیاد (۳) و خیلی زیاد (۴) پیروی می‌کند. متغیرهای مستقل نیز میزان استفاده از رایانه، میزان استفاده از اینترنت و میزان استفاده از محیط‌های وب ۲ می‌باشند که در این پژوهش شامل پایگاه‌های اشتراک خبر (گروه‌های خبری)، پایگاه‌های اشتراک عکس، پایگاه‌های اشتراک فیلم و کلیپ، ویکی‌ها، بلاگ، گروه‌های بحث مجازی، شبکه‌های اجتماعی، میکرو بلاگها مانند توییتر م فروم‌ها می‌باشند.

بررسی و تعیین میزان استفاده دانشجویان ... ۴۱۵

مقیاس سنجش میزان کاربرد فناوری‌ها با استفاده از نظر هفت نفر از متخصصان و محققان فناوری اطلاعات، مدیریت، علوم تربیتی و ترویج و آموزش کشاورزی طراحی شده است. پایایی همه مقیاس‌های به کار گرفته شده بیش از ۰/۷۰ و قابل قبول بوده است. از شاخص‌های آمار توصیفی برای دسته‌بندی داده‌ها و از آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای آزمون وجود همبستگی میان متغیرها استفاده شد و نرمال بودن توزیع داده‌ها با آزمون کلموگروف-اسمیرنوف سنجیده شده است.

جدول ۱: پایایی مقیاس به کار گرفته شده با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ

ردیف	متغیرها	تعداد کتوبه‌ها	میزان آلفای کرونباخ
۱	میزان روحیه خطرپذیری	۲۴	۰/۸۲۸
۲	میزان کانون کنترل	۱۷	۰/۷۹۸
۳	میزان نیاز به موفقیت	۱۶	۰/۸۲۳
۴	میزان سلاست فکری (خلاقیت)	۱۸	۰/۷۹۴
۵	میزان روحیه عملگرایی	۸	۰/۷۷۶
۶	میزان تحمل ابهام	۱۱	۰/۷۶۱
۷	میزان روحیه رؤیاءپردازی	۶	۰/۷۹۱
۸	میزان روحیه چالش‌طلبی	۷	۰/۷۶۴
۹	میزان روحیه فرصت‌طلبی	۶	۰/۸۲۱
۱۰	میزان استفاده از رایانه	۲	۰/۸۱۸
۱۱	میزان استفاده از اینترنت	۲	۰/۸۲۱
۱۲	میزان استفاده از وب ۲	۱۰	۰/۸۱۶

(د) یافته‌ها

جدول ۲: میانگین و انحراف معیار میزان روحیه کارآفرینی و مؤلفه‌های آن در بین دانشجویان دانشگاه‌های غرب کشور

مؤلفه‌های روحیه کارآفرینانه	میانگین	انحراف معیار	انحراف معیار برآورد
عملگرایی	۳/۳۹	۰/۵۲۲	۰/۰۲۴
کانون کنترل درونی	۳/۲۰	۰/۴۹۹	۰/۰۲۳
نیاز به موفقیت	۳/۱۷	۰/۴۲۰	۰/۰۱۹
فرصت‌طلبی	۳/۰۹	۰/۴۶۶	۰/۰۲۲
روحیه کارآفرینی کل	۳/۰۵	۰/۳۰۴	۰/۰۱۴
تحمل ابهام	۳/۰۸	۰/۵۲۵	۰/۰۲۴
رؤیاءپردازی	۲/۹۹	۰/۵۶۰	۰/۰۲۶
چالش‌طلبی	۳/۰۵	۰/۵۶۱	۰/۰۲۶
سلاست فکری	۲/۹۴	۰/۴۷۱	۰/۰۲۲
خطرپذیری	۲/۷۹	۰/۴۹۰	۰/۰۲۳

۴۱۶ ◊ فرهنگ در دانشگاه اسلامی ۱۶

همان گونه که در جدول ۲ دیده می‌شود، در مجموع، میزان روحیه کارآفرینی در دانشجویان نمونه آماری در حد زیادی است. اما باید توجه داشت میزان روحیه خطرپذیری (۲/۷۹)، سلاست فکری (۲/۹۴) و میزان رؤیاپردازی (۲/۹۹) در بین آنان نسبت به سایر مؤلفه‌ها کمتر بوده، میزان عملگرایی (۳/۳۹)، تکیه بر کانون کنترل درونی (۳/۲۰) و میزان نیاز به موفقیت (۳/۱۷) نسبت به سایر مؤلفه‌ها بیشتر است.

جدول ۳: میانگین و انحراف معیار میزان استفاده از منابع اطلاعاتی مختلف

ردیف	نوع منبع	میانگین	انحراف معیار	انحراف معیار بر آورد
۱	میزان استفاده از رایانه	۲/۶۲	۱/۱۳۵	۰/۰۵۳
۳	میزان استفاده از اینترنت	۲/۴۸	۱/۱۷۶	۰/۰۵۵
۷	میزان استفاده از محیط‌های مبتنی بر وب ۲	۱/۷۷	۰/۶۴۳	۰/۰۳۰

همان گونه که در جدول ۳ دیده می‌شود، در مجموع، میزان استفاده دانشجویان از رایانه (۲/۶۲) و اینترنت (۲/۴۸) بیشتر بوده، اما میزان استفاده آنها از محیط‌های مبتنی بر وب ۲ (۱/۷۷) نسبت به سایر منابع در پایین‌ترین حد است.

بررسی و تعیین میزان استفاده دانشجویان ... ♦ ۴۱۷

جدول ۴: نتایج آزمون همبستگی بین میزان دانش و استفاده دانشجویان از رایانه، اینترنت و محیط‌های وب ۲ و میزان روحیه کارآفرینی در آنان

مؤلفه‌های روحیه کارآفرینانه		میزان استفاده از رایانه	میزان استفاده از اینترنت	میزان استفاده از وب ۲
خطرپذیری	میزان همبستگی	۰/۱۵۶	۰/۱۳۷	۰/۱۱۰
	سطح معناداری	۰/۰۰۱	۰/۰۰۴	۰/۰۲۱
کانون کنترل درونی	میزان همبستگی	۰/۰۵۸	۰/۰۵۳	۰/۰۲۵
	سطح معناداری	۰/۲۲۸	۰/۲۷۰	۰/۶۰۶
نیاز به موفقیت	میزان همبستگی	۰/۰۷۵	۰/۰۵۶	۰/۰۷۱
	سطح معناداری	۰/۱۱۸	۰/۲۳۸	۰/۱۳۴
سلامت فکری (خلاقیت)	میزان همبستگی	۰/۰۶۷	۰/۱۳۵	۰/۱۳۰
	سطح معناداری	۰/۱۶۲	۰/۰۰۵	۰/۰۰۶
عملگرایی	میزان همبستگی	۰/۰۰۹	۰/۰۵۳	-۰/۰۴۷
	سطح معناداری	۰/۸۴۷	۰/۲۷۰	۰/۳۲۰
تحمل ابهام	میزان همبستگی	۰/۰۳۱	۰/۰۳۰	۰/۰۸۷
	سطح معناداری	۰/۵۱۲	۰/۵۳۲	۰/۰۷۰
رویاپذیری	میزان همبستگی	۰/۰۷۱	۰/۰۸۱	۰/۰۶۰
	سطح معناداری	۰/۱۳۹	۰/۰۹۱	۰/۲۱۲
چالش‌طلبی	میزان همبستگی	۰/۰۸۷	۰/۱۱۵	۰/۰۶۸
	سطح معناداری	۰/۰۶۷	۰/۰۱۶	۰/۱۵۳
فرصت‌گرایی	میزان همبستگی	۰/۰۸۷	۰/۱۰۳	۰/۰۶۱
	سطح معناداری	۰/۰۶۷	۰/۰۳۲	۰/۲۰۲
کارآفرینی کل	میزان همبستگی	۰/۱۳۰	۰/۱۳۴	۰/۰۸۶
	سطح معناداری	۰/۰۰۶	۰/۰۰۵	۰/۰۷۱

نتایج آزمون همبستگی جدول ۴ نشان می‌دهد که بین میزان استفاده از وب ۲ ($\text{Sig.} = ۰/۰۲۱$) و $t = ۰/۱۱۰$ ، رایانه ($\text{Sig.} = ۰/۰۰۱$ و $t = ۰/۱۵۶$) و اینترنت ($\text{Sig.} = ۰/۰۰۴$ و $t = ۰/۱۳۷$) در دانشجویان غرب کشور و میزان روحیه خطرپذیری، رابطه معناداری وجود دارد. اما بین میزان استفاده از وب ۲ ($\text{Sig.} = ۰/۶۰۶$)، رایانه ($\text{Sig.} = ۰/۲۲۸$) و میزان استفاده از اینترنت ($\text{Sig.} = ۰/۲۷۰$) در دانشجویان دانشگاه‌های غرب کشور و میزان درونی بودن کانون کنترل در آنان، رابطه‌ای وجود ندارد. همچنین بین میزان استفاده از

رایانه (Sig.=۰/۱۱۸)، اینترنت (Sig.=۰/۲۳۸) و وب ۲ (Sig.=۰/۱۳۴) در دانشجویان دانشگاههای غرب کشور و میزان نیاز به موفقیت در آنان، رابطه‌ای وجود ندارد. اما بین میزان استفاده از وب ۲ (Sig.=۰/۰۰۶) و $r=۰/۱۳۰$ و اینترنت (Sig.=۰/۰۰۵ و $r=۰/۱۳۵$) در دانشجویان دانشگاههای غرب کشور و میزان سلاست فکری (خلاقیت) در آنان رابطه معناداری وجود دارد. بین میزان استفاده از وب ۲ (Sig.=۰/۳۲۰)، رایانه (Sig.=۰/۸۴۷) و اینترنت (Sig.=۰/۲۷۰) در دانشجویان دانشگاههای غرب کشور و میزان عملگرایی در آنان، رابطه‌ای وجود ندارد.

بین تمامی متغیرهای موجود، شامل میزان استفاده از رایانه (Sig.=۰/۵۱۲)، اینترنت (Sig.=۰/۵۳۲) و وب ۲ (Sig.=۰/۰۷۰) در دانشجویان دانشگاههای غرب کشور و میزان تحمل ابهام در آنان، رابطه‌ای وجود ندارد. همچنین بین تمام متغیرها موجود، شامل میزان استفاده از رایانه (Sig.=۰/۱۳۹)، اینترنت (Sig.=۰/۰۹۱) و وب ۲ (Sig.=۰/۲۱۲) در دانشجویان دانشگاههای غرب کشور و میزان رویاپردازی در آنان، رابطه‌ای وجود ندارد. اما بین میزان استفاده از اینترنت (Sig.=۰/۰۱۶ و $r=۰/۱۱۵$) در دانشجویان دانشگاههای غرب کشور و میزان روحیه چالش طلبی در آنان، رابطه معنادار وجود دارد و بین میزان استفاده از رایانه (Sig.=۰/۰۶۷) و وب ۲ (Sig.=۰/۱۵۳) در دانشجویان دانشگاههای غرب کشور و میزان روحیه چالش طلبی در آنان، رابطه‌ای وجود ندارد. بین میزان استفاده از اینترنت (Sig.=۰/۰۳۲ و $r=۰/۱۰۳$) در دانشجویان دانشگاههای غرب کشور و میزان روحیه فرصت گرایی در آنان، رابطه معناداری وجود دارد. اما بین میزان استفاده از رایانه (Sig.=۰/۰۶۷) و وب ۲ (Sig.=۰/۲۰۲) در دانشجویان دانشگاههای غرب کشور و میزان روحیه فرصت گرایی در آنان، رابطه‌ای وجود ندارد.

بحث و نتیجه گیری

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند در مجموع، میزان روحیه کارآفرینی در دانشجویان نمونه آماری در حد زیاد است. اما باید توجه داشت که میزان روحیه خطرپذیری، سلاست فکری (خلاقیت) و میزان رویاپردازی در بین آنان نسبت به سایر مؤلفه‌ها کمتر بوده و میزان عملگرایی، تکیه بر کانون کنترل درونی و نیاز به موفقیت نسبت به سایر مؤلفه‌ها بیشتر است. این یافته‌ها با یافته‌های پژوهشهای هریس و گیسیون (۲۰۰۸)، علی بیگی، طهوری و بارانی (۱۳۸۷) و عزیزی (۱۳۸۲) تا حدی همسو می‌باشد.

یافته‌ها نشان می‌دهند بین میزان استفاده از وب ۲، رایانه و اینترنت در دانشجویان غرب کشور و میزان روحیه خطرپذیری، رابطه معناداری وجود دارد. این یافته‌ها با یافته‌های الهی (۱۳۸۸) همسو می‌باشد. با توجه به نتایج وجود رابطه معنادار بین میزان استفاده از اینترنت و روحیه خطرپذیری، می‌توان گفت: با توجه به گسترش سرعت اینترنت و افزایش تعداد سایتهای رایانه‌ای در دانشگاهها و نیز توجه به افزایش آموزش

بررسی و تعیین میزان استفاده دانشجویان ... ۴۱۹

استفاده از محیط‌های مبتنی بر وب ۲ و آگاهی از مزایای استفاده از این محیط‌ها در جامعه دانشگاهی، این متغیر می‌تواند در تقویت روحیه خطرپذیری مؤثر باشد.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد در مجموع، میزان استفاده دانشجویان از کلیه منابع اطلاعاتی در محدوده کم قرار دارد. اما باید توجه داشت میزان استفاده آنها از رایانه و اینترنت بیشتر بوده؛ در حالی که میزان استفاده آنها از محیط‌های مبتنی بر وب ۲ نسبت به سایر منابع در پایین‌ترین حد است. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد بین میزان استفاده از رایانه، اینترنت و وب ۲ در دانشجویان دانشگاه‌های غرب کشور و میزان نیاز به موفقیت در آنان، رابطه معناداری وجود ندارد. این یافته‌ها با یافته‌های پژوهش مقیمی (۱۳۸۳) تا حدی همسو بوده؛ اما با پژوهش جونز (۲۰۰۹)، جوریدی ویلسکا و همکاران (۲۰۰۷) و الهی (۱۳۸۸) همسو نیست.

یافته‌ها نشان می‌دهند بین میزان استفاده از وب ۲، رایانه و اینترنت در دانشجویان دانشگاه‌های غرب کشور و میزان درونی بودن کانون کنترل درونی در آنان، رابطه معناداری وجود ندارد. این یافته‌ها با یافته‌های پژوهش مقیمی (۱۳۸۳) تا حدی همسو بوده؛ اما با پژوهش جونز (۲۰۰۹) و الهی (۱۳۸۸) همسو نیست.

در مورد نتایج به دست آمده در مورد عدم رابطه معنادار بین کانون کنترل درونی و میزان استفاده از وب ۲ می‌توان گفت: درونی بودن کانون کنترل یک ویژگی روان‌شناختی و شخصیتی بوده و معمولاً تابعی از شرایطی است که فرد از بدو تولد تحت تأثیر محیط، خانواده، وراثت و آموزش در خود به دو شکل کانون کنترل درونی و بیرونی ممکن است به همراه داشته باشد. افرادی که دارای کانون کنترل درونی‌اند، معمولاً از اعتماد به نفس بالا برخوردارند، موفقیتها و شکستهای خود را به دیگران نسبت نمی‌دهند، بلکه خود را مقصر می‌دانند. ولی افراد دارای کانون کنترل بیرونی، دیگران را عامل عدم موفقیت و شکستهای خود می‌دانند.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد در مجموع بین میزان استفاده از اینترنت و وب ۲ و میزان مؤلفه سلاست فکری (خلاقیت) رابطه معنادار وجود دارد. اما بین میزان استفاده از رایانه و میزان مؤلفه سلاست فکری (خلاقیت) رابطه معناداری وجود ندارد. یافته‌های پژوهش حاضر با یافته‌های پژوهش الهی (۱۳۸۸) همسو می‌باشد. در این راستا می‌توان گفت: برای آشنا کردن دانشجویان با فضیلت‌های اخلاقی و اسلامی و نیز تقویت روحیه دینی آنان برای پرهیز از نگاه به تصاویر و کلیپ‌های مستهجن، باید در جهت تقویت اینترنت با سرعت و قیمت مناسب اقدام شود و جوانان نیز تحت تأثیر آموزشهای لازم و مرتبط، به سمت استفاده معقول و اثربخش سوق داده شوند. در این صورت می‌تواند در افزایش سلاست فکری آنان مؤثر باشد و مابقی تحت تأثیر عوامل دیگری از قبیل جنسیت، موقعیت اقتصادی - اجتماعی خانواده، وسعت خانواده و تأثیرات محیطی شهری قرار دارد.

۴۲۰ ♦ فرهنگ در دانشگاه اسلامی ۱۶

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد بین میزان استفاده از رایانه و وب ۲، در بین دانشجویان دانشگاهها و مراکز آموزش عالی غرب کشور و مؤلفه میزان تحمل ابهام از مؤلفه‌های روحیه کارآفرینی، رابطه معناداری وجود ندارد. این یافته با یافته‌های پژوهش جونز (۲۰۰۹) همسو نمی‌باشد.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بین میزان استفاده از رایانه، اینترنت و وب ۲ و میزان روحیه عملگرایی، رابطه معنادار وجود ندارد. این یافته با یافته‌های پژوهش جونز (۲۰۰۹) همسو نمی‌باشد.

یافته‌های پژوهش نشان داد که بین میزان استفاده از رایانه، اینترنت و وب ۲ در بین دانشجویان دانشگاهها و مراکز آموزش عالی غرب کشور و میزان مؤلفه رؤیابرداری، از مؤلفه‌های روحیه کارآفرینی، رابطه معناداری وجود ندارد.

یافته‌های پژوهش نشان داد بین میزان استفاده از اینترنت در بین دانشجویان دانشگاهها و مراکز آموزش عالی غرب کشور و میزان مؤلفه چالش طلبی آنها رابطه معنادار وجود دارد. اما بین میزان استفاده از رایانه و وب ۲ و میزان روحیه چالش طلبی، از مؤلفه‌های روحیه کارآفرینی آنها، رابطه معنادار وجود ندارد. یافته‌های این پژوهش با یافته‌های پژوهش جونز (۲۰۰۹) همسو نیست.

یافته‌های این پژوهش در مجموع نشان داد که بین میزان استفاده از اینترنت در بین دانشجویان دانشگاهها و مراکز آموزش عالی غرب کشور و مؤلفه روحیه فرصت گرایی آنها، رابطه معنادار وجود دارد. اما بین میزان استفاده از رایانه و وب ۲ و مؤلفه روحیه فرصت گرایی از مؤلفه‌های روحیه کارآفرینی در آنها، رابطه معنادار وجود ندارد. یافته‌های این پژوهش با یافته‌های پژوهش جونز (۲۰۰۹) همسو نیست.

اینکه چرا وب ۲ به عنوان یک محیط غنی از اطلاعات ارزشمند، نتوانسته روحیه کارآفرینی را در دانشجویان تقویت کند، به عوامل بسیاری بستگی دارد؛ از جمله: نبود زیرساختهای شبکه اینترنت در مجموعه‌های شهری و روستایی با سرعت و قیمت مناسب، عدم اطلاع‌رسانی و آموزش دانشجویان پیرامون این محیطها، عدم گسترش دولت الکترونیکی و تجارت الکترونیک، تلقی سرگرمی از این محیطها تا فضای علمی و آموزشی و همچنین بی‌اطلاعی دانشجویان از مزایایی که در نتیجه استفاده از این محیطها حاصل می‌شود. در مجموع می‌توان گفت کشور ما در این خصوص در ابتدای راه قرار دارد.

بر اساس یافته‌های پژوهش، برای افزایش روحیه کارآفرینی در بین دانشجویان پیشنهاد می‌شود:

- بازنگری برنامه درسی دانشگاهها به طوری که توجه استادان و برنامه‌ریزان به رفتار کارآفرینی

جلب شود.

بررسی و تعیین میزان استفاده دانشجویان ... ۴۲۱

- با استناد به جدول ۲ و پایین بودن میزان روحیه خطرپذیری، سلاست فکری و رویاپردازی در دانشجویان، تدابیری برای تقویت این مؤلفه‌ها در بین دانشجویان اندیشیده شود.
- با توجه به پایین بودن میزان استفاده دانشجویان از وب ۲ پیشنهاد می‌شود مجموعه‌های آموزش عالی در استانهای محل پژوهش در برنامه‌ریزی‌های آتی خویش موارد ذیل را لحاظ کنند:
 ۱. با توجه به اینکه استفاده از رایانه، اینترنت و محیط‌های مبتنی بر وب ۲ می‌تواند تا حدودی (هر چند اندک) در ارتقای برخی از مؤلفه‌های روحیه کارآفرینی دانشجویان مؤثر باشد، پیشنهاد می‌شود نظام آموزش عالی کشور در همه بخشها شرایط را برای استفاده هر چه بیشتر و هدفمندتر از قابلیت‌های فناوری‌های فوق فراهم آورد.
 ۲. نتایج این تحقیق نشان داد که میانگین مهارت و دانش و کاربرد محیط‌های وب ۲ در بین دانشجویان دانشگاه پیام نور در حد قابل ملاحظه‌ای کمتر از دیگر دانشجویان است. پیشنهاد می‌شود این دانشگاه سایت‌های رایانه‌ای خود را بیش از پیش توسعه داده، امکان آموزش دانشجویان را در این زمینه فراهم کند.
 ۳. به دلیل اهمیت رو به رشد محیط‌های مبتنی بر وب ۲، دانشگاه‌های غرب کشور از موضوع مهم فرهنگ‌سازی و آموزش مزایا و فرصت‌های موجود در شبکه‌های وب ۲ برای دانشجویان و تشویق آنان در جهت انجام فعالیتهای آموزش کارآفرینی و بهره‌گیری از فرصتهایی که در شبکه جهانی وب وجود دارد، غفلت نکنند. برای تحقق این هدف، آگاهی و دانش اساتید دانشگاه یک ضرورت به حساب می‌آید.
 ۴. میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان در این تحقیق در حد زیاد بوده؛ لذا باید از این فرصت بالقوه در جهت دستیابی به دانشگاه‌های نسل سوم به عنوان دانشگاه کارآفرین بهره برد و زمینه‌های آموزش کارآفرینی را در دانشگاه‌ها، به ویژه دانشگاه‌های غرب کشور فراهم کرد.
 ۵. برنامه‌سازان تلوزیونی می‌بایست بر نوع تأثیر برنامه‌های خود بر مهارت‌های کارآفرینی دقت کرده، از آسیب‌های آنها بکاهند و در تولیدات خود موارد تقویت‌کننده روحیه کارآفرینی را لحاظ کنند.

۶. استفاده از رایانه و اینترنت و وب ۲ اگر چه به خودی خود مفید است، اما اگر در چارچوب یک برنامه هدفمند و مدوّن نباشد، بخش مهمی از قدرت خود را از دست می‌دهد. لذا نظامهای آموزشی می‌بایست برای ادغام رسانه‌ها در فرایند یادگیری به صورت هدفمند و برنامه‌ریزی شده عمل کنند.

۷. پیشنهاد می‌شود پژوهشی با همین موضوع و به روش آزمایشی انجام شود تا بتوان تفاوت دقیق میزان روحیه کارآفرینی در دانشجویانی که از محیط‌های مبتنی بر وب ۲ استفاده کرده و کسانی که استفاده نکرده‌اند را مشخص کرد.

پیشنهاد می‌شود در پژوهشهای بعدی، هر یک از رسانه‌های اجتماعی وب ۲، شامل ویکی‌ها، پادکست‌ها، کامیونیتی‌های محتوایی و رابطه آنها با روحیه کارآفرینی به طور جداگانه مورد بررسی قرار گیرد.



Archive of SID

منابع

- اولادیان، معصومه؛ مریم سیف نراقی، عزت‌الله نادری و علی شریعتمداری (۱۳۸۹). «بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی از دیدگاه دانش‌آموختگان دانشگاه تهران و مدیران کارآفرین شهر تهران به منظور فراهم کردن الگوی مناسب برنامه درسی دوره کارشناسی علوم تربیتی (گرایش مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی)»، فصلنامه اندیشه‌های تازه در علوم تربیتی، سال پنجم، ش ۲.
- رضایی، مسعود و طالب حسین‌پور (۱۳۹۰). «بررسی عوامل مؤثر بر تمایل دانشجویان دختر رشته کشاورزی به کارآفرینی». سومین همایش ملی و دومین همایش بین‌المللی مهارت‌آموزی و اشتغال. تهران: سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور.
- شریف زاده، فتاح، رضوی، سیدمصطفی، زاهدی، شمس السادات، نجاری، رضا (۱۳۸۸). طراحی و تبیین الگوی عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی (مطالعه موردی: دانشگاه پیام نور) توسعه کارآفرینی، سال دوم، شماره ششم، زمستان ۱۳۸۸.
- عزیزی،؟ (۱۳۸۲). بررسی بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان سال آخر کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شهید بهشتی.
- علی بیگی، امیر حسین، اطهری، زهرا، و بارانی، شهرزاد، (۱۳۸۷)، "بررسی میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان علمی-کاربردی و عوامل مؤثر بر آن"، مجموعه مقالات همایش توسعه کارآفرینی در آموزش های علمی کاربردی کشاورزی، انتشارات موسسه آموزش عالی علمی کاربردی جهاد کشاورزی.
- کرد، باقر و عبدالعزیز آبتین (۱۳۹۲). «بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی در استان سیستان و بلوچستان (با تمرکز بر توسعه مراکز رشد روستایی، توسعه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و توانمندسازی زنان روستایی)». فصلنامه جغرافیا و توسعه، سال یازدهم، ش ۳۲.
- کردنائیچ، اسدا...؛ زالی، محمدرضا؛ هومن، حیدرعلی و شمس، شهاب‌الدین. (۱۳۸۶). "بازار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی". چاپ اول، تهران، دانشگاه تربیت مدرس، صص ۲۲۸.
- مرادزادی، همایون؛ ایروانی، هوشنگ، شعبانعلی فمی، حسین، حسینی، سید محمود و کافی، محسن (۱۳۸۶)، تحلیل سازه‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای در ایران، علوم کشاورزی ایران، جلد ۳۸-۲، شماره ۲، ۲۱۹-۲۲۶.
- مقیمی. سید محمد (۱۳۸۲). کارآفرینی در سازمانهای دولتی ایران. تهران: مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران.
- Adonisi, M. (2003). **The Relationship between Corporate Entrepreneurship, Market Orientation, Organizational Flexibility and Job Satisfaction.**

- Azizi, (2002). **Reviews the Development of Entrepreneurship Education in the Final Year Undergraduate and Postgraduate Students Martyr Beheshti University**. Master's Thesis. School of Education and Psychology, Martyr Beheshti University.
- Bertot, J.C., Jaeger, P.T. and Grimes, J.M. (2010), **“Crowd-sourcing transparency: ICTs, social media, and government transparency initiatives”**, Proceedings of the 11th Annual International Digital Government Research Conference on Public Administration online: Challenges and Opportunities, 2010, dg.o. Digital Government Society of North America, Puebla, Mexico, 17-20 May, pp. 51-8.
- Cole, M. (2009). **“Using Wiki Technology to Support Student Engagement: Lessons from the Trenches”**. *Computers & Education*, 52 (1): 141–146.
- Cormode, G. & B. Krishnamurthy (2008). **“Key Differences between Web 1.0 and Web 2.0”**. *First Monday*, 13 (6): 1-30.
- Cotoi, Emili; Teodor Bodoasca, Lucia Catana & Ioana Cotoi (2011). **“Entrepreneurship European Development Strategy in the Field of Education”**. *Social and Behavioral Sciences*, 15: 3490-3494.
- Dutil, Patrice, C. Howard, John Langford, and J. Roy. 2007. **“Re-imagining the service recipient: Customers, clients and citizens in the emerging world of e-government.”** *Journal of Information Technology and Politics* 4 (1): 77–90.
- Gibb, A. & P. Hannon (2007). **“Towards the Entrepreneurial University”**. <http://www.Webspace.Utexasedu/witz>.
- Harris, M.L & S.G. Gibson (2008). **“Examining the Entrepreneurial Attitudes of US Business Students”**. *Journal: Education & Training*, Vol. 50, No. 7: 568-581.
- Hill, Elizabeth M. (2003). **The Development of an Instrument to Measure Intrapreneurship: Entrepreneurship within the Corporate Setting**.
- Johnson, S. (2000). **Literature Review on Social Entrepreneurship**, Working Paper. Canadian Center for Social Entrepreneurship, 1-16.
- Jones, B. (2009). **“Entrepreneurship Education and Web 2.0”**. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, Vol. 11, No. 1: 66-77.
- Jordi Vilaseca, R.; S. Joan Torrent & Z. Ana Isabel Jimenez (2007). **ICT Use in Marketing as Innovation Success Factor Enhancing Cooperation in New Product Development Processes**.
- Khajeh Dangolani, Saeid (2011). **“The Effect of Information Technology in the Entrepreneurship (A Case Study in Golestan Province IRAN)”**. *Social and Behavioral Sciences*, 30: 10-12.
- Kord, B. & A.A. Abtin (2013). **“Investigate Factors Affecting the Development of Rural Entrepreneurship in Sistan and Baluchestan**

(With a Focus on the Development of Rural Owth Centers, the Development of Information and Communication Technologies and the Empowerment of Rural Women)". *Journal of Geography and Development*, 11th, No. 32.

- Kordnaejj, A., Zali, M., Hooman, H., & Shams, S. H. (2007). **Instruments measuring personality traits entrepreneur**. Tarbiat Modarres University, pp. 220-236.
- Mcloughlin, C. & M.J.W. Lee (2008). "**The Three P's of Pedagogy for the Networked Society: Personalization, Participation, and Productivity**". *International Journal of Teaching and Learning in Higher Education*, 20 (1): 10-27.
- Miller, E. (2009), "**The Veterans Administration Goes Web 2.0**", The Sunlight Foundation Blog, available at: <http://blog.sunlightfoundation.com/taxonomy/term/Facebook/>
- Moghimi, S.M. (2002). **State Entrepreneurship in Organizations**. Entrepreneurship Center of Tehran University.
- Norasmah, Othman and K. Farida (2010). "**Enterpreneurship Behaiour amongst Malasian University Students Pertanikaj**". *Pertanika Journal Soc. Sci. & Hum.*, 18 (1): 23-32.
- Oladyan, M.; M. Saif Naraqj, E. Naderi & A. Shariatmadari (2010). "**Investegate the Factors Affecting the Development of Elntrepreneurship from the Perspective of the Graduates of Tehran University in Tehran Entrepreneurs and Managers in Order to Provide a Suitable Model Education Curriculum Planning (Management and Educational Planning)**", *Quarterly New Ideasn Education*, 15th, No. 2.
- Park, Seung (2013). **The Potential of Web 2.0 Tools to Promote Reading Engagement in a General Education Course**. Vol. 57, No 2.
- Rezaei, M. & T. Hosseinpur (2011). "**Investegate the Factors Affecting the Willingness of Students to Entrepreneurship in Agriculture**". *The Third National Conference and the Second International Conference on Training and Employment*. Tehran: Technical and Vocational Education.
- Smith, S.D.; G. Salaway & J.B. Caruso (2009). "**The ECAR Study of Undergraduate Students and Information Technology**". *Educause Center for Applied Research*, 6: 1-13.
- Tapscott, D. (1998). **Growing up Digital: The Rise of the Net Generation**. New York: McGraw Hill.
- Turner, D., & Martin, S. (2005). **Social entrepreneurs and social inclusion: Building local capacity or delivering national priorities?** *International Journal of Public Administration*, 28(9), 797-806.

- Wang, S.K. & H.Y. Hsu (2008). “**Reflections on Using Blogs to Expand in Class**”. *Tech Trends*, 52 (3): 81-85.
- Zampetakis, Leonidas A. (2007). “**Entrepreneurial Behavior in the Greek Public Sector**”. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol 13.



Archive of SID