

## اثر پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی و رفتار جستجوی شغل بر قابلیت اشتغال دانشجویان دانشکده کشاورزی دانشگاه تهران

امیر علم بیگی<sup>۱</sup>، نجیمه اسماعیلی<sup>۲</sup>، سید یوسف حجازی<sup>۳</sup> و الهام فهام<sup>۴\*</sup>

(دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۱۴؛ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۵/۱۷)

### چکیده

با توجه به افزایش رقابت در بازار کار دانش‌آموختگان و همچنین افزایش هزینه‌های تحصیل و انتظارات جامعه از نظام آموزش عالی، توسعه قابلیت اشتغال موضوع مهمی به‌شمار می‌آید. بر این اساس، پژوهش حاضر به بررسی اثر پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای جستجوی شغل و رفتار جستجوی شغل بر قابلیت اشتغال دانشجویان دانشکده کشاورزی دانشگاه تهران پرداخته است. در این پژوهش کمی که از نوع علی-ارتباطی است، ۱۸۷ نفر از دانشجویان در تمامی مقاطع تحصیلی با استفاده از فرمول جامعه محدود دانیل و به روش تصادفی ساده به‌عنوان حجم نمونه از یک جامعه ۳۵۰۰ نفری انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده شد. برای ارزیابی روایی ابزار پژوهش از روایی صوری، تشخیصی و روایی سازه و برای بررسی پایایی آن از ضریب  $\rho_A$  استفاده شد که برای تمامی سازه‌ها بیش از ۰/۷ به‌دست آمده است. روش غالب آماری مورد استفاده در این پژوهش، مدل‌سازی معادلات ساختاری واریانس‌محور از طریق نرم‌افزار SmartPLS نسخه ۳ می‌باشد. نتایج حاصل از مدل‌سازی حاکی از آن است که پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای جستجوی شغل بر رفتار جستجوی شغلی دانشجویان بی‌تأثیر است؛ اما این سازه بر قابلیت اشتغال اثر مثبت و معنی‌داری را داشته است. همچنین، رفتار جستجوی شغل بر قابلیت اشتغال نیز اثرگذار می‌باشد. با توجه به نتایج به‌دست آمده در این پژوهش، راه‌اندازی شبکه دانش و اطلاعات کشاورزی در نظام آموزش عالی کشاورزی پیشنهاد می‌شود.

واژه‌های کلیدی: رسانه اجتماعی، رفتار جستجوی شغل، قابلیت اشتغال، حداقل مربعات جزئی.

<sup>۱</sup> استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشکده کشاورزی دانشگاه تهران، کرج، ایران.

<sup>۲</sup> دانش‌آموخته کارشناسی ارشد آموزش کشاورزی پایدار و محیط زیست، گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشکده کشاورزی دانشگاه تهران، کرج، ایران.

<sup>۳</sup> استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشکده کشاورزی دانشگاه تهران، کرج، ایران.

<sup>۴</sup> استادیار پژوهشکده فناوری اطلاعات و ارتباطات جهاد دانشگاهی، تهران، ایران.

\* نویسنده مسئول، پست الکترونیک: [faham@ictre.ac.ir](mailto:faham@ictre.ac.ir)



تغییر و تحولات سریع بازار کار و تقاضا برای همسویی برنامه‌های آموزشی نظام آموزش عالی با نیازهای بازار کار از سوی کارفرمایان و سیاست‌گذاران این نظام افزایش یافته است؛ به طوری که امروزه اشتغال دانش‌آموختگان از شاخص‌های عملکردی دانشگاه‌ها محسوب می‌شود (شرفی و عباسپور، ۱۳۹۴). بر اساس اعلام مرکز آمار و اطلاعات راهبردی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی (۱۳۹۹)، نرخ بیکاری جمعیت فارغ‌التحصیل یا در حال تحصیل دانشگاهی برای گروه «کشاورزی، جنگلداری و شیلات» در سال ۱۳۹۵، معادل ۲۱/۱ درصد ذکر شده است. بنابراین، افزایش رقابت در بازار کار دانش‌آموختگان دانشگاهی همسو با افزایش هزینه‌های تحصیل سبب شده است که قابلیت اشتغال یکی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر انتخاب افراد برای تحصیلات دانشگاهی باشد (Diamond et al., 2012) و انتظار جامعه از نظام آموزش عالی برای توسعه این قابلیت نیز افزوده شده است. بر اساس این ضرورت، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری کشور نیز در این زمینه گام برداشته است و طرح جامع مهارت‌افزایی و ارتقاء توان اشتغال‌پذیری دانشجویان کارشناسی دانشگاه‌های کشور را از مهرماه ۱۳۹۷ به مرحله اجرا گذاشته است (دفتر برنامه‌ریزی آموزش عالی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، ۱۳۹۸).

مفهوم قابلیت اشتغال که مبتنی بر روانشناسی است در ابتدا به‌عنوان یک ظرفیت فکری تعریف شده بود؛ اما در ادبیات کنونی بازار کار، مفهوم وسیع‌تری را به خود دیده است که به توانایی فرد در دستیابی به اشتغال اولیه، حفظ اشتغال و در صورت لزوم به دست آوردن اشتغال جدید اشاره دارد. در این تعریف، قابلیت اشتغال می‌تواند نتیجه واکنش سه مؤلفه باشد: (۱) مؤلفه شناختی شامل تفکر تحلیلی، تفکر خلاق و زبان خارجی؛ (۲) مؤلفه روش‌شناختی: یادگیری برای یادگیری، حل مسئله، تصمیم‌گیری، مهارت‌های دیجیتال، عملکرد نتایج محور و مدیریت خود؛ و (۳) مؤلفه اجتماعی شامل ارتباطات و مهارت‌های میان فردی، کار تیمی، خبرگی، تنوع فرهنگی، توانایی مواجهه به تغییرات، مدیریت تضاد و دانش و توانایی شغلی (Ornellas et al., 2023). چن و همکاران (Cheng et al., 2022)، تعاریفی که تاکنون از قابلیت اشتغال صورت گرفته است را به‌طور کلی در سه گروه دسته‌بندی کرده‌اند. گروه اول بر توانایی‌های افراد تأکید می‌کند. تعاریف موجود در این گروه، قابلیت اشتغال یک فرد را وابسته به ویژگی‌های ذاتی می‌دانند. این امر در حالی است که تعاریف موجود در گروه دوم، قابلیت اشتغال را مجموعه‌ای از دستاوردها - مهارت‌ها، ادراک و ویژگی‌های فردی می‌دانند. تعاریف موجود در گروه دوم به این موضوع می‌پردازند که افراد دارای قابلیت‌ها، مهارت‌ها و نگرش‌های مناسبی هستند که کارفرمایان به آن نیاز دارند. گروه سوم بر دوگانگی قابلیت اشتغال تأکید دارد و بیان می‌کند که هر دو بعد مطلق (ویژگی‌های ذاتی فرد) و نسبی (مهارت‌ها و توانایی‌های فرد) قابلیت اشتغال باید مورد ملاحظه قرار گیرند. به‌عنوان مثال در تعریف اسمال و همکاران (Small et al., 2018)، اشتغال‌پذیری به‌عنوان ظرفیت فرد در هدایت خود در بازار کار، استفاده از دانش، مهارت‌ها و ویژگی‌های فردی، انطباق آن‌ها با زمینه شغلی و نشان دادن آن‌ها به کارفرمایان ذکر شده است. همان‌طور که صنایع و مسیرهای شغلی تغییر می‌کنند، انتظار می‌رود دانش‌آموختگان دارای ویژگی‌هایی باشند که نه تنها مختص رشته است، بلکه قابل انتقال به طیف وسیع‌تری از مشاغل نیز می‌باشند (Williams et al., 2019).

از سوی دیگر، با افزایش اهمیت اطلاعات و تحولات حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات، رسانه‌های اجتماعی نقش‌های جدیدی را عهده‌دار شدند. رسانه‌های اجتماعی مجموعه‌ای از نوآوری‌های فنی سخت‌افزاری و نرم‌افزاری هستند که زمینه تولید و به اشتراک‌گذاری محتوا از سوی کاربران و همچنین ایجاد تأثیر میان آن‌ها را فراهم می‌کنند (Okazaki & Taylor, 2013). این رسانه‌ها نرم‌افزارهایی اینترنتی هستند که بر اساس جهان‌بینی‌ها و بر مبنای وب ایجاد شده‌اند (Kaplan & Haenlein, 2010). به‌طور کلی می‌توان رسانه‌های اجتماعی را مجموعه‌ای از برنامه‌های کاربردی اینترنتی تعاملی تعریف کرد که خلق، مدیریت و به اشتراک‌گذاری محتوای تولید شده توسط کاربر (به‌صورت جمعی یا فردی) را تسهیل می‌کند (Davis, 2016). در جهان غنی از اینترنت، رسانه‌های اجتماعی با تنوع گزینه‌های در دسترس به ابزار مهم تصمیم‌گیری در فرایند کارمندیابی برای هر سازمان و یا استخدام‌کننده تبدیل شده‌اند (Sinha & Thaly, 2013). همان‌طور که تعداد کاربران در رسانه‌های اجتماعی افزایش می‌یابد، استفاده از کانال‌های رسانه‌های اجتماعی برای استخدام نیز در حال افزایش است (Singh & Sharma, 2014). یکی از مهم‌ترین رسانه‌های اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی است (Stopfer & Gosling, 2018). شبکه اجتماعی مبتنی بر اینترنت به‌عنوان پایگاهی برای افراد به‌منظور ایجاد روابط با افراد دیگر (دوستان، همکاران و غیره) عمل

می‌کند. هر کاربر می‌تواند نیم‌رخ (Profile) برخطی را تعریف کند، فهرستی از سایر کاربرانی که ارتباط با آن‌ها میسر باشد را بیابد و با کاربران برخط تعامل برقرار کند، اطلاعات را در فضای اطلاعاتی مشترک به اشتراک بگذارد، در فعالیت‌های تعاملی و گروهی یا اجتماعی مختلف شرکت کند و مجوزها، اولویت‌ها و تنظیمات حریم خصوصی را کنترل کند (Pallis et al., 2011). یافتن شغلی رضایت‌بخش پس از تحصیل، چالش بزرگی برای دانشجویان به‌شمار می‌آید. شواهدی وجود دارد که کارفرمایان و سازمان‌ها دریافته‌اند که در مقایسه با روش‌های سنتی کارمندیابی، با استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌توانند افراد بیشتر و بهتری را شناسایی کنند (Singh & Sharma, 2014). سایت‌های شبکه‌های اجتماعی مانند لینکدین (LinkedIn) به کارفرمایان اجازه می‌دهند تا تبلیغات شغلی خود را منتشر کنند تا طیف وسیعی از کارجویان بالقوه به راحتی به آن‌ها دسترسی داشته باشند و از آن‌ها درخواست استخدام کنند (Sinha & Thaly, 2013). علاوه بر این، استفاده از شبکه‌های اجتماعی باعث کاهش هزینه دسترسی به متقاضیان می‌شود (Broughton et al., 2013; Brown & Vaughn, 2011)؛ بنابراین، تعجب‌آور نیست که کارفرمایان و سازمان‌ها، رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی را به‌عنوان ابزار اصلی استخدام مورد توجه قرار دهند. برخی از کاربران رسانه‌های اجتماعی را به‌عنوان ابزاری خصوصی می‌بینند که با هدف گذراندن اوقات فراغت مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ درحالی‌که برخی دیگر، از رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری برای فعال کردن فرصت‌های شغلی و تسهیل تعاملات کاری استفاده می‌کنند (McDonald & Thompson, 2016). رفتارهای متفاوت این دو گروه از افراد می‌تواند بیانگر ظرفیت جذب توسط سازمان‌ها و فعال کردن رفتارهای جستجوی شغلی باشد. برای یافتن اطلاعات در مورد فرصت‌های شغلی و پیگیری آن‌ها، جویندگان کار می‌توانند گستره‌ای از منابع و رفتارهای مختلف را به‌کارگیرند. اکثر مردم بر این باورند که فرآیند جستجوی شغلی یک فرآیند وقت‌گیر و طاقت‌فرساست. بر این اساس، برای کاهش زمان و سهولت در جمع‌آوری اطلاعات و دسترسی به منابع بیشتر، جستجوی شغل به یکی از دلایل اصلی برای پیوستن افراد به شبکه‌های اجتماعی مجازی تبدیل شده است (Stopfer & Gosling, 2018).

برخی مطالعات به اهمیت ارتباط میان قابلیت اشتغال و رفتار جستجوی شغلی اشاره کرده‌اند. به‌عنوان مثال، عوامل بازار کار مانند نیازهای شغلی و رقابت، تأثیر قابل‌توجهی در رفتار جستجوی شغلی دارند (Manroop & Richardson, 2016). علاوه بر این، به نظر می‌رسد که اثربخشی استفاده از شبکه‌های اجتماعی بستگی به کیفیت ارتباطات در شبکه‌های اجتماعی جویندگان کار دارد (Van Hove, 2009). با توجه به این که جستجوی شغلی یک رویداد استرس‌زاست که ممکن است منجر به احساسات منفی شود، کسب اطلاعات و ارائه تصویری شفاف از آینده شغلی و فرصت‌های موجود می‌تواند رفتار جستجوی شغلی دانشجویان را توسعه دهد (Rusk & Rothbaum, 2010).

وجود شبکه‌های اجتماعی به دلیل کارکردهای ارتباطی و تعاملاتی قوی، دارای مزایای بسیاری در حیطه‌های مختلف است که بهره‌گیری از آن‌ها می‌تواند سبب ارتقاء زمینه استفاده از آن‌ها شود. عدم استفاده از شبکه‌های مجازی با اهداف علمی و نادیده انگاشتن آن‌ها می‌تواند سبب کاهش توانایی پژوهشگران کشور در استفاده از ابزارهای ارتباطی علمی و به دنبال آن عقب‌ماندگی جامعه از شکوفایی علم و دانش شود (مکی‌زاده، ۱۳۹۳)؛ بنابراین، ضرورت پرداختن به شبکه‌های اجتماعی مجازی در رفتار علمی، بایستی بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد.

تحقق قابلیت اشتغال در معنای عام خود به این معناست که دانش‌آموختگان نظام آموزش عالی در مسیر شغلی خود بتوانند به فرصت‌های ملموس در قالب مجموعه‌ای از قابلیت‌ها دست یابند. شرایطی که به آن‌ها اجازه می‌دهد تا در زمان حال و آینده سهم ارزشمندی از طریق تخصص خود داشته باشند. این امر برای حفظ امنیت شغلی آن‌ها از یک‌سو تابع زمینه تخصصی است که برای آن‌ها تسهیل‌کننده است و از سوی دیگر وابسته به نگرش و انگیزه بهره‌برداری از فرصت‌های پیش رو می‌باشد (Van Der Klink, 2016; Hazelzet et al., 2019). شایان‌ذکر است که در ادبیات قابلیت اشتغال، اصطلاح قابلیت اشتغال پایدار هم استفاده می‌شود که به معنای تأکید بر فرآیند یادگیرندگی مداوم در کنار داشتن طیف متنوعی از مهارت‌ها شامل مهارت‌های بین فردی، تفکر نظام‌مند، انعطاف‌پذیری شخصی، تفکر انتقادی، امید به کسب موقعیت شغلی، اهداف و توانایی خود ادراک‌شده، مهارت‌های رهبری، پیش‌بینی و بهینه‌سازی، مهارت‌های پایه ساده و مهارت‌های مدیریتی است (Fleuren et al., 2020; Deng et al., 2021; Vignoli et al., 2021).

در خصوص ابعاد قابلیت اشتغال مطالعاتی صورت گرفته است که در ادامه به آن اشاره می‌شود. دنگ و همکاران (Deng et al., 2021)، در مطالعه خود با طرح سه لایه کلان، خرد و میانی نشان دادند که در سطح خرد که توسط لایه‌های کلان و میانی محاط شده است، قابلیت اشتغال درک‌شده در تعاملی نزدیک با مفاهیمی چون تحولات شغلی و تحرک منابع در دسترس قرار دارد و ارزش درونی کار نزدیک‌ترین لایه هدایت‌گر آن است. هرناندز پینا و مونروی (Hernández Pina & Monroy, 2015)، در پژوهش خود ۱۸ شایستگی اصلی دانشجویان دوره کارشناسی را بررسی کردند. نتایج اولویت‌بندی شایستگی‌ها نشان داد که مهم‌ترین شایستگی‌ها برای دانشجویان کارشناسی، مهارت‌های ارتباطی، مدیریت زمان، تفکر انتقادی و کاربرد دانش است. همچنین، آن‌ها نشان دادند که مهارت توسعه فردی نسبت به مهارت دانشگاهی در اولویت قرار دارد. بر اساس دیدگاه مک‌ماهون (McMahon, 2011)، دانش‌آموختگان دانشگاهی باید به شایستگی‌هایی از قبیل کارآفرینی، پاسخگویی، انطباق‌پذیری و اشتیاق به یادگیری مداوم مجهز شوند و این مهارت‌ها و ویژگی‌ها را به بازار کار و جامعه منتقل نمایند. داکر پول و سویل (Dacre Pool & Sewell, 2007)، در پژوهشی نشان دادند که قدرت ابتکار و خلاقیت، سازگاری و انعطاف‌پذیری، آمادگی و علاقه به یادگیری، استقلال، کار تیمی، توانایی مدیریت دیگران، توانایی کار کردن تحت فشار و تنش، ارتباطات گفتاری مناسب، توانایی ارتباط نوشتاری برای مقاصد مختلف، توانایی محاسباتی و ریاضی، توجه به جزئیات، مدیریت زمان، آمادگی برای قبول مسئولیت، تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی اهداف و توانایی استفاده از فناوری‌های نوین، ابعاد قابلیت اشتغال را می‌سازند.

در خصوص قابلیت اشتغال و رفتار جستجوی شغل، عبدی و همکاران (۱۳۹۸) به این نتیجه رسیدند که در شرایط حال حاضر بازار کار کشور، قابلیت اشتغال درک‌شده دانشجویان کشاورزی و فنی-مهندسی بیشتر تحت تأثیر شیوه رفتار دانشجویان در طول دوران تحصیل است. رفتار جستجوی شغلی دانشجویان نیز یکی از آن رفتارها می‌باشد. مطالعه ذکرها و همکاران (Zakkariya et al., 2020)، برهمکنش رفتار جستجوی شغل و قابلیت اشتغال درک‌شده را معنی‌دار نشان داده است و هدف یادگیرندگی مداوم را نتیجه آن دانسته است. اونیشی و همکاران (Onyishi et al., 2015)، از قابلیت اشتغال درک‌شده به‌عنوان میانجی متغیر خودارزشیابی و متغیر رفتار جستجوی شغل نام می‌برند.

در خصوص رسانه‌های اجتماعی و رفتار جستجوی شغل، چوا و همکاران (Chowa et al., 2022)، نشان دادند که شرایطی که فراهمی منابع مطلوب نیست، دسترسی به شبکه‌های اجتماعی و عضویت فعال در آن‌ها در بهبود رفتارهای جستجوی شغل نقش معنی‌داری دارد. نتایج مطالعه خالدی‌فرد و همکاران (۱۴۰۰)، حاکی از آن است که عوامل متعددی بر اشتغال دانش‌آموختگان تأثیرگذار است که از جمله می‌توان به فناوری، ارتباطات، شبکه‌سازی و جستجوی شغلی اشاره کرد. بر اساس نتایج مطالعه برآبادی و همکاران (۱۳۹۹)، دانشجویان رشته‌های کشاورزی کشور از شبکه‌های اجتماعی برای عضویت در گروه‌ها و کانال‌های علمی و آموزشی مرتبط با رشته و آشنایی با زمینه‌های کاری و فرصت‌های شغلی استفاده می‌نمایند. از آنجا که امروزه دانشجویان و دانش‌آموختگان برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوپای خود نیازمند دستیابی به منابع اطلاعاتی مختلف می‌باشند، در این راستا، میرواحدی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهش خود دریافتند که شبکه‌های اجتماعی مجازی بر قصد کارآفرینی دانشجویان اثر معنی‌داری دارد. در مطالعه موحدی و همکاران (۱۳۹۸) نیز مشخص شد که تبادل اطلاعات با فراگیران و مدرسان، بهبود فرهنگ مطالعه و یادگیری، بهبود ارتباطات فردی و اجتماعی و افزایش احتمال شغل‌یابی، از مهم‌ترین اثرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر دانشجویان دانشکده کشاورزی دانشگاه بوعلی‌سینا بوده است.

در باب استفاده از رسانه‌های اجتماعی، لین و لو (Lin & Lu, 2011) در پژوهشی با مطالعه رفتار کاربران وب و شبکه‌های اجتماعی متوجه شدند که عامل سودمندی و همسالان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی تأثیرگذارند. مطالعه لین (Lin, 2010)، نشان داد که سهولت استفاده و سودمندی وب‌سایت‌های جستجوی کار بر نگرش‌های جویندگان کار برای استفاده از این وب‌سایت‌ها تأثیرگذار است. محمدی و صفا (۱۴۰۰)، در پژوهش خود بیان داشتند که جذابیت درک‌شده، سهولت درک‌شده و سودمندی درک‌شده از شبکه‌های اجتماعی از متغیرهای مهم در به‌کارگیری این شبکه‌ها توسط دانشجویان می‌باشد. علم‌بیگی و همکاران (۱۳۹۹) نیز دریافتند که استفاده و رضامندی از شبکه‌های اجتماعی سبب افزایش نفوذ اجتماعی می‌شود. همچنین بر اساس این پژوهش، سودمندی رسانه و فراهم کردن ارتباطات بین فردی قدرت بالایی در تبیین استفاده از شبکه‌های اجتماعی دارند. پژوهش صادقی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۷)، حاکی از آن است که شبکه همکاری علمی در میان دانشجویان از نظر دسترسی به اطلاعات شغلی، مشابه شبکه

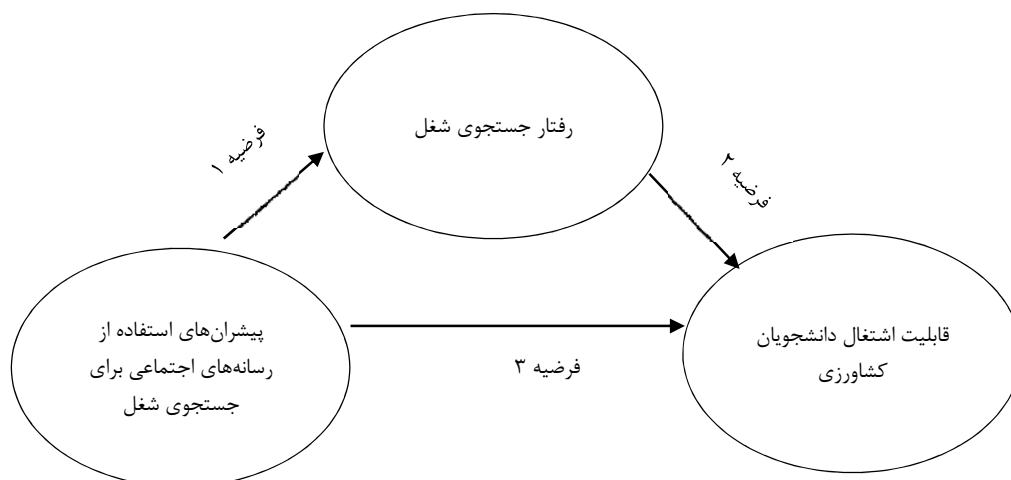
بدون مقیاس است و افرادی که تخصصشان را بیشتر منتشر می‌کنند هم اطلاعات شغلی بیشتری کسب می‌کنند و هم اطلاعات شغلی بیشتری را منتشر می‌کنند. مزیت اطلاع‌رسانی در این شبکه آن است که ارائه‌دهندگان اطلاعات متقابلاً اطلاعات دریافت می‌کنند. بر اساس نتایج مطالعه نوذری و کریمی (۱۳۹۶)، روابط غیررسمی (شبکه روابط اجتماعی) به‌مراتب نقش برجسته‌تری نسبت به مسیرهای رسمی جستجوی شغلی در میان دانشجویان دارد. به‌عبارتی، کانال‌های رسمی جستجوی شغل مانند دفاتر کاریابی، سایت‌های رسمی کاریابی و آگهی‌های استخدام نقش مهمی در اشتغال دانشجویان نداشته‌اند.

مروری بر پژوهش‌های پیشین بیانگر آن است که شکاف مطالعاتی در خصوص بررسی وضعیت پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای جستجوی شغل و رفتار جستجوی شغل در میان دانشجویان رشته‌های کشاورزی و هم در مورد اثر همزمان این دو سازه بر قابلیت اشتغال دانشجویان وجود دارد. با توجه به آنچه گفته شد، پژوهش حاضر با هدف بررسی اثر پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای جستجوی شغل و رفتار جستجوی شغل بر قابلیت اشتغال دانشجویان دانشکده کشاورزی دانشگاه تهران تلاشی برای کاهش این شکاف مطالعاتی نموده است این پژوهش، بر اساس چارچوب مفهومی ارائه‌شده در نگاره ۱ به تحقق این هدف پرداخته است. بر اساس نگاره مذکور، سه فرضیه به شرح زیر آزمون شدند:

فرضیه اول: پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای جستجوی شغل بر رفتار جستجوی شغل اثر معنی‌داری دارد.

فرضیه دوم: رفتار جستجوی شغل بر قابلیت اشتغال دانشجویان اثر معنی‌داری دارد.

فرضیه سوم: پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای جستجوی شغل بر قابلیت اشتغال دانشجویان اثر معنی‌داری دارد.



نگاره ۱- چارچوب مفهومی پژوهش

### روش پژوهش

این پژوهش از نوع تحقیقات کمی، کاربردی و غیرآزمایشی است که به شیوه علی-ارتباطی انجام شده است. داده‌ها از طریق فن پیمایش گردآوری شدند. جامعه آماری این پژوهش را دانشجویان دانشکده کشاورزی دانشگاه تهران در تمامی مقاطع تحصیلی به تعداد ۳۵۰۰ نفر تشکیل دادند و در نهایت تعداد ۱۸۷ نفر با استفاده از فرمول تصحیح جامعه محدود دانیل و به روش تصادفی ساده، به‌عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. در فرمول ۱، N برابر با شمار جامعه آماری، P برابر با نسبت مورد انتظار که در تحقیق حاضر برابر با ۰/۵ در نظر گرفته شده است؛ Z برابر با ۱/۹۶ در حدود اطمینان ۵ درصد در توزیع نرمال، d برابر با دقت مورد انتظار به نحوی در نظر گرفته شد که دقت مورد نظر در دامنه بیشتر از مقدار ۰/۰۷ قرار نداشته باشد.

$$n' = \frac{NZ^2P(1-P)}{d^2(N-1) + Z^2P(1-P)}$$

فرمول ۱- فرمول تصحیح جامعه محدود دانیل

## اثر پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی و رفتار جستجوی شغل بر قابلیت اشتغال...

برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده شد. در جدول ۱، تعاریف مفهومی و عملیاتی سازه‌های اصلی تحقیق ارائه شده است. برای تعیین اعتبار ابزار تحقیق از روایی صوری با استفاده از نظر متخصصان بهره گرفته شد. در این پژوهش برای آزمون فرضیه‌ها از مدل معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی از طریق نرم‌افزار SmartPLS نسخه ۳ استفاده شد. حداقل مربعات جزئی روشی برای مدل پیش‌بینی‌کننده سازه‌ای است. زمانی که تعداد نشانگرهای هر عامل زیاد و بین آن‌ها هم‌راستایی چندگانه وجود داشته باشد این روش اولین گزینه برای برآورد مدل محسوب می‌شود. روش مذکور به نرمال بودن توزیع جامعه وابسته نیست و محقق به راحتی می‌تواند مدل خود را بدون نگرانی از وضعیت توزیع جامعه طراحی کند. دلیل دیگر استفاده از این روش در این پژوهش، کم بودن حجم نمونه نسبت به مدل می‌باشد. بر این اساس، برای سنجش پایایی سازه‌ها، معیار  $\rho_A$  پایایی ترکیبی و ضرایب بارهای عاملی متقاطع محاسبه شد. در ارتباط با شاخص پایایی ترکیبی، مقادیر بالاتر از ۰/۷ برای هر سازه نشان از پایداری درونی مناسب مدل‌های اندازه‌گیری دارد و مقدار کمتر از ۰/۶ عدم وجود پایایی را نشان می‌دهد (Hair et al., 2022). جدول ۲، بیانگر آن است که سازه‌های سطح اول از پایایی مناسبی برخوردار است.

جدول ۱- تعاریف مفهومی و عملیاتی سازه‌های اصلی در مدل تحقیق

مفهوم (سازه)	مفهوم	تعریف عملیاتی
قابلیت اشتغال دانشجویان	مفهوم قابلیت اشتغال دربرگیرنده تعاریف متفاوتی است که وجه مشترک تمام تعاریف آن در ادبیات نظری تاکید بر مجموعه‌ای از مهارت‌ها است که در طول تحصیل، قبل از وارد شدن به دنیای شغل و در حین آن بایستی مورد تمرکز باشد تا سطح قابل توجهی از قابلیت اشتغال محقق شود.	در تحقیق حاضر برای اندازه‌گیری قابلیت اشتغال از رویکرد مهارت‌های مختلفی شناختی و فراشناختی در قالب ۱۱ مفهوم بهره گرفته شد. مهارت‌هایی چون مهارت‌های بین فردی، فناوری اطلاعات، انعطاف‌پذیری شخصی، پیش‌بینی و بهینه‌سازی، رهبری، تفکر نظام‌مند، تفکر انتقادی، پایه ساده سواد عددی، امید به کسب موقعیت شغلی، اهداف و توانایی خود ادراک‌شده و مهارت‌های مدیریتی که دارای بیشترین بسامد در ادبیات نظری بودند برای این منظور استفاده شد که در نهایت ۵۶ نشانگر برای بخش‌های مختلف آن تعریف شد.
پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای جستجوی شغل	پیشران‌های استفاده از رسانه‌های جمعی دلالت بر متغیرهایی دارد که از منظر شناختی و رفتاری، شکل استفاده از این رسانه‌ها را با انگیزه‌ها و سائق‌های مختلفی از جمله قابلیت‌های رسانه، کارکردهای اجتماعی آن و درک از توانایی استفاده موثر از آن تبیین می‌کند.	این مفهوم بر اطلاع از کارکردهای رسانه در کنار تمایلات، انگیزه‌ها و تجارب پیشین فردی در جهت استفاده از رسانه‌های اجتماعی تاکید دارد. بر پایه ادبیات نظری ۱۲ مفهوم برای اندازه‌گیری آن مورد توجه بود که سازه‌هایی چون قصد استفاده از رسانه اجتماعی برای جستجوی شغلی، تجربه قابل‌اعتماد از رسانه اجتماعی، آگاهی از جنبه اطلاع‌رسانی رسانه اجتماعی و مواردی از این قبیل، با ۵۱ گویه مورد استفاده قرار گرفت.
رفتار جستجوی شغل	از مهم‌ترین متغیرهای پیش‌آیند قابلیت اشتغال داشتن تصویری از آینده فضای اشتغال و درک الزامات آن است. با چنین رویکردی ایده این تحقیق بر روی مفهوم رفتار جستجوی شغل متمرکز است.	رفتار جستجوی شغل دلالت بر عادات و علایق فردی در جهت کسب اطلاعات بر مبنای یک چشم‌انداز معین دارد. در این راستا این مفهوم بر پایه هفت نشانگر اندازه‌گیری شد. گویه‌هایی همانند «جستجوی مرتب و کسب اطلاعات از مشاغل موردعلاقه در حوزه کشاورزی»، «تلاش برای اطلاع از آخرین تحولات بازار کار»، «جستجو و پیگیری مداوم بررسی موفقیت‌های شغل آینده» و «علاقه‌مندی به جستجوی مشاغل در حوزه کشاورزی» در این مفهوم وجود دارند.

جدول ۲- معرفی سازه‌های سطح اول مورد بررسی و نتایج معیارهای پایایی

سازه سطح اول	تعداد سازه سطح دوم (زیرسازه)	تعداد گویه‌ها	ضریب پایایی $\rho_A$	ضریب پایایی ترکیبی (CR)
قابلیت اشتغال دانشجویان	۱۱	۵۶	۰/۹۰۵	۰/۹۱۹
پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای جستجوی شغل	۱۲	۵۱	۰/۸۶۸	۰/۸۸۷
رفتار جستجوی شغل	-	۷	۰/۹۲۸	۰/۸۵۸

در خصوص ضرایب بار عاملی نیز، اگر بار عاملی کمتر از ۰/۴ باشد رابطه ضعیف بوده و از آن صرف‌نظر می‌شود. اگر بار عاملی بین ۰/۴ تا ۰/۶ باشد (به شرط اثبات ضرورت برای روایی محتوایی)، قابل قبول است و اگر بزرگ‌تر از ۰/۶ باشد بسیار مطلوب است (هیر و همکاران، ۱۳۹۸) که نتایج آن در جدول ۴ در بخش یافته‌ها ارائه شده است. روایی تشخیصی، معیار دیگری است که نشان می‌دهد نشانگرهای هر سازه در نهایت تفکیک مناسبی را به لحاظ اندازه‌گیری نسبت به سازه‌های دیگر مدل فراهم کرده‌اند (Hair et al., 2022). برای سنجش روایی تشخیصی نیز از دو روش فونل و لارکر و روایی دوگانه-یگانه استفاده شد که نتایج در جدول‌های ۵ و ۶ در بخش یافته‌ها نشان داده شده است.

پس از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، محقق مجاز است که به بررسی و آزمون فرضیه‌های پژوهش خود پرداخته و به یافته‌های پژوهش برسد. برای بررسی نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش، از بررسی مقادیر معنی‌داری و ضریب مسیر استاندارد استفاده شد. در صورتی که مقادیر معنی‌داری (t-value) بین دو سازه بیشتر از ۱/۹۶ باشد، نشان از معنی‌دار بودن تأثیر یک سازه بر سازه دیگر است. از معیار اندازه اثر ( $f^2$ ) که بیانگر شدت رابطه بین سازه‌ها در مدل است هم بهره گرفته شد که سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ به ترتیب بیانگر اندازه اثر کوچک، متوسط و بزرگ یک سازه بر سازه دیگر است. ضریب مسیر استاندارد نیز رابطه علی خطی و شدت و جهت رابطه بین دو سازه را نشان می‌دهد. بعد از تعیین وضعیت معنی‌داری اثر یک سازه بر سازه دیگر، ضریب تعیین تعدیل شده بیانگر این مطلب است که سازه مستقل چند درصد از تغییرات سازه وابسته را به‌طور مستقیم تبیین می‌کند. در راستای توصیف ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه مورد بررسی نیز از فراوانی، درصد فراوانی معتبر و درصد تجمعی استفاده شد که نرم‌افزار مورد استفاده برای آماره‌های توصیفی، SPSS نسخه ۲۵ می‌باشد.

#### یافته‌ها و بحث

##### الف) ویژگی‌های نمونه مورد بررسی

نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که ۳۹/۶ درصد از نمونه مود بررسی را مردان و ۶۰/۴ درصد را زنان تشکیل دادند. از نظر تحصیلات، بیشترین درصد فراوانی مربوط به دانشجویانی با مدرک کارشناسی‌ارشد (۴۳/۳ درصد) و کمترین درصد فراوانی مربوط به دانشجویان با مدرک کارشناسی (۲۷/۳ درصد) می‌باشند. بیشترین درصد فراوانی نیز مربوط به دانشجویانی با گروه سنی ۱۸ تا ۲۵ سال با ۵۱/۹ درصد فراوانی بود (جدول ۳).

جدول ۳- توزیع فراوانی نمونه مورد بررسی بر حسب متغیرهای تحصیلات و سن

متغیر	طبقه	فراوانی	درصد فراوانی معتبر	درصد تجمعی
تحصیلات	کارشناسی	۵۱	۲۷/۳	۲۷/۳
	کارشناسی‌ارشد	۸۱	۴۳/۳	۷۰/۶
	دکتری	۵۵	۲۹/۴	۱۰۰
	مجموع	۱۸۷	۱۰۰	
سن	۱۸-۲۵	۹۷	۵۴/۵	۵۴/۵
	۲۶-۴۹	۸۳	۴۴/۴	۹۸/۹
	بالای ۵۰	۲	۱/۱	۱۰۰
	بدون پاسخ	۵	-	
	مجموع	۱۸۷	۱۰۰	

##### ب) آزمون مدل‌های اندازه‌گیری

در روش‌شناسی مدل معادلات ساختاری، ابتدا لازم است تا روایی سازه سطح اول مورد مطالعه قرار گرفته تا مشخص شود نشانگرهای انتخاب شده برای اندازه‌گیری سازه‌های مورد نظر از دقت لازم برخوردار هستند؛ بدین نحو که بار عاملی هر نشانگر با سازه خود دارای مقدار t معنی‌دار در سطوح یک یا پنج درصد خطا باشد. برای این منظور از تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول استفاده شد. در جدول ۴، مقادیر بار عاملی برای نشانگرهای هر سازه ارائه شده است. بر اساس نتایج جدول ۴ مشخص شد که نشانگرهای هر سازه به دلیل معنی‌داری در سطح یک درصد خطا، از اهمیت لازم برای اندازه‌گیری برخوردار می‌باشند و سازه‌ها از روایی مناسبی برخوردار هستند.

## اثر پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی و رفتار جستجوی شغل بر قابلیت اشتغال...

به عبارت دیگر، نشانگرها، ساختارهای عاملی مناسبی را برای اندازه‌گیری ابعاد مورد مطالعه در مدل پژوهش فراهم آورده‌اند. ضریب عاملی گوپه (Q7) از ۰/۴ پایین‌تر و معنی‌دار نمی‌باشد، این گوپه به دلیل روایی نامناسب از سازه رفتار جستجوی شغل، حذف شد. بر اساس ضرایب بارهای عاملی، برای سازه رفتار جستجوی شغل، نشانگر «جستجوی مرتب و کسب اطلاعات از مشاغل موردعلاقه در حوزه کشاورزی» بیشترین اهمیت را به خود اختصاص داده است. برای سازه قابلیت اشتغال دانشجویان، زیرسازه «مهارت‌های بین فردی» و «مهارت‌های فناوری اطلاعات»، بیشترین اهمیت و زیرسازه «مهارت‌های مدیریتی» کمترین اهمیت، برای سازه پیشران‌های استفاده از رسانه اجتماعی برای جستجوی شغل، «قصد استفاده از رسانه اجتماعی برای جستجوی شغلی» و «تجربه قابل اعتماد از رسانه»، بیشترین اهمیت و «وابستگی به رسانه اجتماعی» کمترین اهمیت را دارا بودند.

جدول ۴- مقادیر بار عاملی برای نشانگرهای هر سازه در قالب مدل اندازه‌گیری

سازه	گوپه / زیرسازه	برچسب در مدل	بار عاملی	t	سطح معنی‌داری	AVE
رفتار جستجوی شغل	جستجوی مرتب و کسب اطلاعات از مشاغل موردعلاقه در حوزه کشاورزی	Q <sub>1</sub>	۰/۸۶۳	۱۰/۶۳۱	< ۰/۰۵	۰/۵۰
	جستجو و پیگیری مداوم بررسی موفقیت‌های شغل آینده	Q <sub>2</sub>	۰/۷۹۶	۸/۶۹۶	< ۰/۰۵	
	تلاش برای اطلاع از آخرین تحولات بازار کار	Q <sub>3</sub>	۰/۷۸۲	۷/۱۷۷	< ۰/۰۵	
	علاقه‌مندی به جستجوی مشاغل در حوزه کشاورزی	Q <sub>4</sub>	۰/۷۱۸	۵/۴۲۸	< ۰/۰۵	
	تلاش مداوم برای جستجوی مهارت‌های موردنیاز برای موفقیت در مشاغل حوزه کشاورزی	Q <sub>5</sub>	۰/۶۹۳	۴/۹۹۵	< ۰/۰۵	
	توصیه به دیگران برای جستجوی منظم شغل	Q <sub>6</sub>	۰/۶۶۵	۴/۴۹۱	< ۰/۰۵	
	اعتقاد به اینکه یافتن مشاغل جدید از توانمندی‌های فرد است (حذف شده)	Q <sub>7</sub>	۰/۱۳۰	۰/۷۵۵	۰/۴۵۱	
قابلیت اشتغال دانشجویان	مهارت‌های بین فردی	Q <sub>8</sub>	۰/۸۱۱	۳۳/۶۰۴	< ۰/۰۵	۰/۵۱
	مهارت‌های فناوری اطلاعات	Q <sub>9</sub>	۰/۷۷۰	۲۶/۹۷۰	< ۰/۰۵	
	انعطاف‌پذیری شخصی	Q <sub>10</sub>	۰/۷۴۹	۲۲/۸۶۱	< ۰/۰۵	
	پیش‌بینی و بهینه‌سازی	Q <sub>11</sub>	۰/۷۴۷	۲۶/۰۲۱	< ۰/۰۵	
	مهارت‌های رهبری	Q <sub>12</sub>	۰/۷۲۹	۲۰/۳۳۸	< ۰/۰۵	
	مهارت‌های تفکر نظام‌مند	Q <sub>13</sub>	۰/۷۲۷	۱۹/۸۵۱	< ۰/۰۵	
	مهارت‌های تفکر انتقادی	Q <sub>14</sub>	۰/۷۰۵	۱۹/۷۹۷	< ۰/۰۵	
	مهارت‌های پایه ساده سواد عددی	Q <sub>15</sub>	۰/۶۹۳	۱۵/۳۰۱	< ۰/۰۵	
	امید به کسب موقعیت شغلی	Q <sub>16</sub>	۰/۶۵۵	۱۳/۵۲۰	< ۰/۰۵	
	اهداف و توانایی خود ادراک شده	Q <sub>17</sub>	۰/۶۳۴	۱۲/۲۲۳	< ۰/۰۵	
مهارت‌های مدیریتی	Q <sub>18</sub>	۰/۶۰۶	۱۲/۹۱۷	< ۰/۰۵		
پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی	قصد استفاده از رسانه اجتماعی برای جستجوی شغلی	Q <sub>19</sub>	۰/۷۱۳	۱۶/۵۱۴	< ۰/۰۵	۰/۴۱
	تجربه قابل اعتماد از رسانه اجتماعی	Q <sub>20</sub>	۰/۷۰۶	۱۶/۱۰۵	< ۰/۰۵	
	جنبه اطلاع‌رسانی رسانه اجتماعی	Q <sub>21</sub>	۰/۶۹۷	۱۰/۶۱۶	< ۰/۰۵	
	جذابیت کاربرد رسانه اجتماعی	Q <sub>22</sub>	۰/۶۹۷	۴/۸۹۸	< ۰/۰۵	
	تعاملی بودن رسانه اجتماعی	Q <sub>23</sub>	۰/۶۵۹	۱۱/۳۲۶	< ۰/۰۵	
	سازگاری رسانه اجتماعی با سبک زندگی کاربر	Q <sub>24</sub>	۰/۶۵۳	۱۰/۰۹۳	< ۰/۰۵	
	انتقال اطلاعات دو سویه رسانه اجتماعی	Q <sub>25</sub>	۰/۶۳۳	۱۱/۹۰۵	< ۰/۰۵	
	عدم پیچیدگی رسانه اجتماعی	Q <sub>26</sub>	۰/۶۲۶	۱۰/۶۴۷	< ۰/۰۵	
	سودمندی رسانه اجتماعی	Q <sub>27</sub>	۰/۶۱۴	۹/۹۶۰	< ۰/۰۵	
	تمایل به تداوم استفاده از رسانه اجتماعی	Q <sub>28</sub>	۰/۶۰۳	۱۱/۱۵۰	< ۰/۰۵	
	کارکرد اجتماعی رسانه برای کاربر	Q <sub>29</sub>	۰/۵۸۸	۱۰/۳۳۷	< ۰/۰۵	
	وابستگی به رسانه اجتماعی	Q <sub>30</sub>	۰/۵۳۷	۷/۶۶۷	< ۰/۰۵	



علاوه بر روایی سازه که برای بررسی اهمیت نشانگرهای انتخاب شده برای اندازه‌گیری سازه‌ها به کار گرفته شد، روایی تشخیصی نیز در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفت. برای بررسی روایی تشخیصی از دو معیار فورنل و لارکر و روایی یگانه-دوگانه استفاده شد. برای معیار فورنل و لارکر، ریشه دوم میانگین واریانس استخراج‌شده یک سازه باید از سایر همبستگی‌های عامل‌های دیگر با این سازه بیشتر باشد. نتایج بررسی این معیار (جدول ۵)، نشان داد که نشانگرهای انتخابی برای اندازه‌گیری سازه‌های موجود از روایی تشخیصی لازم برخوردار هستند زیرا ریشه دوم میانگین واریانس استخراج‌شده برای هر سازه که در قطر ماتریس جدول ۵ نشان داده شده است، از تمام همبستگی‌های سایر سازه‌ها با آن سازه بالاتر است. همچنین، نتایج نشان داد هر نشانگر بیشترین همبستگی را فقط با سازه خود و کم‌ترین همبستگی را با سایر سازه‌ها دارد زیرا که میانگین نشانگرها بیشترین بار عاملی را فقط با سازه خود نشان داد. مقادیر روایی یگانه - دوگانه (جدول ۶) نیز، همگی کمتر از ۰/۹ است و تأیید نتایج فورنل و لارکر را به همراه دارد. از این رو، می‌توان گفت دقت اندازه‌گیری هر سازه توسط نشانگرهای خود بیشترین است زیرا طبق نتایج روایی سازه، هر نشانگر دارای بار عاملی معنی‌داری با سازه خود بوده و همچنین، هر نشانگر فقط سازه خود را اندازه‌گیری کرده است.

جدول ۵- مقایسه ریشه دوم میانگین واریانس استخراج‌شده با همبستگی‌های موجود (معیار فورنل و لارکر)

سازه	قابلیت اشتغال دانشجویان	پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای جستجوی شغل	رفتار جستجوی شغل
قابلیت اشتغال دانشجویان	۰/۷۱۴		
پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای جستجوی شغل	۰/۵۲۹	۰/۶۳۰	
رفتار جستجوی شغل	۰/۲۰۵	۰/۱۴۳	۰/۷۰۱

جدول ۶- معیار روایی یگانه - دوگانه (HTMT)

سازه	قابلیت اشتغال	پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای جستجوی شغل	رفتار جستجوی شغل
قابلیت اشتغال دانشجویان	-	-	-
پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای جستجوی شغل	۰/۵۷۱	-	-
رفتار جستجوی شغل	۰/۲۲۳	۰/۲۲۶	-

### ج) آزمون فرضیه‌های پژوهش

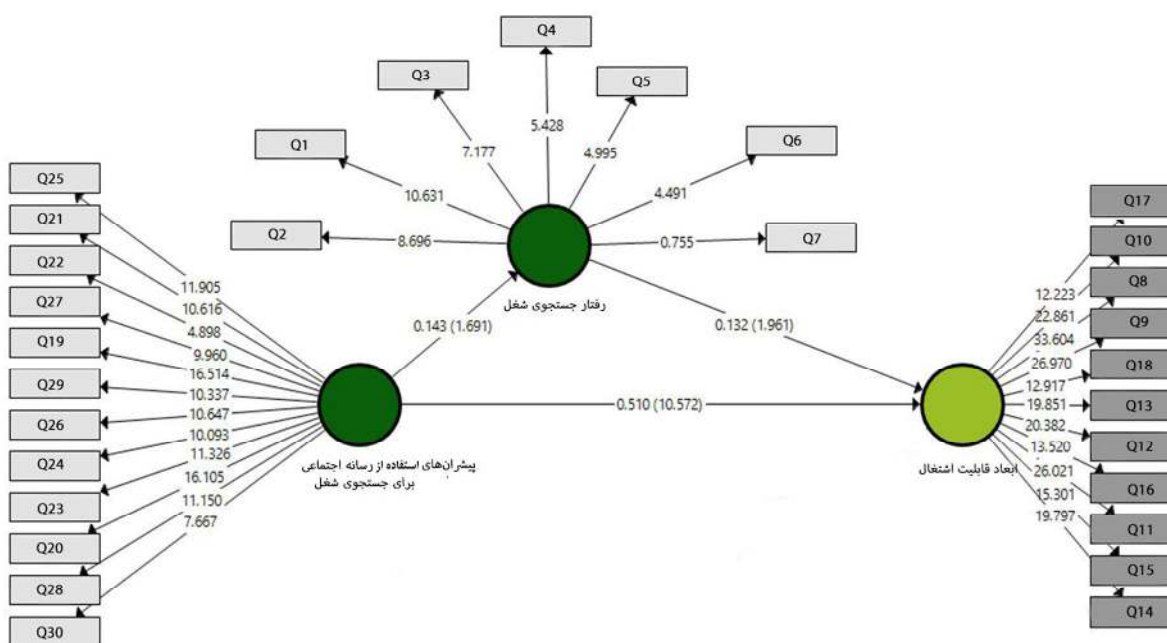
پس از اتمام مرحله پالایش سازه‌ها و اطمینان از کارایی مدل‌های اندازه‌گیری، آزمون فرضیه‌های پژوهش انجام شد (نگاره ۲). به منظور بررسی معنی‌داری ضرایب مسیر یا همان بتا از روش بازنمونه‌گیری (بوت استرپینگ) استفاده شد که برای این منظور بازنمونه‌گیری در دو حالت ۱۰۰ و ۳۰۰ نمونه انجام شد که نتایج در جدول ۷ مشخص شده است. بر اساس نتایج، در هر دو حالت بازنمونه‌گیری، در معنی‌داری یا عدم معنی‌داری پارامتر تغییری ایجاد نشد که حاکی از آن است نتایج از اعتبار محکمی برخوردارند. در خصوص آزمون فرضیه اول که به آزمون اثر معنی‌دار پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای جستجوی شغل بر رفتار جستجوی شغل پرداخته است، با توجه به نتایج جدول ۷ و مدل مسیر (نگاره ۲)، اثر پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای جستجوی شغل بر رفتار جستجوی شغل، معادل ۰/۱۴۳ تخمین زده شده است و سطح معنی‌داری برای این پارامتر بیش از ۰/۰۵ است ( $t = 1/691$ )؛ بنابراین، دلیل کافی برای رد فرض صفر وجود ندارد و با توجه به عدم معنی‌داری این ضریب می‌توان بیان کرد که پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر رفتار جستجوی شغل اثر معنی‌داری به لحاظ آماری ندارد و فرضیه اول رد شد. این یافته با نتایج مطالعات لین (Lin, 2010)، نوذری و کریمی (۱۳۹۶)، صادقی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۷) و موحدی و همکاران (۱۳۹۸)، مطابقت ندارد.

در خصوص آزمون فرضیه دوم که به آزمون اثر معنی‌دار پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای جستجوی شغل بر قابلیت اشتغال پرداخته است، مطابق با جدول ۷ و مدل مسیر (نگاره ۲)، اثر پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای

## اثر پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی و رفتار جستجوی شغل بر قابلیت اشتغال...

جستجوی شغل بر قابلیت اشتغال معادل ۰/۵۱۰ تخمین زده شده است و با توجه به مقدار معنی‌داری ( $t=10/572$ )، این اثر در سطح یک درصد خطا معنی‌دار است؛ بنابراین، می‌توان بیان کرد که پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای جستجوی شغل بر قابلیت اشتغال اثر مثبت و معنی‌داری دارد؛ بنابراین، فرضیه دوم پژوهش پذیرفته شد. این یافته با نتیجه مطالعه خالدی‌فرد و همکاران (۱۴۰۰) که بر عامل فناوری و شبکه‌سازی در توسعه قابلیت اشتغال تأکید داشته است و همچنین، مطالعه میرواحدی و همکاران (۱۳۹۸)، مطابقت دارد. با توجه به مقدار اندازه اثر (۰/۳۶۳)، می‌توان ملاحظه کرد که این ضریب در دامنه اثرات بزرگ قرار دارد.

در خصوص آزمون فرضیه سوم که به آزمون اثر معنی‌دار رفتار جستجوی شغل بر قابلیت اشتغال پرداخته است، نتایج جدول ۷ و مدل مسیر (نگاره ۲) بیانگر آن است که رفتار جستجوی شغل بر قابلیت اشتغال اثر مثبت و معنی‌داری داشت (ضریب مسیر معادل ۰/۱۳۲ و مقدار  $t$  معادل ۱/۹۶۱)؛ بنابراین، فرضیه سوم پژوهش نیز پذیرفته شد. این یافته با نتیجه خالدی‌فرد و همکاران (۱۴۰۰) که راهبردهای جستجوی شغل را بر قابلیت اشتغال اثرگذار دانسته است، حمایت می‌شود. همچنین، نتایج مطالعات اونیشی و همکاران (Onyishi et al., 2015)، ذکریا و همکاران (Zakkariya et al., 2020) و چوآ و همکاران (Chowa et al., 2022) نیز، با این نتیجه مطابقت دارند. مطابق با مقدار اندازه اثر (۰/۰۲۴)، این ضریب در دامنه اثر متوسط رو به پایین قرار دارد.



نگاره ۲- مدل مسیر و مقادیر معنی‌داری متغیرهای پژوهش

جدول ۷- آزمون فرضیه‌های پژوهش

اثر مورد مطالعه	Bootstrapping		حجم اثر ( $r^2$ )	خطای استاندارد	ضریب بتا	نتیجه آزمون فرضیه
	n=۳۰۰	n=۱۰۰				
پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای جستجوی شغل ← رفتار جستجوی شغل	۱/۷۴	۱/۶۹۱	۰/۰۲۱	۰/۰۸۴	۰/۱۴۳	رد
پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای جستجوی شغل ← قابلیت اشتغال دانشجویان	۱۰/۷۱	۵/۷۲ ۱۰	۰/۳۶۳	۰/۰۴۸	۰/۵۱۰	پذیرش
رفتار جستجوی شغل ← قابلیت اشتغال دانشجویان	۲/۰۲	۱/۹۶۱	۰/۰۲۴	۰/۰۶۷	۰/۱۳۲	پذیرش

مقدار شاخص SRMR برابر با ۰/۰۵۶ (حد آستانه برابر با ۰/۰۸ است) و شاخص RMSttheta برابر با ۰/۰۹۴ (حد آستانه برابر با ۰/۱۲ است) به دست آمده است که با توجه به کمتر بودن از مقادیر آستانه و به‌عنوان تنها شاخص‌های برازش کلی مدل تایید کننده نتایج هستند. برای نشان دادن حداقل حجم نمونه مورد نیاز نیز توان آماری برآورد شد. دستیابی به سطح توان آماری ۸۰ درصد در اینجا مطلوب خواهد بود. برای کسب اطمینان، از جدول‌های ارائه شده توسط هیر و همکاران (Hair et al., 2022) که حداقل حجم نمونه موردنیاز برای سطوح معنی‌داری مختلف و محدوده‌های مختلف  $p_{min}$  را نشان می‌دهد استفاده شد. در استخراج حداقل اندازه نمونه، منطقی است که کران بالای محدوده اثر را به‌عنوان مرجع در نظر گرفت؛ زیرا که روش ریشه مربع معکوس نسبتاً محافظه‌کارانه است. با توجه به مقدار ۰/۱۳۲ به‌عنوان حداقل ضریب مدل تحقیق مسیر معنی‌دار که در جدول مورد اشاره بین ۰/۱۱ و ۰/۲۰ قرار دارد، حداقل به ۱۵۵ مشاهده نیاز است تا اثر مربوطه در سطح ۵ درصد معنی‌دار و حداقل توان مورد نیاز مدل‌سازی محقق شود. با توجه به اینکه حجم نمونه در این تحقیق بالاتر از ۱۵۵ مشاهده است توان مدل قابل قبول ارزیابی شده است.

### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این پژوهش، با دغدغه توسعه قابلیت اشتغال که همانا تحت تأثیر عوامل مختلف درونی، بیرونی و زمینه‌ای و مورد تقاضای متقاضیان جویای کار، کارفرمایان و سیاست‌گذاران نظام آموزش عالی کشاورزی و منابع طبیعی است و پیامد توسعه آن کاهش نرخ بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاهی، کاهش هزینه‌های عمومی و افزایش سهم اشتغال بخش‌های اقتصادی است، به بررسی اثر پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای جستجوی شغل و رفتار جستجوی شغل بر قابلیت اشتغال دانشجویان دانشکده کشاورزی دانشگاه تهران پرداخته است. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که سازه پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای جستجوی شغل بر رفتار جستجوی شغل اثر معنی‌داری ندارد. کارکرد رسانه‌های اجتماعی در رفتار جستجوی شغل کم‌رنگ است. بر این اساس، پیشنهاد می‌شود فرهنگ استفاده از رسانه‌های اجتماعی مجازی به‌منظور شبکه‌سازی علمی و شغلی و تولید محتوای هدفمند چه از جانب جویندگان کار و چه از جانب کارفرمایان توسط متولیان امر، ترویج شود. یافته‌ها نشان داد که پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای جستجوی شغل اثر مثبت و معنی‌داری بر قابلیت اشتغال دارند. در این خصوص پیشنهاد می‌شود در قالب برنامه‌های همکاری با دانشکده‌های کشاورزی، کارفرمایان اطلاعات مناسب و قابل‌اعتمادی را انتخاب و از طریق رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی محتوای سودمندی را نشر دهند، از سوی دیگر پیشنهاد می‌شود دانشجویان به‌صورت هدفمند و برنامه‌ریزی‌شده بر اساس حیطه شغلی مدنظر خود به تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی بپردازند. برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای دانشجویان در زمینه معرفی رسانه‌های اجتماعی علمی از جمله لینکدین و نحوه تولید محتوا در این رسانه‌ها جهت معرفی خود و جذب فرصت‌های شغلی به‌عنوان یک اقدام عملیاتی در این زمینه پیشنهاد می‌شود.

در خصوص اثر مثبت و معنی‌دار رفتار جستجوی شغل بر قابلیت اشتغال، از آنجایی که جستجوی مرتب و کسب اطلاعات از مشاغل موردعلاقه حوزه کشاورزی و اطلاع از آخرین تحولات بازار کار، اهمیت بالایی در رفتار جستجوی شغل توسط دانشجویان داشته است و همچنین در زمینه قابلیت اشتغال، مهارت‌های بین فردی و فناوری اطلاعات نیز بیشترین اهمیت را کسب کرده‌اند، بر این اساس پیشنهاد می‌شود که از ظرفیت فناوری اطلاعات برای نشر و توزیع منابع اطلاعاتی در خصوص بازار کار کشاورزی بهره گرفته شود. همچنین، در محتوای برنامه درسی و فعالیت‌های فوق‌برنامه دانشجویان به مهارت‌های کسب‌وکار و از طریق روش‌های پداگوژیکی مبتنی بر تفکر نظام‌مند و انتقادی به پرورش این دو مهم در دانشجویان پرداخته شود. با توجه به این که قصد استفاده از رسانه اجتماعی برای جستجوی شغل، تجربه قابل‌اعتماد از رسانه اجتماعی، جنبه اطلاع‌رسانی رسانه اجتماعی و جذابیت کاربرد رسانه اجتماعی، به‌عنوان مهم‌ترین ابعاد پیشران‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای جستجوی شغل شناسایی شدند که می‌توانند بر قابلیت اشتغال دانشجویان کشاورزی مؤثر باشند، پیشنهاد می‌شود یک سامانه همکاری و ایجاد تیم‌های کاری دانشجویان کشاورزی در قالب یک شبکه مجازی راه‌اندازی شود و همکاری مؤثری بین دانشجویان کشاورزی با کارفرمایان صورت گیرد به‌نحوی که سبب هم‌آفرینی ارزش گردد. می‌توان با اقداماتی نظیر راه‌اندازی شبکه‌های مجازی تحقیق و توسعه با هدف ارتباط دانشگاه، دولت و صنعت و معرفی دانشجویان و دانش‌آموختگان به‌عنوان همکار تحقیق و توسعه، این راهبرد را عملیاتی نمود.

با توجه به این که ابعاد رفتار جستجوی شغل دانشجویان کشاورزی شامل جستجوی مرتب و کسب اطلاعات از مشاغل موردها در حوزه کشاورزی، جستجو و پیگیری مداوم موفقیت‌های شغل آینده، تلاش برای اطلاع از آخرین تحولات بازار کار، علاقه‌مندی به جستجوی مشاغل در حوزه کشاورزی و تلاش مداوم برای جستجوی مهارت‌های موردنیاز برای موفقیت در مشاغل حوزه کشاورزی بر قابلیت اشتغال دانشجویان کشاورزی مؤثر هستند پیشنهاد می‌شود در راستای در دسترس قرار دادن اطلاعات مربوطه، راه‌اندازی شبکه دانش و اطلاعات کشاورزی در نظام آموزش عالی کشاورزی برای ارتباط میان ذی‌نفعان مختلف در دستور کار قرار گیرد تا ضمن رصد تحولات بازار کار، به‌روزرسانی برنامه درسی کشاورزی و تقویت ارتباط دانشکده‌های کشاورزی با بازار کار کشاورزی بیش از گذشته صورت گیرد.

هر پژوهشی با محدودیت‌هایی مواجه است که بیان آن در تفسیر نتایج حاصله مؤثر خواهد بود. مهم‌ترین محدودیت پژوهش حاضر تک مقطعی بودن آن است که با توجه به ماهیت آن و نبود شرایط مطالعات طولی نتایج بایستی بر اساس چنین رویکردی تحلیل شود. در این راستا محدودیت دومی موسوم به خوداظهاری بودن مطرح است که تلاش شد از طریق کسب اطمینان از تک بعدی بودن هر سازه پژوهش به تفکیک از کمتر بودن اثرات جانبی این موضوع بر روی نتایج پژوهش اطمینان حاصل شود.

### منابع

- احمدی، س.، یاراحمدیان، م. ح.، و سعادت‌مند، ز. (۱۳۹۲). شناسایی شایستگی‌های محوری در آموزش مهندسی فناوری اطلاعات از دیدگاه اعضای هیئت‌علمی و کارفرمایان. *فصلنامه آموزش مهندسی ایران*، دوره ۱۵، شماره ۵۷، صص ۳۶-۱۹. DOI:10.22047/ijee.2013.2960
- برآبادی، ا.، شمس، ع.، و وایس، ن. (۱۳۹۹). بازدارنده‌های استفاده اعضای هیئت‌علمی و دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی در آموزش عالی کشاورزی. *پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی*، دوره ۱۲، شماره ۵۳، صص ۲۰۴-۱۸۴. DOI:10.22092/jaeer.2021.351571.1750
- خالدی‌فرد، ع.، شتاب بوشهری، ن.، حیدری‌نژاد، ص.، و خطیبی، ا. (۱۴۰۰). الگوی اشتغال پایدار دانش‌آموختگان علوم ورزشی. *نشریه مدیریت ورزشی*، دوره ۱۵، شماره ۱، صص ۱۹۲-۱۷۷. DOI:10.22059/jsm.2021.323161.2716
- دفتر برنامه‌ریزی آموزش عالی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری. (۱۳۹۸). *گزارش طرح جامع مهارت افزایی و ارتقاء توان اشتغال پذیری دانشجویان*. تهران: انتشارات دانشگاه صنعتی خواجه‌نصیرالدین طوسی.
- شرفی، م.، و عباسپور، ع. (۱۳۹۴). شناسایی قابلیت‌های اشتغال‌پذیری دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها بر اساس نظریه داده بنیاد. *دو فصلنامه نوآوری و ارزش‌آفرینی*، دوره ۳، شماره ۷، صص ۴۸-۳۳.
- عبدی، ا.، اسکندری، ف.، و جلالی، م. (۱۳۹۸). واکاوی تطبیقی قابلیت اشتغال دانشجویان دانشکده‌های کشاورزی و فنی مهندسی (مورد مطالعه دانشگاه کردستان). *علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران*، دوره ۱۵، شماره ۲، صص ۲۸۳-۲۷۱. DOI:10.22034/iaeej.2020.158393.1374
- علم‌بیگی، ا.، اجاقی، س.، رضوانفر، ا.، و شاه‌پسند، م. ر. (۱۳۹۹). شبکه‌های اجتماعی و احساس خودکارآمدی شغلی کارکنان ترویج کشاورزی در استان مازندران: کاربرد نظریه استفاده و رضامندی از رسانه. *علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران*، دوره ۱۶، شماره ۱، صص ۱۱۲-۹۹. DOI:10.22034/iaeej.2020.194036
- محمدی، ف.، و صفا، ل. (۱۴۰۰). عوامل مؤثر بر استفاده دانشجویان کشاورزی از شبکه‌های اجتماعی مجازی (مورد مطالعه: دانشگاه زنجان). *علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران*، دوره ۱۷، شماره ۲، صص ۱۴۷-۱۳۱.
- محمدی، س.، یداله‌پور، م.، خفری، ث.، و علیزاده، ش. (۱۳۹۷). بررسی اهداف و انگیزه استفاده دانشجویان از شبکه‌های مجازی (فیس‌بوک، تلگرام، اینستاگرام) در دانشجویان علوم پزشکی بابل در سال ۹۶-۹۷. *نوبین سلامت*، دوره ۳، شماره ۲، صص ۸۱-۷۴.

مرکز آمار و اطلاعات راهبردی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی. (۱۳۹۹). *اطلاع نگاشت (اینفوگرافیک) جمعیت فارغ التحصیل یا در حال تحصیل دوره‌های عالی در سال ۱۳۹۵*. تهران: مرکز برنامه‌ریزی و اطلاعات راهبردی، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی.

مکی‌زاده، ف. و بیگدلی، ز. (۱۳۹۳). نظریه شناخت اجتماعی: رویکردی مؤثر در رفتارهای اطلاعاتی. *پژوهش‌نامه کتابداری و اطلاع‌رسانی*، دوره ۴، شماره ۲، صص ۱۴۷-۱۳۱. DOI:10.22067/riis.v4i2.21206

موحدی، ر.، سامیان، م.، ایزدی، ن.، و سپه‌پناه، م. (۱۳۹۸). تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی در بهبود یادگیری دانشجویان دانشکده کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا. *پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی*، دوره ۱۱، شماره ۴۸، صص ۱۶-۱۷. DOI:10.22092/jaeer.2019.121977۳

میرواحدی، س.، حسین‌پور، د.، و سلطان محمدلو، ا. (۱۳۹۸). تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر قصد کارآفرینی دانشجویان. *مطالعات مدیریت کسب‌وکار هوشمند*، دوره ۸، شماره ۲۹، صص ۶۰-۳۵. DOI:10.22054/ims.2019.10375

نوذری، ح. و کریمی، ع. (۱۳۹۶). نقش روابط رسمی و غیررسمی (شبکه روابط اجتماعی) در اشتغال دانشجویان در دانشگاه خوارزمی. *رفاه اجتماعی*، شماره ۶۴، صص ۱۹۴-۱۵۹.

هیر، ج.، هالت، ت.، رینگل، ک.، و سارستد، م. (۱۳۹۸). *مقدمه‌ای بر مدل‌سازی معادلات ساختاری - حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM)*. ترجمه: امیر علم‌بیگی و محمدرضا اکبری. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

- Broughton, A., Foley, B., Ledermaier, S., and Cox, A. (2013). The use of social media in the recruitment process. Working paper, prepared for Acas by: Institute for Employment Studies (IES). Available at: <<http://www.acas.org.uk/media/pdf/0/b/The-use-of-social-media-in-the-recruitment-...>>
- Brown, V. R., and Vaughn, E. D. (2011). The writing on the (Facebook) wall: The use of social networking sites in hiring decisions. *Journal of Business and Psychology*, 26(2), 219-225. DOI:10.1007/s10869-011-9221-x.
- Cheng, M., Adekola, O., Albia, J., and Cai, S. (2022). Employability in higher education: A review of key stakeholders' perspectives. *Higher Education Evaluation and Development*, 16(1), 16-31. DOI:10.1108/HEED-03-2021-0025.
- Chowa, G., Masa, R., Bilotta, N., Zulu, G., and Manzanara, M. (2022). Can social networks improve job search behaviours among low-income youth in resource-limited settings? Evidence from South Africa. *Development Southern Africa*. DOI:10.1080/0376835X.2022.2120457.
- Dacre Pool, L., and Sewell, P. (2007). The key to employability: Developing a practical model of graduate employability. *Educational Training*, 49(4), 277-289. DOI:10.1108/00400910710754435.
- Davis, J. L. (2016). Social media. In G. Mazzoleni (Ed.), *The International encyclopedia of political communication*. (PP. 1-8). USA: John Wiley & Sons, Inc. DOI:10.1002/9781118541555.wbiepc004.
- Deng, J., Liu, J., Deng, W., Yang, T., and Duan, Z. (2021). Redefinition and measurement dimensions of sustainable employability based on the swAge-Model. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(24), 13230. DOI:10.3390/ijerph182413230.
- Diamond, A., Vorley, T., Roberts, J., and Jones, S. (2012). *Behavioural approaches to understanding student choice*. UK: Higher Education Academy.
- Fleuren, B. P., de Grip, A., Jansen, N. W., Kant, I., and Zijlstra, F. R. (2020). Unshrouding the sphere from the clouds: Towards a comprehensive conceptual framework for sustainable employability. *Sustainability*, 12(16), 63-66. DOI:10.3390/su12166366.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., and Sarstedt, M. (2022). *A Primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3 ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hazelzet, E., Picco, E., Houkes, I., Bosma, H., and de Rijk, A. (2019). Effectiveness of interventions to promote sustainable employability: A systematic review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(11), 1985. DOI:10.3390/ijerph16111985.
- Hernández Pina, F., & Monroy, F. (2015). A preliminary study of teachers' perception of core competencies for undergraduate students. *Psicología Educativa*, 21(1), 11-16. DOI:10.1016/j.pse.2015.02.001.
- Kaplan, A. M., and Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite the challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53, 59-68. Doi:10.1016/j.bushor.2009.09.003.
- Lin, H. F. (2010). Applicability of the extended theory of planned behavior in predicting job seeker intentions to use job-search websites. *International Journal of Selection and Assessment*, 18(1), 64-74. DOI:10.1111/j.1468-2389.2010.00489.x.

- Lin, K. Y., and Lu, H. P. (2011). Why people use social networking sites: An empirical study integrating network externalities and motivation theory. *Computers in Human Behavior*, 27(3), 1152-1161. DOI:10.1016/j.chb.2010.12.009.
- Liu, S., Wang, M., Liao, H., and Shi, J. (2014). Self-regulation during job search: The opposing effects of employment self-efficacy and job search behavior self-efficacy. *Journal of Applied Psychology*, 99(6), 1159. DOI:10.1037/a0036692.
- Manroop, L., and Richardson, J. (2016). Job search: A multidisciplinary review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 18(2), 206-227. DOI:10.1111/ijmr.12066.
- McDonald, P., and Thompson, P. (2016). Social media(tion) and the reshaping of public/private boundaries in employment relations. *International Journal of Management Reviews*, 18, 69-84. DOI:10.1111/ijmr.12061.
- McMahon, M. (2011). The systems theory framework of career development. *Journal of Employment Counseling*, 48(4), 170-172. DOI:10.1002/j.2161-1920.2011.tb01106.x.
- Okazaki, S., and Taylor, C. R. (2013). Social media and international advertising: Theoretical challenges and future directions. *International Marketing Review*, 30(1), 56-71. DOI:10.1108/02651331311298573.
- Ornellas, A., Falkner, K., and Stålbbrandt, E. E. (2019). Enhancing graduates' employability skills through authentic learning approaches. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 9(1), 107-120. DOI:10.1108/HESWBL-04-2018-0049.
- Onyishi, I. E., Enwereuzor, I. K., Ituma, A. N., and Omenma, J. T. (2015). The mediating role of perceived employability in the relationship between core self-evaluations and job search behaviour. *Career Development International*, 12(1), 3-5. DOI:10.1108/CDI-09-2014-0130.
- Pallis, G., Zeinalipour-Yazti, D., and Dikaiakos, M.D. (2011). Online social networks: status and trends. In A. Vakali, & L.C. Jain (Ed.) *New directions in web data management*. Studies in Computational Intelligence, (PP. 331). Berlin, Heidelberg: Springer.
- Rusk, N., and Rothbaum, F. (2010). From stress to learning: Attachment theory meets goal orientation theory. *Review of General Psychology*, 14(1), 31-43. DOI:10.1037/a0018123.
- Singh, K., and Sharma, S. (2014). Effective use of social media for talent acquisition and recruitment. *International Journal of Intercultural Information Management*, 4(4), 228-234. DOI:10.1504/IJIM.2014.067932.
- Sinha, V., and Thaly, P. (2013). A review on changing trend of recruitment practice to enhance the quality of hiring in global organizations. *Journal of Contemporary Management Issues*, 18, 141-156.
- Small, L., Shacklock, K., and Marchant, T. (2018). Employability: A contemporary review for higher education stakeholders. *Journal of Vocational Education and Training*, 70(1), 148-166. DOI:10.1080/13636820.2017.1394355.
- Stopfer, J. M., and Gosling, S. D. (2018). Online social networks in the work context. In C. Cooper. (Ed.), *Current Issues in Work and Organizational Psychology*. London: Routledge.
- Van Hoye, G. (2009). Word-of-mouth as a recruitment source: An integrative model. In: D. M. Cable & K. Y. T. Yu (Ed.), *Oxford Handbook of Recruitment*. (PP. 251-268). New York: Oxford University Press.
- Van Der Klink, J. J. L., Bültmann, U., Schaufeli, W., and Burdorf, A. (2016). Sustainable employability – definition, conceptualization, and implications: A perspective based on the capability approach. *Scandinavian Journal of Work, Environment & Health*, 42(1), 71-79. DOI:10.5271/sjweh.3531.
- Vignoli, M., Alcover, C. M., and Mazzetti, G. (2021). Sustainable employability in the mid and late career: An integrative review. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 37(3), 157-174. DOI:10.5093/jwop2021a16.
- Williams, S., Karypidou, A., Steele, C., and Dodd, L. (2019). A personal construct approach to employability: comparing stakeholders' implicit theories. *Education and Training*, 61(4), 390-412. DOI:10.1108/ET-08-2017-0112.
- Zakkariya, K. A., Nimmi, P. M., and Smitha Pradeep, A. (2020). Bridging job search and perceived employability in the labour market—a mediation model of job search, perceived employability and learning goal orientation. *Journal of International Education in Business*, 14(2), 176-196. DOI:10.1108/JIEB-01-2020-0008.

Article Type: Research Article

DOR: [20.1001.1.20081758.1402.19.1.8.8](https://doi.org/10.1001.1.20081758.1402.19.1.8.8)

## The Effect of Drivers of Social Media Usage and Job Seeking Behavior on the Employability of Students of the Faculty of Agriculture at the University of Tehran

A. Alambeigi<sup>1</sup>, N. Esmaeili<sup>2</sup>, S. Y. Hedjazi<sup>3</sup> and E. Faham<sup>4\*</sup>

(Received: Jun. 04. 2023; Accepted: Aug. 09. 2023)

### Abstract

Considering the increasing rate of competition in the graduates' job market as well as the increase in education costs and society's expectations from the higher education system to develop employability, the current empirical research has investigated the effect of drivers of social media usage and job seeking behavior on the employability of students of Faculty of Agriculture at the University of Tehran. In this quantitative research which is a causal-relational study, 187 students (from all educational levels) were sampled from a population of 3500 cases using Daniel's limited population formula. Simple random sampling method was used to select the individual samples. A close-ended questionnaire was employed to collect data. The face, discriminant, and construct validities were checked and confirmed. Then,  $\rho_A$  coefficient was utilized to check the reliability of the research tool. The results of reliability test revealed that the coefficient for each construct was more than 0.7 as an acceptable cut-off value. The dominant statistical method used in this research was variance-based structural equation modeling using Smart PLS 3 software. The modeling results indicated that drivers of the use of social media did not affect the job seeking behavior of students, while this construct had a positive and significant effect on the employability dimensions. Also, job seeking behavior positively and significantly affected employability dimensions. According to the results, it was suggested to set up an agricultural knowledge and information network in the agricultural higher education system.

**Keywords:** Social media, Job seeking behavior, Employability, Partial least squares.

---

<sup>1</sup> Assistant Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, University of Tehran, Karaj, Iran.

<sup>2</sup> Former M.Sc. Student of Sustainable agricultural education and environment, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, University of Tehran, Karaj, Iran.

<sup>3</sup> Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, University of Tehran, Karaj, Iran.

<sup>4</sup> Assistant Professor, Research Institute for Information and Communication Technology, ACECR, Tehran, Iran.

\* Corresponding Author, Email: [faham@ictre.ac.ir](mailto:faham@ictre.ac.ir)

