

تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تعليم ريادة الأعمال لدى طلبة الجامعات الإلكترونية

سميرا سادات مرتضوي^١، سيدرسول حسيني^{٢*}، علي بديعزاده^٣

١. طالبة مرحلة الدكتوراه، تخصص ريادة الأعمال، جامعة آزاد الإسلامية، فرع قزوین، قسم ريادة الأعمال، قزوین، إيران
٢. أستاذ مساعد في جامعة فهنگيان، الإدارة التعليمية، طهران، إيران
٣. أستاذ مساعد في جامعة آزاد الإسلامية، قسم الإدارة الصناعية، قزوین، إيران

تاريخ القبول: ١٤٤٢/٣/١٢

تاريخ الوصول: ١٤٤٢/١/٢٦

الملخص

إنّ تعليم ريادة الأعمال باعتباره أحد أهم المهارات التعليمية لدى طلبة الفروع الجامعية المختلفة يحتاج إلى دراسة دقيقة في بيئات التعليم الإلكتروني؛ لأن بيئة العالم الافتراضي في أنظمة التعليم الإلكتروني بإمكانها توفير فرص لتعليم ريادة الأعمال عبر الإنترنت. تناقش الدراسة الحالية تأثير الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت على اكتساب المعرفة وبالتالي تحسين تعلم ريادة الأعمال بين طلاب الجامعات الإلكترونية. إنّ البحث الراهن من حيث الغاية والهدف الذي يسعى لتحقيقه يصنف ضمن البحوث التوظيفية، ومن حيث جمع البيانات فهو بحث توصيفي - ترابطي. تم جمع البيانات باستخدام استبيان من إعداد الباحثين بطريقة أخذ العينات العشوائية البسيطة وأجري تحليل البيانات باستخدام نمذجة المعادلة الهيكلية. كانت معامل ألفاي كرونباخ لكل هيكل من هياكل البحث أكثر من ٠.٧. ومقدار متوسط التباين المستخرج أكثر من ٠.٥، وبالتالي تم التأكد من صحة وموثوقية هذه الهياكل. تشير النتائج إلى وجود علاقة إيجابية ودالة بين شبكات التواصل الاجتماعي واكتساب المعرفة وكذلك بين اكتساب المعرفة وتعلم ريادة الأعمال، وهو ما يؤيد فرضية هذا البحث والتي تنص على أنّ الشبكات الاجتماعية تؤثر على اكتساب المعرفة وأدائها في توظيف المعرفة في تعلم ريادة الأعمال لدى الطلاب. من خلال الاعتماد على ظهور التكنولوجيا القائمة على الإنترنت تستطيع هذه الدراسة أن تساهم في شرح عملية تأثير الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت على تعزيز فعالية تعلم ريادة الأعمال للشباب في بيئات اجتماعية متعددة.

الكلمات المفتاحية: الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت، الشبكات الاجتماعية الاتصالية، الشبكات الاجتماعية الهيكلية، الشبكات الاجتماعية المعرفية، تعلم ريادة الأعمال

١) المقدمة

تركز الدراسة الحالية على عملية تعليم ريادة الأعمال من خلال اكتساب المعرفة باستخدام الشبكات الاجتماعية الإلكترونية عبر الإنترنت. وتعليم ريادة الأعمال هو تطبيق عملي للمعلومات المكتسبة وتحويل الخبرات الجديدة إلى معرفة مبتكرة تعتمد على ظروف محددة (Ravasi & Turati, 2005: 140). إنّ هذا النوع من التعلم هو مجموعة من العمليات التجريبية والمعرفية لاكتساب واستخدام المعرفة الريادية (Secundo, Schiuma, & Passiante, 2017: 1590). يهدف البحث الحالي إلى معرفة كيفية تأثير هذه الشبكات المضمنة على أداء الطلاب في بيئة إلكترونية (نظام إدارة التعليم) على اكتساب المعرفة وتعلم ريادة الأعمال. وهناك الكثير من الأدلة والبراهين في الجانب النظري للبحث وهو ينصّ على أن تعلم ريادة الأعمال قد حدث من خلال تفاعلات اجتماعية واسعة، ومناقشة مفتوحة، وتعاون في وجهات النظر أو الأفكار المشتركة في مجموعة أو مجتمع ما.^١ وفي الأشهر الأخيرة ونظراً لتفشي فيروس COVID 19، أصبح الباحثون مهتمين باستكشاف البيئات الجامعية الإلكترونية. خلال وباء COVID-19، كان نظام التعليم العالمي في طور الانتقال والتكيف مع المواقف الجديدة والصعبة التي تختبر عملية التعلم التقليدية للتفاعل الفردي في الفصل الدراسي وتستثمر أكثر في التعلم الافتراضي والإلكتروني (Cuaton, 2020: 11). وعلى هذا الأساس، فإنّ دراسة مثل هذه البيئات من أجل معرفة دور الشبكات الاجتماعية على تعلم الطلاب عبر الإنترنت تبدو قضية مهمة. وتؤدي أبعاد الشبكات الاجتماعية بين الطلاب إلى استغلال الفرص الجديدة ذات النتائج غير المؤكدة وكذلك تحسين القدرة على فحص المعلومات التي تم الحصول عليها خلال هذه العملية (Hargadon, 2002: 3). وتتمحور الدراسة الحالية حول السؤالين التاليين: ما هو تأثير الشبكات الاجتماعية المتاحة للطلاب على تعلمهم لريادة الأعمال؟ وما هو الدور الذي يلعبه اكتساب المعرفة في هذا الصدد؟

٢) الإطار النظري وخلفية البحث

٢-١ تعلم ريادة الأعمال

غالباً ما يُعتبر وجود المعرفة والمهارات الريادية بالإضافة إلى عقلية ريادة الأعمال من المتطلبات الأساسية للإبداع والابتكار وكعامل في إنشاء إجراءات ريادية ضرورية لإعداد الطلاب لحياة مهنية ناجحة (Täks, Tynjälä, & Kukemelk, 2016: 65). بينما تصف طرق التدريس التقليدية تعلم ريادة الأعمال الريادي على أنه شيء يتعلق بالأفكار غير المتوقعة وغير المتوقعة، مما يخلق أفكاراً جديدة وغير موجودة. وفق رأي بيتاوي وكاب^٢ (٢٠٠٧م: ١٢)، فإنّ تعلم ريادة الأعمال يتضمن التعلم من خلال المواجهة والتجريب وحل المشكلات والتعلم من الأخطاء. يمكن اعتبار تعلم ريادة

1. LMS

2. Hargadon, 2002; Liu & Lee, 2015; Yli-Renko et al., 2001; Song, Min, Lee, & Seo, 2017; Rae, 2000

3. Pittaway and Cope

الأعمال وسيلة لتشجيع تنمية الإبداع والابتكار إلى جانب القدرة على رؤية الفرص الجديدة. كما يشير إلى قرارات العمل بناءً على ظروف ومشاكل الحياة الحقيقية والحاجة إلى القدرة على التفكير والتعلم من أفعال الفرد. من الواضح أن تعلم مهارات تنظيم المشاريع يتطلب مزيجاً من التدريب النظري والعملية.

ترى نظريات زيادة الأعمال الحالية بأنّ التعليم الريادي هو عبارة عن آليات للتعليم، تحدث في عملية زيادة الأعمال^١. ويُعرف تعليم زيادة الأعمال أحياناً بأنه التعلم الاستثمائي (Berglund, Hellström, & Sjölander, 2007:59)، أي أنّ التعلم يحدد ويتخذ الإجراءات اللازمة لإطلاق الاستثمارات وتنظيمها وإدارتها (Secundo et al, 2017:1591). إن تعلم زيادة الأعمال، هو عملية تجريبية تتحول فيها خبرة رائد الأعمال إلى معرفة، ولكن عند دراسة تعلم زيادة الأعمال، يجب أن ندرك أن خبرة العمل لرائد الأعمال لا تؤدي مباشرة إلى معرفة زيادة الأعمال. في الواقع، يمكن وصف اكتساب الخبرات والمعرفة الجديدة على أنه عملية، تصحح الخبرات من خلالها معرفة زيادة الأعمال. في الواقع، يمكن وصف اكتساب الخبرات والمعرفة مؤشراً على تطور المعرفة الريادية، ويوفر فهماً لكيفية تعلم الناس من الآخرين (Zozimo, Jack, & Hamilton, 2017:899).

٢-٢ رأس المال الاجتماعي

استخدم العديد من الباحثين في الكثير من الأبحاث في مجال الإدارة والمجالات التنظيمية والاجتماعية مفهوم رأس المال الاجتماعي^٢. يعتقد معظم الباحثين بأنّ رأس المال الاجتماعي هو مجموعة من الموارد الحقيقية والمحتملة لفرد أو مجموعة اجتماعية من خلال شبكة العلاقات (رهبر، حيدري، ٢٠١٠؛ Chang & Chuang, 2011:11). إنّ رأس المال الاجتماعي يسهل على الجهات الفاعلة استخدام موارد الشبكة واكتساب ميزة تنافسية على المنافسين من خلال توفير القيمة، بالإضافة إلى ذلك، توضح هذه النظرية بأنّ شبكة العلاقات التي يمتلكها الأفراد تؤثر بشدة على مقدار مشاركة المعرفة. تستند المقترحات الرئيسة لنظرية رأس المال الاجتماعي (نهايت وغوشال^٣، ١٩٩٨: ٢٣). على ثلاثة أبعاد: هيكلية، واتصالية، ومعرفية^٤. أظهر الباحثون أنّ البعد الهيكلي لنظرية رأس المال الاجتماعي هو مقدار وشدة العلاقات المتبادلة الموجودة بين الأفراد في بيئة تنظيمية أو مجموعة اجتماعية. يُفهم رأس المال الاجتماعي من منظور قوة الشبكة واستقرارها (Zheng, 2010: 43)، بالإضافة إلى قوة العلاقات الاجتماعية في المجموعة. ثم تقوم العلاقة بتحليل خصائص العلاقات الشخصية التي أنشأها المشاركون في تاريخ تفاعلاتهم الجماعية. تشير الجوانب الرئيسة لهذا البعد إلى الثقة والمنافع المتبادلة والهوية الشخصية في الدائرة الاجتماعية. بينما يرتبط البعد المعرفي بجوانب اللغة المشتركة، والإدراك، والمعنى، والمنظور والتمثيلات المشتركة، والأهداف المشتركة والثقافة.

1. Holcomb et al. 2009; Politis 2005; Ravasi and Turati, 2005

2. Liu & Lee, 2015; Chang & Chuang, 2011; Yina, Fei, & Sheu, 2014; Adler & Kwon, 2002; S. Lee, Park, & J. Lee, 2015; Lawson, Tyler, & Cousins, 2008

3. Nahapiet & Ghoshal

4. structural, relational, and cognitive

٣-٢ الموارد أونلاين الاجتماعية، اكتساب المعرفة وتعلم ريادة الأعمال

أصبحت الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت أو المنتديات الافتراضية في البيئات الإلكترونية للجامعات جزءاً لا يتجزأ من حياة الطلاب وتعمل كأداة ديناميكية لتبادل المعلومات والمعرفة. إنترنت الافتراضي هو عبارة عن شبكة اجتماعية ومنتدى مناقشة عبر الإنترنت حيث يمكن للأشخاص التفاعل والتعاون والتفاوض بشأن مجموعة متنوعة من الموضوعات (Chang & Chuang، 2011:1؛ Pendry & Salvatore، 2015:219).

يتم تنشيط هذه المجتمعات عبر الإنترنت من خلال البرامج المستندة إلى الإنترنت التي يتم إنشاؤها في المجالات النظرية والتقنية للويب وتسريع إنشاء ومناقشة الموضوعات التي أنشأها المستخدمون (Kaplan & Haenlein، 2010:65). إن إنشاء المجموعات الافتراضية يتم بناءً على الاهتمامات والقيم والاحتياجات المشتركة، فضلاً عن الفروع والتخصصات. تساعد هذه المنصات الطلاب على إنشاء المعلومات المفيدة وتبادلها والتعاون فيها في المجتمع (Joosten، 2012:3). كما تعمل المشاركة في مجتمع افتراضي على تعزيز التعلم التعاوني والتنسيق الأفضل وتحسين الأداء التعليمي بين الأعضاء (Ruleman، 2012:320). يمكن أن تتأثر الاتجاهات من خلال التعليم وفي بيئة تدعم أنشطة ريادة الأعمال (تركى و همكاران، 1441: 47). تحدث المعرفة أيضاً من خلال النشاط التعاوني والمشاركة المجتمعية والتواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي. بناءً على الدراسات السابقة، يعتقد العديد من الباحثين بأن الإنترنت يوفر الدعم الاجتماعي للمساعدة في الحفاظ على علاقات مشتتة جغرافياً في بيئة قريبة، وبالتالي يؤدي هذا التفاعل الإيجابي إلى تعزيز رأس المال الاجتماعي.

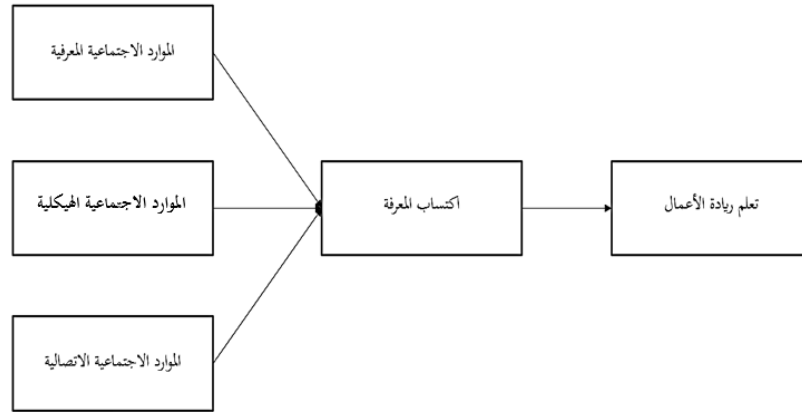
يعرف رأس المال الاجتماعي كمورد مهم لتحقيق الأهداف وكذلك الوصول إلى المعلومات والمعرفة الجديدة. وهو نوع من الأصول غير الملموسة التي تنشأ عن العلاقات الشخصية والشبكات الاجتماعية بين الناس. كما أن (Donath & Boyd، 2004:78)، ذكروا أن مواقع الشبكات الاجتماعية أو المجموعات الافتراضية تشجع رأس المال الاجتماعي من خلال امتلاك مجموعة متنوعة من الأصول الاجتماعية. يعد اكتساب المعرفة في المنتديات عبر الإنترنت من خلال وسائل التواصل الاجتماعي طريقة لجمع الخبرات من خلال اكتساب وتبادل المعرفة والتعلم (Garry, Melewar, Wright, & Bourlakis، 2010:1). كما تم النظر في هذا البعد الاجتماعي للتنظيم الافتراضي للتنسيق بين الأفراد وتعزيز الابتكار والكفاءة. ونسعى لمعالجة هذه القضية في هذه الدراسة.

إن اكتساب المعرفة يشير إلى تحديد الأشخاص واكتساب معلومات ومفاهيم وأفكار جديدة من البيئة المحيطة بالناس. ويعتبر اكتساب المعرفة من خلال رأس المال الاجتماعي جزءاً أساسياً من عملية تعلم ريادة الأعمال (Landry, Amara, & Lamari، 2002:11؛ J. Li، 2015:22). وعرف (Rae، 2014:2) ريادة الأعمال على أنها عملية التعرف على الفرص الممكنة وتحقيقها كعملية طبيعية لتحقيق ذلك في الممارسة اليومية وكذلك في التعليم الرسمي. كما يرى رائه أن "لحظات ريادة الأعمال" هي الحالات التي يتم فيها ملاحظة وإنتاج وتنفيذ وظائف جديدة. يجادل الباحثون بأن رأس

J. المال الاجتماعي يلعب دوراً رئيساً في هذه العملية من خلال تشجيع الوصول إلى موارد وأسواق وتقنيات جديد (Li, 2015: 5). وبالتالي، فإن رأس المال الاجتماعي يسهل استخدام الفرص المثيرة ذات النتائج غير المؤكدة ويحسن القدرة على الاستخدام الفعال للمعرفة المكتسبة من خلال شبكة العلاقات الشخصية (Liao & Chou, 2012: 11). يمكن أن يكون تعلم قيادة الأعمال نخباً مختلفاً عن التعليم الرسمي أو التدريب بطريقة عملية يمكن للناس من خلالها تجربة رؤية ظرفية ومن ثم تحويل الأفكار أو العوائق إلى فرص وأفعال (Erdélyi, 2010: 4). يمكن أن تؤدي فترة المشاركة والتحول هذه إلى مزيد من التقدم والمبادرة والالتزامات المتعلقة بالإجراءات الخطرة في بيئة تنافسية (Rodrigo-Alarcón, García, Villaverde, Ruiz-Ortega, & Parra-Requena, 2018: 7).

من المرجح أن يكتسب أعضاء الرابطة الذين هم على اتصال وثيق ببعضهم البعض على درجة أعلى من المعرفة المتبادلة (Mu, Peng, & Love, 2008: 89). لذلك، فإن القدرة على اكتساب المعرفة وترتيبها ومداها وعمقها تعتمد بشكل كبير على تطوير العلاقات الاجتماعية الوثيقة (Liou, Chih, Yuan, & Lin, 2016: 1071). كما يستدل جانك وجوانك¹ (٢٠١١م: ١) بأن الشبكات الاجتماعية الافتراضية التي توفر قنوات المعلومات هذه تسهل سلوك تبادل المعرفة بأقل وقت واستهلاك للطاقة. ويعكس المنظور المشترك باعتباره جزءاً أساسياً من البعد المعرفي مدى مشاركة المجتمع أو أعضاء الشبكة في الأهداف والتصورات والملاحظات المشتركة (Hsu, 2015: 3). يساعد الأفراد الذين لديهم وجهات نظر وقيم وتصورات مشتركة في تسريع العمل الفردي وكبح أي سلوكيات أو صراعات غير مرغوب فيها في السعي لتحقيق المصلحة العامة. إن الأشخاص وعبر اتجاهات وقيم مختلفة يسيطرون على أي نوع من السلوك الغير مطلوب من أجل تحقيق المصالح الجماعية (Tagliaventi, Bertolotti, & Macri, 2010: 338). إن الثقة هي عامل رئيسي في تطوير التعاون الطوعي عبر الإنترنت بين الأشخاص الجدد وكذلك الأشخاص عبر الإنترنت (Arinze, 2002: 1). يعتبر هذا المتغير عنصراً أساسياً في رأس المال الاجتماعي الاتصالي، والمصدر الرئيسي للتبادل الاجتماعي وركيزة التواصل بين الأفراد وبين المنظمات (Dyer & Chu, 2011: 2). يعتقد الباحثون أيضاً بأن فرص نقل المعرفة بين المشاركين في المجموعة تزداد بزيادة الثقة (Y. Li, Ye, & Sheu, 2014: 5). تشير الدراسات إلى أن الثقة تلعب دوراً حيوياً في مجموعة / أو منتدى عبر الإنترنت (Grabner-Kräuter & Bitter, 2015: 56). في هذه الدراسة نسعى إلى معرفة دور هذا الهيكل في اكتساب المعرفة وتعلم قيادة الأعمال.

1. Chang & Chuang



الشكل رقم ١، الإطار النظري للبحث

٣) منهجية البحث

يعدّ البحث الراهن من حيث الهدف بحثاً توظيفياً، ومن حيث آلية جمع البيانات والمعلومات بحثاً توصيفياً وتربطياً وذلك نظراً إلى عدم التصرف بالمتغيرات (سرمد، بازركان، حجازي، ٢٠٠٨م: ٦١). يتكون مجتمع البحث من طلاب جامعات نور طوبي، ومهر ألبز ومؤسسة التعليم العالي في طهران. تم تحديد ما مجموعه ٣٨٤ شخصاً كعينة للبحث من خلال صيغة أخذ العينات لدانيل^١ (١٩٩٩م: ١١٢). وتم تقييم المفاهيم في الجدول رقم ١. كما أجري تحليل البيانات باستخدام نصح كمي في جزأين رئيسيين. في الجزء الأول، تحليل الخصائص الديموغرافية، وفي الجزء الثاني، يتم استخدام برنامج اموس لتحليل الهياكل والعلاقات المذكورة في الإطار النظري.

الجدول رقم ١، تقييم المتغيرات

المصادر	المؤشرات	الأبعاد الفردية	عنوان الهيكل
(Leana & Pil, 2006)	أعضاء المجموعة / الجمعية لديهم رؤية مشتركة لمساعدة الآخرين وحل المشكلات.	الرؤية المشتركة	رأس المال الاجتماعي المعرفي
	يسعى أعضاء الجمعية لتحقيق أهداف وغايات مشتركة		
	هناك نوع من الوحدة والانسجام بين أعضاء الجمعية.		
Zheng, 2010	أعضاء المجموعة يعرفون بعضهم بشكل جيد.	تراكم شبكة	رأس المال الاجتماعي
	تنشأ صداقات عديدة مع أعضاء المجموعة.		
	مستوى التعاون في القيام بالأعمال بين أعضاء المجموعة مرتفع.		

1. Daniel

عنوان الهيكل	الأبعاد الفردية	المؤشرات	المصادر
الهيكلية	التعامل الاجتماعي	أعضاء الجمعية أو المجموعة لديهم علاقة وثيقة مع بعضهم.	(Chiu, Hsu, Tsai & Wang, 2006) & Ghoshal, 1998)
		يقضي الأشخاص في هذه المجموعة الكثير من الوقت في التفاعل مع بعضهم	
		هناك علاقات متكررة بين أعضاء المجموعة	
ثبات الشبكة		ما مدى معرفة الطلاب بالشبكة المستخدمة؟	Zheng, 2010
		ما مدى توافقهم مع أهداف الشبكة المستخدمة؟	
		ما هو مستوى النشاط في الشبكة؟	
رأس المال الاجتماعي الاتصالي	الثقة	يمكن الوثوق بالناس في المجتمعات عبر الإنترنت.	(Chiu et al., 2006) (Ridings et al., 2002)
		أعضاء الجمعية الافتراضية يتمتعون بمستوى عالٍ من الانسجام	
		إن أعضاء المجموعة لا يستغلون بعضهم البعض، حتى لو توفرت الظروف	
اكتساب المعرفة		أحصل دائماً على معلومات وأفكار مفيدة من خلال المناقشات مع المجموعات عبر الإنترنت.	(Van den Hooff & de Leeuw van Weenen, 2004) (Yli-Renko, Autio, & Sapienza, 2001)
		اكتسب معرفة جديدة من خلال الإجابة والاستفسار عن المشاكل.	
		يتعلم أعضاء المجتمع الافتراضي أشياء جديدة من بعضهم البعض.	
تعليم ريادة الأعمال		يعد اكتساب فهم جديد للتخصصات المختلفة أمراً ضرورياً لعملية المستقبلية.	(Scarmozzino et al., 2017)
		إن اكتساب المعرفة الجديدة حول الأسواق والاتجاهات المختلفة مفيد لأعمالنا المستقبلية.	
		من المفيد العثور على حوافز واقتراحات لإجراءات جديدة.	
		أحصل على أفكار مبتكرة لتحسين المنتجات / الخدمات الجديدة أو الحالية.	

٤) البيانات

أظهر الوصف الديموغرافي لأفراد عينة البحث أن ١٢٢ (٣١,٨٪) منهم كانوا ذكورا و ٢٤٢ (٦٨,٢٪) إناثاً. من حيث الحالة الاجتماعية، فإن ٢١٤ (٥٥,٧٪) منهم كانوا غير متزوجين و ١٧٠ (٤٤,٣٪) متزوجون. ومن حيث الفئة العمرية، فإن ٣١ (٨,١٪) من هؤلاء الأفراد ينتمون إلى الفئة العمرية ٢٥ سنة فأقل، و ١١٧ (٣٠,٥٪) منهم للفئة العمرية من ٢٦ إلى ٣٠ سنة، و ١٤٥ (٣٧,٨٪) كانوا في الفئة العمرية من ٣١ إلى ٣٥ عاماً، وكان ٧٢ شخصاً (١٨,٨٪) في الفئة

العمرية من ٣٦ إلى ٤٤٠ عاماً و ١٩ شخصاً (٤,٩٪) كانوا في الفئة العمرية لأكثر من ٤٠ عاماً. ومن حيث التعليم، فإن ٦٠٪ من العينة ينتمون إلى درجة البكالوريوس و ٤٠٪ إلى الماجستير. ورداً على سؤال حول تجربة قيادة الأعمال، تبين أن ٦٠٪ من العينة لديهم تجربة إطلاق فكرة ريادية، و ٣٠٪ منهم نجحوا في تكوين شركة ناشئة، و ٢٠٪ ليس لديهم أي خبرة خاصة في هذا المجال.

يتم إجراء تحليل النموذج عن طريق نمذجة المعادلات الهيكلية في جزأين: تقييم نموذج القياس والنموذج الهيكلي^٢. يتم عرض مؤشرات كفاية نموذج القياس في الجدول رقم ٢.

الجدول رقم ٢، تقييم نموذج القياس

AVE	الموثوقية التركيبية	ألفاي كرونباخ	النسبة التأزمية	العامل التشغيلي	المتغير المشاهد	الهيكل الفرعي	الهيكل الرئيسي
٠/٤٥١	٠/٨٩٦	٠/٨١٧	٣٤.٠١٤	١/٠١	مساعدة الآخرين وحل المشكلة	الرؤية المشتركة	رأس المال الاجتماعي المعرفي
			٢٣.٩٣٦	٠/٨٠	المقاصد المشتركة		
			١١.٠١٠	٠/٥٤	الانسجام والوحدة		
٠/٥٤٢	٠/٨٣٥	٠/٧٦٩	١٤.٧٢١	٠/٦٥	معرفة أعضاء المجموعة لبعضهم البعض	تراكم الشبكة	رأس المال الاجتماعي الهيكلية
			٢٥.٠٦٢	٠/٨٦	عدد الصداقات مع أعضاء المجموعة		
			١٤.٧٢٣	٠/٦٨	درجة التعاون في فعل الأشياء		
٠/٥١٥	٠/٧٧٢	٠/٧٤١	١٠.٦٣٣	٠/٥٣	العلاقات القريبة	التعامل الاجتماعي	رأس المال الاجتماعي الهيكلية
			٢٤.٣٨٧	٠/٨٢	التعامل		
			٢٢.٩٩٥	٠/٧٧	العلاقات المكررة		
٠/٥٥١	٠/٨٢٦	٠/٧٥٢	٢٦.٥٣٩	٠/٨٧	نسبة التعرف على الشبكة	ثبات الشبكة	رأس المال الاجتماعي الهيكلية
			١٣.٣١٢	٠/٥٩	درجة التنسيق مع أهداف الشبكة		
			١٨.١٩٢	٠/٧٤	نسبة النشاط في الشبكة		
٠/٥٢٠	٠/٧٩٣	٠/٧٥٩	٢٢.٠٦٢	٠/٧٩	الثقة	الثقة	رأس المال الاجتماعي الاتصالي
			١٤.٦٢٢	٠/٦١	الانسجام		
			٢١.٢١٨	٠/٧٥	عدم الاستغلال		

1. Measurement Model
2. Structural Model

الهيكل الرئيسي	الهيكل الفرعي	المتغير المشاهد	العامل التشغيلي	النسبة التآزمية	ألفاي كرونباخ	الموثوقية التركيبية	AVE
اكتساب المعرفة		الحوار في المجموعات الافتراضية	٠/٦٨	١٤.٧١٨	٠/٧١٠	٠/٨٠٤	٠/٥٢٦
		استطلاع الآراء لحل المشاكل	٠/٥٧	١٢.٢٨٧			
		تعلم الأشياء الجديدة من الآخرين	٠/٨٩	٢٧.٤٤٢			
تعليم ريادة الأعمال		الفهم الجديد للتخصصات المختلفة	٠/٩٩	٣١.١٦٥	٠/٧٨١	٠/٩٢٢	٠/٧٤٨
		اكتساب معرفة جديدة حول الأسواق والاتجاهات المختلفة	٠/٨٥	٢٥.٧٣٥			
		الدوافع لاتخاذ إجراءات جديدة	٠/٦٨	١٤.٧١٢			
		اكتساب أفكار جديدة لتحسين المنتجات / الخدمات	٠/٩١	٢٧.٠٦٢			

إنّ متوسط التباين المستخرج لكافة الهياكل كان أكثر من ٠/٥ (Fornell & Larcker, 1981:38)، ولهذا فإنّه يتم التأكيد من صحة الهياكل. كما كان مؤشر معامل ألفاي كرونباخ للهياكل أكثر من ٠/٧ (Karin et al, 2014:11) وعلى هذا الأساس، فإنّ الموثوقية التركيبية هي أيضاً أعلى من ٠/٧ (Liu & Huang, 2015:55)، وإذن فإنّ موثوقية الهياكل أيضاً يتم التأكيد منها. في ما يلي، ومن خلال تحديد صحة وموثوقية الهياكل البحثية، يتم عرض تحليل النموذج الهيكلي لاختبار الفرضيات في الجدول التالي:

الجدول رقم ٣، اختبار الفرضيات

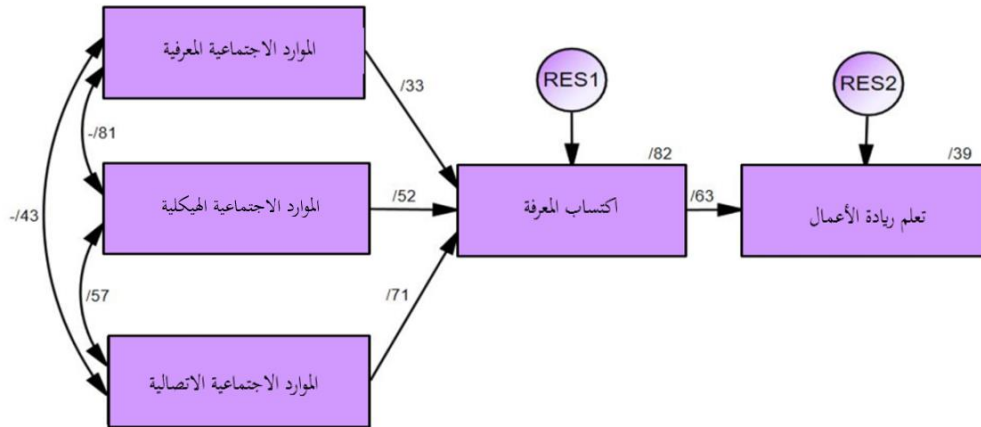
الفرضية	المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل المسار	النسبة التآزمية	الخطأ المعياري	النتيجة
١	الموارد الاجتماعية المعرفية	اكتساب المعرفة	٠/٣٢٧	٨/٨٠٦	٠/٠٤٧	تأييد
٢	الموارد الاجتماعية الهيكلية	اكتساب المعرفة	٠/٥١٨	١٢/٧٤١	٠/٠٥٢	تأييد
٣	الموارد الاجتماعية الاتصالية	اكتساب المعرفة	٠/٧١١	٢٧/١٤٤	٠/٠٢٥	تأييد
٤	اكتساب المعرفة	تعلم ريادة الأعمال	٠/٦٢٨	١٥/٧٨٨	٠/٠٤٦	تأييد

RMSEA= 0/049 , X²/df= 1/906 , CFI= 0/998 , NFI= 0/996 , IFI= 0/998 مؤشر توفيق نموذج¹

إنّالموارد الاجتماعية المعرفية لها تأثير إيجابي ودال (٠,٣٢٧) على اكتساب المعرفة، وهو ما يؤيد صحة الفرضية الأولى

١. CMIN/DF (خيدو ٢ يضرب على درجة الحرية)، NFI (مؤشر التوفيق المعدل)؛ CFI (مؤشر التوفيق المقارن)؛ IFI (مؤشر التوفيق المتزايد)؛ RMSEA (جذر متوسط مجذور الخطأ التقديري)

للبحث. كما أنّ تأثير الموارد الاجتماعية الهيكلية على اكتساب المعرفة كان إيجابياً ودالاً (٠,٥١٨)، لذلك تأكدت الفرضية الثانية للبحث. كما أنّ الموارد الاجتماعية الاتصالية، باعتبارها البعد الأخير للموارد الاجتماعية، كان لها تأثير إيجابي ودال (٠,٧١١) على اكتساب المعرفة، كما كان لها أكبر الأثر في اكتساب المعرفة بين أبعاد الموارد الاجتماعية، لذلك تم تأكيد هذه الفرضية أيضاً. وأخيراً درسنا متغير اكتساب المعرفة وتأثيره على تعلم زيادة الأعمال باعتبارها الفرضية الأخيرة للبحث وأظهرت النتائج أنّ اكتساب المعرفة له تأثير إيجابي ودال (٠,٦٢٨) على تعلم زيادة الأعمال، لذلك تم تأكيد هذه الفرضية أيضاً وأخيراً، تشير دراسة مؤشرات الملاءمة والتوفيق للنموذج إلى أنّ اعتبار ناتج قسمة قيمة خيدو على درجة الحرية يساوي ١,٩٠٦ (عادةً ما يعتبر الرقم ٥ هو النقطة الفاصلة). كما أنّ قيمة RMSEA هي ٠,٠٤٩، مما يعني أنّه كلما اقتربنا من الصفر، كانت الملاءمة أفضل (عادةً ما يكون الرقم بين ٠,٠٥ و ٠,٠١٠ هو نقطة القطع). كما أنّ نسبة CFI و NFI و IFI أكبر من نقطة القطع ٠,٩٠؛ لذلك فإنّ دراسة مؤشرات التوافق تشير جميعها إلى أنّ النموذج يتمتع بمستوى عالٍ من الملاءمة والتوفيق، ويمكن تعميم النتائج على المجتمع بثقة عالية. فيما يلي سنذكر نتائج تحليل فرضيات البحث في شكل نموذج البحث:



الشكل رقم ٢، النتائج النهائية لتحليل فرضيات البحث

تبلغ قيمة معامل التحديد المعدل في النموذج أعلاه لمتغير اكتساب المعرفة $0,٨٢$ ، مما يدل على أنّ المتغيرات الثلاثة للموارد الاجتماعية المعرفية والهيكلية والاتصالية استطاعت تفسير حوالي ٨٢% من التغيرات في متغير اكتساب المعرفة في العينة. كما أنّ هذه القيمة في متغير تعلم زيادة الأعمال حوالي $٠,٣٩$ ، مما يشير إلى أنّ مجموعة التأثيرات غير المباشرة للموارد الاجتماعية وأبعادها الثلاثة ومتغير اكتساب المعرفة معاً قد استطاعت تفسير حوالي ٣٩% من التغيرات في تعلم زيادة الأعمال.

٥) مناقشة النتائج

هدف البحث الراهن تحديد آثار الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت على تعلم قيادة الأعمال لطلاب الجامعات الإلكترونية. وأظهرت النتائج بأن الموارد الاجتماعية الاتصالية عبر الإنترنت لها تأثير إيجابي على تعلم قيادة الأعمال. بالإضافة إلى التأثير المباشر المذكور، يستمد تعلم قيادة الأعمال أيضاً التأثير غير المباشر (من خلال الموارد الاجتماعية الاتصالي) من اكتساب المعرفة. أظهرت نتائج هذه الدراسة بأن رأس المال الاجتماعي يلعب دوراً مهماً في تحديد نجاح تعلم رواد الأعمال من خلال المعرفة المكتسبة في الشبكة الاجتماعية. بشكل عام، تقدم هذه الدراسة أسباباً منطقية للاعتقاد بأن الشبكات الاجتماعية هي أهم مصدر للمعرفة لرواد الأعمال. هذه الشبكات هي أيضاً عنصر مهم في تطوير سلوك قيادة الأعمال. يمكن استنتاج أن شبكة الفرد يمكن أن تسهل الوصول إلى تكوين المعرفة، التي يمكن أن تؤدي في النهاية إلى التعلم النشط والتعرف على الفرص. في الوقت الحالي نظراً لانتشار التعليم الافتراضي على نطاق واسع بسبب انتشار وباء COVID 19، يمكن أن تكون الشبكات عبر الإنترنت في بيئات التعلم عبر الإنترنت - بناء على نتائج الدراسة الحالية - عاملاً مهماً في تحقيق المعرفة المطلوبة وبالتالي تطوير سلوكيات قيادة الأعمال بين الطلاب.

كما أظهرت نتائج الدراسة الحالية بأن الرؤى المشتركة بين أعضاء المجموعة عبر الإنترنت تسهل تنسيقهم لاكتساب معرفة جديدة بشكل أفضل. (Hsu, 2015:21). يعتبر الاتصال ومشاركة المعرفة آليات أساسية في تنظيم ودعم المجتمعات أو المجموعات النشطة في الإنترنت (Hersberger, Murray, & Rioux, 2007:140). بالإضافة إلى ذلك، تتمتع المجموعات عبر الإنترنت القائمة على دافع مشترك بقيمة عالية جداً ومعتقدات مشتركة. وفقاً لسونك وزملائه (2017: 111)، المتعلمون أكثر نجاحاً في التعرف على الفرص الجديدة حيث يكتسبون المزيد من المعرفة التقنية أو التسويقية من شبكاتهم الاجتماعية (Song, Min, Lee, & Seo, 2017:102). كما أظهرت نتائج هذه الدراسة، بأن الشبكات الاجتماعية أصبحت أكثر أهمية للوصول إلى الموارد الاستراتيجية، بما في ذلك الخبرات الجديدة والمعلومات المتعلقة بالأعمال. كانت النتائج متوافقة مع الدراسات السابقة. وسيكتسب الأشخاص الذين يشاركون بنشاط في شبكاتهم الاجتماعية درجة أعلى من المعرفة ويتبادلونها، ونتيجة لذلك سيكون لديهم المزيد من التبصر في النمو الشخصي والمهني (Chiu et al, 2006:1885). بالإضافة إلى ذلك، أكدت نتائج الفرضية الرابعة، القائلة بأن المستوى الأعلى من اكتساب المعرفة في مجتمع عبر الإنترنت يرتبط بمستوى أعلى من تعلم قيادة الأعمال. تُظهر الأدلة بأن مشاركة المعرفة حيوي لرائد الأعمال، وأن استخدام المنتديات الافتراضية، حيث يشارك العديد من الأشخاص بهدف اكتساب المعرفة وتعلمها، له تأثير إيجابي على هذا التعلم. في هذا الصدد، أظهر طلاب الماجستير استعداداً أكبر لمشاركة المعرفة والمناقشة في مجموعات عبر الإنترنت. كما أظهرت النتائج أن مجموعات الخريجين أكثر ميلاً لاكتساب المعرفة من بعضها. ومن بين هذه المجموعة، تمت مناقشة أعلى خبرة في أنشطة قيادة الأعمال (بدء شركة ناشئة، واختبار أفكارهم لكسب المال، وما إلى ذلك).

كما ارتبطت المستويات العالية من اكتساب المعرفة في مجموعة عبر الإنترنت بمستويات عالية من تعلم ريادة الأعمال، وهو ما أكدته نتائج هذه الدراسة. يمكن أن تكون مشاركة المعرفة في الفضاء الإلكتروني، حيث يشارك الناس بهدف اكتساب المعرفة والتعلم، جانباً حيوياً لرائد الأعمال؛ لأخوفاً لنتائج الدراسة الحالية، يشرح متغير اكتساب المعرفة حوالي ٣٩٪ من التغيرات في تعلم ريادة الأعمال. ويعد اكتساب المعلومات والمعرفة من خلال بيئات التعلم عبر الإنترنت أحد العوامل المحددة في تعزيز تعلم ريادة الأعمال بين طلاب التعلم الإلكتروني.

وفي الختام يؤثر اكتساب المعرفة الجديدة تحت تأثير الموارد الاجتماعية عبر الإنترنت (المعرفية والهيكليّة والاتصالية) على تعلم ريادة الأعمال للطلاب في البيئات الإلكترونية التي يستخدمونها. كما تنعكس التأثيرات على الفهم الجديد للتخصصات المختلفة، واكتساب معرفة جديدة حول الأسواق والاتجاهات المختلفة، والدوافع لاتخاذ إجراءات جديدة واكتساب أفكار جديدة لتحسين المنتجات / الخدمات بين الطلاب (Scarmozzino, Corvello, & Grimaldi, 2017:418).

٦) المقترحات

نظراً للتأثير الإيجابي للرؤى المشتركة على اكتساب المعرفة وتعلم ريادة الأعمال لطلاب التعلم الإلكتروني، وفي إطار مواكبة التغيرات في نظام التعليم العالي في ظل انتشار وباء COVID 19 والحاجة إلى تطوير بيئات التعلم عبر الإنترنت، تقترح الدراسة أن يتم اختيار وتشكيل المنتديات وفق أسس استبيانات الطلاب وتصنيفها على أساس الأهداف المشتركة للطلاب.

ونظراً إلى التأثير الإيجابي للثقة في مجموعات الطلاب عبر الإنترنت، تقترح الدراسة في دورات التعلم الإلكتروني، ومن خلال إنشاء والحفاظ على شبكات قوية من العلاقات بين الطلاب والأساتذة، يتم الوصول إلى الاهتمامات المشتركة وتحسين أداء تعلم الطلاب.

وفي ظلّ التأثير غير المباشر لأبعاد الموارد الاجتماعية عبر الإنترنت وتعلم ريادة الأعمال لطلاب الدورة التدريبية الإلكترونية في جامعات مختارة، يُقترح أنه من خلال تبني الأساليب المناسبة، يتم إنشاء تقدير دقيق لمقدار هذه الموارد بين الطلاب وبيئات التعلم الإلكتروني المناسبة لذلك.

المصادر

١. تركي پريسا، سيد رسول، حسيني، على، بديعزاده (١٤٤١). تقلم نموذج تعليمي لخلق رؤيه إبداعيه في توفير فرص العمل لدى موظفي قطاع المصارف. *دراسات في العلوم الانسانية*. ٢٧ (١): ٤٥-٤٨.
٢. رهبر، عباسعلي، فاطمه حيدري (١٣٩٠ش). تأثير رأس المال الاجتماعي على تعزيز السياسة. *المجلة الفصلية لدراسات العلاقات الدولية*، ٤ (١٤): ٢١٩-٢٥٣.
٣. سرمد، زهره، عباس، بازركان، الهه، حجازي. (١٣٨٧ش). طرق البحث في العلوم السلوكية. طهران: نشر إعلاني.

[4] Chang, H. H., & Chuang, S.S., (2011). 'Social capital and individual motivations on knowledge sharing: Participant involvement as a moderator'. *Information &*

- Management*, 48(1), Pp. 9-18.
- [5] Chiu, C.-M., Hsu, M.H., & Wang, E. T., (2006). Understanding knowledge sharing in virtual communities: An integration of social capital and social cognitive theories. *Decision Support Systems*, 42(3), Pp. 1872-1888.
- [6] Cuaton, G. P., (2020). Philippines Higher Education Institutions in the time of COVID-19 Pandemic. *Revista Românească pentru Educație Multidimensională*, 12(1 Sup2), Pp. 61-70.
- [7] Donath, J., & Boyd, D., (2004). 'Public displays of connection'. *BT Technology Journal*, 22(4), Pp. 71-82.
- [8] Dyer, J., & Chu, W., (2011). 'The determinants of trust in supplier–automaker relations in the US, Japan, and Korea: A retrospective'. *Journal of International Business Studies*, 42(1), Pp. 28-34.
- [9] Garry, T., Melewar, T., Wright, L. T., Gupta, S., & Bourlakis, M., (2010). 'Transfer of brand knowledge in business-to-business markets: a qualitative study'. *Journal of Business & Industrial Marketing*.
- [10] Grabner-Kräuter, S., & Bitter, S., (2015). 'Trust in online social networks: A multifaceted perspective'. Paper presented at the Forum for social economics.
- [11] Hsu, C.P., (2015). 'Effects of social capital on online knowledge sharing: positive and negative perspectives'. *Online Information Review*.
- [12] Joosten, T., (2012). *Social Media for Educators: Strategies and Best Practices*: John Wiley & Sons.
- [13] Kaplan, A. M., & Haenlein, M., (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), Pp. 59-68.
- [14] Karin ,A., Hannesdottir, K., Jaeger, J., Annas, P., Segerdahl, M., Karlsson, P., . . . Miller, F., (2014). Psychometric Evaluation of ADAS-C og and NTB for measuring drug response. *Acta Neurologica Scandinavica*, 129(2), Pp. 114-122.
- [15] Li, J., (2015). 'Knowledge sharing in virtual communities: A social exchange theory perspective'. *Journal of Industrial Engineering and Management (JIEM)*, 8(1), Pp. 170-183.
- [16] Li, Y., Ye, F., & Sheu, C., (2014). 'Social capital, information sharing and performance'. *International Journal of Operations & Production Management*.
- [17] Liao, S., & Chou, E. Y., (2012). 'Intention to adopt knowledge through virtual communities: posters vs lurkers'. *Online Information Review*.
- [18] Liou, D.-K., Chih ,W.H., Yuan, C.Y., & Lin, C.Y., (2016). 'The study of the antecedents of knowledge sharing behavior'. *Internet Research*.
- [19] Liu, C.-H., & Huang, Y.M., (2015). 'An empirical investigation of computer simulation technology acceptance to explore the factors that affect user intention'. *Universal Access in the Information Society*, 14(3), Pp. 449-457.

- [20] Pendry, L. F., & Salvatore, J., (2015). 'Individual and social benefits of online discussion forums'. *Computers in Human Behavior*, 50, Pp. 211-220.
- [21] Politis, D., (2005). 'The process of entrepreneurial learning: A conceptual framework'. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4), Pp. 399-424.
- [22] Rae, D., (۲۰۱۴) *Opportunity-centred Entrepreneurship*: Macmillan International Higher Education.
- [23] Ridings, C. M., Gefen, D., & Arinze, B., (2002). 'Some antecedents and effects of trust in virtual communities'. *The Journal of Strategic Information Systems*, 11(3-4), Pp. 271-295.
- [24] Rodrigo-Alarcón, J., García-Villaverde, P. M., Ruiz-Ortega, M. J., & Parra-Requena, G., (2018). 'From social capital to entrepreneurial orientation: The mediating role of dynamic capabilities'. *European Management Journal*, 36(2), Pp. 195-209.
- [25] Ruleman, A. B., (2012). 'Social media at the university: a demographic comparison'. *New Library World*.
- [26] Scarmozzino, E., Corvello, V., & Grimaldi, M., (2017). 'Entrepreneurial learning through online social networking in high-tech startups'. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- [27] Secundo, G., Schiuma, G., & Passiante, G., (2017). 'Entrepreneurial learning dynamics in knowledge-intensive enterprises'. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- [28] Song, G., Min, S., Lee, S., & Seo, Y., (2017). 'The effects of network reliance on opportunity recognition: A moderated mediation model of knowledge acquisition and entrepreneurial orientation'. *Technological Forecasting and Social Change*, 117, Pp. 98-107.
- [29] Tagliaventi, M. R., Bertolotti, F., & Macrì, D. M., (2010). 'A perspective on practice in interunit knowledge sharing'. *European Management Journal*, 28(5), Pp. 331-345.
- [30] Täks, M., Tynjälä, P., & Kukemelk, H., (2016). 'Engineering students' conceptions of entrepreneurial learning as part of their education'. *European Journal of Engineering Education*, 41(1), 53-69.
- [31] Van den Hooff, B., & de Leeuwvan Weenen, F., (2004). 'Committed to share: commitment and CMC use as antecedents of knowledge sharing'. *Knowledge and Process Management*, 11(1), Pp. 13-24.
- [32] Yli-Renko, H., Autio, E., & Sapienza, H. J., (2001). 'Social capital, knowledge acquisition, and knowledge exploitation in young technology-based firms'. *Strategic Management Journal*, 22(6-7), Pp. 587-613.
- [33] Zheng, W., (2010). 'A social capital perspective of innovation from individuals

to nations: where is empirical literature directing us?' *International Journal of Management Reviews*, 12(2), Pp. 151-183.

- [34] Zozimo, R., Jack, S., & Hamilton, E., (2017). 'Entrepreneurial learning from observing role models'. *Entrepreneurship & Regional Development*, 29(9-10), Pp. 889-911.

References

- [1] Toriki P, Hoseini S R, Badihe Zade A., (2020). 'An Educational Model for Creating Entrepreneurial Attitudes among Employees of the Banking Industry'. *AIJH*. 27 (1) : Pp. 45-65
- [2] Rahbar, A., Haydari, F., (2011). 'Impact of Social Capital on Promotion of Policy-making'. *Research Letter of International Relations*, 4(14), Pp. 219-253.
- [3] Sarmad, Z., Bazargan, A, & Hejazi, E., (2008). *Research Methods in Behavioral Sciences*. Tehran: Agah.
- [4] Chang, H. H., & Chuang, S.S., (2011). 'Social capital and individual motivations on knowledge sharing: Participant involvement as a moderator'. *Information & Management*, 48(1), Pp. 9-18.
- [5] Chiu, C.-M., Hsu, M.H., & Wang, E. T., (2006). Understanding knowledge sharing in virtual communities: An integration of social capital and social cognitive theories. *Decision Support Systems*, 42(3), Pp. 1872-1888.
- [6] Cuaton, G. P., (2020). Philippines Higher Education Institutions in the time of COVID-19 Pandemic. *Revista Românească pentru Educație Multidimensională*, 12(1 Sup2), Pp. 61-70.
- [7] Donath, J., & Boyd, D., (2004). 'Public displays of connection'. *BT Technology Journal*, 22(4), Pp. 71-82.
- [8] Dyer, J., & Chu, W., (2011). 'The determinants of trust in supplier–automaker relations in the US, Japan, and Korea: A retrospective'. *Journal of International Business Studies*, 42(1), Pp. 28-34.
- [9] Garry, T., Melewar, T., Wright, L. T., Gupta, S., & Bourlakis, M., (2010). 'Transfer of brand knowledge in business-to-business markets: a qualitative study'. *Journal of Business & Industrial Marketing*.
- [10] Grabner-Kräuter, S., & Bitter, S., (2015). 'Trust in online social networks: A multifaceted perspective'. Paper presented at the Forum for social economics.
- [11] Hsu, C.P., (2015). 'Effects of social capital on online knowledge sharing: positive and negative perspectives'. *Online Information Review*.
- [12] Joosten, T., (2012). *Social Media for Educators: Strategies and Best Practices*: John Wiley & Sons.
- [13] Kaplan, A. M., & Haenlein, M., (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), Pp. 59-

68.

- [14] Karin ,A., Hannesdottir, K., Jaeger, J., Annas, P., Segerdahl, M., Karlsson, P., . . . Miller, F., (2014). Psychometric Evaluation of ADAS-C og and NTB for measuring drug response. *Acta Neurologica Scandinavica*, 129(2), Pp. 114-122.
- [15] Li, J., (2015). 'Knowledge sharing in virtual communities: A social exchange theory perspective'. *Journal of Industrial Engineering and Management (JIEM)*, 8(1), Pp. 170-183.
- [16] Li, Y., Ye, F., & Sheu, C., (2014). 'Social capital, information sharing and performance'. *International Journal of Operations & Production Management*.
- [17] Liao, S., & Chou, E. Y., (2012). 'Intention to adopt knowledge through virtual communities: posters vs lurkers'. *Online Information Review*.
- [18] Liou, D.-K., Chih ,W.H., Yuan, C.Y., & Lin, C.Y., (2016). 'The study of the antecedents of knowledge sharing behavior'. *Internet Research*.
- [19] Liu, C.-H., & Huang, Y.M., (2015). 'An empirical investigation of computer simulation technology acceptance to explore the factors that affect user intention'. *Universal Access in the Information Society*, 14(3), Pp. 449-457.
- [20] Pendry, L. F., & Salvatore, J., (2015). 'Individual and social benefits of online discussion forums'. *Computers in Human Behavior*, 50, Pp. 211-220.
- [21] Politis, D., (2005). 'The process of entrepreneurial learning: A conceptual framework'. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4), Pp. 399-424.
- [22] Rae, D., (٢٠١٤) *Opportunity-centred Entrepreneurship*: Macmillan International Higher Education.
- [23] Ridings, C. M., Gefen, D., & Arinze, B., (2002). 'Some antecedents and effects of trust in virtual communities'. *The Journal of Strategic Information Systems*, 11(3-4), Pp. 271-295.
- [24] Rodrigo-Alarcón, J., García-Villaverde, P. M., Ruiz-Ortega, M. J., & Parra-Requena, G., (2018). 'From social capital to entrepreneurial orientation: The mediating role of dynamic capabilities'. *European Management Journal*, 36(2), Pp. 195-209.
- [25] Ruleman, A. B., (2012). 'Social media at the university: a demographic comparison'. *New Library World*.
- [26] Scarmozzino, E., Corvello, V., & Grimaldi, M., (2017). 'Entrepreneurial learning through online social networking in high-tech startups'. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- [27] Secundo, G., Schiuma, G., & Passiante, G., (2017). 'Entrepreneurial learning dynamics in knowledge-intensive enterprises'. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- [28] Song, G., Min, S., Lee, S., & Seo, Y., (2017). 'The effects of network reliance on opportunity recognition: A moderated mediation model of knowledge

- acquisition and entrepreneurial orientation'. *Technological Forecasting and Social Change*, 117, Pp. 98-107.
- [29] Tagliaventi, M. R., Bertolotti, F., & Macrì, D. M., (2010). 'A perspective on practice in interunit knowledge sharing'. *European Management Journal*, 28(5), Pp. 331-345.
- [30] Täks, M., Tynjälä, P., & Kukemelk, H., (2016). 'Engineering students' conceptions of entrepreneurial learning as part of their education'. *European Journal of Engineering Education*, 41(1), 53-69.
- [31] Van den Hooff, B., & de Leeuwvan Weenen, F., (2004). 'Committed to share: commitment and CMC use as antecedents of knowledge sharing'. *Knowledge and Process Management*, 11(1), Pp. 13-24.
- [32] Yli-Renko, H., Autio, E., & Sapienza, H. J., (2001). 'Social capital, knowledge acquisition, and knowledge exploitation in young technology-based firms'. *Strategic Management Journal*, 22(6-7), Pp. 587-613.
- [33] Zheng, W., (2010). 'A social capital perspective of innovation from individuals to nations: where is empirical literature directing us?' *International Journal of Management Reviews*, 12(2), Pp. 151-183.
- [34] Zozimo, R., Jack, S., & Hamilton, E., (2017). 'Entrepreneurial learning from observing role models'. *Entrepreneurship & Regional Development*, 29(9-10), Pp. 889-911.

The Impact of Online Social Resources on the Entrepreneurial Learning of Electronic Universities Students

Samira Sadat Mortazavi¹, Seyd Rasul Hoseini^{2*}, Ali Badizadehe³

1. PhD Student of Entrepreneurship, Faculty of Management and Accounting, Islamic Azad University, Qazvin Branch, Qazvin, Iran
2. Assistant Professor, Department of Educational Management, Farhangian University, Tehran, Iran
3. Assistant Professor of Islamic Azad University, Qazvin Branch, Industrial Management Group, Qazvin, Iran

Abstract

Entrepreneurial learning as one of the most important learning skills among students of different academic disciplines needs a more detailed study in online-learning environment. Since online platforms can provide online entrepreneurial learning opportunities. This study examines the effects of online social resources on knowledge acquisition and improving the entrepreneurial learning process among e-university students. The study in terms of purpose is applied research and descriptive-correlational in terms of data collection. Data are collected using a researcher-made questionnaire by simple random sampling method and were by structural an equation modeling approach. Cronbach's alpha for all structures is higher than 0/7 and the value of mean variance extracted is higher than 0/5, so validity and reliability of the structures are confirmed. The findings indicate a positive and significant relationship between online social resources and knowledge acquisition as well as between knowledge acquisition and entrepreneurial learning. Using the advent of web-based technologies, this study can be valuable in explaining how different aspects of online social resources can enhance the effectiveness of entrepreneurial learning for students in multiple social environments.

Keywords: Online Social Resources; Relational Social Resources; Structural Online Social Resources; Cognitive Resources; Entrepreneurial Learning.

*Correspondent Author Email: :hosseinirasul@cfu.ac.ir

تأثير منابع اجتماعي آنلاين بر يادگيري کارآفرينانه دانشجویان دانشگاه‌های الكترونيکی

سميرا سادات مرتضوی^۱، سيدرسول حسيني^{۲*}، علي بدیع زاده^۳

۱. دانشجوی دکتری، گروه کارآفرینی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

۲. استادیار، گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران

۳. استادیار، گروه مدیریت صنعتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

چکیده

یادگیری کارآفرینانه به عنوان یکی از مهم‌ترین مهارت‌های یادگیری در بین دانشجویان رشته‌های مختلف دانشگاهی، نیازمند بررسی دقیق‌تر در محیط‌های آموزشی الكترونيکی می‌باشد. چرا که محیط‌های آنلاين در سیستم‌های آموزش الكترونيکی، می‌توانند فرصت‌های یادگیری کارآفرینانه آنلاين را فراهم نمایند. مطالعه حاضر به بررسی تأثیر منابع اجتماعي آنلاين بر کسب دانش و در نتیجه بهبود یادگیری کارآفرینانه در بین دانشجویان دانشگاه‌های الكترونيکی پرداخته است. پژوهش حاضر، از نظر هدف کاربردی بوده و از منظر گردآوری داده‌ها توصیفی-همبستگی است. داده‌ها با استفاده از پرسش‌نامه محقق ساخته و با روش تصادفی ساده، گردآوری شده و تحلیل داده‌ها با رویکرد مدل‌یابی معادلات ساختاری انجام یافته است. آلفای کرونباخ برای تمامی سازه‌ها بالاتر از ۰/۷ و مقدار میانگین واریانس استخراج شده، بالاتر از ۰/۵ بوده و روایی و پایایی سازه‌ها تایید شد. یافته‌ها، رابطه مثبت و معناداری را بین منابع اجتماعي آنلاين و کسب دانش و همچنین بین کسب دانش و یادگیری کارآفرینانه مشخص نموده و این فرضیه محققان این مطالعه را تأیید می‌کند که منابع اجتماعي بر کسب دانش و عملکرد آن در کاربرد دانش در یادگیری کارآفرینانه دانشجو تأثیر می‌گذارد. با استفاده از ظهور فن‌آوری‌های مبتنی بر وب، این مطالعه می‌تواند جهت تشریح اینکه چگونه جنبه‌های مختلف منابع اجتماعي آنلاين می‌تواند اثربخشی یادگیری کارآفرینانه را برای دانشجویان جوان در محیط‌های اجتماعي چندگانه تقویت نماید، مفید باشد.

واژگان کلیدی: منابع اجتماعي آنلاين، منابع اجتماعي رابطه‌ای، منابع اجتماعي آنلاين ساختاری، منابع اجتماعي آنلاين شناختی، یادگیری کارآفرینانه