

ابعاد جهانی سازی آموزش عالی

تاریخ دریافت: ۱۳۸۷/۰۵/۱۴
تاریخ پذیرش: ۱۳۸۷/۰۸/۱۱

■ احمدرضا اخوان صراف

عضو هیأت علمی دانشکده مدیریت دانشگاه
شیخ بهایی
a.r.akhavan@shbu.ac.ir

■ مریم نیلفروش زاده

کارشناس ارشد مدیریت فناوری اطلاعات
m.nilforushan@yahoo.com

چکیده

جریان جهانی شدن، یک ماهیت فراملیتی برای ظرفیت‌های فنی و علمی در جهان ایجاد نموده و به عنوان یکی از چالش‌های اصلی آموزش عالی در کشورهای در حال توسعه شناخته شده است. این پدیده با قرار دادن روند گسترده‌ای پیش روی خدمات آموزشی برون‌مرزی، برخی از کشورهای توسعه یافته را به سوی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در آموزش با هدف همکاری علمی با سایر کشورها با هدف ارتقای کیفیت نیروی انسانی، دستیابی به مهارت‌های موجود در مکان‌های جدید، انتخاب دانشجو برای دانشگاه‌های داخلی، کاهش هزینه‌ها، داد و ستد آزادتر و بهره‌گیری از محیط‌های سرمایه‌گذاری جدید سوق داده است. عوامل محرک بی‌شماری برای پیشبرد آموزش عالی جهانی وجود دارد. از جمله این عوامل می‌توان به ظهور فناوری ارتباطات اطلاعاتی اشاره نمود. این فناوری مرزهای جغرافیایی را از بین می‌برد. به گونه‌ای که متقاضیان می‌توانند در کشور خود خدمات آموزش عالی مورد نیاز را از دانشگاه‌های معتبر در گوشه دیگری از جهان تأمین نمایند. بدین ترتیب پدیده جهانی شدن تنها در صورتی یک فرصت خواهد بود که واحدهای آموزش عالی بتوانند ناکارآمدی‌های خود را بر طرف کنند، در غیر اینصورت سیلاب جهانی شدن هم متقاضیان خدمات آموزشی (دانشجویان) و هم ارائه دهندگان آموزش (اساتید و نخبگان علمی) را جذب خواهد کرد. این مقاله با توجه به تحولات و تغییرات پیوسته جهان به بررسی ابعاد جهانی‌سازی آموزش عالی می‌پردازد.

واژگان کلیدی

جهانی‌سازی، آموزش عالی، ایران، همکاری‌های بین‌المللی.

مقدمه

کاهش اثربخشی سرمایه‌گذاری در آموزش عالی در سطح ملی کشورها را وادار نموده تا به جهانی‌سازی فعالیت‌های آموزشی جهت کاهش هزینه‌ها و استفاده سریع‌تر و آسان‌تر از امکانات کشورهای دیگر بپردازند. علاوه بر این از آنجا که آموزش زیر بنای توسعه اقتصادی و اجتماعی هر ملت را فراهم می‌آورد و توسعه اقتصادی مبتنی بر دانش و فناوری نوین در اولویت خاص قرار دارد، لذا هیچ ملتی نمی‌تواند خود را در رشته‌های مختلف علمی بی‌نیاز از دیگر ملتها بداند. هر چه روند توسعه در یک کشور ضعیف‌تر باشد، نیاز به مراکز تحقیقاتی و ارتباط با مراکز تحقیقاتی سایر کشورها ضروری‌تر است. جهانی‌سازی آموزش امکان دستیابی به محیط‌ها و فرهنگ‌های علمی مختلف را فراهم می‌کند. با روند جهانی‌شدن مسائلی که پیش روی جوامع وجود دارد نیز جنبه بین‌المللی به خود گرفته و بنابراین زمانی راه حل‌های ارائه شده توسط دانشگاه‌ها قابل اطمینان است که آموزش و پژوهش در آنها از طریق ارتباطات بین‌المللی و دارای کیفیت مطلوب باشد. دسترسی به تجربه مؤسسات علمی و محیط‌های نوآوری متنوع علاوه بر رشد و توسعه علوم و تحریک نوآوری، به رشد رفاه و اقتصاد جهانی نیز کمک می‌کند. طبیعت پیچیده بیشتر پروژه‌های تحقیق کاربردی که نیازمند رشته‌های مختلف علمی مانند آمار، علوم کامپیوتری، ژنتیک، نانو تکنولوژی و ... هستند، باعث می‌شود تا اثربخشی هزینه با پرداخت دائمی به این تعداد متخصص امکان‌پذیر نباشد، به ویژه زمانی که نیاز به خدمات این متخصصان به صورت فصلی و وابسته به راهبرد سازمان و زمان‌بندی پروژه‌های خاص باشد. همچنین نرخ فزاینده تجربیات انباشته شده توسط جهانی‌سازی فعالیت‌ها، مجموعه‌ای از افراد با تخصص کامل را در زمینه‌های مختلف عملیاتی فرایند

۲. جهانی‌سازی آموزش عالی

جهانی‌سازی آموزش عالی و گسترش سریع آن چالش‌های جدیدی را فرا روی رویه‌های آموزش و پژوهش، ساختار دانشگاه‌ها و راهبرد کلی آموزش قرار داده است که به طور نمونه می‌توان به چالش‌های عملیات جهانی‌سازی و یکپارچه‌سازی فعالیت‌های جهانی‌سازی شده با راهبرد و ساختار سازگار موجود اشاره نمود. در آموزش عالی به علت طبیعت با ارزش فعالیت‌ها و نقش بحرانی آنها در پیشبرد ملت‌ها به سمت جهانی‌سازی، این چالش‌ها ابعاد دیگری از ریسک و عدم قطعیت را ایجاد می‌کنند. بدین ترتیب یکی از مشکلاتی که امروزه مدیریت جهانی‌سازی به عنوان بخشی از فرایندهای کاری برای کسب مزیت رقابتی با آن روبروست، افزایش بهره‌وری و ارتقاء عملکرد دانشگاه‌ها از طریق ایجاد ساختارهای مؤثر و کارکردهای نوین مدیریتی است. به ویژه در مورد جهانی‌سازی آموزش عالی، دانشگاه‌ها باید جهت ترکیب و بکارگیری آخرین دستاوردهای فناوری با سایر قابلیت‌های خود راهکارهای سودمندی بیابند.

امروزه دانشگاه‌ها به دنبال تطبیق ساختار سازمانی خود با نیاز فعالیت‌های مختلف هستند. سازمان‌های نوین تلاش می‌کنند تا شبکه‌های مزیت منطقه‌ای را برای هر فعالیت ایجاد نمایند. این شبکه‌ها شامل طیف وسیعی از فرایندهای کاری و شبکه‌ای است که به صورت درونی با اهداف دانشگاه سازگار و هماهنگ شده‌اند و با هدف اتصال قابلیت‌های سازمان مرکزی به واحدهای منطقه‌ای، کسب مزیت رقابتی آموزش عالی در یک کشور و بازار متفاوت و کسب ساختار نوآور و رقابتی برای یک سازمان جهانی واقعی طراحی می‌شوند.

سه دهه گذشته عینیت پیدا کرده است. جهانی‌سازی بسیاری از حوزه‌های فعالیت تجاری را به خود اختصاص داده است. با جهانی‌سازی فعالیت‌های تولیدی طی دهه‌های گذشته، این پدیده اقتصادی زنجیره ارزش را ارتقا داده و گستره وسیعی از فعالیت‌های تولیدی، اداری و خدماتی را در بر گرفته است. [۱] تأثیرات جهانی‌سازی حتی آموزش و پژوهش در دانشگاه‌ها که مرکز حل مشکلات جامعه هستند را نیز فرا گرفته و امروزه آموزش عالی ناگزیر به دنبال فعالیت‌های نوآورانه و ارتباطات گسترده‌تر با جهان به منظور تربیت متخصص در رشته‌های مختلف و استفاده از امکانات کشورهای توسعه یافته‌تر می‌باشد. انگیزه اولیه جهانی‌سازی آموزش عالی مشابه انگیزه سایر جهانی‌سازی‌ها یعنی کاهش هزینه است. تشدید رقابت، پدیدار شدن تخصص‌های جدید و گسترش فناوری اطلاعات نیز کشورها را وادار ساخت نگاهی تازه به عملکرد دانشگاه‌ها در تربیت دانشجویان و توسعه فعالیت‌های نوآورانه در آموزش آنها داشته باشند. ویژگی‌های ساختاری جهانی‌سازی آموزش عالی تا حدود زیادی به جهانی‌سازی در خدمات و تولید شبیه است. با این تفاوت که جهانی‌سازی تولید نیازمند سرمایه است، در حالی که جهانی‌سازی خدمات و از جمله جهانی‌سازی آموزش عالی معمولاً نیازمند سرمایه‌گذاری کلان نیست. از سوی دیگر اثرات جهانی‌سازی‌های مختلف بر روی محصولات و شغل‌ها متفاوت است. به عنوان مثال جهانی‌سازی تولید بر شغل‌ها و مهارت‌های کارگری و عملیاتی تأثیر می‌گذارد. حال آنکه جهانی‌سازی خدمات بر شغل‌های اداری با مهارت‌های گوناگون و جهانی‌سازی آموزش عالی بر ایجاد ظرفیت‌های جدید و تخصص‌های گوناگون مؤثر است.

جهانی‌سازی بوجود آورده و آنها را به عنوان پیشروان بررسی امکان‌پذیری سایر فعالیت‌های جهانی‌سازی مطرح ساخته است. [۹] علاوه بر موارد فوق باید این نکته را افزود که فعالیت‌های جهانی‌سازی به عنوان یک رویه کاهنده هزینه به ویژه در زمان رکود اقتصادی مورد استفاده قرار می‌گیرند. ترکیب این عوامل یعنی رکود فناوری، مشکل سرمایه‌گذاری در آموزش عالی و تشدید رقابت در این حوزه، زمینه مناسبی را برای جهانی‌سازی آموزش عالی ایجاد نموده است.

۱. جهانی‌سازی

جهانی‌شدن یکی از پیچیده‌ترین پدیده‌های سده بیستم بوده که رفته رفته بر دامنه تحول و پیچیدگی آن افزوده شده است. این پدیده از زوایای گوناگون مورد توجه قرار گرفته و درباره ماهیت و کارکرد آن بحث شده است. در حالی که واژه جهانی‌بیش از چهارصد سال قدمت دارد، اصطلاحاتی همچون جهانی‌شدن، جهانی‌سازی و ... از حدود سال ۱۹۶۰ میلادی رواج عام یافته‌اند. فرهنگ وبستر نخستین فرهنگ معتبری بود که در سال ۱۹۶۱ تعاریفی را برای این اصطلاح ارائه داد. سپس مفهوم جهانی‌شدن به تدریج وارد محافل علمی گردید، این مفهوم تا اواسط دهه ۱۹۸۰ اعتبار علمی چندانی نداشت، ولی از آن پس کاربرد مفهوم آن جهانی گردید.

جهانی‌شدن در حوزه‌های متفاوت علوم مورد بحث قرار گرفته و بسیاری از مفاهیم را وادار به بازسازی معنایی کرده است. از این منظر جهانی‌شدن را عامل شکننده‌ای برای اندیشه‌های علمی و دانشگاهی در آغاز قرن ۲۱ می‌دانند. باید توجه داشت که جهانی‌شدن با مفهوم نوین آن محصول تعاملات فراملی است که طی دو الی

به دلیل وابستگی بین ساختار سازمانی و نیازهای نوآوری، راهبرد و ساختار سازمانی برای نیازهای نوآوری باید مورد توجه قرار گیرند [۵]. برای سازماندهی یک کسب و کار برای نوآوری، ابتدا باید تعیین شود که آیا نوآوری مقوله‌ای مستقل و به تنهایی قابل بکارگیری است یا اینکه مقوله‌ای سیستمی و نیازمند نوآوری‌های مکمل است. همچنین باید قابلیت‌های مورد نیاز نوآوری تعیین شود و چگونگی ایجاد آنها در داخل سازمان یا جهانی‌سازی آنها تعیین گردد. [۷] یک سازمان نوین جهانی نیازمند ایجاد هماهنگی سازمانی در یک محیط کسب و کار نامتجانس است تا بتواند یک ساختار محکم، مؤثر و سازگار ایجاد نماید. در مورد آموزش عالی و نوآوری، به عنوان مثال می‌توان گفت دفاتر تعاملی یا ساختارهای مرتبط با درآمد به مسائلی همچون تقاضا برای خدمات و محصولات نوآورانه مرتبط هستند. احتمالاً نوآوری به معرفی خدمات جدید منجر می‌شود که نتیجه آن ایجاد چالش برای پذیرش مشتریان برای خدمات جدید است. بطور همزمان دفاتر پشتیبانی هم درگیر مسائل قابلیت دسترسی و جذب نیروی متخصص مورد نیاز برای شغل‌های آموزش عالی و حفاظت از دارایی‌های فکری می‌شوند. مطالعات نشان می‌دهد که سازمان‌های بزرگ بیش از سایرین به جهانی‌سازی فعالیت‌های خود از جمله آموزش عالی متوسل می‌شوند. این مسأله به ویژه برای سازمان‌هایی که بخش آموزش عالی در خارج از کشور راهاندازی کرده‌اند صدق می‌کند. اکثر این سازمان‌ها دارای اندازه بزرگی هستند. اگر چه ارتباط بین جهانی‌سازی و اندازه سازمان و اندازه سازمان و نوآوری مفهومی نسبتاً پیچیده است که به مرور و در طول سال‌ها حاصل می‌شود، در عین حال سازمان‌های کوچک نوآورتر

هستند. به ویژه زمانی که با استفاده از این نوآوری‌ها تجارت و کسب در آمد می‌کنند. [۳] مرزهای سازمانی به ویژه در مورد فعالیت‌های نوآورانه و جایی که پیوستگی راهبردی می‌تواند پیچیدگی هماهنگی را افزون نماید، در دهه‌های اخیر کاملاً غیر مشخص شده است. [۸] به طور کلی جهانی‌سازی چالش‌هایی را برای سطوح مختلف سازمان پدید می‌آورد. این چالش‌ها عمدتاً در اثر تلاش برای تغییر رویکرد مدیریتی سازمان از مشتری‌محوری و تأکید بر درآمد به رویکرد تأمین‌کننده محوری و تأکید بر کاهش هزینه بوجود می‌آید. در مورد جهانی‌سازی آموزش عالی هر دو رویکرد با یکدیگر بکار گرفته می‌شوند. به گونه‌ای که هم کاهش هزینه‌ها انجام می‌شود و هم با یک سری خدمات و جستجوهای سیستمی به دنبال جریان‌های جدید درآمدی هستند. به بیان دیگر جهانی‌سازی به جای تأکید بر حداقل کردن ایستای هزینه‌ها به دنبال رویکرد پویای افزایش ارزش هستند. ایجاد ظرفیت‌های جدید، تولید و دانش و فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات در اقتصاد جهانی ایجاد می‌کند آموزش از یک نظام برنامه‌ریزی، توسعه، ارزشیابی و اعتباربخشی برخوردار باشد تا به کمک آن بتوان به ارتقای مستمر کیفیت پرداخت. آموزش به عنوان پدیده‌ای هدفمند، دارای دو بعد کمی و کیفی است. رشد و گسترش کمی نظام آموزش عالی بدون توجه به کیفیت، مسائلی چون ترک تحصیل، اضافه عرضه نیروی انسانی متخصص در بعضی رشته‌ها و در نهایت اتلاف منابع مالی و انسانی را به وجود می‌آورد. در نتیجه توجه به کیفیت آموزش متناسب با تحولات، ضرورتی اساسی است که باید در مدیریت نظام آموزشی هر کشور به آن توجه شود.

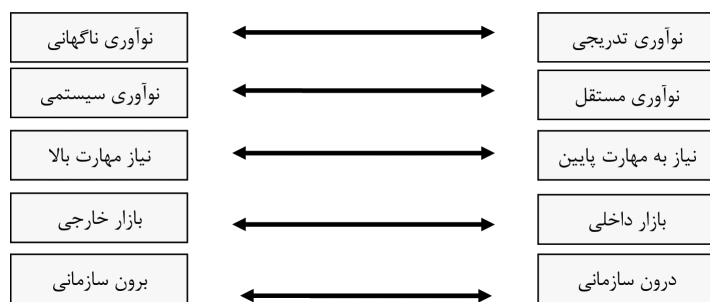
در رابطه با پدیده جهانی‌شدن و چالش‌هایی که برای آموزش عالی ایجاد شده است، دانشگاه‌ها می‌توانند با انتخاب سیستم‌ها، راهبردها و برنامه‌های آموزشی و پژوهشی مناسب از آثار و نتایج مثبت جهانی‌شدن استفاده برده و با تولید دانش و فناوری جدید و عرضه آن به جهان دانش و فناوری، نقش فعالی در این عرصه داشته باشند. موفقیت دانشگاه‌ها در ایفای وظایف و کاربردهای ملی و جهانی مستلزم تغییر و بهبود ساختارها، سیستم‌ها، فرایندها و شیوه‌های کلاسیک آموزش و پژوهش است. تغییر و بهبود کیفیت در دانشگاه‌ها همچون سازمان‌های دیگر با مسائل خاصی روبروست و باید شیوه‌های مناسبی برای برخورد با آن انتخاب نمود.

۳. وجوه جهانی‌سازی آموزش عالی

تطبیق ساختار سازمانی و کارکردهای مدیریتی برای عمل در جهت الزامات جهانی‌سازی آموزش عالی به وسیله تقابل مجموعه‌ای از مفاهیم دو وجهی تحلیل می‌شوند. این مفاهیم دوگانه که در شکل ۱ نشان داده شده‌اند، بهترین و مرتبط‌ترین مفاهیم برای تحلیل وجوه مختلف جهانی‌سازی آموزش عالی بوده و برای درک هر نوع جهانی‌سازی مفید هستند.

۱) نوآوری تدریجی در مقابل نوآوری ناگهانی و نوآوری مستقل در مقابل نوآوری سیستمی

طبیعت و تعریف عوامل تشکیل دهنده نوآوری و بحث پیرامون مؤلفه‌های آموزش عالی، تحلیل موضوعی مسئله را دشوار می‌کند. یک روش مفید برای تشخیص فعالیت‌های آموزش عالی به منظور تحلیل سازمانی چه از وجه نظری و چه از وجه کاربردی، تقسیم‌بندی نوآوری به تدریجی در



شکل ۱. محوره‌های جهانی‌سازی آموزش عالی

مقابل ناگهانی از یک سو و مستقل در مقابل سیستمی از سوی دیگر است.

نوآوری تدریجی شامل بهبود روش‌های موجود از طریق اصلاح کردن و تبدیل آن به روش‌های جذاب‌تر، مفیدتر و مؤثرتر است. در حالی که نوآوری ناگهانی، با یک شکست کیفی در روش‌ها ارزش بالایی را برای نوآور ایجاد نموده و یک انحصار موقتی برای سازمان به ارمغان می‌آورد. به بیان بهتر نوآوری ناگهانی به ایجاد یک روش جدید و اصیل منجر می‌شود. اما آنچه مسلم است، چه نوآوری به صورت تدریجی باشد و چه به صورت ناگهانی، دارای تأثیرات سازمانی مستقیم و غیرمستقیم بوده و تداخل مسائل دانشگاه را به عنوان یک سازمان به همراه دارد.

برای سازماندهی و آماده‌سازی منابع به صورت مؤثر جهت نوآوری، مدیریت ارشد سازمان باید در مورد ویژگی‌های نوآوری موردنظر به نتیجه برسد که آیا نوآوری مورد نظر ناگهانی است یا تدریجی و آیا از نوع مستقل است یا از نوع سیستمی و نیازمند یک سری نوآوری‌های مکمل است. تمایز بین نوآوری مستقل و نوآوری سیستمی به صورت اصولی است و در انتخاب طراحی سازمانی مربوطه می‌باشد. به عنوان مثال در جهانی‌سازی فعالیت‌های آموزش عالی، فعالیت‌هایی که رایج‌تر هستند به صورت قراردادهای دست دوم به بخش‌های خلاق وگذار می‌شوند و سایر مواردی که نیازمند خلاقیت بیشتر هستند، به شعب مکمل خارجی وگذار می‌شود. [۵] علاوه بر این می‌توان تفاوت‌های دیگری را در مورد این نوآوری‌ها بیان کرد. نوآوری سیستمی بیشتر از اینکه دارای طبیعت سازمانی باشد، اقتصادی‌تر است. تمایز دیگر بین نوآوری مستقل و نوآوری سیستمی به نوع ساختار

واحدهای ایجاد روش‌های جدید تحت تأثیر قرار گیرند.

۲) نیاز به مهارت پایین در مقابل نیاز به مهارت بالا

تخصص حرفه‌ای یا مهارت انسانی را می‌توان به صورت ارتباط و تعامل با سایر شغل‌ها جهت پیگیری یک هدف کاری منحصر به فرد تعریف نمود. این تخصص بیش از آنکه حاصل یادگیری بر اثر انجام دادن باشد، حاصل یادگیری بر اساس تعامل است. [۴] میزان توسعه تخصص نیروی انسانی می‌تواند با خلق ارزش بزرگتری تعمیق و افزایش پیدا کند. به عنوان مثال در بحث جهانی‌سازی، با حرکت در طول طیف از نوآوری تدریجی به نوآوری ناگهانی.

تخصص به معنای مرتبه‌ای از دارایی‌هاست که بتوانند بدون از دست‌دادن ارزش پربازده در کاربردهای متناوب و کاربران متناوب نقل و انتقال یابد. در مورد نیروی انسانی تخصص به مهارت‌هایی که طی انجام فرایندهای کاری، یادگیری و هماهنگی و حل مشکلات، جمع‌آوری می‌شود، اطلاق می‌گردد [۱۰، ۱۱]. افزایش تخصص شریطی را پدید می‌آورد که در آن

سازمانی و سازماندهی هر کدام بر می‌گردد. به عنوان مثال دانشگاه‌ها برای نوآوری مستقل نیازمند ساختار سازمانی غیر متمرکز و برای نوآوری سیستمی نیازمند ساختار متمرکز هستند. همچنین امر توسعه و بهبود جزئی در روش‌ها برای ایجاد نوآوری‌های تدریجی می‌تواند به مراکز تحقیقاتی برون سازمانی واگذار شود. حال آنکه تحقیقات اساسی برای ایجاد نوآوری ناگهانی توسط دفتر مرکزی دانشگاه در کشور اصلی انجام می‌شود. استفاده از نوآوری تدریجی و یا نوآوری ناگهانی بر مسائل سازمانی دیگری نیز همچون مدیریت منابع انسانی تأثیر می‌گذارد. به عنوان مثال تأثیر ساختار جامعه بر محرک‌های سازمانی برای نوآوری مسائلی مانند انتخاب سازمانی و بعد سازمانی در تهیه محرک‌های ساختاری سازگار با مقیاس نوآوری نقش دارند. [۶]

هنگامی که فعالیت‌های آموزشی به مناطق خارجی توسعه داده می‌شود، سازمان‌های مربوط روش‌هایی را برای انتقال نوآوری انتخاب می‌کنند که ضرورتاً توسط جهانی‌سازی پیاده‌سازی می‌شوند. طبیعت چند وجهی فعالیت‌ها و عرضه جهانی آموزش، الزام می‌کند که هر دو بخش دفاتر پشتیبانی و دفاتر تعاملی سازمان با

نهادینه کردن هماهنگی در یک سازمان نسبت به بازار ترجیح داده می‌شود.

در یکی از اولین مقالات پیرامون جهانی سازی خدمات، از طریق رویکرد مبتنی بر شغل بینشی کلیدی برای این پدیده ایجاد شده است [۲]. در این مقاله بیان شده که جهانی سازی خدمات به صورت افقی یا به وسیله شغل‌ها اتفاق می‌افتد. به بیان بهتر جهانی سازی خدمات به وسیله توافق بین شغل و خروجی یا محصول رخ می‌دهد، برخلاف جهانی سازی تولید که با تلفیق پیچیده‌ای از انواع مختلف نیروی کار و شغل‌های مختلف انجام می‌شود. پدیدار شدن امکانات فناوری، ایجاد شغل‌های بخصوص و ساختار سازی مجدد سازمانی برای شغل‌ها و مهارت‌ها را به همراه دارد. شغل‌های سنتی مجدداً تعریف می‌شوند، به عناصر تخصصی و غیرتخصصی تقسیم می‌شوند، کار اجرا می‌شود و سپس عناصر غیرتخصصی با یک طراحی جدید به مناطق ارزان تر واگذار می‌گردند. ترکیب مهارت‌های استاندارد و روزمره و مهارت‌های تخصصی آهنگ فرایند ساختار سازی مجدد را تعیین می‌کنند و همزمان با سایر محورهای جهانی سازی، آموزش عالی محدوده رقابتی سازمان را از طریق بکارگیری صحیح نیروی انسانی متخصص تعیین می‌کند.

۳) بازار داخلی در مقابل بازار خارجی و مسائل راهبردی بازار

بازار داخلی برای نیروی کار ماهر، بازار خارجی برای بازاریابی و فروش محصولات و خدمات نوآورانه سازمان، و راهبرد کسب و کار به صورت عمده‌ای در تحلیل جهانی سازی آموزش عالی نقش دارند. مسئله بازار داخلی یا بازارهای نیروی کار برای مشاغل ماهرانه آموزش عالی، جهت

شکوفایی جهانی سازی آموزش عالی حیاتی هستند. پیشرفت فناوری و تغییرات اقتصادی و سیاسی، باعث ایجاد بازار جهانی نیروی کار و نیروهای نوآور شامل اندیشمندان، مهندسان و سایر مشاغل مورد نیاز آموزش عالی شده است. علاوه بر قیمت و عرضه نیروی کار متخصص، تحرک و پویایی بازار کار، قوانین کار، توزیع جغرافیایی نیروی کار، آماده سازی نیروی کار و امنیت کلی دارایی‌های معنوی از موارد مهم در این زمینه هستند. ویژگی‌های بازار محلی نیروی کار پاسخ مناسبی را جهت توسعه کسب و کار و مدیریت منابع انسانی سازمان فراهم می‌نماید. مواردی مانند پاسخگویی به نیازهای دفاتر پشتیبانی و تعاملی، بازنگری و بکارگیری منابع انسانی در مناطق مختلف، ارزیابی نیروی انسانی و سایر هزینه‌ها و ایجاد برنامه‌های آموزشی مناسب از جمله این پاسخ‌ها هستند. ماندگاری دارایی دانایی به شکل نیروهای آموزش عالی چالش دیگری است، چون نیروی کار پویا، عظیم و تقسیم‌بندی شده می‌تواند دلیل بسیاری از جهانی سازی‌های آموزش عالی باشد.

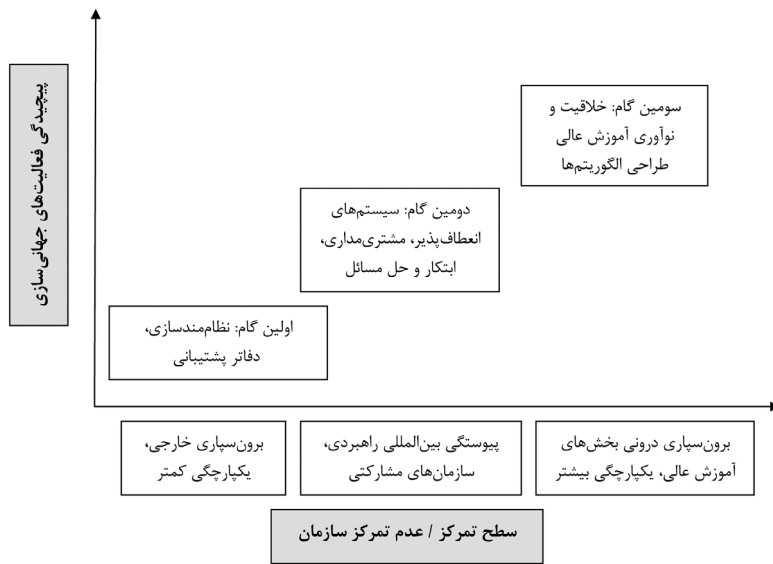
در مورد نوآوری ناگهانی و ایجاد روش‌های جدید و حتی در نوآوری تدریجی مسائلی چون ابعاد متفاوت بازارکار، تفکیک و یکپارچگی شرایط جامعه در مقابل جوامع کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته و نیز حساسیت‌های متقاضیان بر ساختار راهبرد دانشگاه مؤثر است. جهانی سازی نه تنها در ایجاد و ارائه روش‌ها، بلکه در سلیقه متقاضیان نیز وجود دارد و به شکل فراگیری تأثیر خود را نشان داده است. دانشگاه‌ها باید توانایی ایجاد تغییرات در ساختار، پشتیبانی، اقتصاد و منطقه جغرافیایی را در جهانی سازی خود داشته باشند تا بتوانند با تغییرات اقتصادی

جهان خود را هماهنگ نمایند. همزمان باید قابلیت تشخیص سریع سلیقه و خواسته جهانی متقاضیان را داشته باشند. همچنین راهبرد سازمانی نیازمند کسب آگاهی در مورد رشد نیازها، تنوع تقاضا، توسعه و گسترش فناوری و همینطور جذب متقاضیان با فراهم کردن ویژگی‌های مورد نظر آنها است. یکی از عوامل توانمندساز اینگونه توسعه‌ها گسترش دامنه تغییرات در روش‌ها است که انتخاب دشوار بین نوآوری ناگهانی و تدریجی را به همراه دارد.

بازار فناوری بر اساس شبکه انسانی یا تقاضای بیرونی که تأثیر خود را بر راهبرد کسب و کار و بازار کار باقی می‌گذارند، تعیین می‌شود و در نهایت بین دو گزینه رقابت و همکاری انتخاب صورت می‌گیرد. استفاده از استانداردهای فناوری باعث سهولت استفاده از فناوری بالقوه در ابعاد فردی و اجتماعی شده و محیط رقابتی را تغییر می‌دهد. راهبرد موفق سازمانی به دنبال ایجاد تفاوت‌های سازگار اما دارایی‌های مکمل است. یک مدیر اجرایی باید به صورت مؤثری دارایی‌های آموزش عالی و دارایی‌های تولید و بازاریابی را در کشورهای مختلف با منابع، هزینه، ساختار و بازار متفاوت هماهنگ و مدیریت کند.

۴) درون سازمانی در مقابل برون سازمانی

یکی از چالش‌های اولیه فراروی دانشگاه‌ها، برنامه‌ریزی انتقال فعالیت‌های آموزش عالی از مراکز پرهزینه به خارج است. آیا فعالیت‌های نوآورانه باید به بیرون از دانشگاه برون سپاری شوند یا اینکه در محدوده آن اجرا شوند. شکل ۲ میزان تقریبی سازگاری و هماهنگی در یکپارچگی / عدم یکپارچگی عمودی را در مقیاس جهانی متناسب با طبیعت فعالیت‌های خدماتی جهانی سازی شده



شکل ۲. پیچیدگی فعالیت‌ها و میزان تمرکز

نمایش می‌دهد. مراحل مختلف بیانگر ترتیب افزایش پیچیدگی و خدمات دارای ارزش افزوده بیشتر است. جهانی‌سازی دفاتر پشتیبانی و فرایندهای کسب و کار مانند سیستم‌های پرداخت، مراکز خدمات‌رسانی متقاضیان نسبتاً جدید هستند و نیاز به مهارت‌های انسانی، پشتیبانی و ساختار عملیاتی ساده‌تری دارند. بخش بزرگی از این فعالیت‌ها به عرضه‌کنندگان شخص ثالث سپرده می‌شود. این دانشگاه‌ها به صورت دائمی با هم همکاری داشته و همچون شرکت‌های مشارکتی بر مبنای پروژه با یکدیگر همکاری دارند. امکان بستن قرارداد و تعیین کلیه شرایط باعث می‌شود سازمان اصلی از صحت و امنیت اطلاعات منتقل شده کاملاً مطمئن شود. علاوه بر این مشارکت‌کنندگان از انجام فعالیت‌هایی که برای آنها اساسی و کلیدی نیست بی‌نیاز می‌شوند و فعالیت‌های اساسی بین آنها مشترک می‌شود. این فعالیت‌ها حذف نمی‌شوند، بلکه ذخیره می‌شوند. ذخیره‌سازی فعالیت‌های غیرکلیدی برای پایش و بازبینی دائم صورت می‌گیرد. شرکت‌های خارجی که وظیفه انجام فعالیت‌های آموزش عالی را برای دانشگاه‌های اصلی برعهده دارند، اکثراً در زیر چتر حمایتی دانشگاه اصلی قرار می‌گیرند.

یکی از مطالعات انجام شده بیان می‌کند که آموزش عالی مهمترین بخش برون‌سپاری درون‌سازمانی است. نیاز به فرایند نوآورانه و خلاقانه که با خروجی‌های نامشخص، بازگشت مخاطره‌آمیز و نتایج اتفاقی همراه است، الزام می‌کند که این فعالیت‌ها بهتر است به صورت درون سازمانی انجام شوند. [۲] همچنین برون‌سپاری فعالیت‌ها به دانشگاه‌های تحت حمایت دانشگاه اصلی به حفاظت رویه‌های

آموزشی، حفاظت از حقوق دارایی‌های فکری و کاهش نگرانی‌های ذی‌نفعان کمک می‌کند.

۴. نتیجه‌گیری

گسترش جهانی‌سازی فعالیت‌ها به ویژه جهانی‌سازی آموزش عالی چالش‌هایی را برای علم و تجربه مدیریت به همراه داشته است. مدیران خبره و دانشمندان علم مدیریت با مسائل تطبیق ساختار سازمانی، مدیریت و رویه‌های آموزش جهت جهانی‌سازی آموزش عالی مواجه هستند. گروهی از عوامل این چالش‌ها را منحصر به فرد می‌کند. یک سری ویژگی‌های کلیدی بر تحلیل تأثیر جهانی‌سازی بر ساختار سازمانی دانشگاه‌ها تأثیر دارند و عواملی چون جریان غیرقطعی خدمات نوآوری، عدم قطعیت در میزان نو بودن، امکان تفکیک خدمات سازمان، نیازمندی‌های مهارتی، مسائل هماهنگی و نظایر آن می‌توانند بر پتانسیل رقابتی و تجاری دانشگاه اثر بگذارند. در این مقاله به بررسی و تحلیل عوامل مؤثر بر ساختار سازمانی و مدیریتی ناشی از جهانی‌سازی آموزش عالی با استفاده از یک سری مفاهیم دو وجهی پرداخته شد.

الف) نوآوری تدریجی در مقابل نوآوری ناگهانی و نوآوری مستقل در مقابل نوآوری سیستمی

طبیعت نوآوری به گونه‌ای است که بر روی وظایف مدیریتی و راهبری فرایند اثر می‌گذارد. ساختار متمرکز برای نوآوری سیستمی و ساختارهای پراکنده و غیرمتمرکز برای نوآوری مستقل مناسب هستند. نوآوری ناگهانی رویکرد مناسب برای توسعه‌های ضروری برای بازار بالقوه است. دانشگاه‌های نوآور فعالیت‌های آموزش عالی را برای کاهش زمان پیشبرد روش‌های جدید برون‌سپاری نمی‌کنند. شناخت انواع نوآوری بر روی مدیریت منابع انسانی و راهبرد رقابتی کلی

- Institutions, Contracts and Organizations: Perspectives from New Institutional Economics, C. Ménard, ed., Edward Elgar, U.K., 2000, pp. 349-364.
5. H. Chesbrough and D.J. Teece, Organizing for innovation: When is virtual virtuous?, Harvard Business Review 1 (1996), 65-73.
 6. R. Gilbert, Market Structure and Innovation - What Do We Know? , Innovation Policy and the Economy Conference, NBER, April (2005). <http://www.nber.org/~confer/2005/IPES05/gilbert.pdf>
 7. F. Sen and A.H. Rubinstein, External Technology and In-House R&D's Facilitative Role, Journal of Product Innovation Management 2 (1989), 123-138.
 8. D.J. Teece, Competition, cooperation, and innovation: Organizational arrangements for regimes of rapid technological progress, Journal of Economic Behavior and Organization 1 (1992), 1-25.
 9. D.J. Teece, Capturing value from knowledge assets: The new economy, markets for know-how, and intangible assets, California Management Review 3 (1998), 55-80.
 10. O. Williamson, The Economics of Organization: The Transaction Cost Approach, American Journal of Sociology 3 (1981), 548-577.
 11. O. Williamson, Comparative Economic Organization: The Analysis of Discrete Structural Alternatives, Administrative Science Quarterly 36 (1991), 269-296.

د) درون سازمانی در مقابل برون سازمانی

ارتقاء زنجیره ارزش طی یک سری فعالیت‌های پیچیده شامل فعالیت‌های داخلی انجام می‌پذیرد. فعالیت‌های تکراری، روزمره و آسان‌تر به صورت جهانی‌سازی انجام می‌شوند و فعالیت‌های تحقیقاتی که نیازمند هماهنگی پیچیده بین نوآوران و محققان می‌باشد، زیر نظر ساختار مرکزی و به صورت درونی انجام می‌گردند. دستورات مدیریتی و یکپارچگی ساختاری برای مواقعی که دانشگاه با طبیعت غیرقطعی فعالیت‌های نوآورانه مواجه است، ساز و کار برتری برای محرک‌های بازار و هماهنگی هستند. همچنان که جهانی‌سازی توجه به هزینه در مقابل درآمد را در تفکر بسیاری از مدیران به وجود آورد، جهانی‌سازی آموزش عالی هر دو عامل حداقل کردن هزینه و حداکثر کردن سود را در نظر می‌گیرد. جهانی‌سازی در حال حرکت از یک هسته رقابتی محلی و کوچک به سوی رشته‌های از هسته‌های رقابتی آزاد در سراسر دنیا است.

منابع و مآخذ

1. A. Arora, Contracting for tacit knowledge: Kthe provision of technical services in technology licensing contracts, Journal of Development Economics 50 (2) (1996), 233-256.
2. A.D. Bardhan and C. Kroll, The New Wave of Outsourcing, Fisher Center for Real Estate & Urban Economics Research Report, October, 2003.
3. A.D. Bardhan and D.M. Jaffe, R&D, Innovation and Outsourcing, Fisher Center for Real Estate & Urban Economics Research Report, October, 2005.
4. D. Chabaud, Asset specificity, work organization and mode of command: First insights from the automotive industry, in:

دانشگاه تأثیر می‌گذارد. به عنوان مثال بعد سازمانی دانشگاه در گزینه انتخاب نوع نوآوری مؤثر است.

ب) نوآوری با مهارت پایین در مقابل نوآوری با مهارت بالا

تخصص نیروی انسانی با ساختار سازمانی و مسائل مدیریتی مرتبط است و با سایر محورهای جهانی‌سازی تعامل دارد. هر چه در طیف نوآوری از تدریجی به ناگهانی حرکت کنیم، مهارت نیروی کار مورد نیاز تخصصی‌تر می‌شود و هماهنگی و کنترل مؤثر بیشتر متمرکز، درونی و بوروکراتیک می‌گردد.

ج) بازارها و راهبرد بازار

بازار نیروی کار ماهر در کشور خارجی بسیاری از مسئولیت‌های سازمانی و مدیریتی سازمان را شکل می‌دهد. مدیران باید امنیت دارایی‌های معنوی را در بازار سیال نیروی کار ارزیابی کنند. همچنین هزینه‌ها و تقاضای مرتبط به نیروی کار در دفتر مرکزی و مناطق آموزش عالی را در نظر بگیرند و محرک‌ها و راهبردهای ماندگار مناسبی را اتخاذ کنند. همزمان با جهانی‌سازی آموزش عالی، سازمان‌ها دانش ارزشمندی را برای آینده سازمان کسب می‌کنند، همین‌طور سازگاری بین بازار ورودی و خروجی در راهبرد خارجی جهانی‌سازی آموزش عالی می‌تواند به صورت همزمان در تلاش برای انجام فعالیت‌های آموزش عالی در کشور اصلی و تحقیق و طراحی در کشور میزبان صورت گیرد. همچنین راهبردی سازمان به دنبال ایجاد هماهنگی بین دارایی‌های مکمل مانند آموزش عالی و بازاریابی در کشورها و بازارهای مختلف می‌باشد.