

تحلیل استراتژیک آینده پژوهی آموزش مجازی در توسعه کارآفرینی با رویکرد ترکیبی SWOT آرزو رحیم زاده ینگه قلعه^۱، کیومرث نیاز آذری^۲، نگین جباری^۳

چکیده

هدف از اجرای پژوهش، تحلیل استراتژیک آینده پژوهی آموزش مجازی در توسعه کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشور بود. روش پژوهش توصیفی-تحلیلی و شیوه اجرای آن پیمایشی و نوع تحقیق کاربردی بود. نمونه آماری ۱۸ نفر از خبرگان، صاحبان نظران، روسای دانشگاه و نخبگان جامعه علمی و متخصصان دانشگاه که با روش نمونه گیری گلوله برفی انتخاب شدند. سپس به منظور تحلیل استراتژیک مدل آموزش مجازی در توسعه کارآفرینی داده‌ها و یافته‌های موردنیاز از طریق پرسشنامه گردآوری شد که این پرسشنامه‌ها با استفاده از نظرات استادان و خبرگان آموزش عالی (به صورت کیفی) و با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای به صورت محقق ساخته به دست آمد. در بخش تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل SWOT استفاده شد. تحلیل SWOT نشان داد که از نظر خبرگان و کارشناسان، جایگاه ویژه ارائه خدمات علمی و تخصصی موردنیاز جامعه با ضریب اهمیت ۰/۱۰۰۸ به عنوان مهم‌ترین نقطه قوت و بودجه کم اختصاص داده شده به پژوهش با ضریب اهمیت ۰/۲۱۲۷ از مهم‌ترین نقاط ضعف به دست آمده است؛ شناسایی و تقویت استعدادها و ظرفیت‌ها با ضریب اهمیت ۰/۱۰۶۸ به عنوان مهم‌ترین فرصت و دانشگاه‌های رقیب با ضریب اهمیت ۰/۱۵۲۵ به عنوان مهم‌ترین تهدید به دست آمد. ماتریس مقایسه‌ای عوامل داخلی و خارجی نیز نشان داد که استراتژی استخراجی، رشد و ساخت می‌باشد.

کلید واژه‌ها: آینده پژوهی، آموزش مجازی، توسعه کارآفرینی.

پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۱۱/۰۱

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۷/۰۷

۱ - دانشجوی دوره دکتری مدیریت آموزشی، گروه مدیریت، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران
Arezoorahimzadh@yahoo.com

۲ - استاد گروه مدیریت آموزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران (نویسنده مسئول)
K.niazazri@gmail.com

۳ - دکترای مدیریت آموزشی، دانشیار گروه مدیریت آموزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران
neginjabbary@gmail.com

مقدمه

نظام‌های آموزشی هر کشوری از جمله نظام آموزش عالی، برای تحقق شایسته اهداف خود باید بتواند ضمن شناسایی تحولات و برنامه ریزی برای مواجهه با آن‌ها، دانشجویان را نیز به دانش و مهارت‌هایی مجهز سازد؛ وظیفه نظام آموزشی، آماده‌سازی دانشجویان برای نیازها، چالش‌ها و تقاضاهای آینده است (نیاز آذری، ۱۳۹۷). در جامعه‌ی سراسر رقابت یکی از دلایل ماندگاری هر ارگانیسم، توانایی خلق و تولید دانش است. امروزه رویکرد جهانی در آموزش از حفظ مطالب و انباشته کردن آنها در حافظه گذشته است چرا که اعتقاد بر این است که این نوع از علم آموزشی نمی‌تواند آینده محتمل را مورد پیش‌بینی قرار دهد. آماده‌سازی یادگیرندگان جهت حل مسئله و کشف مجهولات از مهمترین نقشهایی است که بر عهده‌ی مراکز آموزشی و دانشگاه‌ها گذاشته شده است. آموزش عالی در گذر از فعالیت‌های سنتی گذشته و در حرکت به سوی جهانی شدن، درگیر مفاهیم جدیدی در حوزه‌ی تدریس و آموزش گردیده است. یکی از چالش‌های روبروی آموزش عالی توجه به رشد توانایی آینده‌پژوهی یادگیرندگان است. هدف بیشتر در این نوع از آموزش، توانایی پیش‌بینی آینده‌ی نامعلوم و آماده‌سازی یادگیرندگان برای نقش‌های احتمالی در بزرگسالی است. به اعتقاد اوجالا (۲۰۱۵) زمانی که یادگیرنده بتواند به آینده‌ی نامعلوم فکر کند می‌تواند با اعتماد به نفس بیشتری به آینده وارد شود. فعالیت‌های آینده‌پژوهی می‌تواند فرصتی را برای یادگیرندگان فراهم سازد که آنان را از مصرف‌کننده‌ی صرف دانش به تولیدکننده‌ی دانش تبدیل نماید (گاگین^۱، ۲۰۱۲). اکوسیستم اجتماعی دانشگاه‌ها بسیار پیچیده است و هر دانشگاهی باید استراتژی مناسب خود را انتخاب کند تا افراد، اقدامات و ابزارها در راستای تحقق آن باشند. به همین دلیل، هر دانشگاه باید الگوی خود را با شناسایی اجزای مناسب براساس پیشینه، فرهنگ، محیط حاکم افزایش تعداد فارغ‌التحصیلان بر آن و ماهیت دانشگاه‌ها به دست آورد (والپه^۲، ۲۰۱۸). به نظر می‌رسد فناوری در جهت توسعه کارآفرینی مؤثر باشد و باعث بالا رفتن آن می‌شود. یکی از راه‌های تقویت کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکارهای نوین و خلاق استفاده از فناوری اطلاعات و فناوری‌های نوین می‌باشد. فناوری اطلاعات با تعادل اطلاعات و خدمات و محصولات و پول همچنین ایجاد فرصت‌های شغلی تأثیرگذار بوده و افراد را قادر

^۱ - Goggin

^۲ - Volpe

می‌سازد اطلاعات موردنیاز خود را در کمترین زمان کسب یا به اشتراک بگذارند و با در اختیار گذاشتن ابزارهای جدید به افراد سبب کارآفرینی و خلاقیت در کسب و کار می‌گردد. کسب اطلاعات در زمینه فناوری اطلاعات در دانشگاه‌ها در جهت کارآفرینی و پرورش افراد خلاق و در زمان حال و آینده جزو ضروریات محسوب می‌شود (رجایی و همکاران، ۱۳۹۶). بی‌شک یکی از راه‌های توسعه کارآفرینی، آموزش مجازی و استفاده از فناوری اطلاعات و تکنولوژی‌های نوین است؛ اما متأسفانه به دلیل فقدان نظامی جامع در آموزش مجازی و ضعف‌های زیادی که در حوزه مسائل سازمانی مشاهده می‌شود، اهمیت و ضرورت برنامه‌ریزی و تجدید ساختار، ضروری است و برای اصلاح عملکرد نظام‌های آموزشی، امکان تغییر قوانین را به‌منظور پاسخگویی به چالش‌ها و نیازهای جدید افراد به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای افزایش داده است (کریمیان و فرخی، ۱۳۹۷). کارآفرینی برای موفقیت آتی کشور لازم است. بنابراین دانشگاه‌ها و سایر موسسات آموزشی باید با شیوه‌های مناسب، دانشجویان را در محیط‌هایی قرار دهند که موجب رشد و پرورش ذهنیت کارآفرینانه در آن‌ها شود. زیرا کارایی برنامه‌های کارآفرینی، عامل اساسی در پرورش هرچه بیشتر کارآفرینان جوان در آینده است (رحیم و عثمان^۱، ۲۰۱۶). گستردگی کارکرد کارآفرینی در حوزه‌های متعدد علمی و اجتماعی منجر به ظهور نظریه پردازان و شکل‌گیری تئوریها و نظریات اقتصادی، رفتاری، مدیریتی، اجتماعی و اخیراً تئوریهای آموزشی در ارتباط با بحث آموزش مجازی و ایده‌هایی برای به بحث کشیدن آموزش سنتی با عنوان رویکرد آموزش مجازی گردیده است (هونگ^۲، ۲۰۱۲). از آنجا که در دانشگاه‌های ایران به آینده پژوهی آموزش مجازی در توسعه کارآفرینی کمتر پرداخته شده است و با توجه به رسالت جدید آموزش عالی در سراسر جهان، انتظار می‌رود تا با شناسایی و تبیین عوامل موثر گام‌های اثر بخشی برداشته شود. در این پژوهش تلاش می‌شود تا به ساخت و اعتباربخشی آینده پژوهی آموزش مجازی در توسعه کارآفرینی پرداخته شود.

آینده پژوهی روشی برخاسته از پیش‌بینی است که در طول سال‌های مختلف گسترش یافته و با دیگر حوزه‌ها از جمله برنامه‌ریزی استراتژیک و سیاست‌گذاری پیوند خورده است. به این ترتیب آینده پژوهی تبدیل به یک ابزار گشته است و این ابزار در خدمت خواسته‌های متفاوتی

^۱ - Rahim& Usman

^۲ -Hong

به کار گرفته شده است. (تبرایی و همکاران، ۱۳۹۴:۷). آموزش مجازی نیز بهره‌گیری از فناوری ارتباطات و اطلاعات با هدف ایجاد تسهیل در فرایند آموزش و رفع محدودیتها و نقاط ضعف آموزش سنتی در جهت ارتقاء سطح کمی و کیفی آن است. در محیط آموزشی الکترونیکی ارائه محتوا به صورت متن، صدا، تصویر، فیلم، پویانمایی و شبیه‌سازها با رسانه‌های الکترونیکی لوح نوری، چندرسانه‌ای، اینترنت یا اینترنت، ویدئو کنفرانس، سیستم ماهواره‌ای و تلویزیون تعاملی صورت می‌گیرد. به طور کلی هدف از آموزش مجازی برگزاری و مدیریت صحیح مراحل آموزش، بررسی و کنترل کمی و کیفی دوره‌ها، صرفه‌جویی در زمان و هزینه، حذف محدودیت زمانی و مکانی، به اشتراک گذاشتن داده‌ها، دانشجو محور شدن فرایند آموزش و استفاده مجدد از محتوای آموزشی است (غضنفری و باده، ۱۳۹۷). در آموزش عالی، آموزش مجازی به طور فزاینده‌ای در حال تاثیرگذاری؛ به ویژه بصورت یادگیری تلفیقی است بنابراین این نوع جدید آموزش و یادگیری می‌تواند به روشهای مختلف مورد استفاده قرار گیرد (نورتوینگ^۱، ۲۰۱۸). آموزش مجازی، روشی جدید در آموزش است که با فراهم کردن وبسایتهای اینترنتی و استفاده از نرم‌افزارهای اجتماعی، دانشگاهها را به یک محیط مجازی و الکترونیکی جهت تبادل اطلاعات تبدیل کرده است و نیز یادگیری را از شیوه سنتی به الکترونیکی سوق داده به طوریکه نقش آموزشی آن بیش از پیش در این محیط نمایان است (موسی‌خانی و عزیز، ۱۳۹۷).

از طرف دیگر، امروزه دانشگاهها به انجام فعالیتهای کارآفرینانه روی آورده‌اند. توزیع آموزش، محدودیت و کاهش بودجه دولتی، رقابت جهانی و تقاضاهای متغیر اقتصاد دانش محور موجب شده است، مؤسسات آموزش عالی بیشتر به توسعه اقتصادی و انجام فعالیت‌های کارآفرینانه توجه داشته باشند. اما انجام فعالیتهای کارآفرینانه به صورت خودجوش، دانشگاه را تبدیل به دانشگاه کارآفرین نمی‌کند. تنها زمانی می‌توان گفت دانشگاه کارآفرین است که فعالیت‌های کارآفرینی، ارزشی را به آموزش و تحقیقات و برعکس آن بیفزاید (سام و سید^۲، ۲۰۱۴:۹۰۲). کارآفرین باید به ایجاد موقعیت مناسب در بین دانشگاهیان و همچنین بازار آموزشی و علمی علاقمند باشد. علاوه بر این، دانشگاه فراتر از دست‌یابی به ماموریت اجتماعی باید قدرت اقتصادیش را با استفاده از منابع و ملاحظات بیرونی تقویت کند. ویژگی مهم دانشگاه کارآفرین،

^۱ -Nortvig

^۲ - Sam & Sijde

دارا بودن نظام مناسبی از روابط با محیط اجتماعی و اقتصادی جامعه است. محیط دانشگاه شامل افراد، گروه‌ها، سایر دانشگاه‌ها، مؤسسات اجتماعی، مؤسسات اجرایی و بازارهایی است که انواع پیوندها را با مؤسسات آموزش عالی دارند. بخش مهمی از محیط دانشگاه ذی نفعان آن هستند؛ افراد و موسساتی که در قبال عملکرد خوب دانشگاه منافعی را کسب می‌کنند. برای شکل‌گیری روابط مطلوب بین مؤسسات آموزش عالی و سایرین، شناسایی این ذینفعان ضروری است (اولارنیک و پلوتا اولارنیک^۱، ۲۰۱۵: ۱۱۷). توجه به مأموریت جدید آموزش عالی یعنی توجه به توسعه کارآفرینی و دستاوردهای آموزشی و پژوهشی امری مهم به نظر می‌رسد. دستیابی به چشم‌انداز جدید آموزش عالی با محور توسعه کارآفرینی نیازمند توجه آموزش عالی به کشف و جستجوی ایده‌ها و نوآوری در ارائه آموزش مجازی است. آنچه اهمیت دارد ضرورت آموزش مجازی در دانشگاه‌های کشور نیست، بلکه چگونگی و کیفیت این آموزش‌ها، نحوه برگزاری و گسترش آن است که توجه بسیاری را به خود معطوف کرده است و سبب بحث‌ها و مذاکرات گسترده‌ای شده است (شامیری و همکاران، ۱۳۹۸).

اشرفی و نجفی هزار جرینی (۱۳۹۹)، پژوهشی تحت عنوان واکاوی شایستگی‌های کارآفرینان آموزشی انجام دادند. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که نشانگرهای شایستگی‌های کارآفرینان آموزشی در قالب ابعاد و مؤلفه‌هایی ۱- شایستگی‌های اجرایی (مهارت‌های مدیریتی، مهارت‌های اقتصادی و مهارت دیجیتال) ۲- شایستگی کارآفرینی ۳- شایستگی‌های علمی (دانش حرفه‌ای، دانش عمومی، دانش درباره آموزش و پرورش، دانش درباره بازار کار) ۴- شایستگی حرفه‌ای (مهارت رشد و توسعه حرفه‌ای، مهارت ارتباطی، اخلاق حرفه‌ای) ۵- شایستگی‌های فردی (ویژگی‌های شخصیتی، شایستگی نگرشی، شایستگی فکری) تبیین و دسته‌بندی شدند. مقیمی و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهشی تحت عنوان ارائه الگوی آموزش مهارت محور برای توسعه کارآفرینی رسانه‌ای به این نتایج دست یافتند که مهم‌ترین نگرانی مصاحبه‌شوندگان، نداشتن مهارت در افراد است. از این رو کسب مهارت، با مقولات اصلی منابع مالی، انسانی، آموزشی، مرکز آموزش، سازمان و خانواده، به عنوان مقوله محوری پژوهش تعیین شد. شامیری و مرادی (۱۳۹۸)، در پژوهشی تحت عنوان نقش آموزش‌های مجازی و حاکمیت فن‌آوری اطلاعات در شایسته

^۱ - Olearnik & Pluta-Olearnik

سالاری مدیران دانشگاه آزاد اسلامی استان خوزستان به این نتیجه رسیدند که؛ آموزشهای مجازی و حاکمیت فناوری اطلاعات با شایستگی مدیران دانشگاه های آزاد اسلامی شمال استان خوزستان رابطه مثبت و معنادار دارد. ناد علی و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهش تبیین شرایط زمینه ای در راستای توسعه کار آفرینی اجتماعی در دانشگاه ها و موسسات آموزش عالی به این نتایج دست یافتند که عواملی مانند استعدادها بالقوه با زیر مقوله های صلاح یتهای شخصی و صلاحیتهای گروهی، خط مشی های عمومی با زیر مقوله های رسمی سازی و رویه های کار آفرینی و سرمایه گذاری مادی و معنوی با زیر مقوله های سرمایه اجتماعی و سرمایه های مالی به عنوان زمینه ای توسعه کار آفرینی اجتماعی در آموزش عالی شناسایی شدند و در نهایت، مولفه ها و عناصر شناسایی شده جهت کاربرد در الگوی نهایی توسعه کار آفرینی اجتماعی بکار برده شد. قائم مقامی تبریزی و همکاران (۱۳۹۷)، در پژوهشی تحت عنوان عوامل موثر بر آموزش مجازی دانشگاهی در ایران انجام شد. تحلیل داده ها براساس نظریه داده بنیاد پس از انجام کدگذاری در سه مرحله باز، محوری و انتخابی، مبین ۳۰ نشان موثر برای الگوی آموزش مجازی دانشگاهی در ایران بود. این نشان ها در ۷ مفهوم ارتباطات، اعتمادسازی، بومی سازی دانش، بینش، تعهد منابع انسانی، فرهنگ، فناوری شناسایی و سطح بندی شدند که می توانند در طراحی و توسعه مراکز آموزش مجازی و همچنین اجرای برنامه های آن موثر باشند.

آگو ایگو و همکاران^۱ (۲۰۱۹)، در پژوهشی تحت عنوان «به سمت آموزش کار آفرینی و آینده ی نیروی کار» به این نتایج دست یافتند که؛ شناخت و یادگیری شناختی، نوآوری در آموزش تعلیم و تربیت، تغییر در تفکر، تغییر نگرش، یادگیری اجتماعی و تغییر در عمل در آموزش کار آفرینی و نیروی کار موثر می باشد. اوان و کاترین^۲ (۲۰۱۹)، در پژوهشی با عنوان «محرک های نوآوری و سودآوری برای کار آفرینی اجتماعی: یک تجزیه و تحلیل مجموعه فازی» نشان دادند که روابط نامتقارن بین SEI و نگرش اجتماعی، نگرش نوآوری، کار آفرینی و خود کارآمدی است در حالی که انگیزه سود ممکن است برای SEI بالا یا پایین باشد. آگو و آنوگازی^۳ (۲۰۱۸)، در پژوهشی با عنوان «اثرات محیطهای بازاریابی بین المللی بر توسعه کار آفرینی» نشان دادند که؛ عوامل محیطی

^۱ - Agu Igwe et al

^۲ - Evan & Catherine

^۳ - Agwu & Onwuegbuzie

و دیگر عوامل انسانی تأثیر قابل توجهی بر معاملات تجاری دارند. علاوه بر این، سیستم‌های سیاسی و مقررات دولتی در ارتباطات تجاری با موفقیت‌های کارآفرینی در حوزه‌های بین‌المللی بسیار مؤثر است. راتن^۱ (۲۰۱۷)، در پژوهش خود با عنوان *دانشگاه کارآفرین: نقش جوامع، افراد و مکان‌ها* با اشاره به نقش جوامع، مردم و مکان‌های دانشگاه‌های کارآفرین می‌گوید: دانشگاه‌های کارآفرین نیاز دارند تا مردم را بر حسب اینکه آنها چگونه با یادگیری، آموزش و تدریس در مورد ایده‌های جدید و شیوه‌های کسب و کار ارتباط دارند، مد نظر قرار دهند. در اقتصاد جهانی به طور فزاینده‌ای این موضوع مهم است که دانشگاه‌ها به عنوان هدایت‌کنندگان جامعه کارآفرینی دیده شوند که به مردم محل در مرکز جوامع آموزشی کمک می‌کنند. ماس و جونز^۲ (۲۰۱۷)، در پژوهش خود با عنوان *انعکاس نقش دانشگاه‌ها در آموزش کارآفرینی* با اشاره به عناصر مهم و حیاتی در آموزش کارآفرینی برای حمایت از تحول در توسعه اجتماعی-اقتصادی می‌گویند: آموزش کارآفرینی باید بر بهبود توانایی‌های رهبران تمرکز کند تا کمک قابل توجهی به رشد اقتصادی-اجتماعی بکند. تمرکز خاص باید بر روی بهبود توانایی‌های کلی نگری و اکتشافی آنها، بهبود توانایی‌هایشان برای ایجاد نوآوری که بتواند به عنوان مبنایی برای توسعه بیشتر عمل کند، یادگیری هر دانشی برای به دست آوردن و سهم کردن مبنای پیوسته که پیشگام توسعه اقتصادی باشد و همچنین یادگیری نحوه حمایت از دیگران در اکوسیستم کارآفرینی برای دستیابی به این اهداف تحولی.

سوال تحقیق

تحلیل استراتژیک مناسب آموزش مجازی جهت توسعه کارآفرینی دانشگاه‌ها در آینده چیست؟

روش تحقیق

روش تحقیق حاضر توصیفی-تحلیلی از نوع کاربردی بود که به صورت پیمایشی و در حیطه مطالعات استراتژیک انجام شد. روش پژوهش، اکتشافی آمیخته (کیفی-کمی) می‌باشد. مصاحبه‌های عمیق و نیمه ساختاریافته با خبرگان، صاحبان نظران، روسای دانشگاه و نخبگان جامعه علمی و متخصصان دانشگاه که روش نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شده‌اند، صورت پذیرفته است. این فرایند تا رسیدن به مرحله اشباع نظری و ۱۸ نفر انجام شده است. سپس به منظور تحلیل

^۱ - Ratten

^۲ - Maas & Jones

استراتژیک مدل آموزش مجازی در توسعه کارآفرینی داده‌ها و یافته‌های موردنیاز از طریق پرسشنامه گردآوری شد که این پرسشنامه‌ها با استفاده از نظرات استادان و خبرگان آموزش عالی (به صورت کیفی) و با استفاده از ادبیات پیشینه (مطالعات کتابخانه‌ای) به صورت محقق ساخته به دست آمد.

برای تجزیه و تحلیل اطلاعات و تدوین راهبردها و استراتژی‌ها از تکنیک SWOT بهره گرفته شده است. با توجه به مناسب بودن SWOT برای تحلیل محیط‌های درونی و بیرونی و از آنجاکه این روش برای موقعیت تصمیم‌گیری سیستماتیک و راهبردی و بهترین راهبرد را برای بهبود وضع موجود ارائه می‌دهد در این بخش از تحقیق استفاده شد. روش SWOT یک ابزار برنامه‌ریزی استراتژیک است که (نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات) نتیجه مستقیم دانشکده تجاری هاروارد است. این تکنیک، تحلیل بسیار مفیدی برای تحلیل موقعیت جاری و اتخاذ تصمیمات، ارزیابی پیامدها و گزینه‌ها برای انتخاب می‌باشد و نه فقط چشم‌انداز کنونی بلکه فرصت‌ها و تهدیدات آتی را نیز ملحوظ می‌دارد (حیدری و همکاران، ۱۳۹۴)؛ بنابراین، به علت فراهم آمدن تحلیل مناسب از قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها به منظور فراهم کردن سازوکارهای مقابله با ضعف‌ها و تهدیدها. همچنین، تدوین راهبرد مناسب توسعه آموزش مجازی در راستای بهبود کارآفرینی در افق بلندمدت، تحلیل SWOT استفاده شد.

یافته‌ها

به منظور شناسایی نقاط ضعف، قوت، تهدید و فرصت از نظر خبرگان استفاده شده است که در ذیل به آن اشاره گردیده است. جدول (۱) نقاط قوت، فرصت، تهدید و فرصت را نشان می‌دهد.

جدول ۱. نقاط قوت، فرصت، تهدید و فرصت

Opportunities فرصت‌ها		Strengths نقاط قوت	
شناسایی و تقویت استعدادها و ظرفیت‌ها	۱.	ترویج و گسترش فرهنگ، دانش و مهارت کارآفرینی	۱.
فراهم کردن زمینه پرورش ایده‌ها و خلاقیت‌ها	۲.	گسترش تحقیقات تفصیلی در خصوص کارآفرینان	۲.
اعطای تخفیفات ویژه جهت حمایت از کارآفرینان	۳.	جایگاه ویژه ارائه خدمات علمی و تخصص موردنیاز جامعه	۳.
بازسازی آتی ساختار سنتی دانشگاه	۴.	در ابعاد و ارکان دانشگاه تغییر و بازآفرینی	۴.
کشف فرصت تحریک و پرورش انگیزه‌ها	۵.	شناخته شدن مؤلفه‌های دانشگاه کارآفرین	۵.
وجود رفتار کارآفرینی در دانشجویان و اساتید	۶.	داشتن مدیران کارآمد و توانمند	۶.
وجود فرهنگ همکاری صنعتی	۷.	شایسته‌سالاری در دانشگاه	۷.
وجود همکاری اجتماعی، بین‌المللی، تحقیقاتی	۸.	مدیریت حرفه‌ای در سطوح عالی دانشگاه	۸.
فرهنگ انعطاف‌پذیری در جامعه	۹.	فروش خدمات آموزشی و پژوهشی دانشگاه	۹.
برگزاری همایش‌های تخصصی با موضوع آموزش کارآفرینی	۱۰.	طراحی مناسب نظام جذب اعضای هیئت علمی	۱۰.
Threats تهدیدها		Weaknesses نقاط ضعف	
دانشگاه‌های رقیب	۱.	بودجه کم اختصاص داده شده به پژوهش	۱.
بالا بودن قابلیت روبرویی با وقایع پیش‌بینی نشده در سایر دانشگاه‌ها	۲.	درآمد کم حاصل از شهریه	۲.
خودمختاری مراکز تحقیقاتی و پارک‌های علمی	۳.	درآمد کم حاصل از کمک‌های دولتی	۳.
رقابتی بودن محیط دانشگاه	۴.	کمبود سخت‌افزار و مشکلات تأمین پهنای باند	۴.
وجود رشته‌های تحصیلی بین‌رشته‌ای	۵.	برنامه‌های تمرکزگرایی در دانشگاه	۵.
طرح‌های تحقیقاتی تجاری‌سازی شده در محیط غیر آکادمیک	۶.	کمبود تجهیزات مرکز آموزش مهارت‌ها	۶.
تمایل اساتید به آموزش حضوری	۷.	فقدان آیین‌نامه اعتباربخشی آموزش مجازی	۷.

طبق جدول فوق، ۱۰ نقطه قوت، ۱۰ نقطه فرصت، ۷ نقطه ضعف و ۷ نقطه تهدید به دست آمده است. در ادامه، بعد از شناسایی نقاط قوت، فرصت، تهدید و ضعف، نتایج با استفاده از پرسشنامه دوم که در آن عوامل به شکل طیف لیکرت ۱ کمترین امتیاز و ۵ بیشترین امتیاز (رتبه بندی شده بود، اهمیت هر یک از عوامل در تحلیل آینده پژوهی آموزش مجازی در توسعه کارآفرینی مورد ارزیابی قرار گرفت و بعد مجموع امتیازها، میانگین امتیازها، رتبه هر عامل به دست آمد. ضریب هر عامل بین صفر تا یک می باشد. در ماتریس سوات، نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید هر پروژه بایستی مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد؛ که اطلاعات به دست آمده این امکان را به محقق می دهد که درباره اجرا یا عدم اجرای فعالیت ها و واقعیت های پروژه یا سرمایه گذاری، تصمیم گیری با عقلانیت صورت پذیرد.

لازم به ذکر است که تکنیک استفاده شده در این بخش برای به دست آوردن ضریب اهمیت، آنتروپی شانون می باشد. جدول (۲) نقاط قوت آینده پژوهی آموزش مجازی در توسعه کارآفرینی را به همراه مجموع امتیازها و میانگین آن ها نشان می دهد.

جدول ۲. نقاط قوت به همراه مجموع امتیازها و میانگین امتیازها

ردیف	تحلیل نقاط قوت	مجموع امتیازها	میانگین امتیازها
S1	ترویج و گسترش فرهنگ، دانش و مهارت کارآفرینی	۵۰	۵,۰۰۰
S2	گسترش تحقیقات تفصیلی در خصوص کارآفرینان	۳۶	۳,۶۰۰
S3	جایگاه ویژه ارائه خدمات علمی و تخصص مورد نیاز جامعه	۲۸	۲,۸۰۰
S4	در ابعاد و ارکان دانشگاه تغییر و بازآفرینی	۳۵	۳,۵۰۰
S5	شناخته شدن مؤلفه های دانشگاه کارآفرین	۳۶	۳,۶۰۰
S6	داشتن مدیران کارآمد و توانمند	۳۷	۳,۷۰۰
S7	شایسته سالاری در دانشگاه	۳۷	۳,۷۰۰
S8	مدیریت حرفه ای در سطوح عالی دانشگاه	۳۵	۳,۵۰۰
S9	فروش خدمات آموزشی و پژوهشی دانشگاه	۴۵	۴,۵۰۰
S10	طراحی مناسب نظام جذب اعضای هیئت علمی	۴۸	۴,۸۰۰

همان طور که در جدول فوق نشان داده شده است، ترویج و گسترش فرهنگ، دانش و مهارت کارآفرینی، شناخته شدن مؤلفه های دانشگاه کارآفرین و شایسته سالاری در دانشگاه از بیشترین

میانگین برخوردار هستند. جدول (۳) نقاط ضعف به همراه مجموع امتیازها و میانگین امتیازها را نشان می‌دهد.

جدول ۳. نقاط ضعف به همراه مجموع امتیازها و میانگین امتیازها

ردیف	نقاط ضعف	مجموع امتیازها	میانگین امتیازها
W1	بودجه کم اختصاص داده شده به پژوهش	۵۰	۵,۰۰۰
W 2	درآمد کم حاصل از شهریه	۴۶	۴,۶۰۰
W 3	درآمد کم حاصل از کمک‌های دولتی	۴۴	۴,۴۰۰
W 4	کمبود سخت‌افزار و مشکلات تأمین پهنای باند	۴۱	۴,۱۰۰
W 5	برنامه‌های تمرکزگرایی در دانشگاه	۴۹	۴,۹۰۰
W6	کمبود تجهیزات مرکز آموزش مهارت‌ها	۴۷	۴,۷۰۰
W7	فقدان آیین‌نامه اعتباربخشی آموزش مجازی	۴۱	۴,۱۰۰

جدول فوق نشان می‌دهد که بودجه کم اختصاص داده شده به پژوهش میانگین بیشتری در نقاط ضعف نسبت بقیه دارد. جدول (۴) نقاط فرصت را به همراه مجموع امتیازها و میانگین آن‌ها نشان می‌دهد.

جدول ۴. نقاط فرصت به همراه مجموع امتیازها و میانگین امتیازها

ردیف	تحلیل فرصت‌ها	مجموع امتیازها	میانگین امتیازها
O1	شناسایی و تقویت استعدادها و ظرفیت‌ها	۳۰	۳,۰۰۰
O2	فراهم کردن زمینه پرورش ایده‌ها و خلاقیت‌ها	۵۰	۵,۰۰۰
O3	اعطای تخفیفات ویژه جهت حمایت از کارآفرینان	۴۲	۴,۲۰۰
O4	بازسازی آتی ساختار سنتی دانشگاه	۴۳	۴,۳۰۰
O5	کشف فرصت تحریک و پرورش انگیزه‌ها	۴۰	۴,۰۰۰
O6	وجود رفتار کارآفرینی در دانشجویان و اساتید	۴۹	۴,۹۰۰
O7	وجود فرهنگ همکاری صنعتی	۴۸	۴,۸۰۰
O8	وجود همکاری اجتماعی، بین‌المللی، تحقیقاتی	۴۰	۴,۰۰۰
O9	فرهنگ انعطاف‌پذیری در جامعه	۳۳	۳,۳۰۰
O10	برگزاری همایش‌های تخصصی با موضوع توسعه آموزش کارآفرینی	۴۶	۴,۶۰۰

همان‌طور که در جدول فوق نشان داده شده است فراهم کردن زمینه پرورش ایده‌ها و خلاقیت‌ها به‌عنوان بیشترین میانگین به‌دست آمده است. در ادامه جدول (۵) نقاط تهدید را نشان می‌دهد.

جدول ۵. نقاط تهدید به همراه مجموع امتیازها و میانگین امتیازها

ردیف	نقاط تهدید	مجموع امتیازها	میانگین امتیازها
T1	دانشگاه‌های رقیب	۴۶	۴,۶۰۰
T2	بالا بودن قابلیت رویارویی با وقایع پیش‌بینی نشده در سایر دانشگاه‌ها	۴۹	۴,۹۰۰
T3	خودمختاری مراکز تحقیقاتی و پارک‌های علمی	۴۶	۴,۶۰۰
T4	رقابتی بودن محیط دانشگاه	۴۴	۴,۴۰۰
T5	وجود رشته‌های تحصیلی بین‌رشته‌ای	۴۷	۴,۷۰۰
T6	طرح‌های تحقیقاتی تجاری‌سازی شده در محیط غیر آکادمیک	۴۱	۴,۱۰۰
T7	تمایل اساتید به آموزش حضوری	۴۰	۴,۰۰۰

همان‌طور که در جدول فوق نشان داده شده است بالا بودن قابلیت رویارویی با وقایع پیش‌بینی نشده در سایر دانشگاه‌ها بیشترین میانگین در تهدیدها محسوب شده است.

ماتریس ارزیابی SWOT از نظر خبرگان

حروف متشکله SWOT، بیانگر چهار دسته از عوامل نقاط قوت (S)، نقاط ضعف (W)، فرصت‌ها (O) و تهدیدها (T) هستند. این ابزار در عین سادگی، چارچوب مفیدی برای تجزیه و تحلیل منابع داخلی و روندهای بیرونی در وضعیت رقابتی در اختیار قرار می‌دهد. به‌طور اجمالی می‌توان گفت که این تکنیک ابزاری برای تحلیل وضعیت و تدوین راهبرد است که از طریق:

- ✓ بازشناسی و طبقه‌بندی قوت‌ها و ضعف‌های درون سیستم
- ✓ بازشناسی و طبقه‌بندی فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در محیط خارجی سیستم
- ✓ تکمیل ماتریس سوات و تدوین راهبردهای گوناگون برای هدایت سیستم در آینده صورت می‌گیرد.

جدول (۶) ماتریس ارزیابی SWOT از نظر خبرگان را نشان می‌دهد.

جدول ۶. ماتریس ارزیابی SWOT از نظر خبرگان

ردیف	قوت‌ها	میانگین	ضریب اهمیت
S1	جایگاه ویژه ارائه خدمات علمی و تخصص مورد نیاز جامعه	۵,۰۰	۰,۱۰۰۸
S2	گسترش تحقیقات تفصیلی در خصوص کارآفرینان	۴	۰,۱۰۰۴
S3	ترویج و گسترش فرهنگ، دانش و مهارت کارآفرینی	۳	۰,۱۰۰۳
S4	در ابعاد و ارکان دانشگاه تغییر و بازآفرینی	۳,۵	۰,۰۹۹۹
S5	شناخته شدن مؤلفه‌های دانشگاه کارآفرین	۳,۶	۰,۰۹۷۲
S6	داشتن مدیران کارآمد و توانمند	۳,۷	۰,۱۰۰۴
S7	شایسته‌سالاری در دانشگاه	۳,۷	۰,۰۹۹۶
S8	مدیریت حرفه‌ای در سطوح عالی دانشگاه	۳,۵	۰,۰۹۹۷
S9	فروش خدمات آموزشی و پژوهشی دانشگاه	۴,۵	۰,۱۰۰۵
S10	طراحی مناسب نظام جذب اعضای هیئت علمی	۴,۸	۰,۱۰۰۶
ردیف	ضعف‌ها	میانگین	ضریب اهمیت
W1	بودجه کم اختصاص داده شده به پژوهش	۵	۰,۲۱۲۷
W 2	درآمد کم حاصل از شهریه	۴,۶	۰,۱۹۶۶
W 3	درآمد کم حاصل از کمک‌های دولتی	۴,۴	۰,۱۹۶۶
W 4	کمبود سخت‌افزار و مشکلات تأمین پهنای باند	۴,۱	۰,۱۹۶۹
W 5	برنامه‌های تمرکزگرایی در دانشگاه	۴,۹	۰,۱۹۶۹
W 6	کمبود تجهیزات مرکز آموزش مهارت‌ها	۴,۷	۰,۱۹۶۷
W 7	فقدان آیین‌نامه اعتباربخشی آموزش مجازی	۴,۱	۰,۱۹۶۴
ردیف	فرصت‌ها	میانگین	ضریب اهمیت
O1	شناسایی و تقویت استعدادها و ظرفیت‌ها	۳	۰,۱۰۶۸
O2	فراهم کردن زمینه پرورش ایده‌ها و خلاقیت‌ها	۵	۰,۰۹۹۵
O3	اعطای تخفیفات ویژه جهت حمایت از کارآفرینان	۴,۲	۰,۰۹۹۳
O4	بازسازی آبی ساختار سنتی دانشگاه	۴,۳	۰,۰۹۹
O5	کشف فرصت تحریک و پرورش انگیزه‌ها	۴	۰,۰۹۹
O6	وجود رفتار کارآفرینی در دانشجویان و اساتید	۴,۹	۰,۰۹۹
O7	وجود فرهنگ همکاری صنعتی	۴,۸	۰,۰۹۹
O8	وجود همکاری اجتماعی، بین‌المللی، تحقیقاتی	۴	۰,۰۹۹
O9	فرهنگ انعطاف‌پذیری در جامعه	۳,۳	۰,۰۹۹
O10	برگزاری همایش‌های تخصصی با موضوع توسعه آموزش کارآفرینی	۴,۶	۰,۰۹۹
ردیف	تهدیدها	میانگین	ضریب اهمیت
T1	دانشگاه‌های رقیب	۴,۶	۰,۱۵۲۵
T2	بالا بودن قابلیت رویارویی با وقایع پیش‌بینی نشده در سایر دانشگاه‌ها	۴,۹	۰,۱۴۱۵
T3	خودمختاری مراکز تحقیقاتی و پارک‌های علمی	۴,۶	۰,۱۴۱
T4	رقابتی بودن محیط دانشگاه	۴,۴	۰,۱۴۱
T5	وجود رشته‌های تحصیلی بین‌رشته‌ای	۴,۷	۰,۱۴۱
T6	طرح‌های تحقیقاتی تجاری‌سازی شده در محیط غیر آکادمیک	۴,۱	۰,۱۴۱
T7	تمایل اساتید به آموزش حضوری	۴	۰,۱۴۱

تحلیل SWOT نشان می‌دهد که از نظر خبرگان و کارشناسان، جایگاه ویژه ارائه خدمات علمی و تخصص مورد نیاز جامعه با میانگین ۵ و ضریب اهمیت ۰,۱۰۰۸ به عنوان مهم ترین نقطه قوت قرار دارد و بودجه کم اختصاص داده شده به پژوهش با میانگین ۵ و ضریب اهمیت ۰,۲۱۲۷ از مهم ترین نقاط ضعف به دست آمده می‌باشد و شناسایی و تقویت استعدادها و ظرفیت‌ها با میانگین ۳ و ضریب اهمیت ۰,۱۰۶۸ به عنوان مهم ترین فرصت و دانشگاه‌های رقیب با میانگین ۴,۶۰۰ و ضریب اهمیت ۰,۱۵۲۵ به عنوان مهم ترین تهدید به دست آمده است.

ماتریس مقایسه‌ای عوامل داخلی و خارجی

ماتریس داخلی و خارجی مطابق شکل (۲) از دو محور تشکیل شده که در یکی میانگین نهایی حاصل از ماتریس ارزیابی عوامل خارجی یا همان فرصت‌ها و تهدیدها (۴,۳۱) و دیگری میانگین نهایی حاصل از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی یا همان نقاط قوت و ضعف (۴,۱۸) قرار می‌گیرد. این ماتریس از سه منطقه رشد و ساخت، حفظ و نگهداری و برداشت و کاهش تشکیل شده است. شکل (۱) ماتریس داخلی و خارجی را نشان می‌دهد.

نمره نهایی ماتریس عوامل داخلی

	قوی	متوسط	ضعیف
	۵ تا ۴ ۴,۱۸	۳,۹۹ تا ۲	۱,۹۹ تا ۰
بالا ۵ تا ۴ ۴,۳۱	رشد و ساخت	رشد و ساخت	حفظ و نگهداری
متوسط ۳,۹۹ تا ۲	رشد و ساخت	حفظ و نگهداری	برداشت و کاهش
پایین ۵ تا ۴	حفظ و نگهداری	برداشت و کاهش	برداشت و کاهش

شکل ۱. ماتریس داخلی و خارجی

همان‌گونه که در شکل بالا ملاحظه می‌گردد استراتژی استخراجی، رشد و ساخت می‌باشد. استراتژی رشد و ساخت، شامل نفوذ در بازار، توسعه بازار و توسعه محصول می‌باشد که از فرصت‌های موجود به‌منظور تحقق آینده مطلوب و آرمانی حداکثر استفاده می‌نماید.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش باهدف ارائه تحلیل استراتژیک برای آینده‌پژوهی آموزش مجازی در توسعه کارآفرینی انجام شد. همان‌طور که در قسمت‌های قبل نیز گفته شد ابتدا با استفاده از نظر خبرگان نقاط ضعف، قوت، تهدید و فرصت مدل استراتژیک مناسب آموزش مجازی جهت توسعه کارآفرینی بررسی و ۱۰ نقطه قوت، ۱۰ نقطه فرصت، ۷ نقطه ضعف و ۷ نقطه تهدید شناسایی شد و سپس در مرحله دوم در قالب پرسشنامه با طیف لیکرت به اولویت‌بندی مهم‌ترین نقاط پرداخته شد. از مهم‌ترین نقاط فرصت می‌توان به فراهم کردن زمینه پرورش ایده‌ها و خلاقیت‌ها اشاره کرد که در قسمت‌های قبل نیز بدان پرداخته شد. در نقاط قوت نیز ترویج و گسترش فرهنگ، دانش و مهارت کارآفرینی، شناخته شدن مؤلفه‌های دانشگاه کارآفرین و شایسته‌سالاری در دانشگاه را می‌توان مهم قلمداد کرد. در نقاط ضعف هم بودجه کم اختصاص داده شده به پژوهش از مهم‌ترین نقاط شناسایی شده است و در نقاط تهدید یکی از مهم‌ترین موارد بالا بودن قابلیت رویارویی با وقایع پیش‌بینی‌نشده در سایر دانشگاه‌ها است.

در ادامه در تحلیل SWOT به تجزیه و تحلیل منابع داخلی و روندهای بیرونی در وضعیت رقابتی پرداخته شد. همان‌طور که نتایج نشان داد مهم‌ترین نقطه قوت جایگاه ویژه ارائه خدمات علمی و تخصص موردنیاز جامعه و بودجه کم اختصاص داده شده به پژوهش از مهم‌ترین نقاط ضعف هستند. شناسایی و تقویت استعدادها و ظرفیت‌ها به‌عنوان مهم‌ترین فرصت و دانشگاه‌های رقیب با میانگین به‌عنوان مهم‌ترین تهدید به دست آمده است. ماتریس داخلی و خارجی نیز مورد بررسی قرار گرفت و سه منطقه رشد و ساخت، حفظ و نگهداری و برداشت و کاهش شناسایی شد که استراتژی استخراجی، رشد و ساخت می‌باشد. استراتژی رشد و ساخت، شامل نفوذ در بازار، توسعه بازار و توسعه محصول می‌باشد که از فرصت‌های موجود به‌منظور تحقق آینده مطلوب و آرمانی حداکثر استفاده می‌نماید.

امروزه تحولات و دگرگونیهای نظام اجتماعی، اقتصادی ناشی از پیشرفت شگرف علمی و تکنولوژیک است که به نوبه خود به دیدگاهها، ضرورتها و نیازهای جدید منجر شده است. برای پاسخ به این نیازها و همراهی با تحولات و دگرگونیهای مزبور، دیگر نمی توان به فرایندهای موجود اکتفا کرد. از این رو تداوم حیات و بقای جوامع نیازمند ارائه راهها و روشهای جدید به منظور مقابله با مشکلات است. به همین دلیل نوآوری، ابداع، تولید محصولات جدید، فرایندها و روشهای نو بیش از پیش ضرورت می یابد. در این راستا توسعه کارآفرینی، از عوامل اصلی ایجاد ارزش اقتصادی و ابزاری کارآمد و مؤثر برای کاهش تعداد بیکاران محسوب می شود و همچنین فرایند ایجاد کسب سود از ترکیبات جدید و منحصر به فرد است. کارآفرینی فرآیندی از ارائه اندیشه های نو، بهره گیری از امکانات و فرصتهای موجود باتیکه بر دانش، پیشه و کار مربوط به آن و پذیرش خطر است که عوامل گوناگون را در کنار یکدیگر قرار می دهد تا بهره برداری از منابع و فعال شدن آنها در جهت بهره وری و تأمین منافع ملی میسر گردد و مؤسسات بهره ور و خلاق ایجاد شوند که موجب رشد و توسعه همه جانبه باشند. یکی از مهم ترین قدمها در اکثر کشورهای پیشرفته و در حال توسعه برای توسعه کارآفرینی نظام آموزشی می باشد. در عصر جدید دانش و فناوری با یکدیگر هم مسیر شده اند و نمی توان یکی از این دو را بدون دیگری به راحتی به دست آورد. فضای مجازی با منابع و امکانات شگفت و عظیمی که در زمینه علم و دانش در اختیار کاربران قرار می دهد. با وجود پیشرفت های فراوان تکنولوژی و عصر اینترنت در کشور ما هنوز استفاده ی کامل از فرصت کسب و کاری تاسیس دانشگاه مجازی و توسعه آموزش مجازی دیده نمی شود. تنها چند دانشگاه مجازی معروف در کشور توانسته اند با استانداردهای اصلی آموزش مجازی گام بردارند. آموزش مجازی یک گزینه ی بسیار مناسب جهت استفاده از دیگر جنبه های سودآور کسب و کار پس از تاسیس فروشگاه اینترنتی است. آموزش مجازی نه تنها سبب ایجاد موقعیت شغلی برای بسیاری از اساتید و محتواسازان عرصه ی فناوری اطلاعات می شود، بلکه با آموزش عالی دانشجویان از راه دور طبیعتا موجب استفاده ی فراوان از فناوری نوین و تکنولوژی های مرتبط با رایانه شده و موجبات توسعه کارآفرینی را نیز فراهم می آورد. در نتیجه آموزش مجازی در دانشگاه ها موقعیت های شغلی بسیاری را چه برای تاسیس کننده ی دانشگاه مجازی و چه برای دانشجویان سیستم آموزش عالی مجازی ایجاد می کند.

در تبیین نتایج می‌توان عنوان نمود که یکی از مواردی که ضروری است در این زمینه بدان توجه شود این است که در دانشگاه‌ها به جای تاکید بر جنبه‌های نظری و تئوریک بر جنبه‌های عملی آموزش نیز تاکید شود. اما چیزی که در عمل مشاهده می‌شود خلا این موضوع است. همچنین اهمیت تحقیقات دانشگاهی در زمینه توسعه کارآفرینی بسیار مهم است. این نوع پژوهش‌ها و تحقیقات باید بیشتر ماهیت میان رشته‌ای داشته باشند تا مقدمه‌ای بر توسعه کارآفرینی باشد و بر بازار و صنایع متمرکز باشد. توجه بیشتر به تحقیقات کاربردی در محیط دانشگاه در این زمینه بسیار ضروری است. نتایج به دست آمده در این زمینه با یافته‌های حسینی و همکاران (۱۳۹۷)، میرندا و همکاران (۲۰۱۷) مطابقت دارد.

همچنین گسترش تفکر استراتژیک و کل‌نگر در محیط دانشگاه ضروری است. در عمل چشم انداز روشنی از کارآفرینی در نظام آموزش عالی مشاهده نمی‌شود و هدف‌هایی که به طور صریح و روشن کارآفرینی را هدف قرار دهند به چشم نمی‌خورد. استراتژی‌ها و چشم‌انداز سازمان، آینده‌سازمان را به تصویر می‌کشد که متأسفانه در مورد کارآفرینی دانشگاه‌ها چنین چیزی یا وجود ندارد و یا در حد یک شعار می‌باشد. از جمله موارد دیگری که سیاست‌گذاری در دانشگاه‌ها را تحت تاثیر قرار می‌دهند و بیشتر به محیط دانشگاه برمی‌گردد وابستگی زیاد دانشگاه‌ها به بودجه‌های دولتی، خصوصی نبودن دانشگاه‌ها، نبود زیرساخت‌های لازم برای کارآفرینی و در سطح کلان تر ویژگی نیمه بسته بودن اقتصاد کشور نسبت به عوامل جهانی، و متکی بودن اقتصاد کشور به نفت می‌باشد. مجموعه این عوامل باعث می‌شود دانشگاه‌ها در سیاست‌های خود جایی را برای کارآفرینی نداشته باشند و این امید و پشتوانه را دارند که حتی اگر آنها برای خود درآمدهایی کسب نکنند باز هم می‌توانند از بودجه‌های دولتی استفاده نمایند. پژوهش‌های انجام شده این جنبه‌ها را یافته‌ها را تأیید می‌کنند. چن و همکاران (۲۰۰۵) ایجاد چشم انداز و پیش‌مشترک در سازمان را از عوامل اساسی کارآفرینی می‌دانند. اوتیلا و همکاران (۲۰۰۴) انتخاب استراتژی مناسب را امری حیاتی در کارآفرینی می‌دانند.

فرآیندهای ساختاری نیز عامل مهمی در توسعه کارآفرینی محسوب می‌شود. در دانشگاه‌های ایران نیز باید به توسعه این ساختارها و زیرساختارها توجه شود. توجه به چگونگی کسب مهارت کارآفرینی و تجاری سازی دانش و پژوهش، ساختارهای متناسب با کارآفرینی بسیار مهم

می باشند. در دانشگاه‌ها به تبع دیگر سازمان‌ها تمرکزگرایی در حد بالایی است، واحدهای سازمانی برای حمایت از کارآفرینی در نظر گرفته نشده، سیستم‌های کارآمد برای کارآفرینی در دانشگاه‌ها وجود ندارد و نسبت به برپایی و تاسیس شرکت‌های زایشی در دل دانشگاه‌ها هیچ اقدام مناسبی انجام نشده است. نتایج به دست آمده در این زمینه با یافته‌های مقیمی و همکاران (۱۳۹۸)، وانگ و همکاران (۲۰۰۸) مطابقت دارد.

از دیگر سو فناوری اطلاعات و ارتباطات به عنوان امری مهم در این زمینه شناخته می‌شود که در این پژوهش بعد آموزش مجازی آن مدنظر قرار گرفت. با وجود ضعف در سیستم‌های ارتباطی و فقدان شبکه‌سازی‌ها بین دانشگاه و جامعه، شناخت کافی از نیازهای جامعه وجود ندارد، بین صنعت و دانشگاه ارتباط مناسب برقرار نمی‌باشد و زیرساخت‌های لازم برای برقراری ارتباط و شبکه‌سازی بین دانشگاه، جامعه و سازمان‌های مختلف مهیا نیست. همچنین اطلاع‌رسانی درست در زمینه اهمیت کارآفرینی نشده و دانش لازم در اختیار افراد، جامعه و موسسات قرار نگرفته است. نتایج به دست آمده در این زمینه با یافته‌های شامیری و همکاران (۱۳۹۸)، کریمیان و فرخی (۱۳۹۷) مطابقت دارد. سبک مدیریت و رهبری در نظام آموزش عالی از مولفه‌های شناسایی شده در این پژوهش بود. یک سیستم مدیریت کارآمد و کارا قدرت این را دارد تا سازمان را در مسیر تحقق اهداف و برنامه‌ها قرار دهد. سیستم مدیریت، دانشگاه و فعالیت‌های دانشگاهی را باید نگاه و دید کارآفرینانه مدیریت کرد و همان قالب و دید سنتی مدیریت، در سازمان دانشگاه نباید ادامه داشته باشد نحوه ارزیابی کارکنان، اساتید و دانشجویان بر مبنای معیارهای کارآفرینی باشد. برای ارتقاء اعضای هیات علمی به بحث کارآفرینی توجه شود و همچنین نحوه تخصیص منابع نیز از بعد سنتی به بعد کارآفرینانه تغییر کند و بر مبنای نگرش کارآفرینانه باشد که سهمی برای کارآفرینی واحدها و فعالیت‌های مرتبط با آن در نظر بگیرند. نتایج به دست آمده در این زمینه با یافته‌های واندرودریگس و همکاران (۲۰۱۸)، مطابقت دارد. یکی از شاخص‌های درونی مهم که در این پژوهش بدان اشاره شد گسترش فرهنگ کارآفرینی است. تقویت فرهنگ دانشگاه برای حمایت از کارآفرینی دانشگاه‌ها می‌تواند گامی موثر در این راه می‌باشد. اهمیت کارآفرینی در دانشگاه‌ها و جامعه در مقیاس بزرگتر باید به درستی درک شود. ارتباط صنعت و دانشگاه که یک پیش‌نیاز و عنصر اساسی برای کارآفرینی دانشگاهی می‌باشد باید از حالت شعار خارج شده و به

صورت عملی تحقق پیدا کند. نتایج به دست آمده در این زمینه با یافته های حسینی نیا و موسوی (۱۳۹۷)، ماس و جونز (۲۰۱۷) مطابقت دارد.

منابع

- اشرافی، سکیه. نجفی هزار جرنی، حبیب الله. (۱۳۹۹). واکاوی شایستگی های کارآفرینان آموزشی، **فصلنامه علمی - پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی**، ۱۱ (۱): ۲۹-۴۱.
- حسینی، سید رسول. طبائیان، سید کمال. گودرزی، ریحانه. (۱۳۹۷). چار چوبی برای توسعه کار آفرینی دانشگاهی در رشته های علوم انسانی در ایران، **فصلنامه توسعه کار آفرینی**، ۱۱ (۴): ۶۱-۷۷.
- حسینی نیا، غلامحسین. موسوی، سید شمس الدین. (۱۳۹۷). آموزش کار آفرینی در دانشگاه ها، روش ها و چالش ها، **نامه آموزش عالی**، ۱۱ (۴۱): ۵۹-۸۸.
- شامیری کازرونی، هادی. مردای، سعید. (۱۳۹۸). نقش آموزشهای مجازی و حاکمیت فناوری اطلاعات در شایسته سالاری مدیران دانشگاه آزاد اسلامی استان خوزستان، **فصلنامه پژوهش در نظام های آموزشی**، ۱۳ (۳): ۱۵۳-۱۶۷.
- کریمیان، زهرا. فرخی، مجید رضا. (۱۳۹۷). هشت گام توسعه آموزش مجازی در طرح تحول و نوآوری آموزشی دانشگاه های علوم پزشکی مروری بر یک تجربه، **طب و تزکیه**، ۲۷ (۲): ۴۹-۶۲.
- مقیم، سید محمد. خنیفر، حسین. اردیبهشت، محمد مهدی. شریفی، سید مهدی. (۱۳۹۸). ارائه الگوی آموزش مهارت محور برای توسعه کارآفرینی رسانه ای، **فصلنامه توسعه کار آفرینی**، ۱۱ (۴): ۷۸-۹۲.
- موسی خانی، محمد. عزیزی، هاله. (۱۳۹۷). ارائه مدل تأثیر به کارگیری نرم افزارهای اجتماعی بر یادگیری الکترونیکی دانشجویان، **فصلنامه راهبرد های نوین مدیریت آموزشی**، ۱ (۱): ۲۵-۳۸.
- نیاز آذری، مرضیه. (۱۳۹۷). واکاوی رابطه کیفیت تجارب یادگیری و خلاقیت با رشد توانایی آینده پژوهی در دانشجویان، **فصلنامه آینده پژوهی مدیریت**، ۲۰ (۳): ۶۸-۸۸.
- رجایی، زهرا. ارغوانی، علی. مهمی، زهرا. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات در خلاقیت و کارآفرینی (مورد مطالعه دانشجویان دانشگاه های شهرستان بیرجند)، **فصلنامه مرکز مطالعات و توسعه آموزش علوم پزشکی**، ۸ (۲): ۱۰۱-۱۱۲.
- غضنفری، ندا. بادله، علیرضا. (۱۳۹۷). ارزشیابی محتوای دوره های آموزش الکترونیکی دانشگاههای تحت استاندارد اسکورم، **فناوری آموزش**، ۱۳ (۲): ۱۸-۳۴.
- قائم مقامی تبریزی، احمد. کمالیان، امین رضا. رودساز، حبیب امیری، مقصود. (۱۳۹۷). عوامل زمینه ای موثر بر آموزش های مجازی دانشگاهی در ایران، **فصلنامه پژوهش های مدیریت عمومی**، ۱۱ (۴۲): ۲۴۶-۲۲۹.
- نادعلی پور پلکی، حسن. کریمی، فریبا، ناد، علی. (۱۳۹۸). تبیین شرایط زمینه ای در راستای توسعه کار آفرینی اجتماعی در دانشگاه ها و موسسات آموزش عالی ایران، **رهبری و مدیریت آموزشی**، ۱۳ (۲): ۲۶۷-۲۸۴.

- Agwu, M.E., & Onwuegbuzie, H.N. (2018). Effects of international marketing environments on entrepreneurship development, **journal of innovation and Entrepreneurship**, 8(2): 1-12.
- Douglas, E. & Prentice, C. (2019). Innovation and profit motivations for social entrepreneurship: A fuzzy-set analysis, **Journal of Business Research**, 15 (1): 29- 42.
- Chen, J. Zhu, Z. Anquan, W. (2005). A System Model for Corporate Entrepreneurship, **International Journal of Manpower**, 26 (6): 529-543.
- Goggin, M. D. (2012). Teaching Students to Create Rather than Demonstrate and Consume Knowledge: A Post human Perspective on Rhetorical Invention and Teaching, **A Journal of Scholarly Teaching**, 7: 9-16.
- Gideon, M. & Jones, J. (2017). Reflecting On The Role Of Universities In Entrepreneurship Education, **Journal of UIIN BLOG**, 16 (1): 43-56.
- Hong, Z. Hong, T. Cui, Z. and Luzhuang, W. (2012). Entrepreneurship Quality of college Students Related to Entrepreneurial Education, **Energy Procedia**. 17: 1907-1913.
- Miranda, F. J., Chamorro-Mera, A., & Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention, **European Research on Management and Business Economics**, 23(2): 113-122.
- Nortvig, A. M., Petersen, A. K., and Balle, S. H.,(2018). A Literature Review of the Factors Influencing E-Learning and Blended Learning in Relation to Learning Outcome, Student Satisfaction and Engagement, **The Electronic Journal of e-Learning**, 16(1): 46-55.
- Olearnik, J., & Pluta-Olearnik, M. (2015). Entrepreneurial University – from Ideas to Reality, **Studia Ekonomiczne**, 5(77): 110–120.
- Paul Agu, Igwe. Ugochukwu, C. Chioma, V. (2019). Towards a responsible entrepreneurship education and the future of the workforce, **The International Journal of Management Education**, 14 (4): 25-33.
- Rahim, A., & Usman, M. (2016). The Effectiveness of the Entrepreneurship Education Program in Upgrading Entrepreneurial Skills among Public University Students, **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 224: 117–123.
- Sam, C., & Sijde, P. (2014). Understanding the concept of the entrepreneurial university from the perspective of higher education models, **High Education**, 68(6):891–908.
- Vanessa, R. (2017). Entrepreneurial universities: the role of communities, people and places, **Journal of Enterprising Communities**, 11 (3): 310-315.
- Volpe, M. (2018). Entrepreneurial University and Business Education: Towards a Network Model, **International Journal of Business and Management**, 13(3): 13–27.
- Wander, RM. Seiji, I. Luiz, E. Z. (2018). Educational Data Mining: A review of evaluation process, **in the e-learning Telematics and Informatics**, 35 (6): 1701-1717.