

ارزش‌های گردشگری آموزش حلقه میانجی ارتباط فناوری اطلاعات بر جذب دانشجویان بین‌المللی در آموزش عالی

طیبه براهویی،* روح‌اله باقری‌مجد**

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۹/۱۶ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۰/۸

چکیده

آموزش در سطح عالی نقش مهمی را در عضویت فعال در اقتصاد جهانی دانشجو ایفا می‌کند و موجب اطمینان افراد در دسترسی به فرصت‌ها در آموزش عالی فراملی است. هدف پژوهش حاضر بررسی نقش فناوری اطلاعات بر جذب دانشجویان بین‌المللی با میانجی‌گری ارزش‌های گردشگری آموزش در آموزش عالی بوده است. روش پژوهش همبستگی بود که در جامعه تحقیق اعضای هیات علمی دانشگاه سیستان و بلوچستان با نمونه ۱۷۱ نفری براساس تصادفی طبقه‌ای اجرا شده است. ابزار پژوهش سه پرسشنامه ارزش گردشگری آموزش، فناوری اطلاعات و جذب دانشجویان بین‌المللی بوده است. روایی تأییدی و پایایی ترکیبی و کرانباخ هر سه ابزار مناسب گزارش شد. روش تجزیه و تحلیل با استفاده از نرم‌افزار PLS3، مدل معادلات ساختاری بوده است. نتایج نشان داد، نفوذ فناوری اطلاعات بر ارزش‌های گردشگری آموزش و جذب دانشجویان بین‌المللی به صورت مستقیم و غیرمستقیم تأثیر دارد. همچنین ارزش گردشگری آموزش اثر مستقیم بر جذب دانشجویان بین‌المللی داشته است. دانشگاه‌ها می‌توانند با کاربست درست برنامه‌ریزی، پیاده‌سازی و نفوذ فناوری اطلاعات و توجه به اصول ارزشی نظارت، اخلاق، دانش، حرفه‌گرایی و احترام متقابل در گردشگری آموزش، نقش سازنده‌ای در جذب دانشجویان بین‌المللی داشته باشند.

کلید واژگان: فناوری اطلاعات، ارزش‌های گردشگری آموزش، جذب دانشجویان بین‌المللی

*. کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، گروه مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی،

دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

** . استادیار مدیریت آموزش عالی، گروه مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی،

دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران (نویسنده مسئول) r_bagherimajd@ped.usb.ac.ir

مقدمه

بین‌المللی شدن به سیاست‌ها و ابتکارات خاص کشورها و مؤسسات آکادمیک و یا سیستم‌ها برای مقابله با روندهای جهانی می‌باشد و به عنوان یکی از دغدغه‌های اصلی در آموزش عالی به شمار می‌آید و در بسیاری از کشورها به‌صراحت به‌عنوان یک اولویت سازمانی در نظر گرفته می‌شود (چانگ و لین^۱، ۲۰۱۸). بین‌المللی شدن به سیاست‌ها و اقدامات انجام‌شده توسط سیستم‌های دانشگاهی و مؤسسات و حتی افراد برای رقابت در محیط آکادمیک جهانی شده اشاره دارد (آلتبچ و نایت^۲، ۲۰۰۷). بین‌المللی سازی شامل سیاست‌های مربوط به استخدام دانشجویان خارجی، همکاری با مؤسسات یا سیستم‌های دانشگاهی در کشورهای دیگر، و ایجاد دانشگاه‌های خارج از کشور است (آلتبچ^۳، ۲۰۱۵). نظریه‌پردازان در خصوص فرایندهای بین‌المللی شدن آموزش عالی، بیشتر به تحرک و جابه‌جایی اساتید و دانشجویان در خارج از مرزهای ملی یک کشور اشاره داشته‌اند (تیچلر^۴، ۲۰۰۲؛ روستان^۵، ۲۰۱۰). صاحب‌نظران دیگر، جابجایی دانشجویان را یکی از برجسته‌ترین شاخص‌های آموزش عالی بین‌المللی می‌دانند (نیکولسکو و همکاران^۶، ۲۰۰۹؛ راسین^۷ و همکاران، ۲۰۰۳). بین‌المللی شدن ویژگی‌هایی را در فراگیران پرورش می‌دهد که بعد بین‌المللی داشته باشند و مطلوب اقتصاد جهانی باشند که از مهم‌ترین این ویژگی‌ها می‌توان به سعه‌صدر، گرایش‌های بین‌المللی، مهارت در به‌کارگیری زبان دوم، انعطاف‌پذیری در اندیشه و احترام به دیگران اشاره کرد (هایدن و همکاران^۸، ۲۰۰۳؛ ویلی^۹، ۲۰۰۱).

دیدگاه غالب این است که با تحول و ایجاد تغییر در برخی از ابعاد، ساختارها و برنامه‌های آموزش عالی، می‌توان به بین‌المللی شدن آموزش عالی کمک کرد. یکی از این عوامل افزایش تحرکات جهانی از طریق گردشگری و مهاجرت است (ترن، موری و شون^{۱۰}، ۲۰۱۸). در روند

- 1 . Chang & Lin
- 2 .Altbach & knight
- 3 . Altbach
- 4 . Teichler
- 5 . Rostan
- 6 . Nicolescu at al
- 7 . Racine at al
- 8 . Hayden at al
- 9 . Wiley
- 10 . Tran, Moore & Shone

افزایش تاثیرات بین‌المللی، جامعه توریسم علمی به مسائل پژوهش‌های علمی بین‌المللی توجه می‌کند و مفاهیم، نظریه‌ها و روش‌هایی که از طریق تحقیقات محلی به کار گرفته می‌شوند، بین‌المللی می‌شوند. که این امر به مدیریت ارتباط بین جهانی و محلی کمک می‌کند (سون، وی و ژانگ^۱، ۲۰۱۷). محیط آموزشی و شیوه‌های جدید یادگیری برای به رسمیت شناختن و انتقاد از ارزش‌های اساسی رفتار و فاکتورهای گردشگری همچون، نظارت^۲، اخلاق، حرفه ای بودن، دانش و احترام متقابل را در اجرای توسعه گردشگری پایدار در زمینه‌های گوناگون فراهم می‌کنند (لیبرد و ادوارد^۳، ۲۰۱۰؛ لیبرد، میهالیک و گویا^۴، ۲۰۱۸). پتانسیل دانشگاه مقصد برای اهداف گردشگری علمی و مدیران مقصد برای اجرای استراتژی گردشگری دارای نقش مهمی در جهت افزایش کشش تقاضای دانشجویان بین‌المللی هستند (گارسیارو دریگز و مندوزا جیمینز^۵، ۲۰۱۵). تحقیقات به اهمیت زیرساخت‌ها (فرانکلین و شمول^۶، ۱۹۹۵)، سرمایه انسانی (دیشیلدز و همکاران^۷، ۲۰۰۵)، کیفیت و تخصص و تجربیات یادگیری منحصر به فرد در دانشگاه (گرتیز، ابرات و مینور^۸، ۲۰۰۹؛ کرنی و هیسمن^۹، ۲۰۰۷)، عوامل فرهنگی (آلمو و کردیر^{۱۰}، ۲۰۱۷) در کشش دانشجویان بین‌المللی اشاره داشته‌اند.

از طرفی آموزش عالی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین نظام‌های اجتماعی به دلیل نقش مهمی که در خلق و اشاعه دانش و اطلاعات دارد، از حوزه‌هایی است که به‌شدت تحت تأثیر فناوری اطلاعات قرار گرفته است (سرافراز و خدامرادی، ۱۳۹۶). به‌طوری‌که مراکز آموزشی در هزاره نونین با این سؤال روبرو شده‌اند که چگونه بر تغییرات و فرصت‌هایی که فناوری اطلاعات ایجاد می‌کند، فائق آیند (برین و همکاران^{۱۱}، ۲۰۰۱). دسترسی به فناوری اطلاعات و توانایی استفاده از آن به‌طور روزافزونی به‌عنوان ابزاری لازم برای شرکت در یک جامعه مبتنی بر اطلاعات

- 1 . Sun, Wei & Zhang
- 2 . Stewardship
- 3 . Liburd & Edwards
- 4 . Liburd, Mihalič & Guia
- 5 . García-Rodríguez & Mendoza Jiménez
- 6 . Franklin & Shemwell
- 7 . DeShields Jr & et al
- 8 . Curtis, Abratt & ,Minor
- 9 . Kearney & Huisman
- 10 . Alemu & ,Cordier
- 11 . Breen at al

تبدیل شده است (باسری، ۲۰۱۰^۱). امروزه بیشتر مؤسسات آموزش عالی از فناوری اطلاعات و ارتباطات برای امور اداری در قالب اتوماسیون اداری، برای دایر کردن دانشگاه‌ها یا مراکز مجازی و آموزش از راه دور، ارتقای کیفیت آموزش، کاهش میزان حضور و ابزارهای فیزیکی، کاهش هزینه‌ها و افزایش هماهنگی بهره می‌برند (الترکی، ۲۰۱۴^۲). ارتباطات مبتنی بر کامپیوتر دانشجویان عادی را قادر می‌سازد که نه فقط زمان، مکان، سرعت و طبیعت تعامل را کنترل نمایند، بلکه همچنین به میزان زمان کلاسی دسترسی بیشتری پیدا کنند، چرا که دانشجویان دیگر با زمان محدود تخصیص یافته به کلاس‌های رو در رو محدود نمی‌شوند (رامبل، ۲۰۰۱^۳). روابط به هم تنیده و به هم وابسته فناوری، به ویژه فناوری اطلاعات و ارتباطات، جهانی‌سازی و رقابت، موجب ظهور شکل‌های جدیدی از آموزش عالی و حجم بی‌سابقه‌ای تحرکات علمی بین‌المللی شده است. افزایش تقاضا فراملی به وسیله انواع گوناگونی از ارائه‌دهندگان برآورده می‌شود. استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات موجب افزایش ارائه آموزش عالی می‌گردد و تعداد دانشجویانی که در خارج به تحصیل در سطح عالی مشغول می‌باشند با افزایش فرصت‌های داخلی، افزایش خواهد یافت (گوروز، ۲۰۱۱^۴، ترجمه باقری مجد، ۱۳۹۷^۵).

در حوزه ارزش‌های گردشگری آموزش و نقش آن بر دانشجویان بین‌المللی تحقیقات متفاوتی به ابعاد و روابط زیرمولفه‌ها در حوزه‌های مختلف پرداخته است. لیبرد، میهالیک و گویا^۴ (۲۰۱۸) در تحقیق خود به شکاف‌های مثبت و منفی در پیاده سازی ارزش‌های گردشگری آموزش عالی و اهمیت آن در صنعت گردشگری اشاره داشته‌اند که به مریدان توریسم کمک می‌کند تا انتقادات را مورد بحث قرار دهند و به طور بالقوه ارزش‌ها را هماهنگ کنند و بیان کردند آموزش مبتنی بر ارزش‌های گردشگری آموزشی برای صنعت گردشگری مهم است. ترن، موری و شون^۵ (۲۰۱۸) در تحقیق خود درباره مفهوم سازی گردشگری دوستان و بستگان دانشجویان بین‌المللی، مفاهیم اولیه‌ای درباره همگرایی بین دو پدیده جهانی (آموزش بین‌المللی

-
- 1 . Basri
 - 2 . Al-Turki
 - 3 . Rumble
 - 4 . Liburd, Mihalič & Guia
 - 5 . Tran, Moore & Shone

و گردشگری) فراهم کردند. یک نتیجه غیرمستقیم این مفهوم سازی به این معنی بوده است که گردشگری تکامل یافته است و در جنبه‌های متعدد زندگی و انگیزه‌های جهانی و نه فقط آموزش بین‌المللی تعیبه شده است. چارچوب پیشنهادی، با ترکیب تعاملات بین گردشگری و آموزش بین‌المللی، گسترش آن برای درک چگونگی حرکت‌های جهانی دیگری ممکن است با گردشگری دعوت شود. به عنوان مثال، اگر تجربه گردشگری دوستان و بستگان^۱ و آموزش بین‌المللی منجر به مهاجرت بعدی شود، این امر می‌تواند گردشگری را به سایر مسائل اجتماعی و سیاسی جهانی مانند تامین مسکن و قابلیت اطمینان، ادراک جامعه محلی از مسائل جهانی و حتی پاسخ به پناهندگان بین‌المللی و بحران مالی ارتباط داد. کشورهای که نرخ بالای مشارکت در آموزش بین‌المللی را دارند ممکن است از طریق فعالیت‌های مرتبط با گردشگری نیز پیچیده‌تر با سایر فرایندهای جهانی درگیر شوند. سون، وی و ژانگ^۲ (۲۰۱۷) در بررسی تاثیر علمی بین‌المللی از تحقیقات گردشگری چین بیان داشتند، دانشجویان خارج از مرزها، محققان جدیدی از جامعه علمی هستند و ارزش آنها را نمی‌توان دست کم گرفت، زیرا آنها توانسته‌اند محققانی باشند که تاثیرات علمی بین‌المللی داشته باشند. توسعه جوانان رشد یافته می‌تواند به تخصص اطلاعات گردشگری دانشگاهی و ایجاد نوآوری و یا آینده کمک کند. در آینده ممکن است آنها بخشی از جامعه دانشگاهی چین شوند. در عین حال، پیوند با جامعه علمی خارج از کشور می‌تواند بر ایده‌های ارتباطی و گسترش نتایج تحقیقات از مطالعات محلی و جهانی شکل بگیرد و از این طریق اثرات علمی بین‌المللی تحقیق گردشگری چین افزایش یابد. گارسا رودریگز و مندوزا جیمز^۳ (۲۰۱۵) در تحقیق خود به اهمیت دانشگاه و عوامل مربوط به مقصد گردشگری در انتخاب دانشجویان بین‌المللی برای تحصیل و رضایت بیشتر آنها اشاره داشته‌اند. با استفاده از نمونه برنامه تبادلی اراسموس در جزایر قناری نشان دادند که در جذب گردشگر دانشگاهی برای میزبان، عوامل مرتبط با مرکز علمی دارای نقش اساسی هستند و برای بهره‌گیری از این پتانسیل ضرورت دارد همکاری میان مدیران مقصد و کسانی که مسئول مراکز اکادمی هستند، مورد تحلیل قرار گیرد.

1 . Visiting friends and relatives

2 . Sun, Wei & Zhang

3 . García-Rodríguez & Mendoza Jiménez

محققان دیگری به نقش فناوری اطلاعات در گردشگری و بین‌المللی شدن اشاره داشته‌اند، کیم و جئونگ^۱ (۲۰۱۸)، در تحقیق گردشگری و آموزش گردشگری: اکنون و آینده، یادگیری چهره‌به‌چهره به یادگیری از راه دور گسترش یافته است. چشم‌انداز گردشگری و گردشگری آموزش عالی به طور چشمگیری تغییر کرده است. فناوری‌های پیشرفته همراه با تغییرات جمعیت شناختی مانند جمعیت سالخورده و اقلیت در حال رشد هستند. صنعت گردشگری نیز همه این تغییرات را تجربه می‌کند در نتیجه به دنبال کارمندانی توانمند می‌گردند که به این تغییرات چابک هستند و دیگران را هدایت می‌کنند. به لطف فن‌آوری‌های بسیار پیشرفته این امکان وجود دارد که تصور کنیم گردشگری آموزش عالی به تمام گوشه‌های کره زمین پخش خواهد شد. کرساک و همکاران^۲ (۲۰۱۴)، در پژوهش آموزش در فناوری اطلاعات به‌عنوان ابزاری برای توسعه گردشگری، اظهار می‌کنند تحصیل بخش جدایی‌ناپذیر از توسعه سازمان است؛ بنابراین، حتی شرکت‌هایی که خدمات سازمان‌های گردشگری را فراهم می‌کنند، مجبورند زمان و پول صرف آموزش کارکنان خود کنند. یکی دیگر از عوامل مهم توسعه گردشگری در مقیاس بین‌المللی، فن‌آوری اطلاعات کارآمد است. امکان استفاده از آن در کشور بستگی به بودجه و آمادگی آموزشی افراد در منطقه دارد. اسپنسر^۳ (۲۰۱۴)، در پژوهش، گردشگری و فن‌آوری در اقتصاد جهانی، بیان می‌کند گفتمان گردشگری و فن‌آوری به‌طور عمده بر دیدگاه‌ها و نگرش جوامع نسبت به استفاده از فناوری عمومی متکی است. جوامع با فناوری‌های بیشتر بطور چشم‌گیری نسبت به تزریق فناوری در فضای گردشگری استقبال می‌کنند. علیرغم اختلاف بین ملت‌ها، اگر مقصد کشورهای در حال توسعه هماهنگ با بازارهای توسعه‌یافته گردشگری باشد، به تزریق فناوری اطلاعات در این مناطق بسیار مورد نیاز است. آینده گردشگری برای مناطق وابسته به گردشگری به واسطه رویکرد رقابتی و توانایی درگیر شدن در شیوه‌های پیشرفته تعیین می‌شود. بوهایلیس^۴ (۲۰۰۰)، نیز پیش‌نیازهایی را به منظور بکارگیری بهینه فناوری اطلاعات در صنعت گردشگری همچون ارتقای پهنای باند اینترنتی، امنیت اطلاعات، کاهش سردرگمی و نارضایتی کاربران از پورتال‌های

1 . Kim & Jeong

2 . Kršák at al

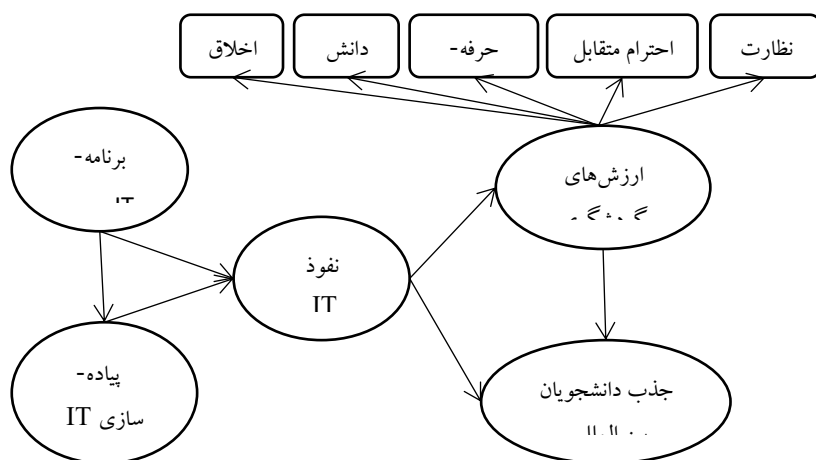
3 . Spencer

4 . Buhalis

گردشگری، طراحی اصول، سیاست‌ها و قوانین و اطمینان از رعایت حقوق قانونی مانند حق کپی، آموزش نیروی متخصص، دسترسی یکسان شرکت‌ها به اطلاعات، توسعه آژانس‌های هوشمند و سرمایه‌گذاری در زمینه زیرساخت‌ها و ارائه خدمات گردشگری ارائه داد. سعادت‌ی و همکاران (۱۳۹۴)، در پژوهشی با عنوان نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه گردشگری، در صورت رعایت و استفاده قواعد مهم فناوری اطلاعات در توسعه گردشگری و ایجاد بستر و فضای اطلاعاتی صحیح در کشور و همچنین شناخت و معرفی صحیح و دقیق جاذبه‌های گردشگری کشور از طریق فناوری اطلاعات و ارتباطات، می‌توان به پیشرفت و توسعه این صنعت در کشور امیدوار بود. ذاکر صالحی و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیق خود با عنوان ارائه راهبردهایی برای جذب دانشجوی خارجی در ایران نشان دادند، در کشور ایران نوعی بی‌تصمیمی و خلاء راهبرد کلان ملی در زمینه جذب دانشجوی خارجی وجود دارد و طبق یافته‌های پژوهش باید در جذب دانشجوی خارجی اولویت تمرکز بر رقابت منطقه‌ای در مقابل خط شکنی در عرصه جهانی و یا حفظ وضع موجود و همچنین تمرکز بر محوریت پژوهش و فناوری در جذب دانشجویان خارجی در نظر گرفته شود. فتحی واجارگاه و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر موفقیت فرایند بین‌المللی سازی برنامه‌های درسی با رویکرد آموزش از دور در آموزش عالی ایران را تحت تاثیر گسترش همکاری‌های بین‌المللی دانشگاه‌ها، گسترش استفاده از زبان بین‌المللی در تدریس، تجدیدنظر در قوانین جاری و شفاف‌سازی آن‌ها، توسعه منابع مالی، انسانی و زیرساخت‌های تکنولوژیک لازم، بهره‌برداری از فرصت تشابهات فرهنگی و تعداد زیاد متقاضیان ادامه تحصیل در سطح منطقه، انتخاب موضوع‌های درسی مناسب و لحاظ کردن رویکرد تبدیل شونده در عناصر برنامه درسی می‌داند. شیخی و همکاران (۱۳۹۳)، در مقاله‌ای با عنوان نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در آموزش بیان کرده‌اند که پیشرفت‌های اخیر در صنعت رایانه و اطلاع‌رسانی، ورود و ظهور شبکه‌های اطلاع‌رسانی محلی، ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی و به‌ویژه اینترنت، چند رسانه‌ها، فناوری‌های ارتباطی، ابزارها و روش‌های جدیدی را پیش روی طراحان، برنامه‌ریزان و مدیران و مجریان برنامه‌های آموزشی قرار داده است. نفوذ فناوری‌های جدید اطلاعاتی به

مراکز آموزشی (از مدارس تا دانشگاه‌ها) و حتی منازل، روابط ساده معلم و شاگرد را به‌طور کلی دگرگون ساخته است.

با توجه به مباحث مطرح شده، می‌توان گفت آموزش عالی مسئول آماده سازی نسل آینده، برای مقابله با درگیری‌های داخلی و خارجی بشر است، باید چشم انداز داخلی و خارجی را که در آن این تحول رخ می‌دهد، شناسایی کند. سیستم آموزش عالی ایران و به طور ویژه دانشگاه‌های سیستان و بلوچستان با توجه به موقعیت ویژه خود در عرصه ملی (وجود اساتید برتر در حوزه‌های مختلف علمی، وجود دانشجویان بین‌المللی در گروه‌های مختلف، امکانات سخت افزاری و نرم افزاری، تنوع قومی و قبیله‌ای و مکان‌های تاریخی و...)، امکانات منطقه‌ای (قرار گرفتن در منطقه ای مرزی و همسایه بودن با کشورهای افغانستان، پاکستان و عمان) و جهانی (وجود مجلات بین‌المللی، اساتید آموزش دیده در دانشگاه‌های جهان، همایش‌های بین‌المللی و...) در گروه‌های مختلف به آموزش دانشجویان بین‌المللی در کنار دانشجویان داخلی پرداخته است. ضرورت می‌یابد تحقیقاتی در عرصه‌های مختلف جذب دانشجویان با توجه به مدل‌های مختلف علمی در جهت دستیابی به الگوها و استانداردها و حرکت به سمت سیستم آموزشی پویا و کارآمد انجام دهد. که نبود مطالعات در حوزه ارتباط گردشگری آموزش و فناوری اطلاعات بر جذب دانشجویان بین‌المللی در جامعه علمی در سطح ملی مشهود است. نبود مطالعات و اهمیت نقش دانشجویان به عنوان تصمیم‌گیرندگان آینده جامعه جهانی پایدار، محقق را بر آن داشته است تا به بررسی تاثیر فناوری اطلاعات بر جذب دانشجویان بین‌المللی با میانجیگری ارزش‌های گردشگری آموزشی در سیستم آموزش عالی با توجه به مدل مفهومی ذیل پردازد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

فرضیات پژوهش:

- (۱) نفوذ فناوری اطلاعات بر جذب دانشجویان بین‌المللی دانشگاه سیستان و بلوچستان مؤثر است
- (۲) نفوذ فناوری اطلاعات بر ارزش‌های گردشگری آموزش دانشگاهی سیستان و بلوچستان مؤثر است.
- (۳) ارزش‌های گردشگری آموزش بر جذب دانشجویان بین‌المللی دانشگاه سیستان و بلوچستان مؤثر است
- (۴) برنامه‌ریزی فناوری اطلاعات بر نفوذ فناوری دانشگاهی سیستان و بلوچستان مؤثر است.
- (۵) برنامه‌ریزی فناوری اطلاعات بر پیاده‌سازی فناوری دانشگاهی سیستان و بلوچستان مؤثر است.
- (۶) پیاده‌سازی فناوری اطلاعات بر نفوذ فناوری دانشگاهی سیستان و بلوچستان مؤثر است.

- ۷) نفوذ فناوری اطلاعات از طریق ارزش‌های گردشگری آموزش بر جذب دانشجویان بین‌المللی دانشگاه سیستان و بلوچستان مؤثر است.
- ۸) برنامه‌ریزی فناوری اطلاعات از طریق پیاده‌سازی فناوری اطلاعات بر نفوذ فناوری دانشگاه سیستان و بلوچستان مؤثر است.

روش پژوهش

روش اجرای پژوهش توصیفی و طرح پژوهش همبستگی بوده است. جامعه تحقیق، حدود ۴۰۰ نفر از اعضا هیات علمی دانشگاه سیستان و بلوچستان بوده است که با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای مطابق با سه گروه علوم انسانی، فنی و مهندسی و علوم پایه با توجه به جدول مورگان تعداد ۱۹۵ نفر (با تاکید بر اعضا هیات علمی دارای مدارک و مستندات علمی بین المللی) انتخاب شدند که میزان بازگشت پرسشنامه ۱۷۱ نفر بوده است. ابزار پژوهش شامل سه پرسشنامه، ارزش‌های گردشگری آموزشی محقق ساخته مطابق با مدل لیبرد و همکاران (۲۰۱۸) دارای پنج مولفه، نظارت، اخلاق، دانش، حرفه گرایی و احترام متقابل با ۲۴ سوال بوده است، پرسشنامه فناوری اطلاعات محقق ساخته مطابق با مدل احمد و همکاران^۱ (۲۰۰۷) دارای سه مولفه برنامه‌ریزی، پیاده‌سازی و نفوذ فناوری اطلاعات که دارای ۲۴ سوال بوده است و پرسشنامه جذب دانشجویان بین‌المللی محقق ساخته مطابق با مدل‌های آلما و کردیر^۲ (۲۰۱۷)، یو و موسکال^۳ (۲۰۱۹)، کرنی و هیسمن^۴ (۲۰۰۷)، دیشیلدز و همکاران^۵ (۲۰۰۵) با ۱۲ سوال بوده است. هر سه ابزار مطابق با مقیاس ۵ گزینه‌ای لیکرت از ۱. خیلی کم تا ۵. خیلی زیاد بوده است. به منظور تعیین روایی از روش تحلیل تاییدی و پایایی از آلفای کرانباخ و ترکیبی استفاده شده است که روایی و پایایی هر سه ابزار مطابق با جدول ۲ مناسب گزارش شد. روش تجزیه و تحلیل با استفاده از نرم

-
- 1 . Ahmed & et al
 - 2 . Alemu & Cordier
 - 3 . Yu & Moskal
 - 4 . Kearney & Huisman
 - 5 . DeShields Jr & et al

افزار smart PLS (به دلیل پایین بودن میزان نمونه و عدم وجود دانش نظری نسبتا کافی و ابزار اندازه گیری جا افتاده (نیومن و بنز، ۱۹۹۸) و مدل معادلات ساختاری بوده است.

یافته‌ها

الف) توصیف جمعیت شناختی: توصیف جمعیت شناختی پاسخگویان پژوهش عبارت است از: ۴۴ درصد علوم انسانی، ۲۴ درصد فنی و مهندسی و ۳۲ درصد علوم پایه که ۱۳۹ نفر مرد و ۳۲ نفر زن بودند.

ب) بررسی و آزمون مدل ساختاری: مدل ساختاری PLS و فرضیه‌های پژوهش از طریق ضرایب مسیر (Beta)، و ارزش‌های R^2 امکان پذیر است. همچنین از روش بوت استراپ (با ۵۰۰ زیر نمونه) برای محاسبه مقادیر آماره t جهت تعیین معناداری ضرایب مسیر استفاده شد. با توجه به جدول ۱، میانگین و انحراف معیار نشان داد، وضع موجود بالاتر از حد متوسط و پراکندگی خوب داده‌ها می‌باشد، بیشترین همبستگی بین ایجاد ساختار سازمانی جدید و مدیریت حرفه‌ای می‌باشد. که کلیه روابط در سطح ۰/۰۱ معنی دار هستند. برای بررسی روایی واگرایی سازه‌ها، جذر AVE نشانگر آن است که همبستگی آن سازه با نشانگرهای خود بیشتر از همبستگی اش با سازه‌های دیگر است که نشانگر روایی مناسب سازه‌ها هستند.

جدول ۱. میانگین، انحراف معیار و ماتریس همبستگی مولفه‌ها

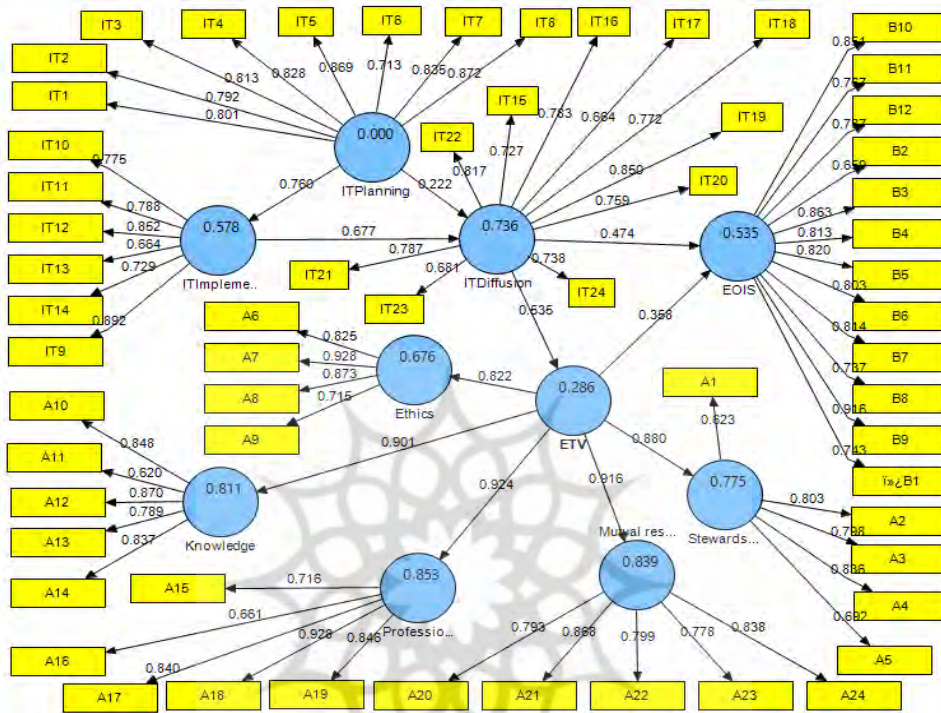
مولفه‌ها	میانگین	انحراف معیار	۱	۲	۳	۴	۵
۱. برنامه ریزی فناوری (IT Planning)	۳/۵۳	۰/۸۴	۰/۸۳				
۲. پیاده‌سازی فناوری (IT Implementatio)	۳/۶۳	۰/۸۰	۰/۷۶	۰/۸۲			
۳. نفوذ فناوری (IT Diffusion)	۳/۵۹	۰/۷۱	۰/۷۳	۰/۷۸	۰/۸۱		
۴. ارزش گردشگری آموزش (Educational tourism values)	۴/۰۳	۰/۶۳	۰/۴۷	۰/۵۱	۰/۵۳	۰/۹۰	
۵. جذب دانشجویان بین‌المللی (EOIS)	۳/۵۲	۰/۷۶	۰/۵۷	۰/۵۵	۰/۶۶	۰/۶۱	۰/۸۶
توجه: اعداد روی قطر ماتریس همبستگی، جذر میانگین واریانس استخراج شده هستند. $P > ۰,۰۱$							

با توجه به جدول بالا همبستگی بین کلیه متغیرها مثبت و معنی دار بوده است و بیشترین همبستگی بین پیاده‌سازی فناوری اطلاعات و ارزش‌های گردشگری آموزش بوده است و جذر AVE نشان از روایی مناسب سازه‌ها بوده است. در ادامه با توجه به جدول ۲، اکثر بارهای عاملی بالای ۰/۵۰ به دست آمده است. از طرفی CR و AVE و آلفای کرانباخ نشان دهنده اعتبار کافی سازه‌های باشد.

جدول ۲. بررسی اعتبار سازه‌های پژوهش

بار عاملی	فناوری اطلاعات		بار عاملی	گردشگری آموزش		بار عاملی	جذب دانشجویان بین‌المللی
۰/۸۰	۱	برنامه ریزی	۰/۶۲	۱	نظارت	۰/۷۴	۱
۰/۷۹	۲		۰/۸۰	۲		۰/۶۶	۲
۰/۸۱	۳		۰/۷۹	۳		۰/۸۶	۳
۰/۸۲	۴		۰/۸۳	۴		۰/۸۱	۴
۰/۸۶	۵		۰/۶۸	۵		۰/۸۲	۵
۰/۷۱	۶		۰/۸۲	۶	اخلاق	۰/۸۰	۶
۰/۸۳	۷		۰/۹۲	۷		۰/۸۱	۷
۰/۸۷	۸		۰/۸۷	۸		۰/۷۸	۸
۰/۸۹	۹	پیاده سازی	۰/۷۱	۹		۰/۹۱	۹
۰/۷۷	۱۰		۰/۸۴	۱۰	دانش	۰/۸۵	۱۰
۰/۷۸	۱۱		۰/۶۲	۱۱		۰/۷۶	۱۱
۰/۸۵	۱۲		۰/۸۷	۱۲		۰/۷۲	۱۲
۰/۶۶	۱۳		۰/۷۸	۱۳			
۰/۷۲	۱۴		۰/۸۳	۱۴			
۰/۷۲	۱۵	نفوذ	۰/۷۱	۱۵	حرفه گرایی		
۰/۷۸	۱۶		۰/۶۶	۱۶			
۰/۶۶	۱۷		۰/۸۴	۱۷			
۰/۷۷	۱۸		۰/۹۲	۱۸			
۰/۸۵	۱۹		۰/۸۴	۱۹			
۰/۷۵	۲۰		۰/۷۹	۲۰	احترام متقابل		
۰/۷۸	۲۱		۰/۸۶	۲۱			
۰/۸۱	۲۲		۰/۷۹	۲۲			
۰/۶۸	۲۳		۰/۷۷	۲۳			
۰/۷۳	۲۴		۰/۸۳	۲۴			
۰/۹۳، ۰/۹۰، ۰/۹۴			۰/۹۰، ۰/۹۰، ۰/۸۹، ۰/۹۰، ۰/۸۶			۰/۹۵	CR
۰/۵۷، ۰/۶۱، ۰/۶۶			۰/۶۶، ۰/۶۴، ۰/۶۳، ۰/۷۰، ۰/۵۶			۰/۶۴	AVE
۰/۹۱، ۰/۸۷، ۰/۹۲			۰/۸۷، ۰/۸۶، ۰/۸۵، ۰/۸۶، ۰/۸۱			۰/۹۴	آلفای کرانباخ

با توجه به نمودار ۱، مدل معادلات ساختاری با توجه به ضرایب استاندارد ارائه شده است. مدل با توجه به جداول و ضرایب در سطح قابل قبول برآزش شده است.



نمودار ۱. مدل آزمون شده پژوهش (ضرایب استاندارد)

جدول ۳) اثرات مستقیم، غیرمستقیم، t و واریانس تبیین شده متغیرهای پژوهش

مسیر	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	T	کل	واریانس تبیین شده
به جذب دانشجویان بین‌المللی از					۰/۵۳
گردشگری آموزش	۰/۳۵	۰/۱۶	۶/۲۶	۰/۵۱	
نفوذ فناوری	۰/۴۷		۴/۸۳		
به گردشگری آموزش از					۰/۲۸
نفوذ فناوری	۰/۵۳		۸/۶۱	۰/۵۳	

۰/۷۳					به نفوذ فناوری از
	۰/۳۷	۴/۴۷	۰/۱۵	۰/۲۲	برنامه ریزی
	۰/۶۷	۱۶/۸۸		۰/۶۷	پیاده سازی
۰/۵۷					به پیاده سازی فناوری از
	۰/۷۶	۱۸/۵۶		۰/۷۶	برنامه ریزی

جدول ۴ نشان دهنده، واریانس تبیین شده متغیرهای ملاک از طریق متغیر پیش‌بین، اثرات مستقیم و غیرمستقیم می‌باشد. در جدول ۴ شاخص برازش بخش کلی مدل آزمون شده برای نمونه مورد بررسی ۰/۵۷ است، که مناسب می‌باشد. جدول ۳ نشان دهنده، واریانس تبیین شده متغیرهای ملاک از طریق متغیر پیش‌بین، اثرات مستقیم و غیرمستقیم می‌باشد. در جدول ۴ شاخص برازش بخش کلی مدل آزمون شده برای نمونه مورد بررسی ۰/۵۶ است، که مناسب می‌باشد.

جدول ۴. شاخص برازش بخش کلی مدل اجرایی پژوهش

$\sqrt{\text{Communality} \times R^2}$ (GOF)	$R^2 \times \text{Communality}$	R^2	Average AVE
۰/۵۶	۰/۳۲	۰/۵۲	۰/۶۳

بحث و نتیجه‌گیری

هدف عمده بین‌المللی‌سازی آموزش عالی توسعه دانش، توانایی، نگرش و ارزش‌هایی است که در سطح بین‌المللی شناخته شده است (جکسون، ۲۰۰۸). در سراسر جهان بیش از ۵ میلیون دانشجوی بین‌المللی در آموزش عالی وجود دارد و انتظار می‌رود تا سال ۲۰۲۵ به ۸ میلیون نفر برسد (OECD, 2017). با توجه به اینکه دانشگاه‌های ایران در جهت بین‌المللی شدن در حوزه جذب دانشجویان خارجی در حال فعالیت می‌باشند، دانشگاه سیستان و بلوچستان با توجه به برنامه‌های اراسموس در سال‌های اخیر اقدام به جذب دانشجویان خارجی از کشورهای هدف از جمله افغانستان نموده است. لذا در این راستا نیازمند تحقیق به منظور افزایش کیفیت در حوزه‌های مختلف آموزشی و پژوهشی در جهت جلب رضایت مشتریان می‌باشد. به این علت، هدف تحقیق حاضر بررسی تاثیر فناوری اطلاعات بر جذب دانشجویان بین‌المللی شدن با میانجی‌گیری ارزش‌های گردشگری آموزش در آموزش عالی بوده است. با توجه به فرضیه اول تحقیق، نتایج نشان داد که نفوذ فناوری اطلاعات بر جذب دانشجویان بین‌المللی دانشگاه سیستان و بلوچستان مؤثر است. می‌توان گفت نفوذ فناوری اطلاعات با توجه به مدنظر قرار دادن اعمال راه‌حل‌های فناوری اطلاعات، برنامه‌ریزی در جهت عملیات و اثربخشی سازمانی دارای نقش سازنده در جذب دانشجویان بین‌المللی است. تحقیقات از جهات مختلف به موضوع فناوری اطلاعات در جهت بین‌المللی شدن آموزش عالی از جمله، تمرکز دانشگاه بر پژوهش و فناوری (ذاکرسالحي و همکاران، ۱۳۹۱)، تهیه زیرساخت‌های لازم تکنولوژیک (فتحی و اجارگاه و همکاران، ۱۳۹۱)، توجه به ابزارها و روش‌های جدید (شیخی و همکاران، ۱۳۹۳)، فرهنگ دانشگاه (ازما، ۲۰۱۱)، کمک به تغییر تقاضا و نوآوری و پاسخگویی دانشگاه (الفهد، ۲۰۱۲) اشاره داشته است. می‌توان گفت کاربرد فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی به تحویل

1 . Jackson

2 . Alfahad

محصولات و خدمات آموزشی و تمرکز بر موفقیت دستاوردهای استراتژیک فرصت‌های جدیدی را برای مؤسسات آموزش عالی ایجاد می‌کند تا تجربه یادگیری همه دانشجویان را افزایش دهد. استفاده از فن‌آوری اطلاعاتی و ارتباطی برای ارائه برنامه‌های آموزشی لزوماً به جذب دانشجویان بین‌المللی کمک خواهد کرد، و طیف وسیعی از فرصت‌ها برای همه دانشجویان و کارکنان را ارائه می‌دهد (لسک^۱، ۲۰۰۴).

با توجه به فرضیه دوم تحقیق، نفوذ فناوری اطلاعات بر ارزش‌های گردشگری آموزش دانشگاه سیستان و بلوچستان مؤثر بوده است. می‌توان گفت فناوری اطلاعات یکی از شاخص‌های مهم در دنیای متغیر امروز به ویژه در آموزش عالی می‌باشد و یکی از کاربردهای مهم آن ارائه داده‌های به روز به مشتریان در جهت جذب آنها به دانشگاه می‌باشد و مشتریان در هر مکان و زمان می‌توانند اطلاعات مورد نیاز از ساختارهای آموزشی در کشورهای مختلف را دریافت کنند و نسبت به آن تصمیمات لازم را اتخاذ کنند. تحقیقات در جهت افزایش ارتباط فناوری اطلاعات و توریسم آموزش به عواملی همچون، به کارگیری کارمندان توانمند و چابک در برابر تغییرات (کیم و جئونگ، ۲۰۱۸)، بودجه و آمادگی آموزشی افراد (کراساک و همکاران، ۲۰۱۴)، رویکرد رقابتی و توانایی درگیر شدن در شیوه‌های پیشرفته (اسپنسر، ۲۰۱۴)، کاهش سردرگمی و نارضایتی کاربران از پورتال‌های گردشگری، طراحی اصول، سیاست‌ها و قوانین و اطمینان از رعایت حقوق قانونی (بوهالیس، ۲۰۰۰) اشاره داشته‌اند. اطلاعات شاهرگ حیاتی صنعت گردشگری است و استفاده مؤثر از فناوری اطلاعات برای مزیت رقابتی و موفقیت آن اساسی است (کیپروتو و همکاران^۲، ۲۰۱۱).

با توجه به فرضیه سوم تحقیق، ارزش‌های گردشگری آموزش بر جذب دانشجویان بین‌المللی دانشگاه سیستان و بلوچستان مؤثر بوده است. می‌توان گفت فاکتورهای مهم توریسم آموزش از جمله، اخلاق، دانش، حرفه‌گرایی، نظارت و احترام متقابل دارای نقش مهم در جذب

1 . Leask

2 . Kiprutto

دانشجویان بین‌المللی هستند. افزایش آگاهی و شناخت این عوامل از اصول ارزشی و پایدار در ارتباط جذب مشتریان بین‌المللی در آموزش است. تحقیقات در ارتباط گردشگری آموزش و جذب دانشجویان بین‌المللی به عواملی همچون، درگیری پیچیده‌تر دانشگاه‌ها در سایر فرایندهای جهانی (شون، ۲۰۱۸)، ایجاد نوآوری و کمک به آینده (ژانگ، ۲۰۱۷)، همکاری میان مدیران و مسئولان آکادمی (گارسیا و دریگر و مندوزا جیمز، ۲۰۱۵) اشاره داشته‌اند. توجه به توریسم آموزش در جهت بین‌المللی شدن باید مطابق با مولفه‌های ارزشی تشریح شده، اول، اخلاقی، که نشان از عمل خوب و تمایز بین حق و اشتباه است. به نوعی اشاره به رفتارهای اخلاقی از جمله صداقت، شفافیت و خودمختاری در سیستم آموزش دارد؛ دوم، نظارتی، نشان می‌دهد که استادان و دانشجویان باید یاد بگیرند که رهبری را در سه جنبه مشخص پایداری، مسئولیت و خدمات به جامعه، درک کنند؛ سوم، دانشی، در هر صورت آشکار و ضمنی است و دانش موجود که ممکن است به صورت تصادفی مورد توجه قرار گیرد، باید به چالش کشیده شود؛ چهارم، حرفه‌ای‌گری، حرفه و مهارت‌ها، صلاحیت‌ها یا استانداردهای مربوطه به آن و نگرش‌ها و رفتارها مورد توجه قرار گیرد و پنجم، احترام متقابل، ارزشی که بر روابط انسانی متکی است که نیاز به تحولات نگرشی دارد که شامل پذیرش خودآگاهی از نابرابری‌های ساختاری، توانمندسازی و توانایی بازنگری در درک فرهنگی خود از جهان است، باشد (لیبرد، میهالیک و گویا، ۲۰۱۸؛ لیبرد و ادواردز، ۲۰۱۰).

با توجه به فرضیه چهارم تحقیق، برنامه‌ریزی فناوری اطلاعات بر نفوذ فناوری دانشگاه سیستم و بلوچستان مؤثر بوده است. با برنامه‌ریزی فناوری اطلاعات استراتژی‌ها با توجه به فن‌آوری‌های در حال ظهور، تاسیسات درونی و بیرونی، فرهنگ سازمانی، استانداردها و ارزش‌ها بر نفوذ فناوری اثر می‌گذارند. تحقیقات به نقش برنامه‌ریزی فناوری و نفوذ آن به تاثیرات برنامه‌های رسانه‌ای اجتماعی در شناخت و توسعه مهارت‌ها (رودا و همکاران، ۲۰۱۷)، توسعه راهبردهای

جدید آموزش و کاهش موانع ارتباطی (فرج‌اللهی و ظریف صناعی، ۱۳۸۸) و تاثیر در فعالیت‌ها و فرهنگ دانشگاهی (ازما^۱، ۲۰۱۱) اشاره داشته است. در برنامه‌ریزی فناوری اطلاعات اولویت‌ها در جهت افزایش عملکرد کلی سازمان مشخص می‌شوند. برنامه‌ریزی فن‌آوری اطلاعات دستورالعمل‌های استراتژیک برای توسعه فن‌آوری اطلاعات بر اساس اهداف سازمانی ایجاد می‌کند (دیم و همکاران^۲، ۲۰۱۰).

با توجه به فرضیه پنجم تحقیق، برنامه‌ریزی فناوری اطلاعات بر پیاده‌سازی فناوری دانشگاهی سیستان و بلوچستان مؤثر بوده است. برنامه‌ریزی فناوری اطلاعات نه تنها بر محصول فناوری اثرگذار است بلکه بر فرایند یا همان اجرای فناوری دارای نقش سازنده است در این مورد بیشتر به تعاملات و ابزارهای اجرایی در برنامه ریزی برای رسیدن به هدف با تاکید بر کیفیت، تصمیمات اتخاذ می‌گردد. به نوعی برنامه‌ریزی فناوری، سازمان را در شناخت اهداف کسب و کار و نیل به برنامه‌ها کمک می‌کند (کاسیدی^۳، ۲۰۱۶). که نیازمند به هماهنگی در کاهش تضادها در جهت پیاده‌سازی آن می‌باشد (گروور و سگار^۴، ۲۰۰۵).

با توجه به فرضیه ششم، پیاده‌سازی فناوری اطلاعات بر نفوذ فناوری دانشگاهی سیستان و بلوچستان مؤثر بوده است. می‌توان گفت در پیاده‌سازی فناوری اطلاعات، توجه به فاکتورهای آموزشی، بودجه‌ای، تخصص و مقاومت در برابر تغییر بر نفوذ فناوری در جهت اجرای کارآمد موثر است. پیاده‌سازی فناوری اطلاعات شامل تلاش‌ها برای انتخاب و اجرای راه‌حل‌های فناوری جدید، توسعه مهارت‌های ضروری و اندازه‌گیری اثربخشی دستگاه‌های جدید است (کندال و همکاران^۵، ۱۹۹۲). آموزش عالی در آستانه یک انقلاب با توجه به قدرت فناوری دیجیتال و گسترش اطلاعات است. در واقع تولید دانش در عصر اطلاعات یک فعالیت با کمک

- 1 . Azma
- 2 . Daim at al
- 3 . Cassidy
- 4 . Grover & Segars
- 5 . Kendall

فناوری است (فرج‌اللهی و ظریف‌صنایعی، ۱۳۸۸).

با توجه به فرضیه هفتم، نفوذ فناوری اطلاعات از طریق ارزش‌های توریسم آموزش بر جذب دانشجویان بین‌المللی موثر بوده است. می‌توان بیان کرد فن‌آوری اطلاعات کیفیت و انتخاب دانشجویان محلی را از طریق انعطاف‌پذیری بیشتر زمان، مکان و شیوه مطالعه بدون لمس شخصیت محلی یا بین‌المللی دانشگاه افزایش می‌دهد (مگنلیز^۱، ۲۰۱۴). فن‌آوری اطلاعاتی و ارتباطی می‌تواند به‌طور مؤثر برای کمک به دانشجویان در توسعه دیدگاه‌های بین‌المللی، تعامل با مردم از فرهنگ‌های دیگر، و مشارکت فعالانه در یادگیری بین فرهنگی استفاده شود (لسک، ۲۰۰۴).

با توجه به فرضیه هشتم، برنامه‌ریزی فناوری اطلاعات از طریق پیاده‌سازی فناوری اطلاعات بر نفوذ فناوری اطلاعات موثر بوده است. می‌توان گفت با مد نظر قرار دادن دو عامل برنامه‌ریزی و پیاده‌سازی فناوری در مشارکت، ریسک‌پذیری، سازگاری و منافع نفوذ فناوری موثر واقع شد. با ادغام موفق فن‌آوری در استراتژی‌های سازمانی و آموزش کافی می‌توان تأثیر زیادی بر روی نفوذ فن‌آوری اطلاعات در هر سازمانی داشت (سیبر و کگنکنا^۲، ۲۰۰۵). نتایج مورد انتظار اجرای فناوری اطلاعات باید به‌اندازه کافی واقع‌گرایانه باشد تا تعهد کارکنان را جلب کند. از طرفی هرگونه رویکردی برای اجرای فناوری اطلاعات باید هر دو سیستم فنی و اجتماعی که سازمان را تشکیل می‌دهند، در نظر بگیرد (شن‌هار و لوی^۳، ۱۹۹۷).

به طور کل، جذب دانشجویان بین‌المللی، پیامدهای مثبت همانند گسترش مهارت‌های ارتباطی بین فرهنگی (گرونزوی و رینهارت^۴، ۲۰۰۲)، آموزش برای شهروند جهانی (دویت^۵، ۲۰۰۲)، انتقال فناوری و تقویت روابط دیپلماتیک (ترمبلا^۶، ۲۰۰۵)، افزایش زمینه‌های مطالعاتی (لسک، ۲۰۰۴)، فرصت برای جذب نخبگان خارجی، افزایش همکاری‌های بین‌المللی، تقویت

- 1 . Magallanes
- 2 . Subair & Kankenna
- 3 . Shenhar & Levy
- 4 . Grünzweig & Rinehart
- 5 . De Wit
- 6 . Tremblay

تحقیق‌ها و تولیدهای علمی، بهره‌وری اقتصادی و منافع مالی (نایت، ۲۰۰۸) را به همراه دارد و در این مسیر استفاده از فاکتورهای کارآمد در معرفی دانشگاه می‌توان از طریق فناوری اطلاعات و ارزش‌های گردشگری آموزش نقش موثرتری را بازی کرد. می‌توان گفت، آینده گردشگری برای مناطق وابسته به توریسم به وسیله روش‌های رقابتی و توانایی درگیر شدن در روش‌های پیشرفته تعیین می‌شود (اسپنسر^۱، ۲۰۱۴). و به طور فزاینده‌ای بستگی به نوآوری آن خواهد داشت (پون^۲، ۲۰۱۵). مؤسسات آموزشی و مریمان می‌توانند نقش مهمی در شکل دادن جامعه و همچنین در ایجاد توانایی دانشجویان برای همبستگی، پاسخگویی و همچنین تسهیل بررسی اهداف خود در معنای جهانی ایفا کنند (کزنجان^۳، ۲۰۱۳؛ هلیشید^۴، ۲۰۰۷). از طرفی فناوری اطلاعات، مؤسسات علمی و دانشگاهی را برای پاسخ دادن سریع به اهداف و مقاصد و حتی پاسخ به تقاضاها و نیازهای اعضای هیئت علمی و کارکنان توانا خواهد ساخت و منجر به توسعه ی فناوری اطلاعات در مراکز علمی آموزشی به منظور بهره وری و اثربخشی مؤثرتر سازمان خواهد شد (رنجان^۵، ۲۰۰۸). در نفوذ فناوری اطلاعات در آموزش عالی، باید چارچوب یکپارچه برنامه‌ریزی، اجرای واقعی و نفوذ فن آوری اطلاعات مورد توجه قرار گیرد (احمد و همکاران^۶، ۲۰۰۷). از طرفی لازمه تدوین استراتژی موفق برای فناوری اطلاعات شناسایی عوامل تکنولوژیکی، سازمانی و محیطی است (شاه‌منصوری و همکاران، ۱۳۹۵).

تقویت جنبه بین‌المللی آموزش عالی، تقویت یک کشور در رقابت‌های منطقه‌ای و بین‌المللی است و با توجه به اینکه هدف تحقیق حاضر بررسی نقش فناوری اطلاعات بر جذب دانشجویان بین‌المللی با میانجیگری ارزش توریسم آموزش در دانشگاه سیستان و بلوچستان بوده است، پیشنهاد می‌گردد؛ در برنامه‌های آموزشی به رویکردهای علمی، روش‌ها و استراتژی‌ها،

- 1 . Spencer
- 2 . Poon
- 3 . Kazanjian
- 4 . Hollinshead
- 5 . Ranjan
- 6 . Ahmed at al

ارزشیابی، توسعه حرفه‌ایی و کیفیت با توجه به محتوی بین‌المللی توجه شود، دانشگاه برنامه‌ها و همکاری‌های چند جانبه خود را با توجه به اینکه جز شش دانشگاه ایرانی عضو در برنامه اراسموس و عضو معرفی شده در شبکه پیشگامان پژوهش و نوآوری سازمان همکاری اقتصادی دی‌هشت می‌باشد، افزایش دهد و از کشورهای مقصد دارای زمینه‌های فرهنگی به نسبت مشترک در ابتدا تلاش در جهت جذب بیشتر دانشجویان نماید در پروژهای سازمان‌های مذکور در زمینه‌های مختلف با توجه به موقعیت استان و وجود خانواده‌ها و دانشجویان مستعد افغانی شرکت نماید. کارگروه‌های برای معرفی سیستم آموزشی به دانشگاه‌های کشورهای هدف معرفی نماید. در حوزه فناوری اطلاعات به مسائل بودجه‌ای، آمادگی و آموزش کارکنان، نگرش‌ها نسبت به فناوری، اصول و سیاست‌ها و قوانین، امنیت اطلاعات و پهنای باند، توسعه راهبردهای جدید آموزش توجه نماید. جاذبه‌های مهم علمی و گردشگری را با استفاده از فناوری اطلاعات و تورهای مجازی در سامانه دانشگاه معرفی شوند. کلیه بخش‌ها و سامانه دانشگاه به زبان دوم به روز شوند. همایش‌های بین‌المللی، ارتباطات الکترونیکی از طریق ویدیو کنفرانس‌ها با اساتید دانشگاه کشورهای هدف ایجاد شود. به صورت عملیاتی به آموزش و توانمندسازی کارکنان و اعضا هیات علمی در حوزه‌های مفاهیم ارزشی گردشگری آموزش از جمله اخلاق، دانش، حرفه‌گرایی، نظارت و احترام متقابل بپردازد.

محدودیت اصلی تحقیق اینکه در یک دانشگاه واقع در یک منطقه جغرافیای سیستم و بلوچستان اجرا شده است. توجه صرف به پاسخ دهندگان آموزشی (هیات علمی) میزبان، نگاه عمیق نسبت به مشتریان واقعی با فرهنگ متفاوت را محدود کرده است. از طرفی احتمال ابهام در پاسخ دهندگان از طریق عدم همخوانی کامل ابزار و استراتژی سازمانی وجود دارد. مطالعات آینده می‌تواند در جامعه گسترده‌تر و مشتریان کشورهای هدف و لحاظ کردن عملیات آموزش ارزش گردشگری، فرهنگ فناوری اطلاعات و برندسازی در جهت جذب دانشجویان بین‌المللی انجام گیرد.

منابع

- ذاکر صالحی، غلامرضا و صالحی نجف آبادی، مایده (۱۳۹۱). ارائه راهبردهای برای جذب پذیرش دانشجویان خارجی در ایران، فصلنامه انجمن آموزش عالی ایران، ۴(۳)، ۶۵-۹۲.
- سرافراز، پریسا و خدامرادی، محمدرضا (۱۳۹۶). بررسی تاثیر فناوری اطلاعات در آموزش عالی و نقش آینده پژوهی در مدیریت آن. پنجمین کنفرانس بین المللی تحقیقات نوین پژوهشی در مهندسی و تکنولوژی، شیراز.
- سعادت، ابراهیم، سعادت، اسماعیل و حیدری، حسین (۱۳۹۴). نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه گردشگری، اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد، حسابداری و علوم تربیتی، ساری.
- شاه منصور، مریم، نبی الهی، اکبر و خانی، ناصر (۱۳۹۵). شناسایی عوامل موثر بر موفقیت برنامه ریزی استراتژیک فناوری اطلاعات (مورد مطالعه: شرکت ملی نفت ایران). پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات، ۳۳(۲)، ۵۱۷-۵۴۸.
- شیخی، سعید، نظری، حشمت اله، خدادادی، عیسی و کاکا، حشمت (۱۳۹۳). نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در آموزش، اولین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم تربیتی و روانشناسی، مطالعات اجتماعی و فرهنگی، تهران.
- فتحی واجارگاه، کوروش، ابراهیم زاده، عیسی، فرج اللهی، مهران و خشنودی فر، مهنوش (۱۳۹۰). روند بین المللی سازی برنامه های درسی با رویکرد آموزش از دور در آموزش عالی ایران. فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۲(۶)، ۷۷-۱۰۶.
- فرج اللهی، مهران و ظریف صنایعی، ناهید (۱۳۸۸). آموزش مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات در آموزش عالی. راهبردهای آموزش در علوم پزشکی، ۲(۴)، ۱۷۱-۱۶۷.
- گوروز، کمال (۲۰۱۱). آموزش عالی و تحرکات بین المللی دانشجویان در اقتصاد جهانی دانش، روح اله باقری مجد (۱۳۹۷)، زاهدان، دانشگاه سیستان و بلوچستان.

- Ahmed, H., Daim, T., & Basoglu, N. (2007). Information technology diffusion in higher education. *Technology in Society*, 29(4), 469-482.
- Alemu, A. M., & Cordier, J. (2017). Factors influencing international student satisfaction in Korean universities. *International Journal of Educational Development*, 57, 54-64
- Alfahad, F. N. (2012). Effectiveness of using information technology in higher education in Saudi Arabia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 46, 1268-1278.
- Altbach, P. G. (2015). What counts for academic productivity in research universities?. *International Higher Education*, (79), 6-7.
- Altbach, P. G., & Knight, J. (2007). The internationalization of higher education: Motivations and realities. *Journal of studies in international education*, 11(3-4), 290-305.
- Al-Turki, S. M. (2014). Assessment of information technology awareness and usage in higher education in Saudi Arabia: sample study in Jazan and King Faisal University KSA. *International Journal of Advanced Research in IT and Engineering*, 3(9), 1-17.
- Azma, F. (2011). The quality indicators of information technology in higher education. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 30, 2535-2537.
- Basri, H. (2010). Digital divide in Turkish primary schools: Sakarya sample. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 9(1), 21-35
- Breen, R., Lindsay, R., Jenkins, A., & Smith, P. (2001). The role of information and communications technologies in a university learning environment. *Studies in Higher Education*, 26(1), 95-114.
- Buhalis, D. (2000). Tourism and information technologies: Past, present and future. *Tourism recreation research*, 25(1), 41-58.
- Cassidy, A. (2016). *A practical guide to information systems strategic planning*. Auerbach Publications.

Chang, D. F., & Lin, N. J. (2018). Applying CIPO indicators to examine internationalization in higher education institutions in Taiwan. *International Journal of Educational Development*, 63, 20-28.

Curtis, T., Abratt, R., & Minor, W. (2009). Corporate brand management in higher education: the case of ERAU. *Journal of Product & Brand Management*, 18(6), 404-413

Daim, T., Basoglu, N., & Tanoglu, I. (2010). A critical assessment of information technology adoption: technical, organisational and personal perspectives. *International Journal of Business Information Systems*, 6(3), 315-335.

De Wit, H. (2002). *Internationalization of higher education in the United States of America and Europe: A historical, comparative, and conceptual analysis*. Greenwood Publishing Group.

DeShields Jr, O. W., Kara, A., & Kaynak, E. (2005). Determinants of business student satisfaction and retention in higher education: applying Herzberg's two-factor theory. *International journal of educational management*, 19(2), 128-139.

Franklin, K. K., & Shemwell, D. W. (1995). Disconfirmation Theory: An Approach to Student Satisfaction Assessment in Higher Education.

García-Rodríguez, F. J., & Mendoza Jiménez, J. (2015). The role of tourist destination in international students' choice of academic center: the case of erasmus programme in the Canary Islands. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(1).

Grover, V., & Segars, A. H. (2005). An empirical evaluation of stages of strategic information systems planning: patterns of process design and effectiveness. *Information & Management*, 42(5), 761-779.

Grünzweig, W., & Rinehart, N. (Eds.). (2002). *Rockin'in Red Square: Critical approaches to international education in the age of cyberculture* (Vol. 2). LIT Verlag Münster.

Hayden, M., Thompson, J., & Williams, G. (2003). Student perceptions of international education: a comparison by course of

study undertaken. *Journal of Research in International Education*, 2(2), 205-232.

Hollinshead, K. (2007). Worldmaking' and the transformation of place and culture: The enlargement of Meethan's analysis of tourism and global change. *The critical turn in tourism studies: Innovative research methodologies*, 165-193.

Jackson, J. (2008). Globalization, internationalization, and short-term stays abroad. *International Journal of Intercultural Relations*, 32(4), 349-358.

Kazanjian, V. (2013). Spiritual Practices on College and University Campuses: Understanding the Concepts-Broadening the Context. *Journal of College and Character*, 14(2), 97-104.

Kearney, M. L., & Huisman, J. (2007). Main transformations, challenges and emerging patterns in higher education systems. *Higher Education Policy*, 20(4), 361-363.

Kendall, K. E., Kendall, J. E., Kendall, E. J., & Kendall, J. A. (1992). *Systems analysis and design* (Vol. 4). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Kim, H. J., & Jeong, M. (2018). Research on hospitality and tourism education: Now and future. *Tourism management perspectives*, 25, 119-122.

Kiprutto, N., Wambui Kig, F., & Koome Riungu, G. (2011). Evidence on the adoption of e-tourism technologies in Nairobi.

Knight, J. (2008). Higher education in turmoil. *The changing world of internationalisation. Rotterdam, the Netherlands: Sense Publishers*.

Kršák, B., Tobisova, A., & Sehnálkova, M. (2014). Education in Information Technology as a tool for tourism development. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 116, 1096-1100.

Leask, B. (2004). Internationalisation outcomes for all students using information and communication technologies (ICTs). *Journal of Studies in International Education*, 8(4), 336-351.

Liburd, J. J., & Edwards, D. (Eds.). (2010). *Understanding the sustainable development of tourism*. Oxford: Goodfellow.

Liburd, J. J., Mihalič, T., & Guia, J. (2018). Values in tourism higher education: the European master in tourism management. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 22, 100-104

Magallanes, A. L. (2014). A Framework for an ICT-based Development Program for Science Teachers in State Universities and Colleges in Region VI. *Universal Journal of Educational Research*, 2(9), 659-668.

Newman, I., & Benz, C. R. (1998). *Qualitative-quantitative research methodology: Exploring the interactive continuum*. Carbondale: Southern Illinois University Press.

Nicolescu, L., Pricopie, R., & Popescu, A. I. (2009). Country differences in the internationalization of higher Education—How can countries lagging behind diminish the gap. *Review of International Comparative Management*, 10(5).

OECD (2017). *Education at a glance 2017: OECD indicators*. Paris: OECD Publishing.

Poon, A. (2015). Innovation and the future of Caribbean tourism. In D. J. Gayle, & J. N. Goodrich (Eds.). *Tourism marketing and management in the Caribbean* (pp. 181–204). New York, NY: Routledge

Racine, N., Villeneuve, P. Y., & Thériault, M. (2003). Attracting foreign students: The case of two universities in Quebec. *Journal of Studies in International Education*, 7(3), 241-252.

Ranjan, J. (2008). Impact of information technology in academia. *International Journal of Educational Management*, 22(5), 442-455.

Rostan, M. (2010). Aspects of the academic profession's internationalisation beyond physical mobility: Teaching, research and dissemination activities. In *annual meeting of CHER [Council on Higher Education Research]*, Oslo, June.

Rueda, L., Benitez, J., & Braojos, J. (2017). From traditional education technologies to student satisfaction in Management education: A theory of the role of social media applications. *Information & Management*, 54(8), 1059-1071.

Rumble, G. (2001). Just how relevant is e-education to global educational needs?. *Open Learning: The Journal of Open, Distance and e-Learning*, 16(3), 223-232.

Shrnhur, A. J., Levy, O., & Dvir, D. (1997). Mapping the dimensions of project success. *Project management journal*, 28(2), 5-13.

Spencer, A. (2014). Tourism and technology in the global economy: challenges for small island states. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 6(2), 152-165.

Subair, S. K., & Kgankenna, F. (2002). Perception of researchers in Botswana College of Agriculture (BCA) and Department of Agricultural Research (DAR) regarding the usefulness of information technology in agricultural research in Botswana. In *Proceedings of the 18th Annual Conference of the Association for International Agricultural and Extension Education, Durban, South Africa* (pp. 429-436).

Sun, Y., Wei, Y., & Zhang, L. (2017). International academic impact of Chinese tourism research: A review based on the analysis of SSCI tourism articles from 2001 to 2012. *Tourism Management*, 58, 245-252.

Teichler, U. (2002). Erasmus in the Socrates programme. *Findings of an evaluation study. Bonn, Lemmens*.

Tran, M. N., Moore, K., & Shone, M. C. (2018). Interactive mobilities: Conceptualising VFR tourism of international students. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 35, 85-91.

Tremblay, K. (2005). Academic mobility and immigration. *Journal of Studies in International Education*, 9(3), 196-228.

Wiley, D. (2001). Forty Years of the Title VI and Fulbright-Hays International Education Programs. *Changing perspectives on international education*, 11.

Yu, Y., & Moskal, M. (2019). Why do christian churches, and not universities, facilitate intercultural engagement for Chinese international students?. *International Journal of Intercultural Relations*, 68, 1-12

