

شناسایی و ارزیابی عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی
(مورد مطالعه: دانشجویان تحصیلات تکمیلی پردیس دانشکده‌های فنی
دانشگاه تهران)

Identification and Evaluation of Factors Affecting the Social Demand
for Higher Education (Case Study: Graduate Students at Campuses of
Technical Colleges of University of Tehran)

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۶/۰۸/۰۱

تاریخ دریافت مقاله: ۹۶/۰۵/۱۸

Mohammadreza Karami
Javad Poorkarimi
Mojtaba Hajkhozimeh
Mohammadmahdi Babayi

محمد رضا کرمی*
جواد پورکریمی**
مجتبی حاج خزیمه***
محمد مهدی بابایی****

Abstract: The aim of this exploratory-mixed research was to identify and evaluate the factors affecting the social demand for higher education among graduate students at campuses of technical colleges at University of Tehran. In the qualitative phase, the statistical population included elites and professors of higher education, among whom 8 individuals were interviewed. In the quantitative phase, the statistical population included all graduate students at campuses of technical colleges at University of Tehran (N=3527), among whom 346 individuals were randomly selected as research sample using Cochran's Formula. The data collection instrument included a researcher-made questionnaire that contained 24 questions. The latter instrument was confirmed by the elites of higher education in terms of content and face validity. The reliability of the questionnaire was also calculated using Cronbach's Alpha Coefficient (0.92). According to findings obtained from qualitative phase, factors affecting the social demand for higher education were identified in terms of the following four major dimensions: a) individual and familial, b) academic, 3) economic, and 4) cultural and social. The results of T-test indicated that all identified factors were evaluated as desirable in the eyes of graduate students. Furthermore, the results of Friedman Test showed that economic and cultural-social factors were the most and the least important factors in this regard, respectively.

Key words: Social demand, higher education, graduate students, campuses of technical colleges.

چکیده: پژوهش حاضر با هدف شناسایی و ارزیابی عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی در بین دانشجویان تحصیلات تکمیلی پردیس دانشکده‌های فنی دانشگاه تهران به روش آمیخته اکتشافی اجرا شد. در بخش کیفی، جامعه آماری شامل خبرگان و استادان حوزه آموزش عالی بود که با ۸ نفر از آنها مصاحبه شد. در بخش کمی، جامعه آماری شامل همه دانشجویان تحصیلات تکمیلی پردیس دانشکده‌های فنی دانشگاه تهران به تعداد ۳۵۲۷ بود که با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران به روش تصادفی ساده ۳۴۶ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها یک پرسشنامه محقق‌ساخته ۲۴ سؤالی بود که روایی محتوایی و صوری آن را متخصصان حوزه آموزش عالی تأیید کردند. همچنین پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰۹۲ درصد محاسبه شد. بر اساس نتایج بخش کیفی عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی در چهار بعد کلی فردی و خانوادگی، دانشگاهی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، شناسایی شد. نتایج آزمون تی نشان داد که همه عوامل شناسایی شده از نظر دانشجویان تحصیلات تکمیلی در حد مطلوب ارزیابی شده‌اند. همچنین نتایج آزمون فریدمن نشان داد عوامل اقتصادی بیشترین اهمیت و عوامل فرهنگی و اجتماعی کمترین اهمیت را دارند.

واژگان کلیدی: تقاضای اجتماعی، آموزش عالی، دانشجویان تحصیلات تکمیلی، پردیس دانشکده‌های فنی

* دانشجوی دکتری اقتصاد و مدیریت مالی آموزش عالی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران (نویسنده

مسئول: Karami_mohammadreza@yahoo.com)

** استادیار مدیریت آموزشی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران

*** دانشجوی دکتری مدیریت آموزش عالی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران

**** دانشجوی دکتری اقتصاد و مدیریت مالی آموزش عالی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران

مقدمه

یکی از مباحث اساسی در زمینه توسعه، بهره‌گیری درست و منطقی از توانایی‌ها و استعداد‌های نیروی انسانی هر جامعه است. منابع انسانی از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده توسعه پایدار در هر جامعه‌ای هستند. تشکیل سرمایه انسانی مستلزم بهبود و سرمایه‌گذاری در محوری‌ترین بخش تولید سرمایه انسانی، یعنی آموزش عالی است که از مهم‌ترین دروازه‌های بازار کار به‌شمار می‌رود. دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی عهده‌دار رسالت‌هایی هستند که با تولید دانش، تربیت نیروی انسانی متخصص مورد نیاز در جامعه و گسترش نوآوری و خلاقیت علمی، پایه‌های رشد اقتصادی را استوار می‌کنند. بنابراین، تحقق هدف‌های توسعه و پیشگیری از عقب‌ماندگی مستلزم سیاست‌گذاری‌های آموزش عالی با هدف گسترش تخصص و مهارت است؛ از این‌رو، شناسایی چالش‌های پیش روی آموزش عالی به‌مثابه‌ی قانون تولید سرمایه انسانی کارآمد از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است (شیری و نوراللهی، ۱۳۹۱). پاسخگویی به تقاضای فزاینده آموزش عالی طی دو دهه گذشته در بیشتر کشورها از چالش‌های اساسی بوده است و همانند آنچه در بیشتر کشورهای درحال توسعه وجود دارد، سیاست‌گذاری مناسب برای پاسخگویی به تقاضا و دسترسی عادلانه به خدمات این بخش را ضروری کرده است. بر همین اساس، مطالعات مربوط به پیش‌بینی تقاضای اجتماعی آموزش عالی و سپس تحلیل عوامل مؤثر بر آن از ابتدای برنامه دوم توسعه اقتصادی اجتماعی و فرهنگی آغاز شد و در سال‌های برنامه سوم اهمیت و شدت بیشتری یافت (قارون، ۱۳۸۲).

آموزش عالی، مانند هر نوع کالا یا خدمت دیگر، متقاضیانی دارد که رفتار تقاضای آنها بر اساس الگوهایی شکل می‌گیرد. به‌عبارت‌دیگر، هر فرد با تأثیرپذیری از شرایط و متغیرهای مختلف تصمیم می‌گیرد که از خدمات آموزش عالی به‌عنوان یک خریدار بهره‌مند بشود یا خیر. تقاضای اجتماعی آموزش عالی در واقع، برآیند یا نتیجه تقاضای افراد برای آموزش عالی است که به‌صورت یک رفتار جمعی شکل می‌گیرد و از عوامل مختلف تأثیر می‌پذیرد (قارون، ۱۳۸۱). در تقاضای اجتماعی نیز قانون تقاضا صادق است؛ یعنی با افزایش هزینه‌های تحصیل در آموزش عالی، تقاضا برای آن کاهش می‌یابد. از نظر اجتماعی نیز مطلوبیت آموزش عالی برای خانواده‌ها (در مقایسه با سایر کالاها و خدمات)، هزینه تحصیل در دانشگاه و توان خانواده‌ها برای پرداخت

هزینه‌های تحصیل (درآمد قابل تصرف خانواده‌ها) تعیین‌کننده‌های اصلی و عمومی تقاضای خدمات آموزش عالی در یک کشور است (انتظاری، ۱۳۹۴).

با توجه به اینکه در سال‌های اخیر، تقاضای اجتماعی برای آموزش عالی که به تمایل جوانان برای راه یافتن به دانشگاه اطلاق می‌شود، بین دانشجویان تحصیلات تکمیلی افزایش یافته است، جامعه باید بتواند حتی‌المقدور به چنین تقاضاهایی پاسخ مناسب دهد. علاوه بر این، جامعه باید بتواند بر اساس هدف‌های توسعه خود تقاضای اجتماعی برای آموزش عالی را به سمت و سوی مورد نظر هدایت کند و برای این مهم، نخست باید عواملی که تقاضا برای آموزش عالی را شکل می‌دهند شناسایی شوند. بنابراین از یک سو با توجه به اهمیت مسئله تقاضای اجتماعی آموزش عالی در دانشجویان تحصیلات تکمیلی و از سوی دیگر با توجه به اینکه بیشتر پژوهش‌های اجرا شده در زمینه تقاضای اجتماعی آموزش عالی در ایران، مربوط به دهه هشتاد هستند و این در حالی است که تقاضای اجتماعی آموزش عالی در دهه نود تحولات اساسی را پشت سر گذاشته است؛ لذا پژوهشگران در این پژوهش به دنبال شناسایی عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی دانشجویان تحصیلات تکمیلی پردیس دانشکده‌های فنی دانشگاه تهران هستند.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

تقاضای افراد برای آموزش عالی با عنوان تقاضای اجتماعی و تقاضای بنگاه‌ها برای آموزش‌دیدگان آموزش عالی با عنوان تقاضای اقتصادی آموزش عالی بررسی می‌شود (قوبدل و همکاران، ۱۳۹۱). تقاضای اجتماعی برای آموزش عالی، حاصل مجموع تقاضاهای انفرادی است و مجموع تصمیمات افراد در مورد نوع و مدت تحصیل، تقاضای اجتماعی آموزش عالی را شکل می‌دهد. بر این اساس، می‌توان گفت تقاضای اجتماعی آموزش عالی، تابعی از دو گروه عوامل است:

یک گروه، عواملی که فردی است و گروه دیگر مربوط به تصمیمات دیگران و شرایط عمومی مؤثر بر تصمیم افراد است. بدیهی است هر دو گروه از عوامل مذکور در تعیین تعداد افراد واجد شرایط ورود به آموزش عالی و نیز تعداد افراد متقاضی از بین واجدان شرایط دخیل‌اند.

شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر تقاضای فردی آموزش عالی، نکات بسیار مهمی را از فرایند تصمیم‌گیری افراد برای سرمایه‌گذاری آموزشی آشکار می‌کند، لیکن

سیاست‌گذاری برای سرمایه‌گذاری آموزشی و توسعه ظرفیت‌ها مستلزم پیش‌بینی تقاضای اجتماعی آموزش عالی است که این خود نیازمند شناسایی عوامل مؤثر بر رفتار جمعی یا تابع تقاضای اجتماعی آموزش عالی است.

به‌طورکلی، مطالعات مرتبط با تقاضای آموزش عالی را می‌توان به دو پرسش مربوط دانست:

۱- چگونه افراد تصمیم می‌گیرند که وارد دانشگاه بشوند یا نشوند؟

۲- افراد کدام دانشگاه یا مؤسسه را برای ادامه تحصیل انتخاب می‌کنند؟

این تصمیمات اگرچه به هم مرتبط‌اند، ولی از نظر چهارچوب تئوریک و تجربی، متفاوت و مجزا هستند. پژوهشگرانی که چگونگی انتخاب افراد برای ورود به دانشگاه را بررسی می‌کنند، نوعاً به یک متغیر کیفی متکی هستند و آن را به ویژگی‌های خانوادگی و همچنین، متغیرهای کلان اقتصادی و اجتماعی ارتباط می‌دهند و این به درک و استنباط آنها از تقاضای جمعی آموزش عالی منجر می‌شود. پژوهشگرانی که چگونگی انتخاب یک دوره یا مؤسسه خاص را مدنظر قرار می‌دهند، ملاک‌های تقاضای افراد برای آن مؤسسه یا دانشگاه (شامل تعداد داوطلب، ثبت نام و دانشجو) را به متغیرهای جمعیتی و جغرافیایی آن ناحیه و نیز ویژگی‌های آن مؤسسه مانند شهریه، ملاک‌های ارزیابی کیفی آن مؤسسه و سطح درآمد متوسط آن منطقه یا ناحیه ... ارتباط می‌دهند (قارون، ۱۳۸۲).

در ادامه به برخی از پژوهش‌های داخلی و خارجی انجام گرفته در حوزه تقاضای اجتماعی آموزش عالی اشاره می‌شود. شیری و نوراللهی (۱۳۹۱) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که افزایش روند باروری دهه ۶۵-۱۳۵۵ و سپس کاهش آن در دهه اخیر نقش تعیین‌کننده‌ای در افزایش و سپس کاهش تقاضای اجتماعی آموزش عالی داشته است. همچنین کاهش باروری سال‌های پایانی دهه ۶۰ به کاهش تقاضای اجتماعی آموزش عالی در سال‌های اخیر منجر شده است. اکبری (۱۳۸۵) در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر نظام آموزشی متوسطه بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی»، عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی را ویژگی‌های فردی، عوامل اجتماعی، فرهنگی و محیطی؛ عوامل و امکانات آموزشی و عوامل اقتصادی شناسایی و دسته‌بندی کرد. همچنین نتایج پژوهش او نشان داد از بین عوامل و امکانات آموزشی، معلمان مهم‌ترین عامل تأثیرگذار بوده‌اند. قارون (۱۳۸۲) در پژوهشی با عنوان «تأثیر وضعیت اقتصادی - اجتماعی خانوار بر

تقاضا برای آموزش عالی» به این نتایج دست یافت: اگر سطح تحصیلات سرپرست خانوار دیپلم و بالاتر باشد، به‌طور متوسط و با فرض ثبات سایر شرایط، احتمال ورود فرد به دانشگاه افزایش می‌یابد؛ هر چه تعداد اعضای خانواده بیشتر باشد، به‌طور متوسط و با فرض ثبات سایر شرایط، احتمال ورود فرد به دانشگاه افزایش می‌یابد؛ جنسیت مذکر به‌طور متوسط با احتمال کمتری وارد دانشگاه می‌شود؛ هر چه فرد روزانه فعالیت اقتصادی بیشتری انجام دهد، احتمال ورود به دانشگاه برای وی کمتر خواهد بود؛ هر چه زیربنای محل سکونت خانوار (نماینده طبقه اقتصادی و اجتماعی) بیشتر باشد، احتمال ورود فرد به دانشگاه افزایش می‌یابد؛ هر چه سن فرد بیشتر باشد، احتمال ادامه تحصیل او بیشتر است. قویدل و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهش خود با عنوان «برآورد تقاضای آموزش عالی برای دوره‌های کارشناسی و کارشناسی ارشد در افق ۱۴۰۴» به این نتیجه دست یافتند که متقاضیان آموزش عالی در ۱۴ سال آینده در مقطع کارشناسی در حال کاهش خواهد بود، به‌طوری‌که در سال ۱۴۰۴ تعداد متقاضیان مقطع کارشناسی حدود ۶۰۰ هزار نفر؛ یعنی نصف متقاضیان کنونی خواهد بود. سیر نزولی متقاضیان کارشناسی ارشد از دو یا سه سال آینده شروع می‌شود و در سال ۱۴۰۴ حدوداً مشابه سطح کنونی خواهد بود.

یانگ و مک‌کال^۱ (۲۰۱۴) در مطالعات خود در زمینه سیاست‌گذاری مالی و دسترسی به آموزش عالی به این نتیجه دست یافتند که برای مقدار ثابت کل بودجه و افزایش تقاضا برای تحصیلات آموزش عالی، ملت‌های مختلف هزینه‌های مصرفی در هر دانشجو را کاهش داده و کشورها بیشتر بر دسترسی به منابع خصوصی برای توسعه آموزش عالی تمرکز داشته باشند. نتایج مطالعات لانگلت و همکاران^۲ (۲۰۱۵) نشان داد که میزان شهریه، دوری از خانواده، قابلیت دسترسی به رشته و ارتباطات خانوادگی و دوستی در مدرسه‌ها اثرات قابل توجهی بر تقاضای دانشجویان در دانشگاه داکوتای جنوبی داشته است. وایرا و وایرا^۳ (۲۰۱۴) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که عوامل اقتصادی تأثیری کمتر از عوامل سیاسی دارد و به‌این‌ترتیب حفظ یا افزایش مشارکت آموزش عالی ممکن است بیشتر وابسته به

1. Yang & McCall

2. Langelett et al

3. Vieira & Vieira

عوامل سیاسی باشد تا عوامل اقتصادی. نتایج مطالعات نوربخش و کالپ^۱ (۲۰۰۲) نشان داد که افزایش شهریه دانش‌آموزان باعث افت قابل توجهی در تقاضا و نام‌نویسی افراد غیر مقیم می‌شود. در پژوهش کانتون و دی‌جونگ^۲ (۲۰۰۵) با عنوان «تقاضا برای آموزش عالی در کشور نیوزیلند» این نتیجه به دست آمد که دانشجویان علاقه‌ای به پرداخت شهریه ندارند اما حمایت مالی (وام‌ها و کمک‌های مالی)، حق بیمه، درآمد در بازار کار آینده و پیشنهاد دستمزد در تصمیم‌گیری ثبت‌نام دانشگاه مهم است. اولیویرا و همکاران^۳ (۲۰۱۵) به این نتیجه دست یافتند که مهم‌ترین عامل تقاضای آموزشی وابسته به سیاست است بنابراین ممکن است موجب حمایت هدف‌های آموزشی استراتژیک و مفید در دیگر زمینه‌های ملی شود. نتایج پژوهش بنیتو و همکاران^۴ (۲۰۰۱) در اسپانیا نشان داد که وضعیت اقتصادی و اجتماعی خانواده تأثیر زیادی بر تقاضای تحصیلی دانشگاهی دارد.

1. Noorbakhsh & Culp

2. Canton & de Jong

3. Oliveiraa et al

4. Beneito et al

جدول (۱) عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی در پژوهش‌های اجرا شده

عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی	صاحب‌نظران
استعداد تحصیلی (توانایی‌های فکری و ذهنی)	عمادزاده (۱۳۸۳)، قارون (۱۳۸۱)
انگیزه و علائق فرد و خانواده	عمادزاده (۱۳۸۳)، قارون (۱۳۸۳)
افزایش استانداردهای زندگی	کلپگ (۲۰۱۲)
جنسیت	ویرا و ویرا (۲۰۱۴)
تحصیلات والدین و سایر اعضای خانواده	مولر و روکریب (۲۰۰۵)، قارون (۱۳۸۱)
درآمد والدین	قارون (۱۳۸۱)، سایتی و پروکاپیدو (۲۰۰۸)
فشار اعضای خانواده	سایتی و پروکاپیدو (۲۰۰۸)
نزدیک بودن محل تحصیل به محل سکونت	لانگلت و همکاران (۲۰۱۵)، قارون (۱۳۸۱)، مولر و روکریب (۲۰۰۵)، قارون (۱۳۸۱)، لانگلت و همکاران (۲۰۱۵)
پشتیبانی مالی دانشگاه (وام و گرنت)	کانتون و جانگ (۲۰۰۵)، لانگلت و همکاران (۲۰۱۵)، کلپگ (۲۰۱۲)
میزان شهریه دانشگاه	کانتون و جانگ (۲۰۰۵)
قیمت خدمات آموزشی	قارون (۱۳۸۱)
هزینه فرصت	کانتون و جانگ (۲۰۰۵)
نرخ بیکاری	قارون (۱۳۸۱)
درآمد بیشتر	کلپگ (۲۰۱۲)، کانتون و همکاران (۲۰۰۵)
امنیت شغلی و ایجاد فرصت‌های شغلی بهتر	سایتی و پروکاپیدو (۲۰۰۸)، کلپگ (۲۰۱۲)
وجه اجتماعی تحصیلات دانشگاهی	قارون (۱۳۸۱)، کلپگ (۲۰۱۲)
چشم‌وهم‌چشمی	قارون (۱۳۸۱)
رشد جمعیت	کلپگ (۲۰۱۲)

با توجه به آنچه گفته شد و اهمیت شناسایی عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی دانشجویان تحصیلات تکمیلی و همچنین با توجه به اینکه پژوهش‌های بسیار کمی در این زمینه در داخل کشور انجام گرفته است که مربوط به سال‌ها پیش است درحالی‌که امروزه در تقاضای افراد برای آموزش عالی و عواملی که آن را تحت تأثیر قرار می‌دهند تحولات زیادی ایجاد شده است، لازم است که در پژوهشی تازه،

عوامل مذکور بررسی شوند؛ بنابراین، در پژوهش حاضر تلاش می‌شود به پرسش‌های زیر پاسخ داده شود:

- ۱- عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی دانشجویان تحصیلات تکمیلی کدام‌اند؟
- ۲- وضعیت موجود هر یک از مؤلفه‌های تقاضای اجتماعی آموزش عالی چگونه است؟
- ۳- هر یک از عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی، چقدر اهمیت دارند؟

روش پژوهش

در پژوهش حاضر، عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی از طریق مصاحبه شناسایی و عوامل شناسایی شده با استفاده از پرسشنامه، اعتباریابی و ارزیابی شد؛ بنابراین پژوهش حاضر از نوع پژوهش آمیخته اکتشافی است.

روش شناسایی بخش کیفی

در روش پژوهش کیفی، افراد، ادراکات، معانی و شناخت آنها منبع اولیه داده‌ها هستند (سرمد، بازرگان و حجازی، ۱۳۹۳). از آنجاکه در این پژوهش، عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی با استفاده از مصاحبه با خبرگان شناسایی می‌شود، استفاده از رویکرد کیفی قابل توجیه است. جامعه آماری شامل صاحب‌نظران و استادان حوزه آموزش عالی دارای سابقه بالای ده سال، با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند شناسایی شدند. مصاحبه‌های نیمه‌ساختارمند، ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کیفی پژوهش بود؛ چراکه از این طریق امکان تبادل نظرات، مشاهده احساسات و رسیدن به باورها و اعتقادات مصاحبه‌شوندگان درباره موضوع پژوهش وجود خواهد داشت و هدف مصاحبه نیمه‌ساختارمند کسب اطلاعات عمیق از مصاحبه‌شونده است (سرمد، بازرگان و حجازی، ۱۳۹۳). با توجه به سطح اشباع یافته‌ها با ۸ نفر از صاحب‌نظران و استادان حوزه آموزش عالی که بیش از ده سال سابقه کار دارند، مصاحبه‌هایی عمیق به عمل آمد. در ادامه، ضمن توجه به ممیزی‌های پژوهش، از چهار معیار قابل قبول بودن، انتقال‌پذیری، قابلیت اطمینان و تأییدپذیری برای ارزیابی روایی داده‌های کیفی استفاده شد. برای اطمینان از قابل قبول بودن داده‌ها، نمونه‌گیری با حداکثر تنوع از بین استادان و صاحب‌نظران حوزه آموزش عالی صورت گرفت. علاوه بر این، کدهای تهیه‌شده از

مصاحبه‌ها در اختیار شرکت‌کنندگان قرار گرفت و بعد از اعمال اصلاحات موردنظر به تأیید آنها رسید. برای اطمینان از قابلیت انتقال، مراحل اجرای پژوهش، محیط و زمینه اجرا، به‌طور کامل شرح داده می‌شود. برای تأمین معیار قابلیت اطمینان نیز فرایند انجام مطالعه در اختیار استادان باسابقه در زمینه پژوهش‌های کیفی قرار گرفت. آنها پس از بازنگری فرایند مطالعه، نتایج بخش کیفی را تأیید کردند. با توجه به اینکه در این مطالعه سه معیار قبلی بررسی روایی پژوهش‌های کیفی تأمین شد، می‌توان استنتاج کرد تأییدپذیری نیز خودبه‌خود رعایت شده است. در این پژوهش برای اینکه پژوهش تکرارپذیر بوده و از پایایی لازم برخوردار باشد، ضمن توجه به یکسان مطرح کردن پرسش‌ها برای مصاحبه‌شوندگان مختلف، از روش مستندسازی استفاده شد و تمامی مصاحبه‌ها ضبط شدند. در پایان، به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها از روش تحلیل محتوا و کدگذاری با استفاده از تحلیل مقوله‌ای انجام گرفت. تحلیل مقوله اطلاعات حاصل از مصاحبه در سه مرحله صورت گرفت:

قرائت آزاد و مرور متن نوشتاری داده‌ها؛ برای کسب دید کلی نسبت به اطلاعات گردآوری شده و تعیین چگونگی بخش‌بندی متن نوشتاری، به انتقال و تبدیل داده‌های ضبط‌شده مصاحبه به‌صورت کتبی و سپس مرور آنها اقدام شد.

انتخاب واحد تحلیل و کدگذاری باز؛ اولین کار در هر پژوهش تجربی، تعیین چیزی است که باید مشاهده و ضبط شود و سپس داده به‌شمار آید. واحد تحلیل، در واقع واحد سنجش است. واحد تحلیل می‌تواند شامل کلمه، نماد، جمله، عبارت مضمون و شخصیت‌ها باشد. در این پژوهش، اعضای مصاحبه‌شونده به‌عنوان واحد تحلیل در نظر گرفته شدند. نتایج به‌دست‌آمده از مصاحبه با هر یک اعضا، گردآوری و تحلیل شد و روی داده‌های حاصل از مصاحبه کدگذاری باز انجام شد و مواردی که با یکدیگر همپوشانی داشتند، ادغام شدند.

کدگذاری محوری و تدوین مقوله‌ها؛ از مهم‌ترین مراحل تحلیل محتوا، تدوین مقوله، طبقه یا حیطه‌هایی است که اطلاعات را به‌طور مناسبی در برمی‌گیرد و درعین حال آنها را خلاصه کند. پژوهشگر باید در مورد اینکه چه مطالبی در هر بخش مهم است، تصمیم‌گیری کند (گال و همکاران، ترجمه نصر و همکاران، ۱۳۸۴، ۹۷۹). در این مرحله با کدگذاری محوری، کدهای باز باهم ادغام شدند و مقوله‌ها تدوین شد. بر اساس آن، عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی در قالب مقوله‌ها تدوین شد.

روش‌شناسی بخش کمی

با توجه به هدف و ماهیت موضوع پژوهش، مناسب‌ترین روش در مرحله کمی، روش تحقیق توصیفی - پیمایشی است. در این مرحله، جامعه آماری پژوهش شامل همه دانشجویان تحصیلات تکمیلی پردیس فنی دانشگاه تهران بود. بر اساس گزارش مرکز فناوری و اطلاعات مجازی دانشگاه تهران تعداد آنها برابر با ۳۵۲۷ نفر بوده است که از این میان ۳۴۶ نفر با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران به روش تصادفی ساده به‌عنوان نمونه انتخاب شد. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق‌ساخته شامل ۲۴ پرسش استفاده شد. پرسش‌ها با توجه به عوامل چهارگانه شناسایی شده در بخش کیفی، با توجه به متون مصاحبه‌ها و همچنین با مراجعه به ادبیات مربوط به هر عامل، تدوین و بر اساس طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت طراحی شد. برای تعیین روایی پرسشنامه از روایی صوری و محتوایی مطابق با نظر متخصصان حوزه آموزش عالی استفاده شد. مقدار آلفای کرونباخ پرسشنامه تقاضای اجتماعی آموزش عالی برابر ۰/۹۲ است که نشان از بالا بودن پایایی پرسشنامه دارد. همچنین مقدار آلفای کرونباخ تمام مؤلفه‌های تقاضای اجتماعی آموزش عالی نیز در سطح مطلوبی قرار داشت. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها در این مرحله آزمون آلفای کرونباخ، آزمون کلموگروف - اسمیرنوف و آزمون تی تک‌نمونه‌ای بوده است.

یافته‌های پژوهش

تحلیل‌های مربوط به پرسش اول پژوهش در بخش کیفی:

۱- عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی دانشجویان تحصیلات

تکمیلی کدام‌اند؟

برای پاسخ به پرسش اول، از روش کیفی مصاحبه‌های فردی نیمه‌سازمان‌یافته استفاده شد که هدف شناسایی عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی از دیدگاه صاحب‌نظران و خبرگان آموزش عالی با سابقه بالای ده سال بود. در این بخش با ۸ نفر از صاحب‌نظران حوزه آموزش عالی مصاحبه شد. هرچند که چهارچوب مفهومی بر اساس مطالعه پیشینه و بررسی اسناد موجود تدوین شد ولی تدوین مدل نهایی، مستلزم مصاحبه و استفاده از نظرات خبرگان بود تا بتوان مجموعه مؤلفه‌ها (عوامل) و زیرمؤلفه‌های مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی مؤثر را تعیین کرد و همچنین به طبقه‌بندی دقیقی از این مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه‌های ذکر شده دست یافت؛ نتیجه

کدگذاری هریک از پرسش‌های مصاحبه (که با توجه به چهارچوب مفهومی و با کمک صاحب‌نظران طراحی شدند) در جدول‌های (۴ تا ۷) ارائه شده است:

جدول (۴) زیر مؤلفه‌های عوامل فردی و خانوادگی مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی

ردیف	کد	عوامل فردی و ویژگی‌های خانوادگی	مقوله
۱	۱۰۰	استعداد تحصیلی (توانایی‌های فکری و ذهنی)	عوامل فردی و خانوادگی
۲	۱۰۱	انگیزه و علائق فرد و خانواده	
۳	۱۰۲	افزایش استانداردهای زندگی	
۴	۱۰۳	جنسیت	
۵	۱۰۴	تحصیلات والدین و سایر اعضای خانواده	
۶	۱۰۵	درآمد والدین	
۷	۱۰۶	دسترسی به فرصت‌های بهتر ازدواج	
۸	۱۰۷	به تأخیر افتادن خدمت سربازی	
۹	۱۰۸	فشار اعضای خانواده	

جدول (۵) زیر مؤلفه‌های عوامل دانشگاهی مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی

ردیف	کد	عوامل دانشگاهی	مقوله
۱	۲۰۰	نزدیک بودن محل تحصیل به محل سکونت	عوامل دانشگاهی
۲	۲۰۱	منطقه جغرافیایی دانشگاه	
۳	۲۰۲	برند دانشگاه (کیفیت)	
۴	۲۰۳	پشتیبانی مالی دانشگاه (وام و گرنت)	
۵	۲۰۴	میزان شهریه دانشگاه	

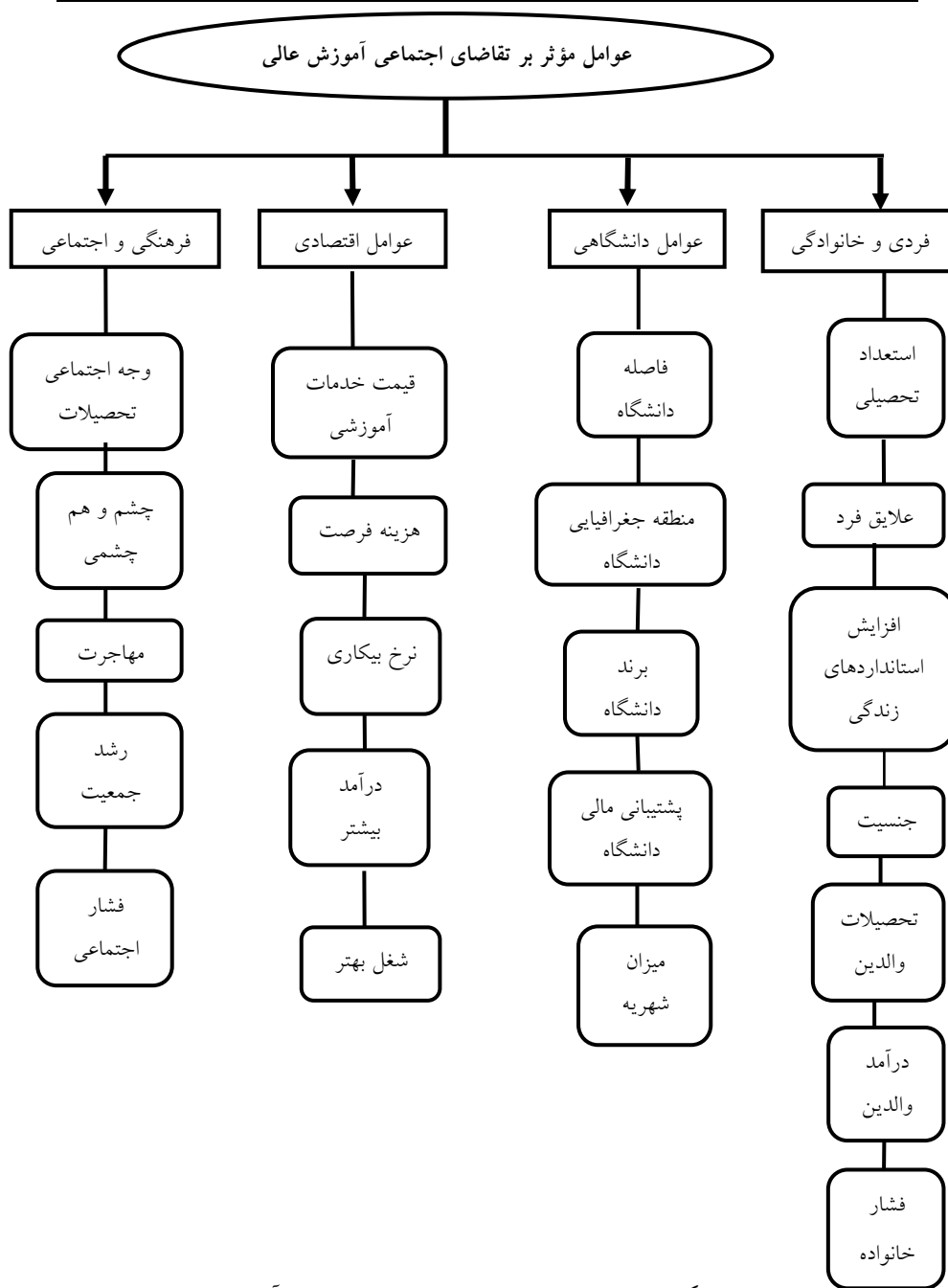
جدول (۶) زیرمؤلفه‌های عوامل اقتصادی مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی

ردیف	کد	عوامل اقتصادی	مقوله
۱	۳۰۱	قیمت خدمات آموزشی	عوامل اقتصادی
۲	۳۰۲	هزینه فرصت (درآمدهای ازدست‌رفته در صورت ورود به دوره تحصیلات تکمیلی)	
۳	۳۰۳	نرخ بیکاری	
۴	۳۰۴	درآمد بیشتر	
۵	۳۰۵	امنیت شغلی و ایجاد فرصت‌های شغلی بهتر	

جدول (۷) زیرمؤلفه‌های عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی

ردیف	کد	عوامل اجتماعی و فرهنگی	مقوله
۱	۴۰۰	وجه اجتماعی تحصیلات دانشگاهی	عوامل اجتماعی و فرهنگی
۲	۴۰۱	چشم‌وهم‌چشمی	
۳	۴۰۲	مهاجرت	
۴	۴۰۳	رشد جمعیت	
۵	۴۰۴	فشار اجتماعی	

بنابراین در پاسخ به پرسش اول، با توجه به نتایج تحلیل محتوای مصاحبه‌ها، عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی دانشجویان تحصیلات تکمیلی در چهار مؤلفه اصلی و ۲۲ زیرمؤلفه شناسایی شد که مؤلفه‌های اصلی عبارت‌اند از: عوامل فردی و خانوادگی، عوامل دانشگاهی، عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی و فرهنگی. بر اساس مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه‌های شناسایی شده در این مرحله، پرسشنامه شناسایی عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی دانشجویان تحصیلات تکمیلی، تدوین و استفاده شد که نتایج آن در بخش کمی، بررسی می‌شود. عوامل (مؤلفه‌ها) و زیرمؤلفه‌های مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی دانشجویان تحصیلات تکمیلی در قالب الگوی مفهومی در نمودار (۱) مفروض شده است.



نمودار (۱) الگوی مفهومی عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی

یافته‌های توصیفی بخش کمی

داده‌های توصیفی توزیع پاسخگویان بر اساس ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نشان می‌دهد که از ۳۴۶ نفر دانشجوی تحصیلات تکمیلی، ۲۶۰ نفر (۷۵ درصد) مرد و ۸۶ نفر (۲۵ درصد) زن بودند. ۲۷۰ نفر (۷۸ درصد) دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد و ۷۶ نفر (۲۲ درصد) دانشجوی مقطع دکتری بودند. در بررسی نمونه آماری از لحاظ سن، داده‌ها نشان می‌دهد که دانشجویان ۲۱ الی ۲۵ سال با ۶۵ درصد (۲۲۷ نفر) دارای بیشترین فراوانی و دانشجویان ۳۱ الی ۳۵ سال با ۵ درصد (۱۷ نفر) دارای کمترین فراوانی بودند. همچنین توزیع آنها برحسب دانشکده محل اشتغال نشان می‌دهد که دانشکده مهندسی برق و کامپیوتر سهم بیشتری از نمونه پژوهش را به خود اختصاص داده است.

یافته‌های استنباطی بخش کمی

۱- وضعیت موجود عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی دانشجویان تحصیلات تکمیلی پردیس فنی دانشگاه تهران چگونه است؟
به‌منظور بررسی وضعیت تقاضای اجتماعی آموزش عالی و همچنین بررسی وضعیت هریک از ابعاد آن از آزمون تی تک‌نمونه‌ای استفاده شده است. نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای برای بررسی وضعیت عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی در جدول (۸) ارائه شده است.

جدول (۸) تعیین وضعیت تقاضای اجتماعی آموزش عالی و ابعاد آن برحسب آزمون تی تک

نمونه‌ای

شاخص‌ها متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	خطای استاندارد	تفاوت میانگین	مقدار t	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
عوامل فردی و خانوادگی	۴/۵۲	۰/۶۹	۰/۰۵۴	۱/۵۲	۳۳/۹۱	۳۴۵	۰/۰۰۰
عوامل دانشگاهی	۳/۸۸	۰/۶۵	۰/۰۵۱	۰/۸۸	۰/۶۵۰	۳۴۵	۰/۰۰۰
عوامل اقتصادی	۴/۳۲	۰/۷۰	۰/۰۵۵	۱/۳۲	۲۱/۱۲	۳۴۵	۰/۰۰۰
عوامل اجتماعی و فرهنگی	۴/۱۹	۰/۸۱	۰/۰۶۳	۱/۱۹	۲/۰۷	۳۴۵	۰/۰۰۰
تقاضای اجتماعی آموزش عالی	۴/۴۶	۰/۶۲	۰/۰۴	۱/۴۶	۲۶/۰۷	۳۴۵	۰/۰۰۰

توضیح: لازم به ذکر است که در این بررسی با توجه به دامنه نمره‌گذاری پرسش‌های (۱ تا ۵) و محاسبه نمره کلی این بعد برحسب این دامنه، میانگین فرضی جامعه ۳ در نظر گرفته شده است.

با توجه جدول (۸)، نتایج نشان می‌دهد که میانگین تقاضای اجتماعی آموزش عالی و تمامی ابعاد آن بالاتر از میانگین فرضی پژوهش است. همچنین از میان ابعاد تقاضای اجتماعی آموزش عالی، عوامل فردی و خانوادگی بالاترین میانگین (۴/۵۲) و عوامل دانشگاهی کمترین میانگین (۳/۸۸) را دارند.

۲- هر یک از عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی به چه میزان اهمیت دارند؟

به‌منظور اولویت‌بندی وضعیت موجود هر یک عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی در جامعه پژوهش از آزمون رتبه‌بندی فریدمن استفاده شده است که نتایج آن در جدول (۹) ارائه شده است.

جدول (۹) رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی

تعداد نمونه	۳۴۶	عوامل	رتبه	میانگین
کای دو		عوامل اقتصادی	۱	۵/۹۳
	۱۸۹/۲۵۲	عوامل فردی و خانوادگی	۲	۵/۰۵
		عوامل دانشگاهی	۳	۴/۷۶
درجه آزادی سطح معنی‌داری	۳ ۰/۰۰۰	عوامل فرهنگی و اجتماعی	۴	۴/۳۳

همان‌گونه که جدول (۹) نشان می‌دهد، سطح معنی‌داری (۰/۰۰۰) به‌دست آمده است. بنابراین، رد فرض صفر در سطح ۹۵ درصد اطمینان، نشان می‌دهد بین این ابعاد تفاوت معنی‌داری وجود دارد و می‌توان آنها را رتبه‌بندی کرد. نتایج این رتبه‌بندی نشان می‌دهد عوامل اقتصادی دارای بیشترین رتبه، پس‌از آن عوامل فردی و خانوادگی، عوامل دانشگاهی و درنهایت عوامل فرهنگی و اجتماعی قرار دارند.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از اجرای این پژوهش، شناسایی و ارزیابی تقاضای اجتماعی آموزش عالی دانشجویان تحصیلات تکمیلی پردیس دانشکده‌های فنی دانشگاه تهران بود. یافته‌های پژوهش در بخش کیفی نشان داد که از نظر افراد مصاحبه‌کننده ۲۴ عامل که خود زیرمجموعه چهار عامل کلی (عوامل فردی و خانوادگی، عوامل دانشگاهی، عوامل اقتصادی و عوامل اجتماعی و فرهنگی) قرار گرفتند، می‌تواند تقاضای اجتماعی دانشجویان تحصیلات تکمیلی را تحت تأثیر قرار دهد.

۱- عوامل فردی و خانوادگی: با توجه به نتایج تحلیل محتوای مصاحبه‌ها، یکی از عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی، عامل فردی و خانوادگی است که مهم‌ترین مؤلفه‌های آن عبارت‌اند از: الف- جنسیت: تفاوت‌های جنسیتی در انتخاب نوع و مدت دوره آموزش مؤثر است. در بسیاری از جوامع درحال‌توسعه هنوز انتظارات والدین از دختران و پسران متفاوت است. پسران تربیت می‌شوند تا خارج از خانه به کار مشغول شوند و بر سطح درآمد خانوار بیفزایند، بنابراین به آموزش آنها توجه بیشتری می‌شود. درحالی‌که دختران باید در خانه به نگهداری از کودکان و یا

تولید محصولات خانگی کمک کنند. بدین ترتیب آموزش دختران، اولویت کمتری دارد. لیکن این وضع در حال تغییر است؛ برای مثال، میزان مشارکت دختران در آموزش عالی با سطح توسعه کشور و رشد جامعه شهری آنها ارتباط دارد. هر قدر جمعیت ساکن در شهرها بیشتر باشد میزان مشارکت دختران در آموزش عالی از رشد بیشتری برخوردار خواهد بود (عمادزاده، ۱۳۸۲). امروزه در ایران، وضعیت متفاوتی وجود دارد؛ به طوری که «جنسیت مذکر» حتی اثر منفی بر تصمیم ورود به آموزش عالی داشته است (قارون، ۱۳۸۲). یکی از دلایل احتمالی این امر می‌تواند کم شدن منافع حاصل از آموزش عالی باشد. با توجه به شرایط ازدواج و تشکیل خانواده، بیشتر مسئولیت‌ها بر عهده مردان است، بنابراین با کم شدن منافع حاصل از آموزش عالی (درآمد و شغل) و بیکاری فارغ‌التحصیلان، پسران نسبت به گذشته تمایل کمتری برای ورود به دانشگاه و حتی ورود به دوره تحصیلات تکمیلی را دارند؛ ب- استعداد (توانایی‌های فکری و ذهنی): عامل دیگری که بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی تأثیر می‌گذارد، توانایی‌های فکری و استعداد تحصیلی افراد است. بررسی سلسله‌مراتب آموزشی از پایین به بالا، دیده می‌شود عموماً افرادی که در مدارج بالاتر این سلسله مراتب قرار گرفته‌اند و توانسته‌اند خود را در آن حد ارتقاء دهند از بهره‌مندی بیشتری و توانایی‌های فکری بالاتری بهره‌مند بوده‌اند. از آنجاکه افراد توانا سریع‌تر می‌آموزند (هزینه‌های فرصتی یادگیری برای آنها کمتر است)، می‌توانند نردبان آموزشی را با زحمت کمتری طی کنند و از آنجاکه آموزش موجب توسعه توانایی‌های فردی می‌شود و توانایی‌های افراد زمینه لازم برای آموزش بیشتر را فراهم می‌کند، بین آموزش و توسعه توانایی‌ها ارتباط متقابلی وجود دارد. این امر سبب می‌شود تا افراد توانا، تحصیلات خود را تا مدارج بالاتری دنبال کنند و با آموزش‌های مستمر بر میزان تخصص و توانایی‌های خود بیفزایند. به‌طورکلی، جوانانی که توانایی‌های بالاتری دارند، عموماً تقاضای بیشتری برای ادامه تحصیل دارند و مقاطع تحصیلی را با سرعت بیشتری طی می‌کنند (عمادزاده، ۱۳۸۲)؛ ج- علایق فرد و خانواده: از دیگر عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی، علایق فرد و خانواده اوست. علایق ممکن است ذاتی یا اکتسابی باشد. فرد ممکن است ذاتاً به رشته‌ای علاقه‌مند باشد، از کودکی به آن رشته اظهار علاقه کند و در بزرگسالی در همان زمینه تحصیل کند و پیشرفت قابل توجهی داشته باشد. از سوی دیگر، ممکن است محیط اجتماعی یا خانواده در فرد ایجاد انگیزه و علاقه کنند و هدایت‌کننده او به رشته یا زمینه‌ای خاص شوند. البته

ثبت نام و راهیابی به دانشگاه همیشه مبتنی بر علایق افراد نیست، زیرا در کشورهای که راهیابی به دانشگاه بر اساس آزمون صورت می‌گیرد (ایران) ممکن است افراد نتوانند در رشته مورد علاقه خود پذیرفته شوند (عمادزاده، ۱۳۸۲)؛ د- سایر عوامل فردی و خانوادگی: در کنار سه عامل اصلی، علاقه، جنسیت و استعداد تحصیلی، عوامل خانوادگی و فردی دیگری نیز هستند که بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی تأثیرگذارند. به عنوان مثال، درآمد والدین از مواردی است که تأثیر نسبتاً زیادی دارد. غالباً دیده شده که جوانان برخاسته از خانواده‌های کم‌درآمد و طبقات پایین‌تر اجتماعی، نتوانستند بیش از دبیرستان به تحصیلات خود ادامه دهند. حتی زمانی که برابری فرصت‌ها وجود دارد، تفاوت‌های فرهنگی و اجتماعی می‌تواند در نوع انتخاب رشته و طول دوره تحصیل فوق‌العاده مؤثر باشد. دانشجویان طبقات پایین‌تر علاقه‌مندند تا زودتر وارد بازار کار شوند و در افزایش درآمد خانواده مشارکت کنند (عمادزاده، ۱۳۸۲). همچنین هرچقدر تحصیلات والدین بالاتر باشد به نظر می‌رسد، تقاضا برای آموزش عالی بیشتر است. لذا فرزندان والدینی که تحصیلات بالا دارند، نه تنها متقاضی ورود به دانشگاه هستند، بلکه انگیزه و علاقه بیشتری برای ادامه تحصیل در مقاطع بالاتر را دارند. از طرفی با توجه به اینکه منافع آموزش عالی به‌ویژه در مقاطع تحصیلی پایین (کاردانی و کارشناسی)، کمتر شده است، افراد برای افزایش استانداردهای زندگی و همچنین رسیدن به منافع بیشتر، تقاضای بیشتری برای ورود به تحصیلات تکمیلی و کسب مدارج بالای علمی را دارند.

۲- عوامل دانشگاهی: عواملی که بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی مؤثر هستند، تحت عنوان عوامل دانشگاهی قرار گرفته‌اند. مؤلفه‌های این عامل بدین ترتیب است: الف- نزدیک بودن محل تحصیل به محل سکونت و منطقه جغرافیایی دانشگاه: یکی از ملاک‌های دانشجویان به‌ویژه دانشجویان دختر در نظر گرفتن فاصله دانشگاه تا محل سکونت است. به نظر سا، فلوراکس و ریتولد^۱ (۲۰۰۴) عوامل جغرافیایی به علت هزینه‌های سفر و اقامت می‌تواند بر تقاضای آموزش عالی تأثیرگذار باشد. بنابراین، احتمالاً دانشجویان و به‌ویژه دانشجویان دختر، فاصله دانشگاه را مهم‌ترین اولویت خود برای انتخاب دانشگاه و رشته تحصیلی در نظر می‌گیرند؛ ب- برند

¹. Sá, Florax & Rietveld

(کیفیت دانشگاه)، کمک‌های دانشگاهی و شهریه دانشگاه: از دیگر عوامل مهم دانشگاهی که می‌تواند بر انتخاب فرد برای ورود به دانشگاه تأثیرگذار باشد، برند دانشگاه مقصد است. با توجه به اینکه در ایران دانشگاه‌های دولتی از اعتبار علمی بیشتری برخوردارند و نیز رایگان بودن این دانشگاه‌ها که باعث می‌شود هزینه تحصیل در این نوع دانشگاه‌ها کمتر باشد، دانشجویان و به‌خصوص دانشجویان خانواده‌های کم‌درآمد به دنبال ورود به دانشگاه‌های دولتی هستند که هم وام‌های تحصیلی و هم کمک‌هزینه تحصیلی در اختیار آنها قرار می‌دهد و در عین اینکه کیفیت آموزشی بالاتری نسبت به سایر دانشگاه‌ها دارند، هزینه تحصیل در آنها پایین است.

۳- عوامل اقتصادی: مؤلفه‌های مربوط به عامل اقتصادی بدین قرار است: الف-

درآمد بیشتر و شغل بهتر: اگر آموزش عالی، به‌عنوان نوعی سرمایه‌گذاری در نظر گرفته شود، می‌توان گفت این نوع سرمایه‌گذاری در بلندمدت دو منفعت ویژه (درآمد بالا و شغل مناسب) دارد و این دو منفعت جدای از یکدیگر نیستند بلکه مکمل هم هستند. افرادی که به مدارج علمی بالا می‌رسند، طبیعی است که در آینده جایگاه شغلی خوبی خواهند داشت و چنانچه پرداخت حقوق به نیروی کار بر اساس مهارت‌ها و تحصیلات دانشگاهی صورت گیرد، بی‌تردید از درآمدی بالا نیز برخوردار می‌شوند؛ ب- میزان بیکاری و هزینه فرصت: عاملی که در حال حاضر تأثیر ویژه‌ای بر ورود دانشجویان به مقاطع بالاتر تحصیلی دارد، میزان بیکاری و هزینه‌های فرصت است. بررسی جیانلی و منفردینی^۱ (۲۰۰۳) نشان داد که درآمد مورد انتظار بیشترین تأثیر را بر تصمیم افراد برای ورود به دانشگاه دارد و افزایش هزینه و بیکاری، جوانان را از سرمایه‌گذاری در دانشگاه بازمی‌دارد. درعین حال، افزایش بیش‌ازحد بیکاری باعث تشویق آنها به ادامه تحصیل می‌شود؛ اتفاقی که در سال‌های اخیر در کشور ما افتاده است، ورود دانشجویان مقطع کارشناسی به مقاطع بالاتر به علت بیکاری است. دانشجویان با توجه به اینکه پس از اتمام مقطع کارشناسی، امیدی برای ورود به بازار کار ندارند و تلاش‌های آنها برای ورود به بازار کار بی‌نتیجه می‌ماند برای رهایی از این وضعیت قصد ادامه تحصیل کرده و به امید بهتر شدن شرایط بازار کار به تحصیل در مقاطع ارشد و دکتری مشغول می‌شوند. با توجه به اینکه شرایط بازار کار مناسب

1. Giannelli & Monfardini

نیست طبیعی است که هزینه فرصت (درآمدهای ازدست‌رفته) افراد بسیار کم خواهد بود، بنابراین ترجیح می‌دهند تحصیلات خود را ادامه دهند.

۳- عوامل اجتماعی و فرهنگی: آخرین عاملی که نتایج نشان داد می‌تواند بر تقاضای آموزش عالی تأثیرگذار باشد، عوامل اجتماعی و فرهنگی است. ارزش‌ها، نگرش‌ها و باورهای حاکم بر جامعه می‌توانند بر تقاضای اجتماعی برای آموزش نیز تأثیر بگذارند. در جامعه‌ای که آموزش عالی و داشتن تخصص، ارزش والایی قلمداد می‌شود، چنین نگرشی موجب افزایش تقاضای اجتماعی برای ورود به دانشگاه‌ها خواهد بود. برخی معتقدند که آموزش، تحولات مهمی در شخصیت انسان به وجود می‌آورد، شناخت و جهان‌بینی او را تحت تأثیر قرار می‌دهد و درایت و آینده‌نگری او را تقویت می‌کند. برخی دیگر، آموزش را وسیله‌ای می‌دانند که با انتقال دانش و ایجاد تخصص، توانایی‌های فرد را گسترش داده و او را برای ورود به بازار کار آماده می‌کند. هر دوی این طرز تفکرها می‌تواند درست باشد و به نحوی به انگیزه‌هایی تبدیل شود که تقاضا برای ورود به دانشگاه را افزایش دهد.

رشد جمعیت نیز می‌تواند از عوامل مؤثر بر تقاضای آموزش عالی باشد. هر اندازه رشد جمعیت بیشتر باشد و هر قدر میزان مشارکت در نظام آموزشی بالاتر باشد، تقاضای اجتماعی برای آموزش عالی بیشتر خواهد بود. البته باید خاطر نشان کرد که در دهه‌های اخیر، عامل چشم‌وهم‌چشمی نیز بر تقاضای ورود به مقاطع مختلف دانشگاهی تأثیرات زیادی داشته است. این اتفاق می‌تواند در محل کار و در جمع همکاران یا بین اعضای خانواده و فامیل روی دهد.

با توجه به آنچه گفته شد در بخش کیفی این پژوهش، عوامل فردی و خانوادگی، عوامل اقتصادی، عوامل دانشگاهی و عوامل فرهنگی و اجتماعی، شناسایی شد. مشخص شدن عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی باعث شناسایی انگیزه‌های افراد برای تحصیل خواهد شد و این امر می‌تواند به مسئولان در مهارت‌ها برای آموزش عالی کمک کند.

پس از مشخص شدن تقاضای اجتماعی آموزش عالی در بخش کیفی پژوهش، پرسشنامه ارزیابی تقاضای اجتماعی آموزش عالی تدوین شد و در بخش کمی مورد استفاده قرار گرفت. در ادامه، نتایج بخش کمی با توجه به پرسش‌های پژوهش، مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.

۱- وضعیت موجود تقاضای اجتماعی آموزش عالی در دانشجویان تحصیلات

تکمیلی پردیس فنی دانشگاه تهران چگونه است؟

یافته‌های پژوهش، نشان‌دهنده آن است که تقاضای اجتماعی آموزش عالی در دانشجویان تحصیلات تکمیلی پردیس فنی دانشگاه تهران با میانگین $4/46$ در سطح بالایی قرار دارد. همچنین بر اساس یافته‌ها از میان ابعاد تقاضای اجتماعی آموزش عالی، عوامل فردی و خانوادگی بالاترین میانگین ($4/52$) و عوامل دانشگاهی کمترین میانگین ($3/88$) را دارند. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش لانگلت و همکاران (2015)؛ نوربخش و کالپ (2002)؛ عمادزاده (1383) و قارون (1383) همخوان است. همچنین نتایج پژوهش از نظر اینکه عوامل دانشگاهی نسبت به سایر عوامل در سطح پایین‌تری قرار دارند با نتایج پژوهش‌های یانگ و مک‌کال (2014)؛ کانتون و دی‌جونگ (2005) همسو است. در تبیین چنین نتایجی می‌توان گفت؛ فعالیت یادگیری افراد (کودکان، نوجوانان، بزرگسالان) عمدتاً در خانواده، به‌عنوان نهاد اجتماعی پایه، سازمان‌دهی می‌شود. خانواده‌ها در تعامل با یکدیگر و تعامل با دیگر نهادهای اجتماعی یاد می‌گیرند. از نظر اجتماعی نیز مطلوبیت آموزش عالی برای خانواده‌ها (در مقایسه با سایر کالاها و خدمات)، هزینه تحصیل در دانشگاه و توان خانواده‌ها برای پرداخت هزینه‌های تحصیل، تعیین‌کننده اصلی و عمومی تقاضای خدمات آموزش عالی در یک کشور است (انتظاری، 1394). بنابراین، طبیعی است که عوامل فردی و خانوادگی بر وارد شدن یا نشدن به دانشگاه تأثیرگذار باشند. اندکی کنکاش از دانشجویان نشان می‌دهد که بیشتر دانشجویان متعلق به خانواده‌هایی هستند که آموزش عالی و تحصیلات تکمیلی در بین اعضای خانواده‌شان (والدین، خواهران و برادران) مهم تلقی می‌شود.

۲- هر یک از عوامل مؤثر بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی به چه میزان

اهمیت دارند؟

نتایج نشان پژوهش داد، میانگین همه عوامل و به‌طورکلی تقاضای اجتماعی آموزش عالی بالاتر از میانگین فرضی پژوهش قرار دارد؛ به این معنی که افراد نمونه همه عوامل را به‌منظور افزایش تقاضای اجتماعی آموزش عالی در دانشجویان تحصیلات تکمیلی پردیس فنی دانشگاه تهران مؤثر دانسته‌اند. نتایج آزمون فریدمن نشان می‌دهد مقدار χ^2 دو به‌دست‌آمده ($189/252$) با درجه آزادی 3 در سطح $0/05$ معنی‌دار است؛ یعنی بین عوامل مختلف از نظر میزان اهمیت تفاوت معنی‌داری وجود

دارد. بر این اساس، عوامل اقتصادی با میانگین ۵/۹۳ از نظر دانشجویان تحصیلات تکمیلی پردیس فنی دانشگاه تهران بیشترین اهمیت را برای تقاضای اجتماعی آموزش عالی آنان داشته است. همچنین عوامل فردی و خانوادگی برای دانشجویان تحصیلات تکمیلی در رتبه دوم، عوامل دانشگاهی در رتبه سوم و عوامل فرهنگی و اجتماعی در رتبه چهارم قرار گرفتند. در تبیین این یافته می‌توان از نظریه سرمایه انسانی استفاده کرد. طبق این نظریه، سرمایه‌گذاری آموزشی (عالی) باعث ارتقای توانمندی افراد شده و همین امر باعث می‌شود افراد از منافع آینده (درآمد بالا و شغل مناسب) برخوردار شوند؛ همچنین با توجه به اینکه امروزه با وجود گسترش شبکه‌های مجازی و اینترنتی دیگر دانشگاه‌ها تنها مکان موجود برای ارتقای درک فرهنگی افراد نیستند به نظر می‌رسد که افراد به خاطر انگیزه‌های اقتصادی وارد دانشگاه شوند؛ به عبارت دیگر، امروزه برای ورود به دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی، انگیزه‌های اقتصادی جایگزین انگیزه‌های فرهنگی شده است.

پیشنهادها

بر اساس یافته‌های این پژوهش، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

۱- با توجه به یافته‌های بخش کیفی انتظار می‌رود مسئولان و سیاست‌گذاران آموزش عالی برای برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری آموزش عالی به عوامل مؤثر بر تقاضای آموزش عالی که در این پژوهش شناسایی شدند، توجه لازم را مبذول دارند. به عنوان مثال، با توجه به اینکه فاصله دانشگاه تا محل سکونت در تقاضا برای ورود به آموزش عالی مؤثر است پیشنهاد می‌شود برای دسترسی عادلانه تمامی مردم کشور به دانشگاه‌های باکیفیت، زمینه پراکندگی دانشگاه‌های برتر و باکیفیت در سرتاسر ایران فراهم شود.

۲- نتایج آزمون رتبه‌بندی فریدمن نشان داد عوامل اقتصادی بیشترین اهمیت را برای ورود به آموزش عالی دارند. لذا با توجه به اینکه منافع اقتصادی آموزش عالی در سالیان اخیر کاهش یافته است این امر ممکن است به آموزش عالی کشور و فرایند تولید دانش و آموزش متخصصان مورد نیاز کشور آسیب‌هایی وارد کند؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود مسئولان کشور در جهت رفع مسائل و مشکلات فارغ‌التحصیلان آموزش عالی اقدامات لازم را انجام دهند.

منابع

- اکبری، نعمت‌الله (۱۳۸۵). بررسی تأثیر نظام آموزشی متوسطه بر تقاضای اجتماعی آموزش عالی (از دیدگاه شرکت‌کنندگان مجاز به انتخاب رشته در کنکور ۸۳-۱۳۸۲)، کنگره ملی علوم انسانی.
- انتظاری، یعقوب (۱۳۹۴). *اقتصاد خرد آموزش عالی*. تهران: مؤسسه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی.
- سرمد، زهره؛ بازرگان، عباس و حجازی، الهه (۱۳۹۳). *روش‌های تحقیق در علوم رفتاری*. تهران: نشر آگه.
- شیری، محمد و نوراللهی، طه (۱۳۹۱). تغییرات ساختار جمعیت و تقاضای اجتماعی آموزش عالی در ایران. *مجله بررسی‌های آمار رسمی ایران*، ۲۳ (۱) ۸۳-۱۰۲.
- عمادزاده، مصطفی (۱۳۸۳). *اقتصاد آموزش و پرورش*. اصفهان: جهاد دانشگاهی اصفهان.
- قارون، معصومه (۱۳۸۱). برآورد تقاضای اجتماعی آموزش عالی در ایران در دوره ۸۸-۱۳۸۰. *فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی*، (۲۶)، ۷۱-۱۱۸.
- قارون، معصومه (۱۳۸۲). تأثیر وضعیت اقتصادی-اجتماعی خانوار بر تقاضا برای آموزش عالی، *فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی*، (۴۰)، ۴۳-۷۴.
- قویدل؛ صالح؛ فرجادی، غلامعلی؛ رازقی، حسین و بدیعی، حسین (۱۳۹۱). برآورد تقاضای آموزش عالی برای دوره‌های کارشناسی و کارشناسی ارشد در افق ۱۴۰۴. *فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی*، (۶)، ۴۳-۶۸.
- گال، مردیت؛ بورگ، والتر و گال، جویس (۱۳۸۴). *روش‌های تحقیق کمی و کیفی در علوم تربیتی و روان‌شناسی (جلد دوم)*. تهران: سمت.

- Beneito, P.; Ferri, J.; Luisa Molto, M. & Uriel, E. (2001). Determinants of the demand for education in Spain. *Applied Economics*, 33 (12), 1541-1551.
- Canton, E., & De Jong, F. (2005). The demand for higher education in the Netherlands, 1950-1999. *Economics of Education Review*, 24 (6), 651-663.
- Giannelli, G. C. & Monfardini, C. (2003). Joint decisions on household membership and human capital accumulation of youths. The role of expected earnings and local markets. *Journal of Population Economics*, 16 (2), 265-285.

- Gölpek, F. (2012). Price of higher education and individual demand. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 41, 349-356.
- Langelett, G.; Chang, K. L.; Ola'Akinfenwa, S.; Jorgensen, N. & Bhattarai, K. (2015). Elasticity of demand for tuition fees at an institution of higher education. *Journal of higher education policy and management*, 37 (1), 111-119.
- Mueller, R. E. & Rockerbie, D. (2005). Determining demand for university education in Ontario by type of student. *Economics of Education Review*, 24 (4), 469-483.
- Noorbakhsh, A. & Culp, D. (2002). The demand for higher education: Pennsylvania's nonresident tuition experience. *Economics of Education Review*, 21 (3), 277-286.
- Oliveira, M.; Vieira, C. & Vieira, I. (2015). Modelling demand for higher education: A partial least-squares analysis of Portugal. *European Journal of Higher Education*, 5 (4), 388-406.
- Sá, C.; Florax, R. J. G. M. & Rietveld, P. (2004). Determinants of the regional demand for higher education in The Netherlands: a gravity model approach, *Reg. Studies*, 38, 375-392.
- Saiti, A. & Prokopiadou, G. (2008). The demand for higher education in Greece. *Journal of Further and Higher Education*, 32 (3), 285-296.
- Vieira, C. & Vieira, I. (2014). What drives university applications? An attempt to explain aggregate demand for higher education. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 36 (6), 616-631.
- Yang, L. & McCall, B. (2014). World education finance policies and higher education access: A statistical analysis of World Development Indicators for 86 countries. *International Journal of Educational Development*, 35, 25-36.