

Model for Estimating the Cost of University Services in Iran

Ehsan Ehteshamnejad¹, *Jafar Babajani², Soroush Ghazinoori³,
Ghasem Blue⁴

1- PHD Student, Accounting, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran

2-Professor, Faculty of Management & Accounting, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran (Corresponding Author). Email: Jafar.babajani@gmail.com

3-Associate Professor, Faculty of Management & Accounting, Allameh Tabatabai, Tehran, Iran

4-Associate Professor, Faculty of Management & Accounting, Allameh Tabatabai, Tehran, Iran

Received: 09/01/2021; Accepted: 17/04/2021

Extended Abstract

Abstract

Financing higher education is one of the main concerns of science and technology policy makers. Due to the increasing limitations of the public budget of the government, it is necessary to use new methods of financing in this area. The main purpose of this article is to design a model for calculating the price of university services. The approach of the present study was qualitative and its strategy was the theme analysis method. The method of data collection is through semi-structured interviews. The research population is experts in various fields of higher education. The sampling method is purposeful and theoretical and the number of participants in the present study is equal to 30 people. For validity, the methods of pluralism and peer feedback have been used, and for reliability, the method of reliability between two coders has been used. The results led to the presentation of a model that shows that in order to calculate the cost of university services, in addition to the financial dimension, which is only concerned with student education activities and is calculated based on the per capita student model, another dimension of university services It should also be considered as a brand and identity that oversees research and technology, social and international activities. This dimension includes components such as international status and prestige, national status and prestige, and the position of the university in the higher education system.

Introduction

Higher education and universities are an important part of the very broad impact on other institutions and economic, social, cultural and political sectors of society. This institution has a very important role in developing the frontiers of human knowledge with the specialized training of individuals, managers and leaders of society and with the growth of human abilities, genius and intellectual potential. Reducing government funding, on the one hand, and the need for equitable distribution of credit among universities based on their performance, on the other, require the pricing of university services, and this is the importance of providing a suitable model for calculating the cost of university services, based on component Necessitates infrastructure and functionality. At present, there is no comprehensive model on the basis of which the price of services provided by universities can be determined and used as the basis for the allocation of government funds. The lack of a suitable model for allocating funds to universities and higher education centers will not achieve the government's goals of achieving the country's first scientific position in the region, which is considered by the country's upstream documents, and the government budget in the higher education sector is only for The day-to-day administration of universities and higher education centers will be consumed and will not have the necessary efficiency and effectiveness. Therefore, the issue that the present article seeks to implement and practical solutions for its implementation, requires a study based on the views of experts in the field of higher education in order to turn the model into a policy package. Appeared. Therefore, in the present article, an attempt has been made to design a model designed to calculate the cost of university services, while having scientific dimensions and benefiting from the existing research literature in this field, from the heart of the needs, conditions and facilities available at the level. The government and the higher education community should be formed to have a functional and operational nature. It should also be noted that, as mentioned in the introduction, a model called the student per capita model is currently used to allocate funds to universities by the Program and Budget Organization, in which the performance indicators of the university are used. They are not taken into account.

Methodology

The type of research is exploratory and based on qualitative studies and the research method is based on theme analysis. This means that the data collected during the interviews were analyzed based on the method of content analysis. In-depth and semi-structured interview tools were used to collect additional information. For this purpose, experts were selected who, in addition to being familiar with the field of science and technology policy-making with the field of

budget or in other words, the field of economics of higher education. In this study, 30 people were interviewed.

In this research, the process of "collecting" and "analyzing" the data was performed simultaneously and in parallel with each other, and this process continued to the limit of theoretical adequacy of basic themes and organizing themes. Thus, finally 3 themes. Organizers were formed that can be classified into a broad category of "brand and identity".

Discussion and Results

The main focus of the present study is to design an appropriate model for calculating the estimated cost of services of Iranian public universities, the precondition for which is to answer questions that combine to bring us closer to the final answer. Regardless of the type of university funding in different countries, the fixed part of all these types of funding is the allocation of a basic budget to all universities. This part of the price of university services is called the financial dimension and is directly related to the maintenance and survival of the university, and if the goal is only to educate students, it is necessary to have this part of the credit. In addition to activities related to student education, he considered other activities and the effects of other universities in various fields. Moving towards the third and fourth generation of universities requires change in various areas of higher education. In this regard, the issue of financing universities will not be immune from change, and in addition to the issue of student education, we must also pay attention to other aspects and services of universities. Therefore, in addition to student education, we should extend the university output to research, economic growth, cultural growth and social welfare. Given that the price of these criteria can not be determined by conventional accounting methods, they are referred to as non-financial criteria, and because these criteria actually determine the position and identity of the university in the domestic community and they are international and are a kind of brand builder of the university in the national and global arena. We have named them as brand dimension and identity.

Conclusion

If in practice and in calculating the price of academic services, firstly, performance indicators or the same brand dimension are considered in the model, and secondly, a proper balance is established between the financial dimension and the brand and identity dimension, it can provide a basis for creating justice in budget distribution. Between the universities and buying the services of these units with a relatively real amount of hope.

Keywords: University services, service prices, Iranian higher education, brand and identity

الگوی برآورد بهای خدمات دانشگاهی در ایران^۱

احسان احتشام نژاد* - دکتر جعفر باباجانی** - دکتر سید سروش قاضی نوری***

دکتر قاسم بولو****

چکیده

تأمین مالی آموزش عالی یکی از دغدغه‌های اصلی مراجع سیاست‌گذار علم و فناوری است. با توجه به محدودیت روزافزون بودجه عمومی دولت، استفاده از روش‌های نوین تأمین مالی در این حوزه ضروری است. هدف اصلی مقاله حاضر طراحی الگوی محاسبه بهای خدمات دانشگاهی می‌باشد. رویکرد پژوهش حاضر کیفی بوده و استراتژی آن روش تحلیل تم بوده است. روش جمع‌آوری داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته است. جامعه مورد نظر تحقیق، خبرگان حوزه‌های مختلف آموزش عالی می‌باشد. روش نمونه‌گیری از نوع هدفمند و نظری بوده و تعداد مشارکت‌کنندگان در پژوهش حاضر برابر ۳۰ نفر است. برای روایی از روش‌های کثرت‌گرایی و بازخورد هم‌تراز و برای پایایی از روش پایایی بین دو کدگذار استفاده شده است. نتایج حاصل، منتج به ارائه مدلی شد که نشان می‌دهد برای محاسبه بهای خدمات دانشگاهی باید علاوه بر بُعد مالی که صرفاً ناظر بر فعالیت‌های تربیت دانشجو بوده و بر مبنای مدل سرانه دانشجویی محاسبه می‌گردد، بُعد دیگری از خدمات دانشگاه‌ها با عنوان برند و هویت که ناظر بر فعالیت‌های پژوهشی و فناوری، اجتماعی و بین‌المللی می‌باشد نیز در نظر گرفته شود. این بُعد شامل مؤلفه‌هایی مانند جایگاه و وجهه بین‌المللی، جایگاه و وجهه ملی و جایگاه دانشگاه در نظام آموزش عالی می‌باشد.

کلیدواژگان: خدمات دانشگاهی، بهای خدمات، آموزش عالی ایران، برند و هویت

۱ مقاله مستخرج از رساله دکتری آقای احسان احتشام نژاد می باشد.

* دانشجوی دکتری دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

** نویسنده مسئول استاد دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

Jafar.babajani@gmail.com

*** دانشیار دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

**** دانشیار دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

مقدمه

آموزش عالی و دانشگاه‌ها بخش مهمی از اثرگذاری بسیار وسیع در دیگر نهادها و بخش‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی جامعه است. این نهاد با تربیت تخصصی افراد، مدیران و رهبران جامعه و با رشد توانایی‌ها، نبوغ و پتانسیل فکری انسان‌ها، در توسعه مرزهای دانش بشری، نقش بسیار مهمی دارند (Farahani et al., 2021). میزان سرمایه‌گذاری برای آموزش عالی از منابع عمومی حاکی از اهمیت و توجه به چگونگی تخصیص منابع به دانشگاه‌ها است. الگوی مطلوب تخصیص منابع به دانشگاه‌های دولتی، الگویی است که ضمن تضمین منابع لازم و کافی برای دانشگاه‌ها، بودجه را بطور شفاف و عادلانه در اختیار آنها قرار داده و دانشگاه‌ها را به رقابت سالم با یکدیگر تشویق کند، در غیر اینصورت با تخصیص ناکارآمد منابع مالی به دانشگاه‌ها، انگیزه آن‌ها برای توسعه ستانده‌های خود در زمینه آموزش عالی، تحقیقات و فناوری تضعیف می‌شود و ناکارآمدی تخصیص نیز موجب اتلاف منابع در نظام آموزش عالی شده و در بلند مدت توسعه علوم، تحقیقات و فناوری در کشور را مختل می‌سازد (Khorshidi, 2004). رفتار عقلایی و بهینه مدیران در دانشگاه‌های دولتی تحت تأثیر رویکرد و الگوی تخصیص منابع به این دانشگاه‌ها توسط دولت‌ها است (Kuo & Ho, 2008).

مدل‌های نوین تأمین مالی جهانی مبتنی بر ثبات، عملکرد و سوگیری‌های نوآورانه می‌باشد. با وجود به رسمیت شناخته شدن نقاط ضعف مدل‌های موجود تأمین مالی آموزش عالی، علاقه چندانی برای ایجاد تغییر در مدل‌های موجود نیست، که این موضوع به محیط پیچیده سیاست‌گذاری در آموزش عالی مربوط است (Mhamed et al., 2021). جهانی‌شدن و افزایش پیوند بین اقتصادهای ملی، منجر به نیاز دولت‌ها و افراد برای گسترش دانش خود در مورد فرهنگ‌های مختلف شده است. آموزش عالی بین‌المللی به‌عنوان ابزاری برای گسترش دانش دانشجویان از فرهنگ‌های جهانی و بهبود بازار کار در نظر گرفته می‌شود (Hashemnia et al., 2020).

این امر، آموزش عالی را در موقعیتی قرار می‌دهد که به منظور بقا و ادامه حضور در محیط رقابتی داخلی و بین‌المللی، سیاست‌های خود را در حوزه اقتصاد این بخش مورد بازنگری قرار دهند. با توجه به حرکت دولت به سمت خصوصی‌سازی بسیاری از خدمات و خصوصاً در حوزه آموزش عالی، رویه‌ای که در حال حاضر برای تخصیص اعتبار به دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی توسط وزارت علوم، تحقیقات و فناوری مورد استفاده قرار می‌گیرد، چندان کارآمد نمی‌باشد. در

این روش که به روش "سرانه دانشجو" معروف است، مهمترین فاکتور تخصیص اعتبار به دانشگاه‌ها، تعداد دانشجو می‌باشد و این امر بدون در نظر گرفتن معیارهای کیفی هر دانشگاه است (Dinmohammadi, 2015). در این روش، سرانه یک دانشجو که در دانشگاه سطح یک به تحصیل مشغول است با سرانه همین دانشجو در دانشگاه سطح دو و سه^۱، برابر است. در حالی که بهای تمام شده تربیت دانشجو در دانشگاه‌های سطح بالاتر، متفاوت خواهد بود. برای برقراری عدالت در توزیع اعتبارات محدود دولت، بازنگری در شیوه‌های تأمین مالی این بخش ضرورت دارد و علاوه بر شاخص‌هایی که در مدل سرانه دانشجویی ملاک توزیع اعتبار است، باید شاخص‌های دیگری که نشان‌دهنده عملکرد دانشگاه باشد نیز در این فرآیند مورد توجه قرار گیرد. این امر مستلزم این است که ابتدا نوع خدماتی که دانشگاه ارائه می‌دهد شناسایی شده، عوامل تأثیرگذار بر این خدمات مشخص گردد و سپس بهای خدمات ارائه شده محاسبه شود. در این روش قطعاً دانشگاه‌هایی که خدمات با کیفیت بهتری ارائه می‌دهند، سهم بیشتری از اعتبارات عمومی دولت را به خود اختصاص خواهند داد.

با این تفاسیر، کاهش منابع مالی دولتی از یک سو و لزوم عادلانه شدن توزیع اعتبار بین دانشگاه‌ها بر اساس عملکرد آنها از سوی دیگر، نیازمند قیمت‌گذاری خدمات دانشگاه‌ها بوده و این موضوع اهمیت ارائه مدل مناسبی برای محاسبه بهای خدمات دانشگاهی، مبتنی بر مؤلفه‌های زیربنایی و عملکردی را ضروری می‌سازد. در حال حاضر مدلی جامع که بتوان بر اساس آن بهای خدمات ارائه شده توسط دانشگاه‌ها را تعیین نمود و آنرا مبنای تخصیص بودجه دولت قرار داد، وجود ندارد. عدم وجود مدل مناسبی برای تخصیص اعتبار به دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی، اهداف دولت در دستیابی به جایگاه اول علمی کشور در منطقه که مورد نظر اسناد بالادستی کشور می‌باشد^۲، را محقق نخواهد ساخت و بودجه دولت در بخش آموزش عالی صرفاً جهت اداره امور روزمره دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی مصرف شده و کارآیی و اثربخشی لازم را نخواهد داشت (Dinmohammadi, 2015).

بنابراین، مسأله‌ای که مقاله حاضر در پی راه‌کارهای اجرایی و عملی برای پیاده‌سازی آن است، انجام یک پژوهش را براساس دیدگاه‌های متخصصین حوزه آموزش عالی می‌طلبد تا بتوان الگوی

۱- سطح‌بندی دانشگاه‌های کشور براساس ابلاغ شماره ۲/۱۷۸۹۷۸ مورخ ۹۶/۸/۷ وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

۲- اسناد بالادستی حوزه علم و فناوری مانند نقشه جامع علمی کشور و سند چشم‌انداز توسعه کشور در افق ۱۴۰۴

برآمده از آن را به یک بسته سیاستی تبدیل نمود. از این رو در مقاله حاضر تلاش شده است تا الگوی طراحی شده به منظور محاسبه بهای خدمات دانشگاهی، ضمن برخورداری از ابعاد علمی و بهره‌مندی از ادبیات پژوهشی موجود در این زمینه، از بطن نیازها، شرایط و امکانات موجود در سطح دولت و جامعه آموزش عالی شکل گرفته باشد تا از ماهیت کارکردی و عملیاتی برخوردار باشد. ضمناً لازم به یادآوری است همان‌طور که در مقدمه اشاره شد، در حال حاضر مدلی تحت عنوان مدل سرانه دانشجویی برای اختصاص بودجه به دانشگاه‌ها توسط سازمان برنامه و بودجه کشور در حال استفاده است، که در این مدل شاخص‌های عملکردی دانشگاه‌ها لحاظ نمی‌گردد.

چارچوب نظری و پیشینه پژوهش

خدمت

تعریف خدمت، به دلیل تنوع آن، همواره کار سختی بوده است. آنچه موضوع را پیچیده‌تر می‌کند، این است که اغلب، به دلیل غیرمحسوس بودن بسیاری از داده‌ها و ستاده‌ها، درک کردن روشی که خدمت در آن ایجاد و به مشتریان عرضه می‌شود، دشوار است. اکثر مردم برای تعریف تولید یا کشاورزی، مشکل چندانی ندارند، ولی برای تعریف خدمت دچار مشکل هستند (Lovelock & Writz, 2016).

خدمت عبارت است از یک فعالیت یا مجموعه‌ای از فعالیت‌ها که ماهیت غیرقابل مشاهده دارد و معمولاً در تعامل بین مشتری و کارمند و به منظور رفع نیازهای مشتریان صورت می‌گیرد. مهم‌ترین ویژگی خدمت آن است که برطرف‌کننده نیاز مشتری است.

خدمات دارای ویژگی‌هایی هستند که آن‌ها را از کالاها متمایز می‌سازد. این ویژگی‌ها عبارتند از: ناملموس بودن^۱؛ تفکیک‌ناپذیری^۲؛ تغییرپذیری^۳؛ فناپذیری^۴؛ مالکیت (Gabriel, 2006).

با توجه به مطالب بالا و با اضافه شدن قید خدمات دانشگاهی تعریف خدماتی که دانشگاه‌ها ارائه می‌دهند بسیار پیچیده می‌باشد. به تبع تغییر ماهیت و وظایف دانشگاه‌ها، یعنی حرکت از دانشگاه‌های نسل اول (که هدف اصلی آن‌ها آموزش و تربیت نیروی انسانی بود) به سمت دانشگاه‌های نسل دوم (که هدفشان علاوه بر آموزش، پژوهش نیز می‌باشد) و رسیدن به

-
- 1-Intangibility
 - 2-Inseparability
 - 3-Variability
 - 4-Perishability

دانشگاه‌های نسل سوم (علاوه بر ایفای نقش دو نسل اول، کارآفرینی و توسعه فناوری را در دستور کار خود قرار داده‌اند)، نوع خدمات ارائه شده توسط دانشگاه‌ها نیز دستخوش تغییر شده است. خدمات دانشگاه‌ها به مرور زمان از حالت سنتی و تمرکز بر درون، که توجه کمی به بازار دارند در حال حرکت به سمت سازمان‌های بازارمحور و پویاگر هستند. در این مسیر، کانون توجه از افق کوتاه‌مدت با حداقل نوآوری به سمت برنامه‌های درازمدت با قابلیت خلاقیت و نوآوری تغییر یافته است (Hensen, 2006).

آمیزاواتی^۱ (۲۰۱۵)، یکی از خدمات ویژه آموزش عالی را فراهم کردن راهی برای اقتصادهای کنونی نوظهور از طریق ارائه برنامه‌های جدید و با کیفیت، می‌داند. بنابراین برای رقابت در دنیای آکادمیک، مؤسسات آموزش عالی، چاره‌ای جز رقابت از طریق ارائه یک تجربه تحصیلی خوب ندارند. برای ایجاد خروجی با کیفیت، استاندارد ورودی و فرآیند آموزش باید از کیفیت بالایی برخوردار باشند. بر این اساس مؤسسات آموزش عالی باید تلاش‌های بی‌وقفه‌ای برای بهبود کیفیت برنامه‌های خود و همچنین پرسنل مجرب و امکانات مناسب داشته باشند.

در حال حاضر خدماتی را که می‌توان برای دانشگاه متصور بود عبارتند از: تربیت دانشجو و نیروی انسانی متخصص، کمک به بهبود وضعیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی جامعه. خدمات نوینی که توسط آموزش عالی به جامعه ارائه می‌شود شامل همکاری‌های سه‌سویه بین دولت، دانشگاه و صنعت با رویکرد حل مسأله، ارائه خدمات یادگیری به جامعه در قالب برگزاری دوره‌های مجازی و آموزش‌های آزاد و بسط و گسترش فرهنگ کارآفرینی و توسعه فناوری در قالب ایجاد شرکت‌های فناور و دانش‌بنیان است.

گومز (۲۰۱۴)، در تحقیقی اثرات ناشی از فعالیت‌های دانشگاه را در چهار طبقه کلی تقسیم‌بندی می‌کند:

- تأثیرات سازمانی^۲: دانشگاه‌ها نیز مانند هر سازمانی، بر زندگی افراد داخلی (کارمندان، اساتید و دانشجویان) تأثیر می‌گذارند و تأثیرات ویژه‌ای در محیط مربوط به نحوه عملکرد عملیات دارند.

1- Amizawati

2-Organizational impacts

- تأثیرات آموزشی^۱: مربوط به فرآیندهای یادگیری، تدریس و نحوه تهیه و تدوین برنامه‌های آموزشی است.
- تأثیرات شناختی^۲: کلیه موارد مربوط به جهت‌گیری‌های معرفت‌شناختی و اخلاقی، رویکردهای نظری، خط‌مشی‌های تحقیق و تولید و انتشار دانش را در بر می‌گیرد.
- تأثیرات اجتماعی^۳: این امر مربوط به مشارکت دانشگاه در توسعه جوامع محلی و سرمایه اجتماعی است. دانشگاه‌ها تأثیر روشنی در توسعه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی جامعه دارند.

ارزیابی عملکرد خدمات دانشگاهی

امروزه موضوع رتبه‌بندی دانشگاه‌ها موجب تغییر شکل دادن آموزش عالی شده است و این امر باعث شده دولت‌ها بصورت فزاینده‌ای از مکانیزم‌های توزیع اعتبار بصورت رقابتی استفاده کنند و این عاملی برای تغییر اهداف و آرمان‌های تحقیقاتی مؤسسات آموزش عالی شده است. آدام (۲۰۲۰)، در تحقیقی به بررسی تأمین مالی مبتنی بر عملکرد بر مبنای شاخص‌های رتبه‌بندی جهانی پرداخت. وی نحوه تأمین مالی آموزش عالی را در کشورهای اتریش، فنلاند، سوئد و دانمارک مورد بررسی قرار داد. نتیجه حاصل از تحقیق این است که در بین ۴ کشور مورد مطالعه، فقط در فنلاند ارتباط معناداری بین تأمین مالی آموزش عالی و شاخص‌های رتبه‌بندی جهانی وجود دارد و در ۳ کشور دیگر این ارتباط بسیار ضعیف است. در جدول ۱ نتیجه تحقیق آدام آورده شده است.

1-Educational impacts
2-Cognitive impacts
3-Social impacts

جدول شماره ۱: ارتباط بودجه مبتنی بر عملکرد چهار سیستم آموزش عالی با رتبه‌بندی جهانی
(Adam, 2020)

کشور	سهم از بودجه عمومی	میزان ارتباط بودجه با شاخص-های رتبه‌بندی	شاخص‌های انتخابی از رتبه-بندی جهانی	نوع تأمین مالی مبتنی بر عملکرد
اتریش	٪۱۰۰	٪۰.۰۱۸	سایر درآمدها	قراردادهای عملکردی
دانمارک	٪۵۳.۷	٪۳.۲	کتابشناسی، درآمد تحقیقات	فرمول عملکردی
فنلاند	٪۷۵	٪۲۴	اعضای هیأت علمی بین‌المللی، انتشارات، تأمین مالی تحقیقات	فرمول و قراردادهای عملکردی
سوئد	٪۶۵.۵	٪۸.۶	کتابشناسی، تأمین مالی خارجی	فرمول عملکردی

از نظر نویسنده علت ارتباط ناچیز بین تأمین مالی آموزش عالی در کشورهای فوق و شاخص-های رتبه‌بندی جهانی، وابسته بودن زیاد دانشگاه‌ها به بودجه عمومی می‌باشد که این موضوع باعث می‌شود دانشگاه‌ها عملکرد خود را مبتنی بر سیاست‌های ملی، هم‌راستا نمایند تا در راستای معیارهای جهانی رتبه‌بندی. در دهه‌های اخیر گروه‌های اجتماعی، فاکتورهای اقتصادی و سیاسی دولت‌ها را به سمت ارزیابی عملکرد هدایت نموده‌اند. این امر در نتیجه افزایش روزافزون هزینه‌های آموزش عالی در مقابل افزایش تنگناهای شدید دولت‌ها در تأمین درآمدهای مورد نیاز جامعه رخ داده است (Jacob et al., 2018). ارزیابی عملکرد در حوزه آموزش عالی به معنای این است که اصطلاح مفهوم پاسخ‌گویی از حسابداری برای هزینه‌ها به حسابداری برای نتایج تغییر کرده است. با توجه به این که دانشگاه‌ها به‌عنوان یک ساختار پیچیده محسوب می‌شوند بنابراین یک سیستم اجتماعی با شرح وظایف مفصل هستند که عملکرد آن‌ها به تعداد زیادی از اجزای تشکیل‌دهنده سیستم بستگی دارد و برای قضاوت در این زمینه به تخصص فنی نیاز است. ارزیابی خوب کیفیت دانشگاه‌ها نیازمند متون بسیار زیاد و اصطلاحات فنی حرفه‌ای پیوسته شده به آن است، این متون یا دستورالعمل‌ها علاوه بر این که می‌توانند به ایجاد منابع غنی اطلاعات برای ارزیابی منجر شوند، همچنین می‌توانند اطلاعاتی فراتر از توان ما تولید کنند (Miles et al., 2020).

ارزش‌گذاری خدمات دانشگاهی

در خصوص ارزش‌گذاری خدمات دانشگاهی، می‌توان به تحقیق آمیزاواتی (۲۰۱۵)، اشاره نمود. در این تحقیق به روش‌های حسابداری مناسب برای قیمت‌گذاری خدمات دانشگاهی اشاره

شده و اشاره‌ای به نوع خدمات و یا شاخص‌های اندازه‌گیری این خدمات نشده است. ارزش (اعتبار) براساس انتظارات مشتریان (در آموزش عالی منظور از مشتری، دانشجویان هستند) از خدمات و هزینه‌ها در مقایسه با رقبا مشخص می‌شود. درک ارزش و ایجاد ارزش برای مشتری ابزاری برای دست یافتن به برتری رقابتی و ایجاد مبنای قیمت‌گذاری است. بر اساس این تحقیق روش‌های قیمت‌گذاری گام‌ها و رویه‌هایی هستند که از طریق آن تصمیمات قیمت‌گذاری اتخاذ می‌شوند. بررسی تطبیقی پیشینه قیمت‌گذاری بخش خدمات، نشان‌دهنده چندین روش قیمت‌گذاری می‌باشد، که می‌توان آن‌ها را در سه طبقه‌بندی عمده، مبتنی بر هزینه، مبتنی بر رقابت و مبتنی بر تقاضا ارائه نمود. آمیزاواتی (۲۰۱۵)، در تحقیق خود ۳ روش را برای قیمت‌گذاری خدمات دانشگاهی معرفی می‌کند. این روش‌ها عبارتند از: روش مبتنی بر هزینه به‌علاوه درصد مشخصی سود، روش مبتنی بر رقابت و روش مبتنی بر ارزش. یافته‌های تحقیق آمیزاواتی (۲۰۱۵)، نشان‌دهنده محبوبیت روش مبتنی بر هزینه به‌علاوه درصد مشخصی سود، برای قیمت‌گذاری می‌باشند. توجه محبوبیت آن نیز بخاطر سادگی، سهولت استفاده و عملیاتی بودن آن است، اگرچه برای تعیین شهریه برنامه‌های تحصیلی، روش قیمت‌گذاری مبتنی بر رقابت، روش غالب است. در روش قیمت‌گذاری مبتنی بر رقابت، شهریه‌ها براساس نرخ بازار رقابتی تعیین می‌شوند. در بین روش‌های قیمت‌گذاری، روش قیمت‌گذاری مبتنی بر ارزش بر دیگر روش‌ها مقدم است. با این وجود کاربرد این روش قیمت‌گذاری در بازار محدود است. کمتر از ۲۰ درصد مؤسسات آموزش عالی از روش قیمت‌گذاری مبتنی بر ارزش استفاده می‌کنند. یکی از علل پیشرفت‌گند استفاده از این روش، دانش اندک مؤسسات آموزش عالی نسبت به آن است. موانع اصلی استفاده از روش قیمت‌گذاری مبتنی بر ارزش، دشواری سنجش و برقراری ارتباط بین فاکتورهای ارزش از دیدگاه مشتریان است. علیرغم مشکلات بکارگیری روش قیمت‌گذاری مبتنی بر ارزش، مؤسسات آموزش عالی برای کسب اطمینان از بقای خود، نیازمند درک مفهوم ارزش و خلق ارزش برای مشتریان هستند. باید توجه داشت که برای مواجهه با فرآیند جهانی-سازی آموزش عالی و رقابت ناشی از آن، مؤسسات آموزش عالی نیاز به فراهم آوردن بازاری مطمئن دارند. به‌عنوان دانش آینده، مؤسسات آموزش عالی باید زمان زیادی را برای سازگار شدن با مفهوم قیمت‌گذاری مبتنی بر ارزش صرف نمایند تا قادر به تعیین شهریه خود باشند. در حال حاضر مدلی که در ایران برای اختصاص اعتبار به دانشگاه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد،

پذیرش وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و سازمان برنامه و بودجه کشور است و در تحقیق حاضر، این بخش مورد بررسی قرار نگرفته است، بلکه بُعد عملکردی این مدل مورد مذاقه قرار گرفته و در مصاحبه با خبرگان حوزه آموزش عالی به تکامل رسیده است. پرسش محوری پژوهش این است که الگوی محاسبه بهای برآوردی خدمات دانشگاهی در دانشگاه‌های ایران چگونه است؟ یافتن پاسخی مناسب برای این پرسش، نیازمند طرح پرسش‌های فرعی و پاسخگویی به آن‌ها است، که بر این اساس، پرسش‌های فرعی زیر طراحی شده‌اند: الف) ابعاد محاسبه بهای خدمات دانشگاهی کدام است؟ ب) مؤلفه‌های سنجش هر یک از ابعاد بهای خدمات دانشگاهی کدام است؟ و ج) شاخص‌های مورد استفاده برای محاسبه بهای هر یک از مؤلفه‌های خدمات دانشگاهی کدام است؟

روش‌شناسی پژوهش

هدف اصلی پژوهش حاضر، طراحی مدل محاسبه بهای خدمات دانشگاهی است. نوع پژوهش حاضر اکتشافی و مبتنی بر مطالعات کیفی بوده و روش پژوهش طی آن بر مبنای تحلیل مضمون یا تم است. به این معنی که تحلیل داده‌های گردآوری شده طی مصاحبه‌ها، بر اساس روش تحلیل مضمون مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. تحلیل مضمون روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است. این روش، فرآیندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌های غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند. تحلیل مضمون، صرفاً روش کیفی خاصی نیست بلکه فرآیندی است که می‌تواند در اکثر روش‌های کیفی به کار رود (Seyednaghavi et al., 2018).

استفاده از این روش در تحقیق حاضر به این دلیل صورت گرفته است که هدف پژوهش شناسایی ایده‌هایی عمیق برای توسعه الگوهایی نظری برای تحقیقات تجربی آتی بر اساس یافته‌های کیفی است. در نظر است که بر اساس نتایج این تحقیق بتوان ایده‌هایی را شناسایی کرد که برای انجام پژوهش‌های کمی با نمونه‌های بزرگ آماری با رویکرد آزمون نظریه مورد استفاده قرار گیرد.

برای شناسایی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر تعیین بهای خدمات دانشگاهی و طراحی مدل محاسبه بهای خدمات دانشگاهی، مراحل زیر طی شده است:

مرحله اول: شناسایی هدف و سؤال پژوهش

هدف اصلی در این گام پژوهش شناسایی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر تعیین بهای خدمات دانشگاهی و طراحی مدل محاسبه بهای خدمات دانشگاهی است و سؤال پژوهش متناظر با آن شناسایی اجزا و گام‌های طراحی مدل محاسبه بهای خدمات دانشگاهی خواهد بود.

مرحله دوم: گردآوری اطلاعات

جهت گردآوری اطلاعات تکمیلی از ابزار مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختاریافته استفاده شده است. به این منظور متخصصینی انتخاب شدند که علاوه بر آشنایی با حوزه سیاست‌گذاری علم و فناوری با حوزه بودجه و یا به عبارتی حوزه اقتصاد آموزش عالی آشنایی کافی داشته باشند. از این رو در این پژوهش حوزه‌های اصلی مرتبط با سیاست‌گذاری علم و فناوری و بودجه، یعنی شورای عالی علوم، تحقیقات و فناوری، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و سازمان برنامه و بودجه جهت مطالعه در نظر گرفته شده است.

افراد موردنظر برای مصاحبه با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند از بین خبرگان حوزه آموزش عالی، بودجه و دانشگاه انتخاب شده‌اند. نمونه‌گیری هدفمند که به آن نمونه‌گیری غیراحتمالی نیز گفته می‌شود، به معنای انتخاب هدف‌دار مورد‌های پژوهش برای کسب دانش یا اطلاعات است. این نوع نمونه‌گیری شامل انتخاب واحدها یا مورد‌های پژوهش به صورت غیرتصادفی و بر اساس هدف پژوهش است. این نوع نمونه‌گیری به دنبال ایجاد قوانین ثابت و تغییرناپذیر و یا تعمیم نتایج نیست بلکه سعی در شناخت بهتر هر پدیده در زمینه خاص دارد. در این پژوهش با انجام ۳۰ مصاحبه با خبرگان حوزه آموزش عالی، به نقطه اشباع نظری رسیده و کفایت مصاحبه حاصل شد. در جدول شماره ۲ مشخصات نمونه آورده شده است. با عنایت به اینکه طراحی مدل محاسبه بهای خدمات دانشگاهی مستلزم توجه به دغدغه‌ها و ایده‌ها و نظرات کلیه ذینفعان آموزش عالی است لذا همان‌طور که اشاره شد در ترکیب افراد مورد مصاحبه سعی شده است نمایندگان همه دستگاه‌های سیاست‌گذار و مجری (وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، سازمان برنامه و بودجه، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، دانشگاه‌ها و مراکز پژوهش و فناوری) حضور داشته باشند. فرآیند مصاحبه تا زمانی که داده‌های لازم به نقطه اشباع نظری رسید، ادامه یافت.

جدول شماره ۲: مشخصات نمونه تحقیق

ردیف	سمت	نوع فعالیت	تعداد
۱	وزارت علوم، تحقیقات و فناوری	دولتی-سیاستگذار	۱۶
۲	سازمان برنامه و بودجه کشور	دولتی-سیاستگذار	۴
۳	معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری	دولتی-سیاستگذار	۸
۴	دانشگاهها و مراکز پژوهش و فناوری	دولتی-مجری	۲

مرحله سوم: تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش تحلیل تم

پس از ثبت مصاحبه‌ها، فرآیند تجزیه و تحلیل آن‌ها شروع گردید. نخستین مرحله در فرآیند کدگذاری مصاحبه‌ها، کدگذاری باز است که طی آن، کدهای اولیه از بطن نکات استخراج شدند. این کدها در ادامه ذیل طبقه‌های مفاهیم کلی‌تر و انتزاعی‌تر هستند، دسته‌بندی شدند. مفاهیم نزدیک به هم ذیل گروه‌های کلی‌تر تحت عنوان مضامین پایه طبقه‌بندی شدند که در نهایت، مضامین سازمان‌دهنده پژوهش را به وجود می‌آورند.

مرحله چهارم: کنترل کیفیت

مرور یا بازخورد هم‌تراز نوعی کنترل بیرونی است که استفاده از آن به روایی پژوهش‌های کیفی کمک شایانی می‌نماید. محقق از این راهبرد در فرآیند پژوهش استفاده نمود. بدین صورت که پس از کدگذاری اسناد و استخراج موضوعات از متون مصاحبه‌ها و پیش از آغاز تحلیل، یافته‌ها با سه محقق و خبره حوزه سیاست‌گذاری آموزش عالی که همگی دارای سوابق تعامل در قالب مدیریت و نیز سوابق مطالعاتی در زمینه پژوهش هستند طی جلساتی جداگانه مطرح شد و ضمن اخذ نظرات تیم راهنما و مشاور - که خود مصداق مرور هم‌تراز محسوب می‌شود - نظرات اصلاحی آن‌ها حول عناوین موضوعات و هم در مورد پیشنهاد ادغام یا تفکیک موضوعات، اخذ و در پژوهش اعمال گردید.

یافته‌های پژوهش

فرآیند کدگذاری، تا تحقق کفایت نظری ادامه یافت و حد توقف مصاحبه‌ها با این معیار مشخص شد. به این ترتیب، مفاهیم پژوهش، مبتنی بر ۱۰۲ کد اولیه هستند که با در نظر گرفتن ۴۴۶ کد تکراری، به ۵۴۸ نکته کلیدی اشاره دارند. جدول ۳ نمونه‌ای از استخراج کدهای اولیه از مصاحبه‌ها را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۳: نمونه‌ای از فرایند استخراج کدهای اولیه از گزاره‌های مصاحبه

مفهوم اولیه	کدهای اولیه	نکات کلیدی مستخرج از مصاحبه
اشتغال فارغ‌التحصیلان	اهمیت موضوع مهارت آموزی و اشتغال فارغ‌التحصیلان	برقراری تناسب بین دروس و رشته‌های دانشگاهی با موضوع مهارت آموزی و اشتغال از مهمترین وظایف دانشگاه‌ها است
همکاری در اجرای پروژه‌های بین‌المللی	ضرورت تعاملات بین‌المللی در انجام فعالیت‌های آکادمیک	استفاده از تجربیات سایر کشورها در انجام فعالیت‌های آکادمیک، کارآیی و اثربخشی این فعالیت‌ها را افزایش می‌دهد
مشارکت در حل مسائل کلان کشور	عدم بی‌تفاوت بودن جامعه دانشگاهی به مسائل و مشکلات جامعه	پرداختن دانشگاه به حل مسائل روز کشور باعث ایجاد نگرش مثبت جامعه به این حوزه است
استفاده مناسب از تجهیزات کارگاه‌ها و آزمایشگاه‌ها	اهمیت دادن دانشگاه‌ها به استفاده بهینه از منابع در اختیار	منابع در اختیار دانشگاه‌ها از جمله تجهیزات آزمایشگاهی باید علاوه بر استفاده در فعالیت‌های آکادمیک خود دانشگاه، به سایر حوزه‌های متقاضی نیز خدمت ارائه نماید
ارائه آموزش‌ها بصورت مجازی	استفاده از ابزارهای نوین و مدرن در ارائه خدمات	استفاده از سایر ابزارها علاوه بر ارائه خدمات به صورت حضوری، در ارائه خدمات
تبدیل فعالیت‌های علمی در قالب اختراع	ضرورت هدایت فعالیت‌های علمی به سمت دستاوردهای ملموس در سطح بین‌المللی	دانشگاه‌ها باید از طریق ارائه دستاوردهای علمی خود در قالب‌های مختلف به ارتقاء جایگاه علمی کشور در سطح بین‌المللی همت بگذارند

تعداد ۵۴۸ نکته کلیدی در مجموع به ۱۰۲ کد اولیه اختصاص یافته است. مضامین پایه یا فرعی نیز که از مجموع چند کد اولیه حاصل می‌شوند مبتنی بر ۳۰ مضمون می‌باشد. این تعداد مضمون پایه در نهایت ۳ مضمون سازمان‌دهنده یا اصلی را تشکیل می‌دهند که عبارتند از: جایگاه و وجهه بین‌المللی، جایگاه در نظام آموزش عالی و جایگاه و وجهه ملی. جدول ۴ نمونه-ای از استخراج مضامین پایه از مفاهیم اولیه مستخرج از مصاحبه را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۴: مضامین پایه (تم فرعی) مستخرج از مفاهیم

مضامین پایه	مفهوم اولیه مستخرج از مصاحبه‌های کدگذاری شده
اشتغال‌پذیری فارغ‌التحصیلان	اشتغال فارغ‌التحصیلان بهبود وضعیت شغلی دانشجویان مهارت آموزی دانشجویان بهبود معیشت دانشجویان بهبود کسب و کار فارغ‌التحصیلان
قدمت و پیشینه	قدمت دانشگاه اصالت دانشگاه مدت زمان فعالیت دانشگاه
گردش مالی شرکت‌ها	میزان فروش شرکت‌های دانش‌بنیان تجاری‌سازی دستاوردها بازاریابی مناسب برای محصولات تجاری شده
طرح‌های تقاضامحور	تعامل بین صنعت و دانشگاه حل مسائل پیش‌روی صنعت تعدد قراردادهای جذب شده از صنعت تعداد کارفرمایان بخش خصوصی
رویدادهای کارآفرینانه	تقدیر از کارآفرینان برتر برگزاری دوره‌های کارآفرینی نشست‌های علمی کارآفرینی
طرح‌های کلان ملی	مشارکت در حل مسائل کشور بی‌تفاوت نبودن نسبت به سرنوشت جامعه حرکت در مسیر رفع مشکلات جامعه

پس از ایجاد مجموعه‌ای از تم‌ها، آنها مورد بازبینی قرار گرفت. این مرحله شامل دو مرحله بازبینی و تصفیه مضامین است. مرحله اول، شامل بازبینی در سطح خلاصه‌های کدگذاری شده است. در مرحله دوم اعتبار تم‌ها در رابطه با مجموعه داده‌ها در نظر گرفته می‌شود. جدول ۵ مضامین سازمان‌دهنده استخراج شده از مضامین پایه را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۵: مضامین سازمان‌دهنده (تم اصلی) مستخرج از مضامین پایه (تم فرعی)

مضامین سازمان‌دهنده	مضامین پایه
جایگاه و وجهه ملی	اشتغال‌پذیری فارغ‌التحصیلان
	قدمت و پیشینه
	گردش مالی شرکت‌ها
	طرح‌های تقاضامحور
	رویدادهای کارآفرینانه
	طرح‌های کلان ملی
جایگاه و وجهه بین‌المللی	حجم ریالی اعتبارات پژوهشی بین‌المللی
	مشارکت در پروژه‌های بین‌المللی
	دانشجویان خارجی
	اختراعات بین‌المللی ثبت شده
	تعداد مقالات نمایه شده در نشریات معتبر بین‌المللی
	اساتید برتر در سطح ملی و بین‌المللی
	جوایز بین‌المللی
	اعضای هیأت علمی خارجی
جایگاه در نظام آموزش عالی	تدریس به زبان خارجی
	جوایز ملی
	مقالات علمی پژوهشی
	اختراعات ملی ثبت شده
	حجم ریالی قراردادهای پژوهشی
	کیفیت اعضای هیأت علمی
	کیفیت دانشجویان
	امکانات و زیرساخت‌های آموزشی
	درآمد اختصاصی
	فعالیت زیست‌محیطی
	خدمات مشاوره‌ای
	بهداشت محیط و ایمنی
	فعالیت‌های ورزشی
	جغرافیای دانشگاه
سایر درآمدها	
امکانات و زیرساخت‌های پژوهشی و آزمایشگاهی	

با توجه به فرآیند طی شده، یعنی بررسی دقیق مطالعات پیشین و طی مرحله‌ی میدانی با استفاده از روش مصاحبه با صاحب‌نظران حوزه آموزش عالی، مشخص شد که سه دسته کلی در مدل نهایی محاسبه بهای برآوردی خدمات دانشگاهی مؤثر خواهند بود. دسته‌ای بر فعالیت‌های بین‌المللی دانشگاه‌ها تمرکز دارد که از آن‌ها با عنوان جایگاه و وجهه بین‌المللی یاد شده است. در ذیل مضمون اصلی جایگاه و وجهه بین‌المللی، مضامین حجم ریالی اعتبارات پژوهشی بین‌المللی، مشارکت در پروژه‌های بین‌المللی، دانشجویان خارجی، اختراعات بین‌المللی، مقالات نمایه شده در نشریات بین‌المللی معتبر، اساتید برتر در سطح ملی و بین‌المللی، جوایز بین‌المللی، اعضای هیأت علمی خارجی و تدریس به زبان خارجی، جای گرفته است. دسته دوم به وضعیت دانشگاه در آموزش عالی مربوط می‌شود و از آن‌ها با عنوان جایگاه در نظام آموزش عالی یاد شده است. مضامین جوایز ملی، اختراعات ملی، کیفیت اعضای هیأت علمی، کیفیت دانشجویان، امکانات و زیرساخت‌ها آموزشی، درآمد اختصاصی، فعالیت‌های زیست‌محیطی، خدمات مشاوره‌ای، بهداشت محیط و ایمنی، فعالیت‌های ورزشی، جغرافیای دانشگاه، سایر درآمدها و امکانات و زیرساخت‌های پژوهشی و آزمایشگاهی، به این مضمون کلان اشاره دارند. جایگاه و وجهه ملی نیز شامل اشتغال‌پذیری فارغ‌التحصیلان، قدمت و پیشینه، گردش مالی شرکت‌ها، طرح‌های تقاضامحور، رویدادهای کارآفرینانه، طرح‌های کلان ملی است.

در این بخش ارتباط کلی بین مفاهیم شناسایی شده در بخش‌های قبل نشان داده می‌شود. در این پژوهش فرآیند گردآوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها به صورت همزمان و موازی با هم به اجرا درآمد و این فرآیند تا مرز کفایت نظری مضامین پایه و مضامین سازمان‌دهنده ادامه یافت. به این ترتیب، در نهایت ۳ مضمون سازمان‌دهنده شکل گرفت که می‌توان آن‌ها را در یک دسته کلان برند و هویت طبقه‌بندی نمود. تصویر شماره ۳، سیر تکامل کدهای تحقیق تا مقوله اصلی را نشان می‌دهد و مدل برآمده از تحلیل یافته‌های پژوهش نیز در تصویر شماره ۲ آمده است.



شکل شماره ۲: سیر تکامل نکات کلیدی تا مضامین سازمان‌دهنده در تحقیق

برای ارزیابی پایایی محتوا در تحقیق حاضر، ۳ نمونه مصاحبه صورت گرفته، به صورت تصادفی انتخاب و توسط محقق و همکار محقق کدگذاری انجام شد. در جدول ۶ نتیجه این آزمون نشان داده شده است.

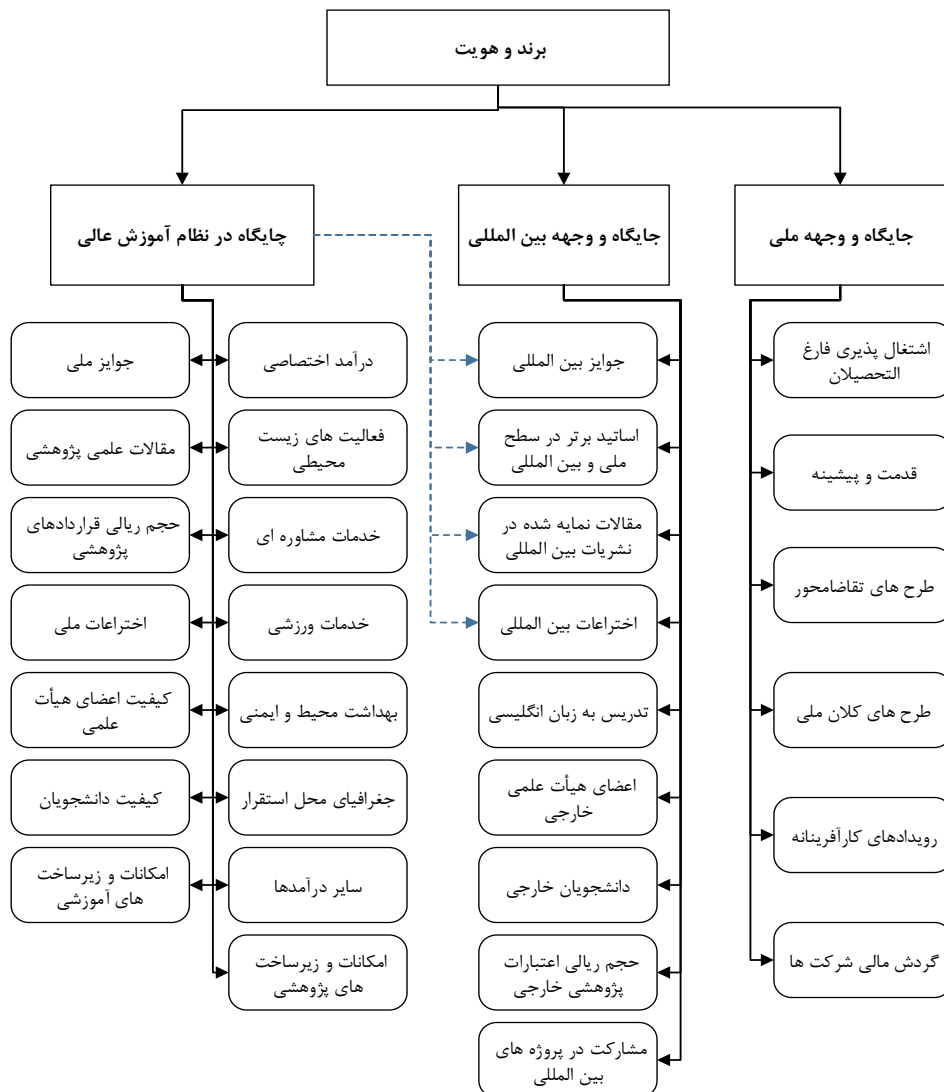
جدول شماره ۶: محاسبه پایایی دو کدگذار

ردیف	عنوان مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	پایایی بین دو کدگذار
۱	M1	۶۴	۲۶	۱۲	٪۸۱
۲	M20	۳۹	۱۵	۹	٪۷۷
۳	M22	۳۷	۱۶	۵	٪۸۶
	کل	۱۴۰	۵۷	۲۶	٪۸۱

بر این مبنا ضریب قابلیت اعتماد در این پژوهش عدد ٪۸۱ به دست آمد که عدد مطلوبی برای قابلیت اعتماد در فرآیند تحلیل محتوا می‌باشد (Kvale, 1996).

تصویر ۳ الگوی تحقیق، حاصل از طریق روش تحلیل تم را نشان می‌دهد.

نتایج حاصل از مصاحبه با خبرگان و تحلیل نتایج براساس روش تحلیل تم، موجب شد عنوان بُعد عملکردی در مدل اولیه تحقیق (تصویر شماره ۱)، به بُعد برند و هویت تغییر نام دهد. استدلال این تغییر عنوان این است که مجموعه فعالیت‌های ذیل این بُعد، در حقیقت تشکیل دهنده هویت و برند یک دانشگاه هستند که باید به هنگام ارزش‌گذاری خدمات این دانشگاه‌ها مورد توجه قرار گیرند.



شکل شماره ۳: الگوی حاصل شده از طریق روش تحلیل تم

در الگوی پیشنهادی تحقیق براساس نظرات مصاحبه‌شوندگان و نتایج حاصل از تحلیل تم، برای بُعد برند و هویت خدمات دانشگاه‌ها، سه مؤلفه شناسایی شد.

جایگاه و وجهه ملی: دانشگاه‌ها در درون سیستم ملی جای گرفته، به زمینه‌ها و ساختارهای ملی قفل شده و اکثر آن‌ها نیز هنوز به‌عنوان مؤسسات دولتی شناخته می‌شوند و از محل بودجه عمومی تأمین مالی می‌شوند. بنابراین یکی از کارکردهای اصلی آن‌ها گام برداشتن در راستای منافع ملی است. نظام آموزش عالی به عنوان یکی از زیرسیستم‌های نظام کلان کشور محسوب شده و باید نسبت به چالش‌هایی مانند مشکلات اقتصادی، محیط‌زیست، بحران آب، بحران انرژی، ریزگردها، بیکاری، فقر و نابرابری که جامعه امروز ما درگیر آن است احساس مسئولیت داشته باشد. این جایگاه در نظرات مصاحبه‌شوندگان نیز برجسته بود و ایشان نیز حل مسائلی مانند اشتغال، مهارت‌آموزی، تغییرات اقلیمی و کارآفرینی را درزمره مهمترین مسئولیت‌های دانشگاه‌ها می‌دانستند و به عقیده ایشان نیز میزان مشارکت دانشگاه در برطرف کردن این مسائل باعث تقویت اعتماد و اعتبار دانشگاه‌ها در جامعه خواهد شد. در همین راستا انتظار می‌رود فعالیت‌های آموزشی، پژوهشی و خدمات تخصصی دانشگاه‌ها با نگاه به آینده و در راستای توسعه همه‌جانبه کشور برنامه‌ریزی شود.

جایگاه و وجهه بین‌المللی: در عصر جهانی‌شدن، دانش و قدرت پیوند ناگسستنی با یکدیگر دارند. همکاری‌های علمی و دانشگاهی در سطح بین‌المللی می‌تواند به‌صورت مستقیم و غیر مستقیم نتایج ملموسی دربر داشته است. برخی از این نتایج عبارتند از: تفاهم و درک متقابل بین‌المللی، استحکام روابط سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بین دولت‌ها و ملت‌ها، ارتقاء کیفیت آموزش، پژوهش و استانداردهای علمی دانشگاه‌ها، گسترش ارزش‌ها و اصول فرهنگ ملی در سطح جهانی، تربیت فارغ‌التحصیلان آگاه به مسائل بین‌المللی، بهبود و ارتقاء وجهه دانشگاه و کشور در سطح بین‌المللی، معرفی زبان ملی در سطح بین‌المللی و انتقال و بومی‌سازی دانش و فناوری‌های پیشرفته. از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان نیز مؤلفه‌های بین‌المللی از اهمیت زیادی در چابک‌بودن فعالیت‌های دانشگاهی داشت و زمینه‌سازی برای فراهم شدن چنین فعالیت‌هایی را از اولویت‌های نظام آموزش عالی می‌دانند. زمینه‌هایی مانند بسترسازی برای جذب دانشجوی خارجی، مشارکت فعال در اجرای پروژه‌های مشترک تحقیقاتی با دانشگاه‌های معتبر دنیا، از مهمترین این زیرساخت‌ها هستند.

جایگاه در نظام آموزش عالی: این جایگاه به آن دسته از فعالیت‌های دانشگاه‌ها اشاره دارد که در درون نظام آموزش عالی قابل تعریف و ارزیابی است. شاخص‌های اثرگذار بر این جایگاه شامل

سهم دانشگاه در تولید علم کشور، میزان وابستگی دانشگاه‌ها به بودجه عمومی دولت یا به عبارتی میزان استقلال مالی دانشگاه‌ها، مجهز بودن دانشگاه به زیرساخت‌های آموزشی و پژوهشی، سهم دانشگاه در جذب دانشجویان نخبه و اهمیت به تأمین معاش و سلامت روان و جسم اعضای دانشگاه، هستند. این مؤلفه‌ها که در حقیقت تعیین‌کننده جایگاه و هویت دانشگاه در جامعه داخلی و بین‌المللی می‌باشند و به نوعی سازنده برند دانشگاه در عرصه ملی و جهانی هستند، از آن‌ها با عنوان بُعد برند و هویت نام برده‌ایم.

بحث و نتیجه‌گیری

محور اصلی پژوهش حاضر، طراحی الگوی مناسب برای محاسبه بهای برآوردی خدمات دانشگاه‌های دولتی ایران تعیین شده است که پیش‌شرط دست یافتن به آن، پاسخ‌گویی به پرسش‌هایی بوده است که ترکیب آن‌ها ما را به پاسخ نهایی نزدیک می‌سازد. صرف‌نظر از نوع تأمین مالی دانشگاه‌ها در کشورهای مختلف، بخش ثابت همه این انواع تأمین مالی، اختصاص یک بودجه پایه به همه دانشگاه‌ها است. این بودجه برای حمایت از دانشگاه به‌عنوان یک مجموعه کل می‌آید و شامل همه فعالیت‌های: آموزش، تحقیقات، زیرساخت‌ها می‌باشد و به‌صورت یکنواخت و پایه‌عمدتاً به بخش آموزش دانشگاه داده می‌شود. این هزینه بیشتر ناظر بر هزینه‌های روزمره دانشگاه‌ها بوده و کاملاً منطبق بر هزینه‌های مورد نیاز برای تربیت دانشجویان است. با عنایت به اینکه محاسبه بهای اینگونه فعالیت‌ها براساس روش‌های حسابداری مانند ABC امکان‌پذیر است، بنابراین، این بخش از بهای خدمات دانشگاهی با عنوان بُعد مالی نامگذاری می‌شوند و ارتباط مستقیم با حفظ و بقای فعالیت دانشگاه دارند و چنانچه هدف فقط تربیت دانشجو باشد، لازمه آن وجود این بخش از اعتبار است. مؤلفه‌های ذیل این بُعد همان مؤلفه‌های استفاده شده در مدل سرانه دانشجویی می‌باشد که در حال حاضر مبنای تخصیص اعتبار به حوزه آموزش عالی قرار می‌گیرد و عیناً در تحقیق حاضر و بدون تغییر آورده شده است. مبنای تعیین مؤلفه‌های بُعد مالی (آموزشی، پشتیبانی عمومی، فرهنگی-دانشجویی و پژوهشی و فناوری)، تفاوت ماهیتی مراکز هزینه و سهولت و درک مفهومی و نیز سازگاری درج و استخراج اطلاعات با رویه‌های موجود در نظام آماري دانشگاه‌ها است. هریک از مراکز هزینه فوق‌دربرگیرنده مجموعه‌ای از جزءهزینه‌های (زیرفعالیت‌های) مرتبط می‌باشند که با استفاده از

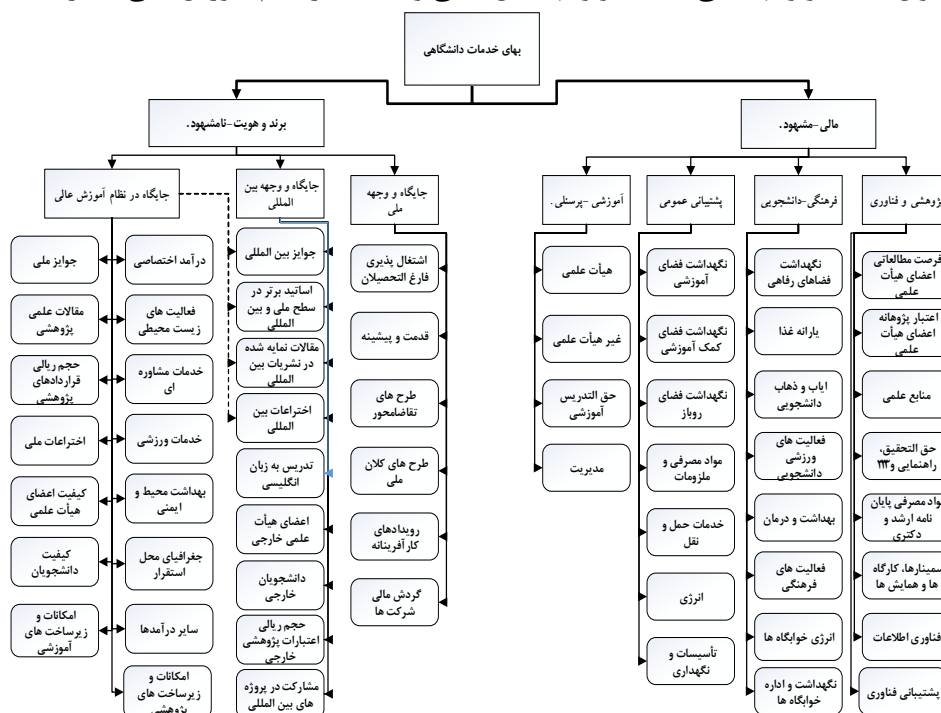
شبیه‌سازی و ساختارشناسی هزینه‌ها و رعایت شاخص‌های مطلوب، سهم هریک از آنها استخراج شده است.

همان‌گونه که اشاره شد، در بُعد مالی (براساس مدل سرانه دانشجویی) محرک هزینه دانشجوی است اما فعالیت‌هایی نیز وجود دارند که لزوماً محرک آنها دانشجوی نیست. نظیر بخش زیادی از فعالیت‌های پژوهشی، همکاری‌ها و روابط بین‌المللی، مأموریت و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان، ارائه خدمات علمی و فنی و تأثیرگذاری آنها بر جامعه. بنابراین باید علاوه بر فعالیت‌های مرتبط با تربیت دانشجو، سایر فعالیت‌ها و اثرات دیگر دانشگاه‌ها را در حوزه‌های مختلف مورد توجه قرار داد. حرکت به سمت نسل سوم و چهارم دانشگاه‌ها نیازمند ایجاد تغییر در حوزه‌های مختلف آموزش عالی می‌باشد. در این راستا موضوع تأمین مالی دانشگاه‌ها نیز از تغییرات مصون نخواهد بود و باید علاوه بر موضوع تربیت دانشجو به سایر جنبه‌ها و خدمات دانشگاه‌ها نیز توجه داشته باشیم. بنابراین باید خروجی‌های دانشگاه را علاوه بر تربیت دانشجو، به پژوهش، رشد اقتصادی، رشد فرهنگی و رفاه اجتماعی گسترش دهیم. در این مسیر باید زیرساخت‌های لازم را نیز فراهم آورده و حمایت‌های مؤثری انجام دهیم. در این فرآیند تعیین و ارزیابی معیارهای عملکرد از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. معیارهایی که در حال حاضر در کشورهای پیشرو مورد توجه قرار می‌گیرد شامل: رتبه جهانی دانشگاه، نقش دانشگاه در تحقیقات ملی، اعتبار اجتماعی، نقش دانشگاه در پیشبرد اهداف و سیاست‌های ملی، اعتبار آکادمیک، کیفیت تدریس و یادگیری، تحقیقات کلان، نقش دانشگاه در تبدیل شدن به مرکز آموزش و پژوهش در تراز بین‌المللی می‌باشد. با توجه به اینکه بهای این معیارها را نمی‌توان با روش‌های معمول حسابداری تعیین نمود از آنها به‌عنوان معیارهای غیر مالی یاد می‌شود و چون این معیارها در حقیقت تعیین‌کننده جایگاه و هویت دانشگاه در جامعه داخلی و بین‌المللی می‌باشند و به نوعی سازنده برند دانشگاه در عرصه ملی و جهانی هستند از آنها با عنوان بُعد برند و هویت نام برده‌ایم.

با توجه به موارد فوق از تلفیق مؤلفه‌های بُعد مالی (سرانه دانشجویی) و بُعد برند و هویت (ناشی از نتایج تحقیق)، مدل مفهومی نهایی تحقیق در شکل ۴ ارائه شده است.

مقایسه الگوی نهایی حاصل از تحقیق (تصویر ۴) با الگوی برآمده از پیشینه تحقیق (تصویر ۱) نشان‌دهنده این است که بُعد مالی در هر دو الگو یکسان بوده و تغییری ندارند و این موضوع به‌خاطر عدم ورود این تحقیق به مدل سرانه دانشجویی است. براساس نظر مصاحبه‌شوندگان و

تحلیل صورت گرفته بر نتایج یافته‌های حاصل از این مصاحبه‌ها، بُعد دیگر الگوی محاسبه بهای خدمات برآوردی دانشگاه‌ها، که در الگوی اولیه تحت عنوان بُعد عملکردی نشان داده شده بود، تحت عنوان بُعد برند و هویت ارائه شد. مؤلفه‌های این بُعد نیز به ۳ مؤلفه کاهش یافته و تحت عنوان جایگاه و وجهه ملی، جایگاه و وجهه بین‌المللی و جایگاه در نظام آموزش عالی تغییر یافت.



شکل شماره ۴: الگوی نهایی محاسبه بهای خدمات دانشگاهی

چنانچه در عمل و در محاسبه بهای خدمات دانشگاهی، اولاً شاخص‌های عملکردی یا همان بُعد برند در مدل لحاظ شود و ثانیاً تعادل مناسب بین بُعد مالی و بُعد برند و هویت برقرار گردد، می‌توان به فراهم شدن زمینه ایجاد عدالت در توزیع بودجه بین دانشگاه‌ها و خرید خدمت این واحدها با مبلغی نسبتاً واقعی امیدوار بود. در حال حاضر بنا به آنچه از بطن صحبت‌های متخصصین حوزه آموزش عالی طی مصاحبه‌ها برمی‌آید، لزوم انعکاس شاخص‌های عملکردی در محاسبه بهای خدمات دانشگاهی به شدت احساس می‌شود زیرا دستیابی به اهداف مندرج در

اسناد بالادستی حوزه آموزش عالی مانند سند چشم انداز توسعه، نقشه جامع علمی کشور و قوانین برنامه توسعه، مستلزم بازنگری در شیوه تأمین مالی این بخش و نیز تغییر در محاسبه بهای خدماتی است که دانشگاه‌ها ارائه می‌دهند. با توجه به نتایج بدست آمده از پژوهش، چند راهکار عملیاتی را می‌توان راستای بهبود تخصیص منابع در آموزش عالی کشور پیشنهاد نمود.

الف) با توجه به محدود بودن بودجه عمومی در تأمین نیازهای دانشگاه‌ها، تغییر شیوه تأمین مالی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی از روش سرانه دانشجویی به روش خرید یا پیش خرید خدمات دانشگاه‌ها ضروری می‌باشد.

ب) تعیین میزان اهمیت بُعد برند و هویت در مقایسه با بُعد مالی در محاسبه بهای خدمات دانشگاهی حائز اهمیت است.

ج) لزوم توجه به جایگاه و وجهه دانشگاه‌ها در محاسبه بهای خدمات ارائه شده توسط آن‌ها در راستای ارتقاء کیفیت خدمات دریافتی از این واحدها ضروری است.

د) پیاده‌سازی مدل تحقیق برای تعدادی از دانشگاه‌های کشور و مقایسه بهای حاصل از این مدل با اعتبار تخصیص یافته براساس مدل‌های موجود می‌تواند شکاف بین روش‌های موجود و روش مطلوب در این زمینه را نشان دهد.

ه) محدودیت بودجه دولت در تأمین نیازهای آموزش عالی، ضرورت ایجاد تنوع در درآمدهای دانشگاه‌ها را بیش از پیش نمایان می‌سازد. بر اساس یافته‌های تحقیق، استفاده از درآمدهای متنوع مانند درآمدهای حاصل از هدایای مردمی، ظرفیت خیرین و اوقاف می‌تواند دانشگاه‌ها را در مقابل مشکلات ناشی از کمبود حمایت‌های دولت، تا حد زیادی مصون نماید.

References

- 1-Adam, E. (2020). Governments base performance-based funding on global rankings indicators': A global trend in higher education finance or a global rankings literature fiction? A comparative analysis of four performance-based funding programs. *International Journal of Educational Development*. 76. 1-43.
- 2-Amizawati, M. (2015) Pricing for higher education institutions: a value-based approach, *International Journal of Educational Management*. 30(6), 929-940.
- 3-Dinmohammadi, M. (2015). Student per capita budgeting model and distribution model of public credits of universities, program office, budget and organization of the Ministry of Science, Research and Technology.(in persian)
- 4-Farahani, S., Ghorbanizadeh, V., Taghavifard, M.T., & Rangriz, H. (2021). The competency model of human resources managers in iran's top universities. *Journal of Public Management Researchs*, 13(50), 93-116. (in persian)
- 5-Gabriel, E. O. (2006). Value chains for services A new dimation of porters value chain. In the *IMS international Journal*. 695-698
- 6-Gomez, L. (2014). The Importance of university social responsibility in hispanic America: A Responsible trend in developing Countries, In *Corporate Social Responsibility and Sustainability: Emerging Trends in Developing Economies*. Published online: 08 Oct 2014; 241-268.
- 7-Hashemnia, E., & Bagherimajd, R., (2020). The effect of branding on attracting international students with the mediating of satisfaction and loyalty of brand in higher education. *Journal of Public Management Researchs*, 13(48), 265-292. (in persian)
- 8-Hensen, H. J. (2006). The valor chain and life-long learning. www.sefi.be/wp-content/abstract/1047.pdf. 827-855
- 9-Jacob, W.J., Neubauer, D., Ye, H., 2018. Financing trends in southeast Asia and Oceania: meeting the demands of regional higher education growth. *Int. J. Educ. Dev.* 58, 47-63
- 10-Khorshidi, GH. H, (2004). *An Introduction to the Economics of Higher Education*, Tehran, Ministry of Science, Research and Technology, Office of Social Planning and Cultural Studies.(in persian)
- 11-Kuo, J.SH & HO, Y. (2008). The cost efficiency impact of the university operation fund on public universities in taiwan. *Economics of Education review*. Vol .۷, 603-612
- 12-Kvale, S. (1996). *Interviews: An introduction to qualitative research interviewing*. Thousand Osks, CA: Sage. 10-14
- 13-Lovelock, C., Writz, J. (2016). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*, 8th edition.

- 14-Mhamed, A.A.S., Vossensteyn, H., & Kasa, R., (2021). Stability, performance and innovation orientation of a higher education funding model in kazakhstan. *International Journal of educational development*. 81.
- 15-Miles, M.B., Huberman, A.M., Saladana, J., 2020. *Qualitative Data Analysis: a Methods Sourcebook*, 4th ed. Sage Publications, Inc., Los Angeles.
- 16-Syednaghavi, M.A., Gholamzadeh, M., Vaezi, R., & Ghorbanizadeh, V., (2018). Framework for empowerment of the ageing experts in the public sector using theme analysing. *Journal of Public Management Researchs*, 11(40), 57-78. (in persian).