

**The Effect of Reflective Leadership on School Effectiveness with mediating of Tendency to Lifelong Learning and Teacher's Academic Optimism**

Hajar mansoori<sup>1</sup> | Ali yazdkhasty<sup>2</sup> | zahra sadeqiarani<sup>3</sup>

**Abstract**

The purpose of this article is to develop a process model of drivers and consequences of commercialization of higher education: a data base theory approach. The current research was a qualitative research approach and the systematic foundation data theory method was used. The scope of the research was 20 faculty members of educational institutions in Isfahan city, who were selected by purposeful sampling and until theoretical saturation was reached. Data were collected by in-depth interviews and open questions and coded with Atlas.Ti software. By categorizing the open codes, the main categories were identified, and in the final stage, after identifying the relationship between the categories, central and selective coding was done and the conceptual model model was presented. Qualitative data analysis includes the conceptual model of education commercialization process in 5 dimensions of causal conditions, background conditions, central category and consequences (9 positive consequences and 21 negative consequences of education commercialization). By examining the central category of demand for increasing the income of educational institutions, the present research has examined the causal factors, cultural background conditions and intervening conditions and has proposed recommendations for the government's policy in the process of providing educational services to institutions.

**Keywords:** commercialization of education, educational institutions, student as a consumer, data base theory.

15

Vol. 4  
autumn 2023



Research Paper

Received:  
14 December 2022  
Accepted  
10 January 2023  
P.P: 56-72

Print ISSN: 2717-4484  
Online ISSN: 2717-4492



DOI: 10.22098/AEL.2023.12836.1272

<sup>1</sup> Master's student, Department of Educational Management, Kashan University, Kashan, Iran

<sup>2</sup> Associate Professor, Department of Educational Management, Faculty of Humanities, Kashan University, Kashan, Iran.

<sup>3</sup> Assistant Professor, Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Financial Sciences, Management and Entrepreneurship, Kashan University, Kashan, Iran

## نشریه علمی رهبری آموزشی کاربردی

### توسعه‌ی الگوی فرایندی پیشران‌ها و پیامدهای تجاری‌سازی آموزش عالی: رویکرد نظریه داده‌بنیاد

هاجر منصور، علی یزدخواستی<sup>۲</sup>، زهرا صادقی آرانی<sup>۳</sup>

۱۵

سال چهارم  
پاییز ۱۴۰۲



#### مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۱/۰۸/۱۹

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۲/۰۴/۲۰

صص: ۷۲-۵۶

شاپا چاپی: ۴۴۸۴-۲۷۱۷  
الکترونیکی: ۴۴۹۲-۲۷۱۷



#### چکیده

هدف از مقاله حاضر، توسعه‌ی الگوی فرایندی پیشران‌ها و پیامدهای تجاری‌سازی آموزش عالی: رویکرد نظریه داده‌بنیاد می‌باشد. پژوهش حاضر، رویکرد پژوهش کیفی بود و از روش نظریه داده بنیاد سیستماتیک استفاده شد. قلمرو پژوهش ۲۰ نفر از اعضای هیئت علمی مؤسسات آموزشی شهرستان اصفهان بوده‌اند که به روش نمونه‌گیری هدفمند و تا رسیدن به اشباع نظری انتخاب شدند. داده‌ها به روش مصاحبه عمیق و سؤالات باز جمع‌آوری شد و با نرم‌افزار Atlas.Ti کدگذاری شدند. با دسته‌بندی کدهای باز مقوله‌های اصلی شناسایی و در مرحله پایانی با مشخص شدن ارتباط بین مقوله‌ها کدگذاری محوری و گزینشی انجام و مدل الگوی مفهومی ارائه شد. تحلیل داده‌های کیفی الگوی مفهومی فرایند تجاری‌سازی آموزش را در ۵ بُعد شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، مقوله مرکزی و پیامدها (۹ پیامد مثبت و ۲۱ پیامد منفی تجاری‌سازی آموزش) شامل می‌شود. پژوهش حاضر با بررسی مقوله مرکزی تقاضا برای افزایش درآمد مؤسسات آموزشی عوامل علی، شرایط زمینه‌ای فرهنگی و شرایط مداخله‌گر را بررسی کرده و توصیه‌هایی را در جهت سیاست‌گذاری دولت در روند ارائه خدمات آموزشی مؤسسات پیشنهاد داده است.

واژگان کلیدی: تجاری‌سازی آموزش، مؤسسات آموزشی، دانشجو به عنوان مصرف‌کننده، نظریه داده‌بنیاد.

DOI: 10.22098/AEL.2023.12836.1272

۱- دانش آموخته کارشناسی ارشد، گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران  
[h.mansoor32@gmail.com](mailto:h.mansoor32@gmail.com)

۲- دانشیار، گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران (نویسنده مسئول)  
[yazdkhasty@kashanu.ac.ir](mailto:yazdkhasty@kashanu.ac.ir)

۳- استادیار گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم مالی، مدیریت و کارآفرینی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران

[sadeqiarani@kashanu.ac.ir](mailto:sadeqiarani@kashanu.ac.ir)

## مقدمه

با توجه به تحولات اجتماعی قرن اخیر و ضرورت آموزش و ارتباط آن با توسعه جوامع موفق می‌توان موسسات آموزشی را از مهم‌ترین سازمان‌های اجتماعی دانست. ابعاد و کارکردهای آموزش، این سازمان‌ها را جزء پیچیده‌ترین سازمان‌های اجتماعی قرار داده است که با رشد فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشورها رابطه‌ی مستقیم دارد. هدف اصلی این نظام تربیت انسانهای خلاق، مستعد و با شخصیت رشد یافته است. کشورهای ثروتمند و فقیر بخش زیادی از سرمایه و بودجه‌ی سالیانه را به هزینه در این بخش اختصاص می‌دهند (صبوری خسرو شاهی، ۱۳۸۹). طبق اعلامیه جهانی حقوق بشر (۱۹۴۸) همه‌ی افراد جامعه حق تحصیل دارند و آموزش باید حداقل در سطح ابتدایی و اساسی رایگان و اجباری باشد. آموزش فنی و حرفه‌ای باید بر اساس شایستگی به صورت همگانی و یکسان در دسترس باشد. در اصل سی‌ام قانون اساسی ایران نیز عنوان شده است که دولت وظیفه دارد وسیله آموزش و پرورش رایگان را برای همه تا پایان دوره متوسطه فراهم سازد و وسایل تحصیلات عالی را تا سر حد خود کفایی کشور به صورت رایگان گسترش دهد. بررسی این قوانین نشان می‌دهد که فرایند یاددهی و یادگیری از آرمان‌های اصلی نظام‌های آموزشی در سراسر دنیا است. علی‌رغم این موضوع، در سال‌های اخیر دیدگاه‌های اقتصادی و کسب درآمد از آموزش در حال گسترش است و اصول بازار و معیارهای تجاری بر قوانین و ارزش‌های مؤسسات آموزشی مسلط شده‌اند به گونه‌ای که نگرش تجاری «موسسه آموزشی به عنوان بنگاه اقتصادی و فراگیر به عنوان مصرف کننده» ایجاد شده است (Khajeh Shekahi et al, 2007). رقابت سخت بین گروه‌های مختلف بخش خصوصی نشان می‌دهد که تجاری‌سازی آموزش سودآور است و آموزش به یک کالای تجاری تبدیل شده است (Hyder, Arshad Baig, 2019). تجاری‌سازی آموزش یک پدیده بین‌المللی است که در بسیاری از نقاط جهان مشهود است. ارائه آموزش به سرعت از مسئولیت دولت به عهده افراد و سازمان‌های تجاری خصوصی داده می‌شود. تجاری‌سازی آموزش با افزایش ناکارآمدی منابع انسانی به دلیل تمرکز بر انگیزه سود و نه آرمان‌های عالی آموزش، پیامدهای وخیمی داشته است (Thakran & Rathee, 2015). تجاری‌سازی آموزش تاثیر عمیقی بر ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی جامعه می‌گذارد و در بلندمدت شخصیت انسانی و ارزش‌های اخلاقی جوامع را تغییر می‌دهد در واقع تجاری‌سازی آموزش نوعی تبلیغات را در برمی‌گیرد که در آن محصول (مدارس، آموزشگاه‌ها، دانشگاه) به گونه‌ای که برای مصرف‌کننده (فراگیران و والدین) جذاب باشد در جوامع به کار گرفته می‌شود (Joseph & Priya, 2020). بسیاری از مؤسسات آموزشی تعداد جذب فراگیران خود را افزایش داده‌اند تا از این طریق بتوانند درآمد بیشتری کسب کنند (Nagar, 2019). در چند دهه‌ی اخیر عدم برنامه‌ریزی و سازماندهی جامع و فقدان مدیریت صحیح با چالش‌های تجاری‌سازی نوعی تهدید جهت‌گیری شده به سوی ماموریت‌های آموزشی و پژوهشی، تضعیف ارزش‌های بنیادین دانشگاهی از جمله آزادی علمی و ایجاد تنش بین فرهنگ دانش آزاد و افزایش پدیده‌ی تجاری‌سازی یا کالایی شدن آموزش و تغییر در انتظارات نقش و عملکرد اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها مشکلات فراوانی را به همراه داشته است (Erfan et al, 2018). تغییر پارادایم در آموزش از خدمات به تجارت یک نگرانی فزاینده است. قرن بیست و یکم با روند توسعه، خصوصی‌سازی و بین‌المللی‌سازی بخش آموزش در بسیاری از کشورها همراه بوده است. که چنانچه این تجاری‌سازی آموزش همچنان بدون کنترل ادامه یابد، هر چیزی برای تحصیل در آموزش عالی مورد سوءاستفاده و تحریف قرار می‌گیرد زیرا جنبه‌های مختلف نظام آموزشی تجاری بر وضعیت روانی و رفتار عمومی دانش آموزان نیز تاثیر می‌گذارد (Thakran, Neeru Rathee, 2015). (Lesnik-Oberstein, 2017) در

پژوهشی تحت عنوان « دانشجو به عنوان مصرف‌کننده » به این نتیجه رسید که تصور دانشجو به عنوان مصرف‌کننده و پیامدهای آن خواسته و ناخواسته از نظر بسیاری از دانشگاهیان یکی از اساسی‌ترین تهدیدها برای انگلستان است. این مقاله استدلال می‌کند که دانشگاه‌های انگلستان در معرض تهدید فزاینده و جدی قرار دارند. هم کیفیت تدریس و هم پژوهش اکنون تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار می‌گیرد، اما در این مقاله به طور خاص بر خسارت وارده به دانشگاه‌ها، کارکنان و دانشجویان توسط دانشگاه به علت تجاری‌سازی آموزش تمرکز کرده‌اند. از سویی دیگر موافقان با تجاری‌سازی آموزش معتقدند تجاری‌سازی در آموزش به افزایش نرخ سواد، تولید ناخالص داخلی و درآمد ناخالص ملی به ازای سرمایه‌گذاری و کسب درآمد کمک می‌کند. تجاری‌سازی علاوه بر توسعه اقتصادی به توسعه منابع انسانی کمک می‌کند. تجاری‌سازی آموزش به مقابله با چالش‌های جهانی، مدرن‌سازی، صنعتی شدن، خصوصی‌سازی، جهانی شدن، فناوری اطلاعات و ارتباطات، ظهور شبکه بین‌المللی دانش برخاسته است و به توسعه و پیشرفت همه‌جانبه‌ی کشور منجر می‌شود (Karimganj, 2016). تجاری‌سازی آموزش به ارتقاء میزان سواد کمک می‌کند و فرصت‌های شغلی زیادی را ایجاد می‌کند (Hayat, 2019).

(Agha Dawood, 2010) در پژوهش «چالش‌های اساسی نظام آموزش عالی کشور» مسئله عدم امکان جذب مؤثر و مفید فارغ التحصیلان دوره‌های آموزش عالی در بازار کار، عدم تناسب بین رشته‌های تحصیلی و فعالیت شغلی، جذب بیشتر فارغ التحصیلان در بخش‌های غیرتولیدی و غیرفعال، دفع فارغ التحصیلان و جذب آنها در سایر کشورهای صنعتی را به عنوان چالش‌های اساسی نظام آموزش تعیین نموده است.

(Sabori Khosro Shahi, 2010) در پژوهش «آموزش و پرورش در عصر جهانی شدن چالش‌ها و راهبردهای مواجهه با آن» پس از بررسی روند جهانی شدن و تجاری‌سازی آموزش و آثار آن بر نظام اجتماعی و ساختار آموزش و پرورش یازده پیشنهاد آموزشی، فرهنگی و تربیتی برای رویارویی با این چالش‌ها عنوان کرده است.

(Jedi Kar et all, 2019) در پژوهش «رابطه‌ی مدیریت مالکیت فکری با تجاری‌سازی آموزش عالی» این گونه استنباط کردند که تجربه موفقیت آمیز کشورهای پیشرفته برای تجاری‌سازی و اهمیت به مدیریت مالکیت فکری و گسترش نوآوری در کسب و کار حیطة آموزش عالی را تحت تأثیر قرار داده است.

(Nik Morad, 2020) در پژوهش «مروری بر پیامدهای نامطلوب تجاری‌سازی آموزش عالی در ایران» پی به افزایش فشار اقتصادی به قشر کم توان جامعه و افزایش نابرابری‌های اجتماعی در اثر تجاری‌سازی آموزش بردند.

(Thakran, Neeru Rathee, 2015) در پژوهش «تجاری‌سازی آموزش در هند» پس از بررسی آثار مثبت و منفی تجاری‌سازی آموزش به این نتیجه رسیدند که آثار منفی تجاری‌سازی آموزش بسیار عمیق و نیاز به مداخله‌ی دولت دارد.

(Richardson, 1998) در پژوهش «تجاری‌سازی آموزش و پرورش در اوگاندا، دلایل و پیامدها» دریافته‌اند که اکثر مؤسسات آموزشی در تمام سطوح خصوصی هستند و با انگیزه کسب سود اداره می‌شوند. تجاری‌سازی آموزش در اوگاندا باعث شده است آموزش با دسترسی بیشتر، تأثیرات منفی بیشتری نسبت به موارد مثبت نیز داشته باشد.

(Karimganj, 2016) در پژوهش «تجاری‌سازی در سیستم آموزشی» ضمن بررسی ابعاد گوناگون این پدیده در دانشگاه‌های مختلف نتایج مثبت: مقابله با چالش‌های جهانی، مدرن‌سازی، صنعتی شدن، خصوصی‌سازی، ظهور شبکه بین‌المللی دانش را برشمرده است.

(Ozioko, 2018) در پژوهش «تجاری سازی آموزش در نیجریه» آموزش کاربردی محض، فقدان امکانات یادگیری، روند تدریس و یادگیری ضعیف، کمبود معلمان واجد شرایط و پرسنل پشتیبانی و غیره از پیامدهای تجاری سازی آموزش است. در ایران نیز رشد مؤسسات آموزش عالی غیر انتفاعی و افزایش دانشجویان هزینه پرداز در دانشگاه های دولتی نشان افزایش رویکرد اقتصادی به مبحث آموزش دارد. در این راستا و علی رغم انجام پژوهش هایی در حوزه تجاری سازی آموزش، در بسیاری از پژوهشها به طور هم زمان و جامع به بررسی و واکاوی قوانین و بایدهای آموزشی، عوامل زمینه ای و محرکها، عوامل مداخله گر، چالشها، پیامدهای مثبت و منفی اقتصادی، فرهنگی و سیاسی پرداخته نشده است. بر این اساس هدف پژوهش حاضر توسعه الگوی فرایندی پیشرانها و پیامدهای تجاری سازی آموزش عالی با استفاده از رویکرد نظریه داده بنیاد است. بر این اساس پژوهش حاضر با هدف پاسخ گویی به دو سؤال پژوهشی زیر انجام شده است؟

- عوامل علی، عوامل زمینه ای، عوامل مداخله گر و پیامدهای تجاری سازی آموزش و همچنین راهبردهای رویارویی با آن چیست؟

- مدل فرایندی پیشرانها و پیامدهای تجاری سازی آموزش عالی با استفاده از رویکرد نظریه داده بنیاد چگونه است؟

## روش

پژوهش حاضر از نوع پژوهش های کیفی بوده که در آن با استفاده از رویکرد نظریه داده بنیاد، به بررسی مقوله کسب درآمد از آموزش و واکاوی قوانین و بایدهای آموزشی، عوامل زمینه ای و محرکها، عوامل مداخله گر، چالشها، آثار مثبت و منفی اقتصادی، فرهنگی و سیاسی بر فراگیران، مدرسان و مؤسسات آموزش عالی گوناگون پرداخته است. جامعه آماری این تحقیق را صاحب نظر حوزه آموزش که دارای حداقل ۱۰ سال سابقه در آموزش عالی بوده اند تشکیل داده است به روش نمونه گیری هدفمند انتخاب شدند. در مرحله کیفی از روش یادداشت برداری استفاده شده و مصاحبه ها به دو صورت حضوری و مصاحبه تلفنی انجام پذیرفت. به منظور رعایت مسائل حرفه ای و اخلاقی ابتدا به شرکت کنندگان، در مورد مفاهیم موضوع تجاری سازی آموزش و اهداف پژوهش آگاهی لازم داده شد. تمامی مصاحبه ها با هماهنگی قبلی در مدت زمان ۳۰ تا ۵۰ دقیقه انجام گرفت. به منظور رعایت ویژگی های کیفی پژوهش در مورد معیار قابل قبول بودن و تأیید درستی یافته ها، گزارش مصاحبه های پژوهش برای ۶ نفر از متخصصان ارسال شد تا نظرات خود را در خصوص سوالات مصاحبه بیان کنند. باتوجه به نظرات متخصصان، سوالات مورد بررسی و بازبینی نهایی قرار گرفت تعدادی از سوالات دارای ابهام و تکراری حذف و ادغام شدند. سپس به منظور تضمین قابلیت اطمینان یافته ها، فرایندها و تصمیم های مربوط به پژوهش به طور مستند و واضح در متن پژوهش تشریح شده است و نهایتاً در مورد معیار تأیید پذیری نتایج، یافته ها با پیشینه پژوهش مقایسه شد و با استناد به بحث های نظری در تبیین آنها اقدام شد. جامعه آماری پژوهش حاضر، شامل اساتید و اعضای هیئت علمی دانشگاه های دولتی، پیام نور، غیر انتفاعی، آزاد و علوم پزشکی استان اصفهان بودند که به روش نمونه گیری نظری که نوعی نمونه گیری هدفمند (از نوع گلوله برفی) است انتخاب شدند. در این روش پژوهشگر سعی می کند با بهره گیری از نظرات و دانش آگاهترین افراد درباره موضوع پژوهش به واکاوی و بررسی عمیق پدیده مورد نظر بپردازد به همین دلیل نوع نمونه گیری، تصادفی نیست بلکه عمدی و قضاوتی است (Danaeefard, 2005). در این شیوه تعداد نمونه ها از پیش مشخص نیست و افزودن به آنها تا مرحله رسیدن به اشباع نظری ادامه دارد. که برای رسیدن به این هدف داده ها از طریق مصاحبه های عمیق و تخصصی با تعداد ۲۰ نفر از اساتید و اعضای هیئت علمی دانشگاه های دولتی (۵ نفر)، پیام نور (۵ نفر)،

غیر انتفاعی (۴ نفر)، دانشگاه آزاد اسلامی (۴ نفر) و علوم پزشکی (۲ نفر) تا رسیدن به اشباع کامل موضوع جمع‌آوری و مورد بررسی قرار گرفت. ۳ نفر از این افراد زن و مابقی مرد بودند. روش تئوری داده بنیاد، جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها، همزمان انجام و داده‌ها، به روش تحلیل مقایسه‌ای مداوم و مطابق روش استراوس و کوربین (۱۹۹۸) تحلیل شد. تحلیل داده‌ها با استفاده از روش کدگذاری باز، محوری و گزینشی صورت گرفت. پس از انجام مصاحبه و ثبت داده‌ها، برای تحلیل داده‌ها از روش فرآیند کدگذاری (شناسایی مفاهیم، مقوله‌ها و ارتباط آنها با روند تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد. ابتدا در کدگذاری باز از رویکرد تحلیلی مقایسه‌ای پیوسته داده‌ها و همچنین از روش تجزیه و تحلیل سطر به سطر مصاحبه‌ها استفاده شد. سپس در کدگذاری محوری و گزینشی، یک مولفه اصلی یا هسته‌ای از مجموعه مؤلفه‌های باز انتخاب و در مرکزیت فرآیند کدگذاری به عنوان مقوله محوری و گزینشی قرار گرفت. در پایان راهبردهایی تدوین و مدل نهایی بر اساس آن ارائه شد.

### یافته‌ها

با توجه به مسئله‌ی اصلی پژوهش که بررسی و واکاوی قوانین و بایدهای آموزشی، عوامل زمینه‌ای و محرک‌ها، عوامل مداخله‌گر، چالش‌ها، آثار مثبت و منفی مقوله پولی شدن آموزش و تجاری‌سازی آموزش بر فراگیران، مدرسان و مؤسسات آموزشی می‌باشد در جدول شماره (۱) کدهای گزینشی، کدهای محوری و کدهای باز تم‌های شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، مقوله مرکزی، راهبردها و پیامدها به طور کامل مطرح شده است. همچنین، مدل نهایی و مفهومی براساس یافته‌های پژوهش در شکل (۱) ترسیم شده است.

جدول شماره (۱) کدهای استخراج شده از مصاحبه در خصوص تجاری سازی آموزش

مقوله‌ها	مفاهیم اصلی	مفاهیم فرعی	کدهای باز
شرایط علی	بحران های اقتصادی دولت	دیپلماسی علمی	کاهش حمایت مالی دولت از آموزش همگانی کاهش بودجه‌ی دولت جهت استخدام فارغ‌التحصیلان کاهش خدمات و منابع آموزشی رایگان مؤسسات دولتی عدم توزیع عادلانه‌ی ثروت های عمومی افزایش تقاضا برای تحصیل سطح پایین سواد و معلومات مردم فقدان بودجه کافی برای رفع نیاز های آموزش عمومی توسط دولت گسترش مؤسسات خصوصی
	افزایش تقاضا برای آموزش	پارادایم تقاضا محوری	قانون: آموزش باید براساس شایستگی برای همه‌ی افراد یکسان در دسترس باشد. قانون: طبق اعلامیه حقوق بشر هر کس حق تحصیل دارد و آموزش حداقل باید در مرحله ابتدایی رایگان و اجباری باشد. آموزش و پرورش رایگان برای همه تا پایان دوره متوسطه یکی از وظایف اصلی دولت بر اساس قانون اساسی است. براساس قانون اساسی دولت وظیفه دارد وسایل تحصیلات عالی را تا سر حد خود کفایی کشور به صورت رایگان ارائه دهد.
شرایط زمینه‌ای	قوانین بین المللی و جهانی	قوانین آموزشی و فرهنگی	کاهش توجه به حوزه های اخلاقی، عاطفی و روانی حرکتی مدرک‌گرایی جوانان
	قوانین داخلی	تغییر ارزشهای بنیادین تربیتی	به روز کردن مؤسسات آموزشی تحولات سریع فناوری تقاضای استقلال مالی مؤسسات آموزشی از دولت افزایش تقاضا شکل گیری دانشگاه‌های کارآفرین
شرایط مداخله‌گر	جهانی شدن	رویارویی با چالش‌های اقتصادی جهانی	همکاری دولت‌ها در جهت نظم نوین جهانی
	نظم نوین جهانی	تحول فرهنگی	مادی گرایی و تجمل گرایی در محیط‌های آموزشی خصوصی آزاد اندیشی افراطی فراگیران
	تحول اقتصادی	گسترش نظام آموزشی طبقاتی	نیازسنجی بازار کار رشد قارچی مؤسسات غیرانتفاعی و آزاد

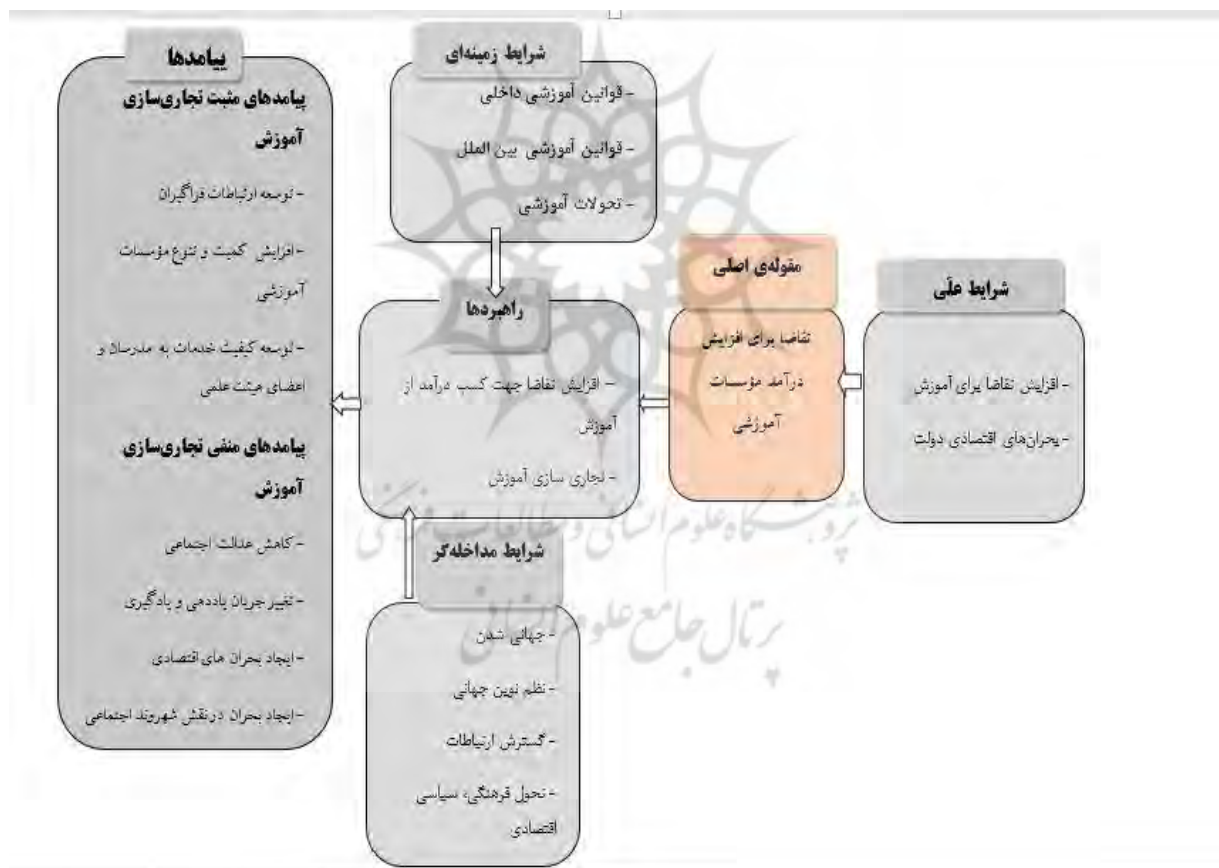


مقوله‌ها	مفاهیم اصلی	مفاهیم فرعی	کدهای باز
			افزایش توجه به الگوهای کسب سود، معیارهای بازاری برای جذب فراگیران ارتباط آموزش و پژوهش با اهداف اقتصادی ارتباط مؤسسات آموزشی با صنعت و بازار
	تحول سیاسی		سیاست تعمدی آزاد سازی دولت
راهبردها	تجاری سازی آموزش	تبلیغات و فراخوان نیازمندیهای بازار	تبدیل دانشگاه به بنگاه اقتصادی تبلیغات و جذب تعداد بیشتر فراگیران افزایش هزینه‌ی خدمات نامرتبط با آموزش ایجاد امکانات تفریحی گران قیمت در مؤسسات آموزشی خصوصی جهت جذب فراگیران برندسازی و تبلیغ مؤسسات بی کیفیت دریافت هزینه‌ی بیشتری از خدمات آموزشی دریافتی فراگیران توسعه‌ی مهارت‌های ارتباطی تعاملات علمی فراگیران استفاده بهینه از تمامی منابع آموزشی افزایش مؤسسات آموزشی در مناطق محروم و دورافتاده افزایش تنوع دانشگاه‌ها دولتی و غیردولتی (پیام نور، غیرانتفاعی و آزاد)
	خصوصی سازی آموزش		افزایش فرصت تحصیلی جوانان افزایش درآمد و حقوق دانشگاه افزایش رضایت شغلی اساتید افزایش استقلال مالی و عملکردی مؤسسات آموزشی از دولت از بین رفتن عدالت اجتماعی عدم جذب منطقی دانشجویان بر مبنای توانمندی‌ها ذاتی انحصار سیستم آموزش در بخش خصوصی تغییر اولویت برنامه‌های درسی تاثیر منفی بر ارزشهای بنیادین و اصول آزادی علمی انزوای بیشتر برخی از رشته‌ها دلسردی اعضای هیئت علمی افزایش رشد قارچی مؤسسات غیرانتفاعی و آزاد برندسازی و تبلیغ مؤسسات بی کیفیت افزایش نرخ بیکاری فارغ التحصیلان افزایش نیروهای ناکارآمد و غیرحرفه‌ای در سازمانها وجود سانسور و افزایش فساد مالی و اخلاقی تبدیل دانشگاه به بنگاه اقتصادی
	آثار مثبت تجاری سازی آموزش	توسعه ارتباطات فراگیران	
پیامدها		افزایش کمیت و تنوع مؤسسات آموزشی	
		توسعه کیفیت خدمات به مدرسان و اعضای هیئت علمی	
	آثار منفی تجاری سازی آموزش	کاهش عدالت اجتماعی	
		تغییر جریان یاددهی و یادگیری	
		ایجاد بحران‌های اقتصادی	



مقوله‌ها	مفاهیم اصلی	مفاهیم فرعی	کدهای باز
پیامدها	آثار منفی تجاری سازی آموزش	ایجاد بحران در نقش شهروند اجتماعی فراگیران و مدرسان	کاهش محتوای آموزشی اخلاقی و عقلانیت جامعه ایجاد اختلاف بین فرهنگ آزادی علمی و فرهنگ کالایی شدن و کسب سود جهت گیری منفعت طلبانه سرمایه های فکری کاهش استقلال عمل مؤسسات آموزشی تغییر وجهه اجتماعی اعضای هیئت علمی تغییر ادراکات و الگوهای ذهنی دانشگاهیان نسبت به ارزش های اخلاقی و مدنی تغییر سبک رهبری و راه و رسم علمی مدیران

نمودار (۱) الگوی فرایندی پیشرانها و پیامدهای تجاری سازی آموزش عالی با استفاده از رویکرد داده بنیاد



کاهش بودجه ی دولت باعث ایجاد سیاست تحول در ساختار و عملکرد مؤسسات آموزشی و در نتیجه کسب درآمد از آموزش شده است در صورتیکه بر اساس قانون اساسی آموزش رایگان و برقراری عدالت اجتماعی برای همه ی اعضای جامعه حق هر شهروند محسوب میشود و دولت با توجه به قانون اساسی و اعلامیه جهانی حقوق بشر (۱۹۴۸)، باید از آموزش عمومی و رایگان حمایت کند تا عدالت اجتماعی در جامعه برقرار باشد. اکثریت سازمانهای آموزشی با جذب تعداد زیادی از فراگیران در پی کسب درآمد بیشتر از آموزش هستند و این در صورتی است که بیشتر این مؤسسات نیروی انسانی حرفه ای و امکانات رفاهی لازم را برای تمامی فراگیرانی که ثبت نام کرده اند ندارند. بسیاری از دوره های آموزشی که در این مؤسسات با عناوین فانتزی و متفاوت برگزار می شود با دوره های سنتی تفاوت چندانی ندارند. رفتارهای اجتماعی و تعاملات بین فراگیران بر رفتار سازمانی آنان موثر است زیرا که میزان یادگیری و رضایت فراگیران از محیط های آموزش سازمان ها از مهمترین فاکتورهای تعدیل کننده رفتار دانشجویان است ( Afrazandeh et al ,1400 ). بسیاری از فارغ التحصیلان با مدارک عالی دانشگاهی در مشاغل نامرتبط و یا با عملکرد پایین مشغول کار هستند . یکی از دلایل اصلی بیکاری فارغ التحصیلان همین موضوع است ، زیرا مدرک گرایی و تحصیلات صرف دانشگاهی مهارت و توانایی واقعی فراگیران را مشخص نخواهد کرد. این نتایج در پژوهش های (SaboriKhosroShahi,2010)، (Plewa,Quester,2005)، (Richardson,1998)، (Karimganj,2016)، (Erfan A,1397)، (Fakur,2004) نیز قابل استناد می باشد.

بر اساس دیدگاه مصاحبه شوندگان شرایط علی تجاری سازی آموزش باعث ورود تعداد مازاد جوانان به دانشگاه بدون توجه به نیاز بازار کار شده و نرخ بیکاری فارغ التحصیلان را افزایش داده است. می توان با اجرای سیاستهای تحولی و برنامه ریزی صحیح در زمان مناسب استعداد ذاتی این افراد را شناسایی و به جای تشویق و ترویج مدرک گرایی بر کسب مهارت های فنی، هنری، ادبی، ورزشی فراگیران تأکید کرد زیرا که آموزش مضاعف و نامتعادل از اصلی ترین آفت های آموزش عالی در هر جامعه ای به شمار می رود. در پژوهش (Ruoying,2019)، (rugby,2016)، (Gupta, Carlos, 2019)، (Mohaddesi 2013 Gilvaei)، (Tavakol,2017) به موارد فوق اشاره شده است.

بر اساس دیدگاه مصاحبه کنندگان شرایط مداخله گر فرایند جهانی شدن، نظم نوین جهانی تحول فرهنگی، اقتصادی و سیاسی یک رویکرد جهانی و برگرفته از نظم نوین جهانی می باشد و نیاز به بررسی همه جانبه و عمیق دارد زیرا که اگر دولت نظارت بیشتری بر مسائل فرهنگی و اخلاقی سازمان های آموزشی نداشته باشد به نفع متولیان نظم نوین جهانی از رده خارج شده و ارزش های اخلاقی فرهنگی و اصیل جامعه کم رنگ خواهند شد. (Erfan A,1397)، (Nagar,2019)، (Erfan A,1397)، (Mansuri,2001)، (French,2005)، (Porfilio,2006) نیز به تأثیرات منفی تجاری سازی آموزش بر مسائل اخلاقی و فرهنگی فراگیران اشاره نموده اند. بر اساس دیدگاه مصاحبه شوندگان تقاضا برای افزایش درآمد مؤسسات آموزشی که به عنوان مقوله مرکزی پژوهش انتخاب شد دو راهبرد در حال اجرا و مشهود داشته است که عبارتند از : خصوصی سازی آموزش،

تجاری‌سازی آموزش، که در نتیجه ی عملیاتی شدن این دو راهکار افزایش رشد قارچی مؤسسات غیرانتفاعی و آزاد، تبلیغات و جذب تعداد بیشتر فراگیران، افزایش هزینه‌ی خدمات نامرتب با آموزش، ایجاد امکانات تفریحی گران‌قیمت در مؤسسات آموزشی خصوصی جهت جذب فراگیران، برندسازی و تبلیغ مؤسسات بی کیفیت، سواستفاده از والدین ناآگاه و دریافت هزینه‌ی بیشتری از خدمات آموزشی دریافتی فراگیران شده که این روند نیاز به نظارت جدی تر دولت و سیاستگذاران امر آموزش دارد. در پژوهش‌های (Gupta, Carlos, 2019)، (Ruoying,2019)، (Nagar,2019)، (French,2005)، (Porfilio,2006) نیز به این موارد اشاره شده است. بر اساس تحلیل کدهای گزینشی مصاحبه شوندگان پیامدهای تجاری‌سازی آموزش عبارتند از ۹ اثر مثبت که شامل: توسعه‌ی مهارت‌های ارتباطی، تعاملات علمی فراگیران، استفاده بهینه از تمامی منابع آموزشی، افزایش مؤسسات آموزشی در مناطق محروم و دورافتاده، افزایش تنوع دانشگاه‌ها دولتی و غیردولتی (پیام نور، غیرانتفاعی و آزاد)، افزایش فرصت تحصیلی جوانان در مناطق کم‌برخوردار، افزایش درآمد و حقوق دانشگاه، افزایش رضایت شغلی اساتید، افزایش استقلال مالی و عملکردی مؤسسات آموزشی از دولت می باشد و در پژوهش‌های (Wilkinson,Young,2002)، (Plewa,Quester,2005)، (Richardson,1998)، (Mohaddesi Gilvaei,2013)، (Fakur,2004)، (Karimganj,2016)، (Erfan,1397)، (Mansuri,2001)، (Tavakol,2017)، قابل استناد و بررسی است. بر اساس الگوی مفهومی به دست آمده از نتایج پژوهش آثار منفی تجاری‌سازی آموزش بیشترین تعداد گزینه است که مصاحبه شوندگان ۲۱ گزینه را مطرح کرده اند که شامل: از بین رفتن عدالت اجتماعی و حق آموزش عمومی، عدم جذب منطقی دانشجویان بر مبنای توانمندی‌ها و علایق ذاتی، انحصار سیستم آموزش در بخش خصوصی، تغییر اولویت‌های برنامه‌های درسی، تاثیر منفی بر ارزش‌های بنیادین و اصول آزادی علمی، انزوای بیشتر برخی از رشته‌ها، دلسردی اعضای هیئت علمی، افزایش رشد قارچی مؤسسات غیرانتفاعی و آزاد، برندسازی و تبلیغ مؤسسات بی کیفیت، افزایش نرخ بیکاری فارغ التحصیلان، افزایش نیروهای ناکارآمد و غیرحرفه‌ای در سازمان‌های دولتی، وجود سانسور و افزایش فساد مالی و اخلاقی، تبدیل دانشگاه به بنگاه اقتصادی، کاهش محتوای آموزشی اخلاقی و عقلانیت جامعه، ایجاد اختلاف بین فرهنگ آزادی علمی و فرهنگ کالایی شدن و کسب سود، جهت گیری منفعت طلبانه سرمایه‌های فکری، کاهش استقلال عمل مؤسسات آموزشی در مقابل جامعه فراگیران، تغییر وجهه اجتماعی اعضای هیئت علمی، تغییر ادراکات و الگوهای ذهنی دانشگاهیان نسبت به ارزش‌های اخلاقی و مدنی، تغییر سبک رهبری و راه و رسم علمی مدیران، نارضایتی فارغ التحصیلان و خانواده‌ها از نهاد آموزشی می باشد این آثار در پژوهش‌های (Gupta, Carlos, 2019)، (Ruoying,2019)، (Mohaddesi Gilvaei,2013)، (Karimganj,2016)، (Bok,2009)، (ChukwuCJ,2018)، (Tavakol,2017) نیز قابل استناد و بررسی می‌باشد. از طرفی مصاحبه‌شوندگانی که با روند تجاری‌سازی آموزش موافق هستند معتقدند تجاری‌سازی آموزش باعث شکل‌گیری نسل سوم مؤسسات کارآفرین شده است که تأثیر زیادی هم بر افزایش فرصت‌های شغلی و کسب درآمد داشته است در پژوهش (Plewa,Quester,2005)، (Richardson,1998)، (Fakur,2004)، (Wilkinson,Young,2002) نیز به این اثر مثبت تجاری‌سازی آموزش اشاره شده است. به رغم همه انتقادات نسبت به پولی شدن دانشگاه‌ها، شماری از متولیان آموزش حرکت دانشگاه‌های دولتی به سوی پولی شدن را رد کرده و آن را بزرگنمایی عنوان می‌کنند. بنا به نظر این گروه، دانشگاه‌های دولتی به هیچ وجه دنبال جذب دانشجوی شهریه پرداز بی کیفیت نبوده‌اند و پردیس‌های بین‌المللی نیز به دنبال جذب فراگیران خارجی‌اند.



(Fakur,2004; Plewa,Quester, 2005; Karimjanj, 2016; Richardson, 1998) به افزایش استقلال مالی و عملکردی مؤسسات آموزشی در اثر تجاری‌سازی آموزش اشاره نموده‌اند. اما در مقابل متخصصانی که از منظر مسائل اخلاقی و فرهنگی جامعه به تجاری‌سازی آموزش توجه داشته‌اند معتقدند تغییر اولویت برنامه‌های درسی دانشگاه‌ها و جهت‌گیری از محتوای آموزشی اخلاقی و ارزشی به سمت آموزش دوره‌های درآمدزا و کسب سود از آموزش باعث شده از میزان توجه به اصول و ارزشهای اخلاقی و مدنی کاسته شود و این نکته پارادایم‌های آموزشی و آزادی علم را هم تحت تأثیر قرار داده است. آنها معتقدند هر زمان که آموزش با مسائل مالی ترکیب شده باعث زیان در عرصه‌های فرهنگی و اخلاقی جامعه شده است. فارغ‌التحصیلان پس از اتمام دوره‌ی تحصیلی با هدف کسب درآمد به عنوان یک شهروند بی‌تفاوت نسبت به ارزش‌ها و فرهنگ اصیل وارد اجتماع می‌شوند متخصصان معتقدند نباید به آموزش با دید اقتصادی و به اصطلاح سرمایه‌گذاری نگریست زیرا که بسیاری از آثار و ابعاد آموزش قابل مشاهده‌ی مستقیم همچون یک کالای خریداری شده نیستند و تأثیراتی مکنون بر فراگیران نسل امروز و آینده دارند (rugby,2016)، (Bok,2009)، (Washbuorn,2005) نیز داشتن نگاه اقتصادی به آموزش را نقد کرده‌اند. با توجه به نتایج حاصل از این پژوهش که اطلاعات مناسبی از ابعاد مختلف تجاری‌سازی مانند اثرات تجاری‌سازی آموزش بر فرایند یادگیری، محرک‌ها، زیرساخت‌ها، باید و نبایدهای اخلاقی و تأثیر آن بر نیروهای انسانی تربیت‌یافته در محیط سازمان‌های آموزشی ارائه داده است می‌توان سیاست‌گزاران را در برنامه‌ها و استراتژی‌های مورد استفاده در روند تجاری‌سازی آموزش و خصوصی‌سازی مؤسسات آموزشی یاری رساند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که سیستم آموزشی در ایران بسیار تجاری شده است و تأثیر آن در سیاست‌های کلی کشور مانند برنامه چهارم و پنجم توسعه، چشم انداز بیست ساله و نقشه جامع علمی کشور قابل ردیابی است (Erfan,2008 et al).

اکثر مؤسسات آموزشی در تمام سطوح متعلق به بخش خصوصی هستند و با انگیزه سود اداره می‌شوند. حتی مؤسسات دولتی نیز به صورت تجاری اداره می‌شوند زیرا سهم دولت در بودجه بسیار ناچیز است. در حالی که به نظر می‌رسد تجاری‌سازی آموزش دسترسی به آموزش را بیشتر کرده است، اما تأثیرات منفی بیشتری نسبت به موارد مثبت داشته است امروزه جامعه بیش از هر زمان دیگری با چالش توانمندی فارغ‌التحصیلانی روبرو است، که پاسخگوی نیازها و چالش‌های کنونی جامعه نیستند (Mirjani et al , 2022)

## تشکر و قدردانی

این مقاله از پایان نامه کارشناسی ارشد با عنوان «بررسی ادراکات و الگوهای ذهنی متولیان آموزش از تجاری‌سازی آموزش: رویکرد روش‌شناسی کیو» در رشته مدیریت آموزشی با شماره نامه ۱۱۲۶۳۰ مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۰۶ در دانشگاه کاشان تصویب شده است. بدین وسیله از تمامی اعضای هیئت علمی مؤسسات آموزشی به خاطر همکاری ارزنده‌شان در اجرای این پژوهش نهایت قدردانی را داریم.

---

References

---

- Khajeh Shekahi, A, Sahne, B, (2007) "The Role of Higher Education in Economic Development", Higher Education Letter 1-(3), 138-125. [Persian]
- Bagheri, A., Karim F., M., (2013) "A critical analysis of the historical process of higher education in Iran", Cultural Research Society, Humanities and Cultural Studies Research Institute, 4, (1), 23-57. [Persian]
- Sabori Khosro Shahi H. Education in globalization period: Challenges and needed strategies to face on. Strategic Studies of public policy. 2010 Mar 1;1(1):153-96. [Persian]
- Erfan A, Mohammad Ali N, Ebrahimzadeh R. An Analysis of the Ethical Components of Knowledge Commercialization in Higher Education. Ethics in Science and Technology. 1397; 13 (1): 108-116.
- Thakran, s . Rathee, N, *commercialization of education in India* Volume: 2, Issue: 9, 369-372 Sep 2015
- rugby, F. Chalash Commercial Sazi Amozesh Zaban Arabi, Iran. Journal of the Iranian Scientific Society of Arabic Language and Literature. 2016 Dec 1;12(40):213-34 [Persian]
- Jedi Kar A, Taghvaei Yazdi, Yousefi Saeedabadi. The relationship between intellectual property management and the commercialization of higher education. New educational ideas. 2019 Jul 23; 15 (2): 243-72. [Persian]
- Nik Morad, Z, Review of the adverse consequences of commercialization of higher education in Iran, National Conference on Improvement and Reconstruction of Organization and Business, Tehran, 2020 ,<https://civilica.com/doc/1044712>[Persian]
- Richardson ,g . Bracco KR, Callan PM, Finney JE. Designing State Higher Education Systems for a New Century. Series on Higher Education. Oryx Press, PO Box 33889, Phoenix, AZ 85067-3889; 1998.
- Karimganj, A. commercialization of education system: a critical analysis swapnali borgohain ; International Research Journal of Interdisciplinary & Multidisciplinary Studies (IRJIMS) A Peer-Reviewed Monthly Research Journal 2016,. 71-76
- Lesnik-Oberstein, k. The Student as Consumer: The hidden dangers , (2017)
- ozioko, hn. effect of higher educational institution (hei)-industry linkages on commercialization of education in nigeria: evidence from enugu state, south-east nigeria. journal of teacher perspective. 2018 nov;13(1)
- Strauss, A. L, Corbin, Juliet. (1998). Basic of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory. london: sage
- Wilkinson I, Young L. On cooperating: firms, relations and networks. Journal of business research. 2002 Feb 1;55(2):123-32.
- Plewa C, Quester P, Baaken T. Relationship marketing and university-industry linkages: a conceptual framework. Marketing Theory. 2005 Dec;5(4):433-56.
- Fakur, B. commercialization of research result ; Journal of Rahyaft, No. 2004. 34, pp. 1-9



- Ruoying. Z, Tang.p. Technovation, Supplychain management: Theory and Systems, 2019,academic press, tehran, 55-36
- Tavakol M, Effects and Consequences of Private Sector Participation in Iranian Higher Education, Journal of Sociological Studies, 2017. 17, 2-22
- Mohaddesi Gilvaei,H. University Story, Publications of the Research Institute for Cultural and Social Studies 2013, [Persian].
- .Nagar r, Bangalore. impact of commercialization of higher education in india: Journal of Emerging Technologies and Innovative. JETIR March 2019, Volume 6, Issue 3.Research (JETIR) www.jetir.org
- Porfilio BJ, Yu T. Student as consumer: A critical narrative of the commercialization of teacher education. Journal for Critical Education Policy Studies. 2006 Mar;4(1):1-4.
- French, DP. Is Academic Freedom a Threat to Teaching Introductory Science?. Journal of college science teaching. 2005 Nov 1;35(3):46
- Mansuri, R. redefinition of university ” ; Journal of Rahyaft,No. 2001; 24, 16-29[ Persian].
- abbasi,B.Gholipour,A.Pirannejad. Unintendedconsequences of commercialization in higher education. Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education. 2008 Mar 10; 13 (4): 155-82. [Persian]
- Danaeefard, H. Knowledge-based Economy and Maintenance of Institutional Integrity of University Higher Education Research And Planning Quarterly.2004, (3). 163-191 [ Persian].
- Chukwu CJ, Ezepue EI. commercialization of education in nigeria: causes and consequences for educational management in a distressed economy. Journal of teacher perspective. 2018 Nov;13(1).
- Bok, D. Universities in the Marketplace. InUniversities in the Marketplace 2009 Feb 14. Princeton university press.
- Nowotny, H. Real science is excellent science–how to interpret post-academic science, Mode 2 and the ERC. Journal of science communication. 2006 Dec 21;5(4):C04.
- Kutinalahti, P. University Approaching Market: Intertwinin Scientific and Entrepreneurial Goal; VTT Publication, . 2005. 589, P. 18
- Washburn, J. University, Inc.: The corporate corruption of higher education. basic books; 2008 Aug 1.
- Bernadette M. (2005). “University Spin-offs increaseturnover”. UK: Education Guardian
- Mirjani Aghdam, A. Khorshidi, A. Barzegar, N. Moradi, S. Ahmady, S. Accountable Education Pattern for Rehabilitation Sciences curriculum. Research in Medical Education. 2022 Mar 10;14(1):13-23. [Persian]

Afrazandeh.SS. Bakhshizadeh, F. Madah R, Khosravi, M.1400, Relationship between Learning Environment with Civic-Educational Behaviors from the Students' viewpoint. Research in Medical Education.:1-2. [Persian]

Agha Dawood,s. Sidorsol, 1389, the basic challenges of the country's higher education system, conference on management and leadership challenges in Iranian organizations, Isfahan,

Hyder, Gh. & Arshad, M. & Ahmad Baig I. (2019), "A Comparative Study of Teachers' Perspectives about Commercialization of Education at Elementary Level in Punjab," Global Regional Review, Humanity Only, 4(3): 179-



