



# انگیزش تحصیلی در نظام‌های آموزشی

دسترسی آزاد

<https://journal.afagh.ac.ir>

شماره ۴، دوره ۱، ۱۴۰۴

## شناسایی عوامل مؤثر بر جذب دانشجو در دانشگاه‌های غیردولتی و رتبه‌بندی آنان با روش تحلیل سلسله مراتبی (AHP)

می‌نا اشرفیان<sup>۱\*</sup>، حجت قلی زاده<sup>۲</sup>

۱. استادیار، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی، موسسه آموزش عالی آفاق، ارومیه، ایران

Email: [ashrafian333@gmail.com](mailto:ashrafian333@gmail.com)

۲. استادیار، گروه صنایع غذایی، دانشکده کشاورزی، موسسه آموزش عالی آفاق، ارومیه، ایران

### چکیده

افزایش تقاضای اجتماعی ورود به دانشگاه و ناتوانی در تأمین منابع مالی برای توسعه‌ی آموزش عالی، بسیاری از دولت‌ها را به جلب مشارکت بخش خصوصی، ترغیب کرده است. در ایران نیز آموزش عالی خصوصی از سال ۱۳۳۷ مورد توجه قرار گرفته و فعالیت این بخش همراه با نوسان زیاد، تاکنون ادامه یافته است. این مراکز در مسیر فعالیت خود با چالش‌های مختلفی روبرو بوده که فعالیت آن را با دشواری مواجه ساخته است. در این راستا هدف اصلی پژوهش حاضر، شناسایی عوامل مؤثر بر جذب دانشجو در دانشگاه‌های غیردولتی و رتبه‌بندی آنان با روش تحلیل سلسله مراتبی (AHP) بود. این پژوهش از لحاظ روش تحقیق کیفی و از نوع تحلیل استقرایی است. مشارکت‌کنندگان پژوهش حاضر متشکل از خبرگان و اساتید دانشگاهی می‌باشد. نمونه‌گیری پژوهش به صورت هدفمند ملاک‌دار با در نظر گرفتن اصل رعایت بیشینه انتخاب نمونه‌ها انجام پذیرفت که در نهایت ۱۴ نفر مورد مصاحبه قرار گرفتند و مصاحبه‌ها تا رسیدن به حد اشباع نظری ادامه پیدا کرد. با توجه به ماهیت پژوهش، گردآوری داده‌ها به روش مصاحبه نیمه ساختاریافته و تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش تحلیل مضمون با استفاده از کدگذاری باز و محوری انجام گردید که در نهایت ۶۹ واحد معنایی و ۹ مقوله اصلی شامل ۱-عوامل داخل و درون دانشگاهی، ۲-شرایط اجتماعی و فرهنگی، ۳-عوامل آموزشی، ۴-عوامل خارج و برون دانشگاهی، ۵-قوانین و مقررات، ۶-عوامل ساختاری و اداری، ۷-ارتباطات، ۸-عوامل بازاریابی و ۹-عوامل مالی اشاره کرد. این مطالعه تا حد زیادی دیگر نارسائی‌های دانشگاه‌های غیردولتی را نیز روشن نموده است که به منظور رفع این مشکلات پیشنهادهایی برای رفع موارد مذکور و مشابه ارائه نمود.

**کلیدواژه‌ها:** جذب دانشجو، دانشگاه غیردولتی، تحلیل سلسله مراتبی (AHP)

## ۱. مقدمه

در دنیای متغیر، متلاطم و پر از رقابت امروز، آموزش عالی<sup>۱</sup> به عنوان نیروی محرکه‌ی توسعه‌ی پایدار و حرکت به سوی جامعه‌ی معرفتی، دارای نقشی راهبردی است؛ علاوه بر آن، نهاد یاد شده، در مزیت رقابتی کشورها در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا می‌کند. نظام آموزش عالی در جهت نیل به اهداف مشخصی فعالیت می‌کند و دارای اهداف ویژه و مهمی است؛ که از جمله این اهداف می‌توان به گسترش مرزهای دانش، تربیت نیروی متخصص و پرورش تفکر انتقادی اشاره کرد (مطلبی‌فرد و همکاران، ۱۳۹۵). دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی نقش مهمی در آموزش نسل‌های آینده و نیروی متخصص موردنیاز جامعه، ایفا می‌کنند، به گونه‌ای که بین توسعه‌یافتگی جامعه و آموزش عالی ارتباط تنگاتنگی وجود دارد (عبداله، وایزمن و موسی، ۲۰۱۵). به بیان دیگر عوامل متعددی می‌تواند، بر پیشرفت یک کشور اثر بگذارند که یکی از مهم‌ترین آن‌ها نقشی است که دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی ایفا می‌کنند (زنجیرچی و همکاران، ۱۳۹۰). در سند چشم‌انداز ایران در افق ۱۴۰۴، به روشنی اهمیت و نقش اهداف کلان حوزه‌ی آموزش عالی کشور تدوین گردیده است. در این سند که به نوعی ابعاد مختلف آموزش عالی کشور را در نظر گرفته شده است اهداف کلان به اهداف، سیاست‌ها و سیاست‌ها به شاخص‌های کمی و کیفی تبدیل گردیده است تا امکان راهبری برنامه و همچنین ارزیابی عملکرد برنامه وجود داشته باشد. این برنامه که از سال ۱۳۸۴ شروع گردید محور اصلی آن افزایش کیفیت در حوزه‌های مختلف از یک طرف و افزایش کمی و کیفی پژوهش در دانشگاه بود. از طرف دیگر بی‌شک یکی از بزرگ‌ترین دغدغه‌های دولت در چند دهه اخیر توجه به مبحث خصوصی‌سازی و کم‌رنگ کردن و کاهش تصدی‌گری دولت می‌باشد (زمانی، ۱۳۹۶).

یکی از مهم‌ترین چالش‌های دولت‌ها در مسیر توسعه، مشکل تأمین بودجه و منابع مالی کافی برای گسترش آموزش عالی است. این کمبود بودجه از سویی و همچنین تقاضای روزافزون برای این نوع آموزش از سوی دیگر باعث شده که آموزش عالی و نحوه توسعه آن به یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های مسئولین امر در جوامع مختلف تبدیل شود. حل این مسأله به عنوان ضرورتی انکارناپذیر در فرایند توسعه، دولت‌ها را به اتخاذ روش‌های گوناگون وا داشته است. از جمله‌ی روش‌هایی که برای کاستن از فشار روبه رشد تقاضای اجتماعی دسترسی به آموزش عالی و جبران ناتوانی دولت‌ها در بحث مشکلات مالی، مطرح است، جلب مشارکت بخش خصوصی در آموزش عالی است (بهاردوست و همکاران، ۱۴۰۰). امروزه مؤسسات آموزش عالی غیردولتی<sup>۲</sup> در کنار سایر زیر نظام‌های آموزش عالی در سطح کشور فعال بوده و مسئولیت خطیر پرورش بخشی از نیروهای متخصص جامعه را بر عهده دارد اما این نکته به معنی آن نیست که هیچ‌گونه مانع جدی و یا مشکل خاصی بر سر راه این مؤسسات وجود ندارد، بلکه بررسی‌های مقدماتی گویای آن است که چالش‌های مختلفی از ابتدای راه‌اندازی این مؤسسات، آن‌ها را در بر گرفته و حتی در برخی از موارد، ادامه حیات‌شان را با مخاطره جدی روبه‌رو ساخته است. البته نوع این مشکلات و شدت آنها طی سه دهه گذشته یکسان نبوده و هرازچندگاه بروز مسائل جدیدی، مؤسسات آموزش عالی را با دشواری مواجه ساخته است (رضائیان، ۱۳۹۸). در این بین گسترش نامتوازن مؤسسات پذیرنده دانشجوی در تمامی خرده نظام‌های آموزش عالی کشور و افزایش بی‌رویه ظرفیت پذیرش طی سال‌های اخیر هم‌زمان با روند نزولی تعداد متقاضیان آموزش عالی، فضای رقابت بین مؤسسات مذکور را دستخوش تغییرات اساسی نموده و در این فضای رقابتی، جذب دانشجوی

1. Higher education

2. Abdullah, Wasiuzzaman & Musa

3. Non-governmental higher education

توسط مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی از حساسیت ویژه‌ای برخوردار است چرا که این مؤسسات، از حمایت‌های مالی دولتی برخوردار نبوده و شدیداً به شهریه دریافتی از دانشجویان متکی هستند (بهار دوست و همکاران، ۱۴۰۰).

با افزایش ظرفیت دانشگاه‌های دولتی شبانه، غیرانتفاعی، پیام‌نور و علمی‌کاربردی در تمام مناطق کشور، کاهش رشد جمعیت جوان و همچنین کاهش علاقه‌مندی شهروندان به ادامه تحصیلات دانشگاهی، مؤسسات آموزش عالی غیردولتی با کاهش ورودی دانشجویان مقاطع مواجه شده است. اطلاعات اتحادیه دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی کشور نشان می‌دهد در سال ۱۳۹۳ حدود ۷۰٪ و در سال ۱۳۹۴ حدود ۸۰٪ ظرفیت اسمی این مجموعه خالی مانده است (کریمی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۸). نتایج مطالعات نشان داده است که جمعیت ۱۸ تا ۲۲ سال در سال ۲۰۱۳ در ایران برابر با ۷۱۸۴۰۰۰ نفر بود و اگر همین جمعیت آموزش عالی ضربدر نرخ ناخالص شود کل ثبت‌نام برآورد برای افق ۲۰۲۴ به ۴۱۸۳۰۰۰ نفر کاهش چشم‌گیر خواهد رسید است. به تعبیر دیگر، در گذشته با تقاضای زیاد ورود به دانشگاه، رقابت شدیدی بین شهروندان متقاضی تحصیلات تکمیلی وجود داشت و تمامی ظرفیت‌های دانشگاه‌های موجود کشور کامل می‌شد؛ اما با روند فعلی، ظرفیت‌های دانشگاه‌ها خالی مانده است (محمدخانی، ۱۳۹۵).

براین اساس می‌توان اشاره کرد که با شناسایی عوامل مؤثر بر جذب دانشجو در مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی طی ده سال آینده می‌توان سنجش واقع‌بینانه‌تری از شرایط فعالیت اینگونه مؤسسات آموزش عالی کشور در آینده داشت. سیاستگذاران و ذینفعان، دو گروه عمده مؤثر در شناسایی این عوامل و مکمل یکدیگر در پیاده‌سازی سیاست‌های مناسب این حوزه هستند. ذینفعان خرده‌نظام آموزش عالی غیرانتفاعی، بقاء خود در چرخه آموزش عالی را در جذب بیشتر دانشجو و امکان رقابت با سایر ذینفعان آموزش عالی کشور می‌دانند. بدیهی است که شکل‌گیری الزامات این رقابت و رعایت قواعد آن، منوط به بهبود وضعیت عواملی است که از سوی ذینفعان در این موضوع تأثیرگذار تلقی می‌شوند (هندریکسن، راسن و آیو، ۲۰۱۱). بازرگان (۱۳۹۴) معتقد است هر چند رشد کمی آموزش عالی در ایران با روند رشد آموزش عالی در جهان همگام بوده است، اما به واسطه ناهماهنگی رشد کمی تعداد دانشجویان با رشد سایر عوامل نظام آموزش عالی از جمله هیأت علمی و منابع کالبدی و مالی، درباره کیفیت بروندهای نظام آموزش عالی تردیدهایی وجود دارد. توکل، نوه‌ابراهیم و رضائیان (۱۳۹۶) نیز عنوان می‌دارند که نظام آموزش عالی به‌عنوان یک نظام پویا هوشمند و هدفمند با چالش‌های جدی روبروست؛ گسترش کمی نظام آموزش عالی بدون توجه به کیفیت پیامدهایی چون افت تحصیلی، وابستگی علمی، فرار مغزها، عدم کارآفرینی، ضعف تولید دانش و دانش‌آموختگان سطحی و بی‌تجربه را به همراه خواهد داشت. چکرول<sup>۲</sup> (۲۰۱۶) در بررسی نظام آموزش عالی ترکیه با بررسی نظرات ۶۶۹۵۳ دانشجوی واردشده به نظام آموزش عالی آزاد ترکیه، دلایل جذب آنها به این نظام را پرسیده و نتیجه گرفته که مهمترین دلیل آنها، کسب مزایای حاصل از اخذ مدرک دانشگاهی بوده است. بروکمر و دیگر اثر برقراری شهریه در برخی دانشگاه‌های دولتی ایالت‌های آلمان (از سال ۲۰۰۵ به بعد) را بررسی کرده و نتیجه گرفته‌اند که این مسأله تأثیری بر میزان جذب دانشجویان در دانشگاه‌ها نداشته است (بروکمر و وایر<sup>۳</sup>، ۲۰۱۴). البته به نظر می‌رسد نسبت افزایش شهریه‌ها به سطح درآمدهای عمومی در این کشور، به میزانی بوده که تأثیری بر جذب دانشجو نداشته اما این وضعیت در سایر کشورها عمومیت ندارد. مطالعه‌ای، دستیابی به آموزش عالی خصوصی در هند را بررسی قرار داده و نتیجه گرفته که روند رشد آموزش عالی خصوصی در هند بسیار چشمگیر است و بیشتر دانشگاه‌هایی از این نوع در هند صرفاً وظیفه پاسخ به تقاضاهای

1. Hendrickson, Rosen & Aune

2. Cekerol

3. Bruckmeier & Wigger

روزافزون آموزش عالی را بر عهده دارند و در سیاستگذاری‌ها نقشی ندارند (دوین<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳). وضعیت مورد اشاره در این بررسی، با وضعیت گسترش مؤسسات آموزش عالی غیردولتی در ایران طی دوره رشد تقاضای اجتماعی آموزش عالی (سال‌های دهه ۸۰) مشابه است (گلدسته و همکاران، ۱۳۹۴). لو و ما<sup>۲</sup> (۲۰۱۷) نیز بیان کردند، دانشگاه‌هایی که دارای شبکه‌های ارتباطی قوی، به‌ویژه با بازار کار و بخش‌های اجرایی جامعه هستند، از قابلیت بالاتری برای جذب دانشجوی برخوردارند. اسدی و همکاران، در تجزیه و تحلیل وضعیت راهبردی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی غیرانتفاعی در ایران، فهرستی از فرصت‌ها و تهدیدهای پیش روی این مجموعه‌ها را ارائه نموده‌اند. آنها زیاد بودن متقاضیان آموزش عالی<sup>۱</sup> را یکی از این فرصت‌ها دانسته‌اند. همچنین حمایت دولت از این‌گونه مؤسسات (با عنوان سیاست توسعه کمی) و استقرار دانشگاه‌ها و مؤسسات غیرانتفاعی در نزدیکی مراکز استان‌ها و شهرهای بزرگ را هم یک فرصت به شمار آورده‌اند. در نقطه مقابل هم پژوهش مذکور، میزان شهریه، صدور مجوزهای بی رویه برای توسعه و تأسیس مؤسسات، سیاست‌های انبساطی مربوط به جذب دانشجوی در خرده‌نظام‌های آموزش عالی و نبود یک سیاست مشخص در برابر این مؤسسات را به عنوان تهدیدهای پیش روی آنها دانسته است (اسدی، تابان، و صفری‌کهره، ۱۳۹۲). شرایط موجود آموزش عالی کشور نشان می‌دهد در حال حاضر، فرصت‌های مورد اشاره در این پژوهش دیگر وجود ندارند و در مقابل، کاهش کیفیت آموزشی این نوع مؤسسات به یک تهدید جدی برای حیات آنها تبدیل شده است. پژوهش جمشیدی و همکاران (۱۳۹۲) در بیان الزامات و پیش‌بایسته‌های خرد توسعه کیفی خصوصی‌سازی آموزش عالی ایران، الزام خرد شامل سیاستگذاری و راهنمایی، قانونی، مالی و اقتصادی، آموزشی و پژوهشی، مدیریتی و سازمانی، اجتماعی و فرهنگی، زیرساختی و ارتباطی را شناسایی نموده‌اند. مروری بر تحقیقات انجام شده حاکی از مواجه بودن بخش خصوصی آموزش عالی با طیف متنوعی از چالش‌های مختلف در جذب دانشجوی است (ملکی نیا، ملکی نیا، و فیضی، ۱۳۹۷). روشن است تفاوت در موانع و چالش‌های مذکور متأثر از عوامل گوناگون بوده و نباید نتایج یک تحقیق را به تمامی موارد، تعمیم داد و از این رو لازم است برای شناسایی چالش‌های این بخش در هر دوره‌ی زمانی و گستره‌ی جغرافیایی، اقدام به پژوهشی مستقل کرد. در این راستا محقق با استفاده از روش تحلیل سلسله‌مراتبی، به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که چه عواملی بر جذب دانشجوی در دانشگاه‌های غیردولتی مؤثر هستند؟

## ۲. روش

این پژوهش از لحاظ روش تحقیق کیفی و از نوع تحلیل استقرایی است. مشارکت کنندگان پژوهش حاضر متشکل از خبرگان و اساتید دانشگاهی می‌باشد. نمونه‌گیری پژوهش به صورت هدفمند ملاک‌دار با در نظر گرفتن اصل رعایت بیشینه انتخاب نمونه‌ها انجام پذیرفت که در نهایت ۱۴ نفر مورد مصاحبه قرار گرفتند و مصاحبه‌ها تا رسیدن به حد اشباع نظری ادامه پیدا کرد. با توجه به ماهیت پژوهش، شیوه‌ی گردآوری داده‌ها از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با خبرگان می‌باشد که در این پژوهش به صورت هدفمند انتخاب شده‌اند و شیوه‌ی تحلیل داده‌ها از طریق کدگذاری کیفی است؛ بنابراین ابتدا در بخش اول با انجام مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با مطلعین کلیدی در زمینه خرده‌نظام آموزش عالی غیرانتفاعی و با استفاده از تحلیل محتوایی نظرات آنان به روش کدگذاری باز، فهرست عوامل مؤثر بر جذب دانشجوی در این خرده‌نظام تعیین شده است. مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری (با انجام ۱۴ مصاحبه) ادامه یافته‌اند. سؤالات و محورهای اصلی مصاحبه در قالب ۶ محور تنظیم شده بودند. برای تدوین سؤالات پژوهش، ابتدا پویش

<sup>1</sup>. Dewin

<sup>2</sup> Lu & Ma

محیطی آموزش عالی غیرانتفاعی غیردولتی کشور انجام شده است. به این منظور تحولات این خرده‌نظام آموزش عالی کشور، طی ده سال گذشته و وضعیت موجود آن بررسی و تحلیل شده است. ابزارهای مورد استفاده در این بخش، اسناد الکترونیکی، آئین‌نامه‌ها، قوانین و مصوبات حوزه آموزش عالی در ارتباط با خرده‌نظام غیرانتفاعی و همچنین بررسی‌های آسیب‌شناسانه نظام آموزش عالی خصوصی در ایران بوده است. روندهای جمعیتی جاری کشور، به ویژه روند تغییر جمعیت متقاضیان ورود به آموزش عالی کشور در سنین ۱۸-۲۴ سال، روند تعداد شرکت‌کنندگان در آزمون‌های سراسری در مقاطع کارشناسی و تحصیلات تکمیلی نیز بررسی شده‌اند. در مورد مسائل محتوایی مانند کیفیت، نظارت و ارزیابی نیز سؤالاتی مطرح شده‌اند. بخش دیگری از پرسش‌ها نیز با مطالعه اسناد بالادستی مرتبط با نظام آموزش عالی کشور (مانند نقشه جامع علمی، برنامه پنجم توسعه و سند چشم‌انداز ۱۴۰۴) تدوین شده‌اند.

جهت انجام تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کیفی از روش تحلیل مضمون و در بخش کمی از روش تحلیل سلسله مراتبی استفاده شده است. در این پژوهش از مراحل شش‌گانه پیشنهاد شده توسط براون و کلارک برای تحلیل داده‌های کیفی استخراج شده در این تحقیق استفاده شده است که شامل: ۱. آشنا شدن با داده‌ها (این مرحله اولین گام شروع تحلیل است. در این مرحله محقق با داده‌های جمع‌آوری شده که خود یا شخصی دیگری در اختیار گذاشته است آشنا می‌شود. در این مرحله محقق لازم است، برای اینکه با غنای مطالب آشنا شود، در داده‌ها غوطه‌ور شود. ایده‌های اولیه در مورد الگوها و مضامین در این مرحله تا حدودی به ذهن محقق می‌رسد). ۲. ایجاد کدهای اولیه و کدگذاری (در این مرحله که پس از آشنایی اولیه با داده‌ها آغاز می‌شود کدگذاری اولیه انجام خواهد شد. با تقسیم داده‌های متنی به کلمه، عبارت، بند و با استفاده از کدها، قسمت‌های مفید و مناسب متن را جدا می‌کنیم. کدها لازم است که بر موضوع تحقیق تمرکز داشته باشند و مرز آن‌ها با سایر کدها و متن مشخص باشد. برای کدگذاری هم می‌توان به صورت دستی اقدام نمود و هم از نرم‌افزارهای رایانه‌ای که به همین منظور ساخته شده‌اند استفاده نمود). ۳. جستجوی مضامین (پس از ایجاد کدهای بسیاری که در مرحله قبل ایجاد شد، در این مرحله تحلیل کلان‌تر می‌شود. کدهای ایجاد شده با یکدیگر ترکیب می‌شوند و مضامین را می‌سازند. برخی از کدها امکان دارد که حذف شوند و یا به طور موقت به مضمونی موقتی تبدیل شوند. در این مرحله مضامین پایه ساخته می‌شوند. محقق در ایجاد مضمون‌ها نقشی فعال دارد). ۴. بازبینی مضامین (در این مرحله مضامین ایجاد شده بازبینی می‌شوند. در این مرحله تلاش می‌شود مضامین تا حد ممکن غیر تکراری، مجزا و منحصر به فرد باشند. محقق در این مرحله شناخت کافی از مضامین و ارتباط آن‌ها دارد). ۵. تعریف و نام‌گذاری مضمون‌ها (در این مرحله مشخص می‌شود که هر مضمون در مورد چه چیزی صحبت می‌کند. نام‌گذاری مضمون‌ها باید طوری باشد که خواننده هنگام خواندن نام آن، تصویری از موضوع مورد بحث در این مضمون در ذهنش ایجاد شود). ۶. تهیه گزارش (پس از ایجاد مضمون‌ها به صورت کامل گزارش نهایی تحلیل مضمون ارائه می‌شود. در گزارش نتایج تحلیل باید تفسیر کاملی از مضامین و ارتباط آن‌ها با سؤالات پژوهش ارائه شود و تنها به توصیف بسنده نشود) و در بخش تحلیل سلسله مراتبی (AHP) و رتبه‌بندی مؤلفه‌ها از نرم‌افزار *Exper choice* استفاده شد.

برای حصول اطمینان از روایی بخش کیفی پژوهش و به منظور اطمینان خاطر از دقت بودن یافته‌ها از دیدگاه پژوهشگر، از نظرات ارزشمند اساتید آشنا با این حوزه و متخصصان این حوزه خبره و مطلع بودند استفاده شد. همچنین به طور همزمان از مشارکت‌کنندگان در تحلیل و تفسیر داده‌ها کمک گرفته شد. پایایی در مصاحبه، در مراحل چون موقعیت مصاحبه، نسخه برداری و تحلیل مطرح می‌گردد. همچنین در پایایی مصاحبه شونده، به چگونگی هدایت سؤالات اشاره می‌شود. در پایایی نسخه برداری نیز باید به پایایی درون‌موضوعی نسخه‌نویسی‌های انجام شده حین تایپ متون توسط دو فرد توجه نمود. در طول طبقه‌بندی مصاحبه‌ها

نیز توجه به درصدهای گزارش داده شده توسط دو نفر کدگذار، روشی برای تعیین پایایی است. میزان (درصد) توافق درون موضوعی دو کدگذار (که باید ۶۰ درصد یا بیشتر باشد) در مورد یک مصاحبه (کنترل تحلیل) نیز روشی برای پایایی تحلیل است. در تحقیق کنونی از پایایی بازآزمون و روش توافق درون موضوعی برای محاسبه پایایی مصاحبه‌های انجام گرفته استفاده شده است. برای محاسبه پایایی بازآزمون از میان مصاحبه‌های انجام گرفته چند مصاحبه به عنوان نمونه انتخاب شده و هر کدام از آن‌ها در یک فاصله زمانی کوتاه و مشخص دو بار کدگذاری شده است. سپس کدهای مشخص شده در دو فاصله زمانی برای هر کدام از مصاحبه‌ها با هم مقایسه می‌شوند. روش بازآزمایی برای ارزیابی ثبات کدگذاری پژوهشگر به کار می‌رود. در هر کدام از مصاحبه‌ها، کدهایی که در دو فاصله زمانی با هم مشابه هستند با عنوان "توافق" و کدهای غیر مشابه با عنوان "عدم توافق" مشخص می‌شوند یافته‌ها نشان داد پایایی بازآزمون ۰/۷۰ درصد است که بیانگر پایایی مناسب است.

### ۳. یافته‌ها

با استفاده از روش تحلیل مضمون، ابتدا مصاحبه‌های ضبط شده به صورت مکتوب درآمد سپس با یادداشت‌های برداشته شده طی جلسات مصاحبه‌ها تکمیل شده است. تحلیل شماتیک داده‌های حاصل از مصاحبه با خبرگان حوزه دانشگاه ابتدا به صورت پاراگراف به پاراگراف کدگذاری شدند. سپس در دو مرحله نسبت به تولید مفاهیم اولیه اقدام شده است که در مرحله اول تعداد ۸۱ مفهوم در ۹ محور از مصاحبه با خبرگان استخراج گردید (جدول شماره ۲). همچنین مشخصات شرکت‌کنندگان در جدول شماره ۱ آورده شده است.

جدول ۱. مشخصات مشارکت کنندگان در پژوهش

ردیف	محل خدمت	سمت	مدرک تحصیلی	تعداد	کد
۱	استاد دانشگاه	هیات علمی	دکتری	۴	A1 - A4
۲	رئیس دانشگاه	هیات علمی	دکتری	۳	B1 - B3
۳	معاون تحصیلات تکمیلی	هیات علمی	دکتری	۵	C1 - C5
۴	عضو هیات امنا	هیات علمی	دکتری	۲	D1 - D2

جدول ۱ مشخصات مشارکت کنندگان در پژوهش را نشان می‌دهد. همانطور که مشاهده می‌گردد ۴ نفر استاد دانشگاه، ۳ نفر ریاست، ۵ نفر معاون تحصیلات تکمیلی و ۲ نفر هیئت امنای دانشگاه بودند.

## جدول ۲. تحلیل مضامین سیاست‌های جذب دانشجو با تاکید بر دانشگاه‌های غیردولتی

محورها	مفاهیم
عوامل داخل و درون دانشگاهی	<p>شهرت دانشگاه.</p> <p>سهولت پذیرش.</p> <p>کیفیت آموزش.</p> <p>شهریه و امکانات دانشگاهی.</p> <p>قوانین و بخشنامه‌ها.</p> <p>ظرفیت سنجی.</p> <p>تخصیص منابع.</p> <p>آئین نامه‌ها و شیوه نامه‌ها.</p> <p>نظام ارزشیابی صحیح.</p> <p>مقررات ساماندهی شده دانشگاهی.</p> <p>تدوین راهبرد.</p> <p>تشکیل تیم‌ها و مطالعات بین رشته‌ای.</p>
عوامل خارج و برون دانشگاهی	<p>سیاست گذاری‌ها.</p> <p>رشته‌های دانشگاهی مورد استفاده.</p> <p>نظام تشویقی دانشگاهی.</p> <p>برنامه ریزی و تناسب با طرح‌ها.</p> <p>شرایط اجتماعی و فرهنگی.</p> <p>اقدامات وزارت علوم.</p> <p>افزایش بی رویه ظرفیت پذیرش دانشگاه پیام نور و آزاد.</p> <p>گسترش بی رویه پردیس‌های دانشگاهی.</p> <p>صدور مجوز بی رویه برای توسعه و تاسیس مراکز.</p> <p>تعدد مراجع تصمیم گیر برای موسسات.</p> <p>مشخص نبودن سیاست‌های وزارت علوم در مورد موسسات غیردولتی.</p> <p>عدم استفاده از نظرات موسسات غیردولتی در سیاست گذاری، برنامه ریزی و تدوین مقررات.</p>
عوامل بازاریابی	<p>آگاهی بخش.</p> <p>مهارت بازاریابی و بازاریابی.</p> <p>شناسایی نیازها.</p> <p>فرهنگ کارآفرینی.</p> <p>ارزشی نگاه کردن و ایجاد انگیزه.</p> <p>اقتصاد دانش بنیان.</p>
عوامل آموزشی	<p>کاربردی کرن آموزش.</p> <p>آموزش مبتنی بر عمل.</p> <p>هم راستاسازی آموزش و پژوهش.</p> <p>منابع اطلاعاتی و امکاناتی.</p> <p>هدف‌های پژوهشی.</p> <p>نظارت بر تحقیقات.</p> <p>عملی نبودن استاندارد تعیین شده از سوی وزارت علوم درباره نسبت اعضای هیأت علمی به دانشجو برای مؤسسات غیردولتی.</p>

<p>جذب استادان مجرب و در سطح بالا در دانشگاه‌های دولتی و استفاده از اساتید در سطح پایین در مؤسسات غیردولتی .</p> <p>موانع موجود بر سر راه توسعه مؤسسات غیردولتی به ویژه در مورد افزایش تعداد رشته‌ها، مقاطع و...</p>	
<p>درآمد اختصاصی موسسه.</p> <p>تخصیص بودجه های آموزشی.</p> <p>میزان درآمدهای اهدایی.</p> <p>تناسب بودجه سالانه موسسه با هزینه های جاری.</p> <p>منابع صرف شده مالی برای آموزش و پژوهش.</p> <p>منابع صرف شده مالی برای امکانات.</p> <p>تمایل نداشتن بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در آموزش عالی غیردولتی(به دلیل وجود ریسک و نامطمئن بودن سود).</p> <p>ناکافی بودن حمایت‌های مالی و حقوقی دولت و وزارت علوم از مؤسسات غیردولتی(به ویژه در اموری مانند واگذاری زمین و سایر تسهیلات).</p> <p>تمایل نداشتن خیرین به کمک‌رسانی به مؤسسات غیردولتی.</p>	عوامل مالی
<p>محدودیت مؤسسات در استفاده از تریبون‌های رسمی.</p> <p>ناهماهنگی دولت نسبت به تصمیمات درباره بخش خصوصی.</p> <p>فقدان نهاد غیردولتی بای ساماندهی، نظارت و ارزیابی مؤسسات غیردولتی.</p> <p>وجود مؤسسات شبه دولتی در فهرست مؤسسات غیردولتی.</p> <p>وجود مؤسسات غیردولتی آموزشی با نام مشابه مؤسسات غیردولتی.</p> <p>نبود همکاری های لازم و مناسب سازمان های دولتی.</p>	عوامل ساختاری و اداری
<p>ضعف در برخورد قانونی با مؤسسات متخلف و فاقد کیفیت.</p> <p>نبود یک نظام رتبه‌بندی مناسب برای مؤسسات غیردولتی.</p> <p>فقدان مقررات و ضوابط جامع و به روز و خاص بخش غیردولتی- غیردولتی.</p> <p>نبود ضوابط یکسان برای توسعه مؤسسات آموزش عالی (وجود روابط ناعادلانه).</p> <p>وجود مخالفت با خصوصی سازی آموزش عالی به دلیل مغایرت با قانون اساسی.</p>	قوانین و مقررات
<p>احتمال کاهش داوطلبان ورود به دانشگاه به علت کاهش رشد جمعیت.</p> <p>تصور موجود درباره پایین بودن کیفیت دانش آموختگان مؤسسات غیردولتی.</p> <p>اعتبار ضعیف دانشگاه‌های خصوصی در نزد مردم و سازمان‌ها.</p> <p>کمبود فرصت‌های شغلی برای دانش آموختگان و فارغ التحصیلان مراکز آموزش عالی غیردولتی. تمایل نداشتن سازمان‌ها و شرکت‌های دولتی و خصوصی در جذب فارغ التحصیلان مؤسسات غیردولتی.</p> <p>وجود تلقی از مفهوم غیردولتی که مترادف با عدم جدیت و سخت‌کوشی است.</p> <p>محدودیت طبقات کم درآمد در راه یابی به آموزش عالی غیردولتی .</p> <p>اطلاع رسانی غلط رسانه‌های جمعی درباره مؤسسات غیردولتی.</p>	شرایط اجتماعی و فرهنگی
<p>زیرساخت های فیزیکی</p> <p>دسترسی به IT در امور اجرایی</p> <p>ارتباط با پایگاه های علمی معتبر جهان</p> <p>ارتباط با بازار</p> <p>ارتباط با صنعت</p> <p>ارتباط علمی با دانشگاه های خارج</p> <p>ارتباطات علمی</p> <p>زیرساخت های فناوری</p>	ارتباطات

سیستم های دستیابی راحت به اطلاعات  
سیستم تسریع در فعالیت ها  
اجرای استفاده از ارتباطات جدید در آموزش

در ادامه محقق بعد از شناسایی محورهای اصلی پژوهش جهت رتبه‌بندی آن با در نظر گرفتن عوامل مؤثر بر جذب دانشجو در دانشگاه‌های غیردولتی پرسشنامه‌ای طراحی و در اختیار ۱۴ نفر از خبرگان دانشگاهی قرار داده شد و از آنها خواسته شده است تا با استفاده از متغیرهای غیرکلامی (اعداد فازی) مقایسات زوجی بین معیارها را انجام دهند. با استفاده از روش AHP، ابتدا میانگین هندسی ارزیابی خبرگان محاسبه شد و همچنین سازگاری ماتریس‌ها محاسبه گردید. در این بخش، رتبه‌بندی نهایی معیارها ارائه گردیده است.

جدول ۳. رتبه بندی نهایی محورهای اصلی جذب دانشجو

ردیف	محور	وزن نهایی محورها
۱	عوامل داخل و درون دانشگاهی	۰/۲۴۶
۲	شرایط اجتماعی و فرهنگی	۰/۲۱۹
۳	عوامل آموزشی	۰/۲۱۷
۴	عوامل خارج و برون دانشگاهی	۰/۱۸۶
۵	قوانین و مقررات اداری	۰/۱۶۶
۶	عوامل ساختاری و اداری	۰/۱۵۹
۷	ارتباطات	۰/۱۵۵
۸	عوامل بازاریابی	۰/۱۴۲
۹	عوامل مالی	۰/۱۳۷

همانطور که در جدول ۳، مشاهده می‌شود مطابق با نظر خبرگان رتبه بندی محورهای اصلی با استفاده از تحلیل سلسله مراتبی انجام پذیرفت. نتایج نشان داد که عوامل داخل و درون دانشگاهی با وزن ۰/۲۴۶ رتبه اول، شرایط اجتماعی و فرهنگی با وزن ۰/۲۱۹ رتبه دوم، عوامل آموزشی با وزن ۰/۲۱۷ رتبه سوم، عوامل خارج و برون دانشگاهی با وزن ۰/۱۸۶ رتبه چهارم، قوانین و مقررات با وزن ۰/۱۶۶ رتبه پنجم، عوامل ساختاری و اداری با وزن ۰/۱۵۹ رتبه ششم، ارتباطات با وزن ۰/۱۵۵ رتبه هفتم، عوامل بازاریابی با وزن ۰/۱۴۲ رتبه هشتم و عوامل مالی با وزن ۰/۱۳۷ رتبه نهم به دست آمد.

#### ۴. بحث و نتیجه‌گیری

شواهد جهانی و مستندات ملی و محلی قلمروی پژوهش نشان می‌دهد که دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی غیردولتی و غیرانتفاعی از فقدان حمایت رنج می‌برند. این امر هم‌چنین در کشور ما صادق است و موجب توسعه ناکافی همراه با کاهش کیفیت در تمامی زمینه‌ها را فراهم آورده است. همان‌طوری که، امروزه کشورها در فرایند جهانی‌شدن و پیوستن به دنیای متلاطم و پر از رقابت که چندان نیز از روی انتخاب نیست با چالش‌های بی‌شماری مواجه هستند (براکهوف و لافر، ۲۰۱۵). سازمان‌ها نیز به‌عنوان ارکان تشکیل‌دهنده کشورها از این امر مستثنی نیستند و از جمله چالش‌هایی که مدیریت سازمان‌ها با آن مواجه هستند موضوع جذب و ثبات دانشگاه است.

مروری بر یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که بخش خصوصی آموزش عالی غیردولتی در مسیر فعالیت خود با چالش‌های ناشی از عوامل داخل و درون دانشگاهی، شرایط اجتماعی و فرهنگی، عوامل آموزشی، عوامل خارج و برون دانشگاهی، قوانین و مقررات،

عوامل ساختاری و اداری، ارتباطات، عوامل بازاریابی و عوامل مالی روبه‌رو است. نتایج حاکی از آن است که برخی از تصمیم‌ها و اقدامات وزارت علوم، بخش خصوصی آموزش عالی را با چالش جدی روبه‌رو ساخته است. از این رو می‌توان به افزایش بی‌رویه ظرفیت پذیرش دانشجو در دانشگاه‌های پیام‌نور، آزاد و علمی کاربردی، گسترش بی‌رویه پردیس‌ها و شعب دانشگاه‌های دولتی و صدور بی‌رویه مجوز برای توسعه و تأسیس مؤسسات غیردولتی جدید اشاره کرد. این اقدامات موجب شده تا ظرفیت‌های گسترده‌ایی برای پذیرش دانشجو در مراکز مختلف به وجود آید و در پی آن بخش خصوصی آموزش عالی با کاهش متقاضی، کمبود دانشجو و در نتیجه اختلال در برنامه‌ریزی آموزشی و مشکلات مالی روبه‌شود. هم‌چنین، مشخص نبودن سیاست‌ها، تعدد مراجع تصمیم‌گیر درباره بخش خصوصی آموزش عالی در وزارت علوم و استفاده نکردن از مؤسسات غیردولتی در سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و تدوین مقررات، آینده‌ی این بخش و ادامه‌ی فعالیت آن را با ابهام مواجه ساخته است. علاوه بر این تعمیم برخی از کاستی‌ها و یا تخلفات از سوی یک یا چند مؤسسه به تمام بخش خصوصی آموزش عالی، موجب شده تا اعتبار مؤسسات با کیفیت نیز به چالش کشیده شده و امکان تمایز این‌گونه مراکز از سایر موارد با دشواری روبه‌رو شود. خاطر نشان می‌سازد یافته‌های مذکور با نتایج مطالعات طاهرپور و همکاران (۱۴۰۳)، مرادی پور و همکاران (۱۴۰۲)، پارتوی و همکاران (۲۰۲۱)، فالکنکر و همکاران (۲۰۲۲)، کیوای و همکاران (۲۰۲۲)، میسرا و همکاران (۲۰۲۲)، فیروز و همکاران (۲۰۲۳) همخوانی دارد. این یافته‌ها بیانگر آن است که موفقیت دانشگاه‌های غیردولتی در جذب دانشجو صرفاً به یک عامل منفرد وابسته نبوده، بلکه حاصل تعامل میان مجموعه‌ای از عوامل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی است. در ادامه، به تبیین و تحلیل هر یک از این عوامل پرداخته می‌شود:

عوامل داخل و درون دانشگاهی: این عوامل به عناصر داخلی دانشگاه نظیر کیفیت مدیریت، فضای فیزیکی، خدمات رفاهی، تسهیلات آموزشی، منابع انسانی متخصص و تعهد مدیریتی اشاره دارند. نتایج نشان داد که وجود مدیریت کارآمد، پاسخگو و متعهد در کنار ارتقاء زیرساخت‌های دانشگاه، نقش چشمگیری در جلب اعتماد و اطمینان دانشجویان دارد. هم‌چنین، کیفیت خدمات دانشجویی و سطح رضایت‌مندی دانشجویان پیشین نیز به‌عنوان شاخص‌هایی مهم در ارتقاء تصویر ذهنی دانشگاه در افکار عمومی عمل می‌کنند (بی و همکاران، ۲۰۱۸). یافته‌ها حاکی از آن است که مؤلفه‌هایی نظیر نگرش خانواده‌ها به آموزش عالی، میزان آگاهی اجتماعی از نقش دانشگاه‌های غیردولتی، تبلیغات دهان‌به‌دهان، و پذیرش فرهنگی این نوع مراکز آموزشی، نقش کلیدی در انتخاب دانشگاه توسط دانشجویان ایفا می‌کنند. در مناطقی که دانشگاه‌های غیردولتی از مشروعیت اجتماعی و فرهنگی بالاتری برخوردارند، میزان جذب دانشجو نیز بیشتر گزارش شده است (پاراهو و همکاران، ۲۰۱۳).

کیفیت آموزشی، توان علمی اعضای هیأت علمی، به‌روز بودن برنامه‌های درسی، تنوع رشته‌ها، و رویکردهای نوآورانه در آموزش از جمله عوامل تعیین‌کننده در جذابیت دانشگاه برای متقاضیان است. یافته‌ها تأکید دارند که ارتقای سطح علمی اساتید، جذب نخبگان آموزشی و به‌روزرسانی مداوم محتواهای درسی می‌تواند سهم بالایی در ارتقاء وجهه علمی دانشگاه و در نتیجه افزایش تقاضای دانشجویی داشته باشد (گانگلی و روی، ۲۰۱۰). سیاست‌های کلان آموزش عالی کشور، شرایط بازار کار، وضعیت اقتصادی عمومی، رقابت با دانشگاه‌های دولتی و سیاست‌های جمعیتی از جمله مؤلفه‌هایی هستند که به‌صورت غیرمستقیم اما مؤثر، بر فرایند جذب دانشجو در دانشگاه‌های غیردولتی اثر می‌گذارند. در شرایط رکود اقتصادی یا کاهش جمعیت داوطلبان ورود به دانشگاه، این مراکز با چالش‌های جدی‌تری در زمینه جذب مواجه می‌شوند (هندریکسن و همکاران، ۲۰۱۱). پیچیدگی‌ها، محدودیت‌ها یا ناپایداری‌های قانونی و مقرراتی مرتبط با فعالیت دانشگاه‌های غیردولتی می‌تواند زمینه بی‌اعتمادی یا کاهش انگیزه در داوطلبان را فراهم آورد. در مقابل، سیاست‌گذاری‌های حمایتی، تسهیل‌گر و روشن می‌تواند نقش مؤثری در تقویت جایگاه این دانشگاه‌ها ایفا نماید. ساختار

سازمانی دانشگاه، میزان تمرکز یا تمرکززدایی در تصمیم‌گیری‌ها، کارآمدی نظام اداری، چابکی سازمانی و سطح فناوری‌های مورد استفاده در فرآیندهای اداری از جمله مؤلفه‌های مهمی هستند که می‌توانند بر تجربه کلی دانشجویان و در نتیجه انتخاب آن‌ها تأثیرگذار باشند (خرسندی و همکاران، ۱۳۹۵). ارتباطات مؤثر دانشگاه با نهادهای آموزشی، پژوهشی، صنعت و جامعه محلی یکی از نقاط قوت کلیدی محسوب می‌شود. نتایج پژوهش حاکی از آن است که دانشگاه‌هایی که دارای شبکه‌های ارتباطی قوی، به‌ویژه با بازار کار و بخش‌های اجرایی جامعه هستند، از قابلیت بالاتری برای جذب دانشجویان برخوردارند (لو و همکاران، ۲۰۱۷). بهره‌گیری از روش‌های نوین بازاریابی آموزشی، تبلیغات هدفمند، برندینگ علمی، حضور فعال در شبکه‌های اجتماعی و طراحی استراتژی‌های ارتباطی مؤثر، از جمله عواملی هستند که توانسته‌اند به‌طور مستقیم بر جذب دانشجویان اثرگذار باشند. یافته‌ها بیانگر آن است که بازاریابی علمی هوشمند و حرفه‌ای نقش فزاینده‌ای در جلب توجه و اعتماد داوطلبان ایفا می‌کند (برچین و همکاران، ۲۰۱۷).

عوامل مالی: شهریه مناسب، ارائه بورسیه‌ها، تسهیلات مالی، تقسیم هزینه‌ها و شفافیت مالی، از جمله متغیرهایی هستند که برای دانشجویان به‌ویژه در قشرهای کم‌برخوردار اهمیت فراوانی دارد. یافته‌ها نشان می‌دهد که سیاست‌های مالی منصفانه و حمایت‌گر می‌تواند منجر به افزایش گرایش به انتخاب دانشگاه‌های غیردولتی شود. در اسناد بالادستی از جمله نقشه جامع علمی کشور (۱۳۸۹)، برنامه ششم توسعه (۱۴۰۰-۱۳۹۶) توجه به جذب و پذیرش دانشجویان به‌خوبی مورد تأکید قرار گرفته است؛ اما در این سال‌ها برنامه عملیاتی و راهبرد مشخصی برای اجرای این موضوعات تنظیم نشده است. عدم سیاست‌گذاری بر مبنای آمار و شواهد دقیق و موثق عدم هماهنگی دستگاه‌های متولی آموزش عالی کشور وزارت علوم، تحقیقات و فناوری وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی دانشگاه آزاد اسلامی، جامعه المصطفی‌العالمیه و ... و دیگر دستگاه‌های مسئول و وجود برخی قوانین بازدارنده برای اشتغال و فعالیت اقتصادی افراد باعث شده است که جذب و پذیرش دانشجویان در ایران آینده نامشخصی داشته باشد؛ بنابراین تدوین برنامه‌های جامع و عملیاتی در راستای رفع موانع موجود ضرورت دارد. با نگاهی بر آنچه آورده شد، می‌توان دریافت یافته‌های این پژوهش با نگرش سیستمی قابل تعبیر و تفسیر است چرا که بر این پایه می‌توان بخش خصوصی آموزشی عالی را به مثابه یک سیستم در نظر گرفت که متأثر از عوامل محیطی است. تأثیر منفی برخی از این عوامل به اندازه‌ای است که می‌تواند عملکرد این سیستم را با اختلال روبه‌رو ساخته و یا ادامه حیات آن را به مخاطره بیندازد. در یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت که جذب دانشجویان در دانشگاه‌های غیردولتی نیازمند رویکردی جامع‌نگر، تلفیقی و استراتژیک است که هم‌زمان به ابعاد ساختاری، فرهنگی، آموزشی، مالی و مدیریتی توجه نماید. موفقیت در این زمینه مستلزم بازنگری و بهبود مداوم در سیاست‌ها، فرایندها و عملکردهای دانشگاه است. همچنین، بهره‌گیری از مدل‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره نظیر تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) به تصمیم‌گیرندگان کمک می‌کند تا با شناخت بهتر از اولویت‌ها و وزن هر یک از عوامل، برنامه‌ریزی بهینه‌تری جهت توسعه و ارتقای توان جذب دانشجویان داشته باشند. از طرفی در هر تحقیق علمی، علی‌رغم تلاش برای رعایت استانداردهای روش‌شناختی و اعتباربخشی نتایج، محدودیت‌هایی وجود دارد که باید مورد توجه قرار گیرد تا بتوان نتایج را با دقت بیشتری تفسیر کرد. پژوهش حاضر نیز از این قاعده مستثنی نبوده و با محدودیت‌هایی از جمله: برخی از اطلاعات مربوط به جذب دانشجویان، عملکرد مالی، و استراتژی‌های بازاریابی دانشگاه‌های غیردولتی، به دلایل مختلف مانند ملاحظات محرمانگی، محدودیت در انتشار داده‌ها یا نبود شفافیت مدیریتی، به‌طور کامل در دسترس محقق قرار نگرفت. این موضوع می‌تواند دقت تحلیل و جامعیت نتایج را تحت تأثیر قرار داده باشد. جامعه آماری مورد بررسی محدود به دانشگاه‌های غیردولتی در یک شهر خاص بوده و بنابراین نتایج به‌دست‌آمده ممکن است قابلیت تعمیم به کل کشور یا سایر مناطق با شرایط فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی متفاوت را نداشته باشد. یکی از ویژگی‌های روش تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) تکیه بر قضاوت‌های ذهنی خبرگان است. در این

تحقیق نیز نظرات خبرگان دانشگاهی ممکن است تحت تأثیر تجارب شخصی، ترجیحات فردی و یا وابستگی‌های سازمانی قرار گرفته باشد که بر وزندهی نهایی مؤلفه‌ها اثر گذاشته است. محدودیت در زمان اجرای تحقیق و دسترسی محدود به کارشناسان متخصص در حوزه‌های مختلف (مدیریت آموزشی، بازاریابی، جامعه‌شناسی و اقتصاد آموزش) ممکن است بر عمق تحلیل و کیفیت گردآوری داده‌ها تأثیر گذاشته باشد.

درعین حال پیشنهادات پژوهشی در راستای انجام هرچه بهتر این‌گونه تحقیقات نیز در ذیل ارائه شده است. توسعه یک مدل جامع با استفاده از تکنیک‌های آماری پیشرفته مانند مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) یا تحلیل مسیر، می‌تواند به دانشگاه‌ها کمک کند تا روابط علی و معنادار بین متغیرهای کلیدی جذب دانشجو را بهتر درک کنند. پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آینده، هر یک از عوامل مؤثر (مانند عوامل بازاریابی، مالی، ارتباطات یا عوامل فرهنگی) به صورت مستقل و با روش‌های کمی و کیفی عمیق‌تر موردبررسی قرار گیرند تا ابعاد پنهان و جزئیات دقیق‌تری از اثرگذاری آن‌ها مشخص شود. در نهایت پیشنهاد می‌شود پژوهشی تطبیقی بین استراتژی‌ها و عوامل جذب دانشجو در دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی انجام شود تا مزیت‌ها و چالش‌های هر یک به طور دقیق مشخص گردد و راهکارهای بهینه‌تری استخراج شود.

از سویی دیگر می‌توان پیشنهادات اجرایی را به مدیران ارشد و سرپرستان سازمان‌ها در جهت جذب دانشجو ارائه داد که شامل شناسایی ظرفیت‌های واقعی موجود در زیر نظام‌های آموزش عالی و ساماندهی پذیرش دانشجو در آن می‌تواند از خالی ماندن ظرفیت موجود در بخش خصوصی آموزش عالی و پیامدهای نامطلوب آن، جلوگیری کند. همچنین وزارت علوم می‌تواند، سیاست‌های خود را درباره‌ی مؤسسات آموزش عالی خصوصی، مشخص کرده و در این راستا با مشارکت آن‌ها نسبت به سیاست‌گذاری و تدوین قوانین و مقررات متناسب با این بخش، اقدام کند. تصویب مقررات و ضوابط حمایتی و رفع برخی از موانع قانونی، می‌تواند موجب تسریع روند فعالیت بخش خصوصی آموزش عالی باشد. وجود یک نظام رتبه‌بندی متناسب با مقتضیات بخش خصوصی آموزش عالی می‌تواند معیار مناسبی برای سنجش کیفیت و همچنین توسعه‌ی مؤسسات آموزش عالی غیردولتی به شمار آید.

## منابع

- اسدی، فاطمه؛ تابان، محمد؛ و صفری کهره، محمد. (۱۳۹۲). تجزیه و تحلیل وضعیت راهبردی دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های آموزش عالی غیرانتفاعی در ایران: به‌کارگیری رویکرد جامع تحلیل راهبردی. نشریه مدیریت بازرگانی، ۵(۳)، ۱۹-۳۸.
- بهاردوست، محمد؛ حنیفی، رضا؛ و شهرکی‌پور، الهه. (۱۴۰۰). تدوین مدل راهبردی جهت رابطه بین دانشگاه و صنعت با هدف جذب دانشجو. مدیریت کسب‌وکار، ۵۱(۱۳)، ۲۴۰-۲۶۵.
- توکل، احمد؛ نوه‌ابراهیم، حسن؛ و رضائیان، علی. (۱۳۹۶). آثار و پیامدهای مشارکت بخش خصوصی در آموزش عالی ایران. مطالعات جامعه‌شناختی، ۲۴(۲)، ۵۹۳-۶۲۷.
- جمشیدی، لاله؛ آراسته، حمیدرضا؛ نوه‌ابراهیم، عبدالرحیم؛ و زین‌آبادی، حسن‌رضا. (۱۳۹۲). توسعه‌ی کیفی خصوصی‌سازی آموزش عالی در ایران: الزامات و پیش‌نیازهای خرد. نوآوری و ارزش‌آفرینی، ۳(۱)، ۶۵-۸۸.
- حنیفی، رضا؛ بهاردوست، محمد؛ و شهرکی‌پور، الهه. (۱۴۰۰). تدوین مدل سیاست‌های جذب دانشجو با تأکید بر رابطه بین دانشگاه و صنعت. توسعه تکنولوژی صنعتی، ۱۸(۴۲)، ۵۳-۶۲.
- خرسندی طاسکوه، علی. (۱۳۹۵). آموزش عالی بین‌المللی: راهبردها و شرایط امکان. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم.
- رضائیان، علی. (۱۴۰۰). چالش‌های بخش خصوصی آموزش عالی ایران. مدیریت و برنامه‌ریزی در نظام‌های آموزشی، ۱۳(۱)، ۳۴۹-۳۷۸.
- زمانی، اصغر. (۱۳۹۶). شناسایی، تحلیل و اولویت بندی عوامل مؤثر بر کیفیت آموزش در آموزش عالی. نوآوری و ارزش‌آفرینی، ۶(۱۱)، ۲۳-۳۵.
- زنجیرچی، سید محمود؛ ابراهیم زاده پزشکی، رضا؛ و عرب، سید محمد، (۱۳۹۰). مدل کانو و کاربرد آن در ارزیابی نیازهای دانشجویان، پنجمین همایش ارزیابی کیفیت در نظام دانشگاهی، تهران
- طاهرپور، فاطمه؛ و پورشافی، هادی. (۱۴۰۳). مدل چندوجهی جذب مؤثر دانشجویان بین‌الملل در دانشگاه‌های شرق کشور. علوم تربیتی. مقاله زیر چاپ.
- کریمی‌نژاد، محمد؛ قورچیان، نادر؛ نادرقلی، علی؛ جعفری، مریم؛ و داوودی، محمد. (۱۳۹۸). ارائه مدلی جهت ارتقاء کیفیت دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی غیردولتی و غیرانتفاعی (مورد مطالعه: استان گیلان). مدیریت و برنامه‌ریزی در نظام‌های آموزشی، ۱۲(۱)، ۱۳-۴۶.
- گلدسته، زهرا؛ ابوالقاسمی، حسین؛ فراستخواه، مقصود؛ و فتحی‌واجارگاه، کوروش. (۱۳۹۴). بررسی مقایسه‌ای عوامل مؤثر بر جذب دانشجو توسط خرده‌نظام آموزش عالی غیرانتفاعی کشور در افق چشم‌انداز ۱۴۰۴. سیاست علم و فناوری، ۲۸(۷)، ۸۱-۹۸.
- محمدخانی، کامران. (۱۳۹۵). رهبری آموزش عالی (رویکرد هوش عاطفی و اثر بخشی هیات علمی. انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران.
- مرادی‌پور، پریسا؛ عدالت‌پناه، سید احمد؛ و سرورخواه، علی. (۱۴۰۲). شناسایی عوامل مؤثر بر رضایت و نارضایتی دانشجویان از دانشگاه (مورد مطالعه: دانشجویان مقطع ارشد رشته مدیریت). پژوهش‌های نوین در ارزیابی عملکرد، ۲(۳)، ۲۰۲-۲۱۳.
- ملکی‌نیا، رضا؛ ملکی‌نیا، فاطمه؛ و فیضی، عباس. (۱۳۹۷). راهبردهای مورد نیاز نظام آموزش عالی ایران در عصر جهانی‌شدن. سیاست‌های راهبردی و کلان، ۶(۲۴)، ۵۱۸-۵۴۵.

- Abdullah, A. H., Wasiuzzaman, S., & Musa, R. (2015). University quality and emotional attachment of undergraduate students in a private higher education in Malaysia: The mediating role of total experience. *International Journal of Social Economics*, 42(7), 24–43.
- Berchin, I. B., Sima, M., Ferreira, R. V., & Andrade, I. (2017). The importance of international conferences on sustainable development as higher education institutions' strategies to promote sustainability: A case study in Brazil. *Journal of Cleaner Production*. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.10.042>
- Bruckmeier, K., & Wigger, B. U. (2014). The effects of tuition fees on transition from high school to university in Germany. *Economics of Education Review*, 41, 14–23.
- Cekerol, K. (2016). The demand for higher education in Turkey and open education. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 11(3), 12–22.
- Dewin, Z. (2013). The development trend of the non-governmental higher education in China. *Acta Universitatis Danubius*, 7(2), 45–58.
- Falkenreck, C., & Wagner, R. (2022). From managing customers to joint venturing with customers: Co-creating service value in the digital age. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 37(3), 643–656. <https://doi.org/10.1108/JBIM-02-2020-0100>
- Ferrer-Estévez, M., & Chalmeta, R. (2023). Sustainable customer relationship management. *Marketing Intelligence & Planning*, 41(2), 244–262. <https://doi.org/10.1108/MIP-06-2022-0266>
- Ganguli, S., & Roy, S. K. (2010). Service quality dimensions of hybrid services. *Managing Service Quality: An International Journal*, 20(5), 404–424.
- Hendrickson, B., Rosen, D., & Aune, R. K. (2011). An analysis of friendship networks, social connectedness, homesickness, and satisfaction levels of international students. *International Journal of Intercultural Relations*, 35(3), 281–295.
- Lu, X., & Ma, C. (2017). Mapping research collaboration network of international methane hydrate research. *The 5th International Conference on Information Technology and Quantitative Management*.
- Misra, S., Pedada, K., & Sinha, A. (2022). A theory of marketing's contribution to customers' perceived value. *Journal of Creating Value*, 8(2), 219–240. <https://doi.org/10.1177/23949643221118152>
- Motallebi Fard, A., Arasteh, H., Abdulrahim, N. E., & Abdullahi, B. (2016). Examining the factors affecting the formation and development of higher education injuries in Iran. *Journal of Management and Planning in the Educational System*, 9(17), 43–65. (In Persian)
- Parahoo, S. K., Harvey, H. L., & Tamim, R. M. (2013). Factors influencing student satisfaction in universities in the Gulf region: Does gender of students matter? *Journal of Marketing for Higher Education*, 23(2), 135–154.
- Pratiwi, C. M., Purba, P. Y., & Tanadi, S. (2021). Price analysis, marketing communication, and brand on customer loyalty. *International Journal of Social Science and Business*, 5(3), 297–302.
- Qiao, Y., Yin, X., & Xing, G. (2022). Impact of perceived product value on customer-based brand equity: Marx's theory – Value-based perspective. *Frontiers in Psychology*, 13, 931064. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.931064>
- Yee, C. P., Yean, T. S., Yi, J., & Kam, A. (2018). Verifying international students' satisfaction framework for the development of MISS model in Malaysia. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, 2, 1–18.



## Identifying and Ranking the Determinants of Student Enrollment in Non-Governmental Universities Using the Analytic Hierarchy Process (AHP)

Mina Ashrafian<sup>1\*</sup>, Hojjat Golizadeh<sup>2</sup>

1. Assistant Professor, Department of Educational Sciences, Faculty of Humanities, Afagh Higher Education Institute, Urmia, Iran

Email: *ashrafian333@gmail.com*

2. Assistant Professor, Department of Food Industry, Faculty of Agriculture, Afagh Higher Education Institute, Urmia, Iran

### Abstract

The growing societal demand for access to higher education, alongside the inability of governments to sufficiently fund its expansion, has led many countries to encourage private sector involvement. In Iran, private higher education has garnered attention since 1958 and, despite significant fluctuations, has continued its operations. These institutions have encountered various challenges that have, in turn, hindered their sustainability and growth. The primary objective of the present study is to identify the key determinants influencing student enrollment in non-governmental universities and to prioritize these factors using the Analytic Hierarchy Process (AHP). Methodologically, this research adopts a qualitative, inductive approach. Participants consisted of academic experts and university professors, selected through purposive criterion-based sampling with maximum variation. Ultimately, 14 individuals were interviewed, and data collection continued until theoretical saturation was achieved. Given the nature of the research, data were gathered through semi-structured interviews and analyzed via thematic analysis, employing both open and axial coding techniques. The analysis yielded 69 meaning units and nine core categories:

1. Internal institutional factors, 2. Socio-cultural conditions, 3. Educational factors, 4. External influences, 5. Legal and regulatory frameworks, 6. Structural and administrative elements, 7. Communication strategies, 8. Marketing-related factors, and 9. Financial considerations.

This study significantly illuminates the structural deficiencies within non-governmental universities and offers practical recommendations to address these challenges and improve student recruitment outcomes.

**Keywords:** Student Recruitment, Non-Governmental Universities, Analytic Hierarchy Process (AHP).