

الگوی سیاست‌گذاری جذب دانشجویان بین‌المللی در ایران

فریبا پیلووار^۱ - حسین رحمان سرشت^{۲*} - فتاح شریف زاده^۳ - جمشید صالحی صدقیانی^۴

چکیده

زمینه: در حالی که دانشگاه‌های بسیاری در کشورهای مختلف برای جذب دانشجوی خارجی تلاش می‌کنند، تنها دانشگاه‌هایی خاص در این زمینه موفقیت‌هایی را کسب می‌کنند. علی‌رغم آن که در برنامه‌های جمهوری اسلامی ایران بر جذب دانشجویان خارجی تاکید شده است، دانشگاه‌های کشور، موفقیت چندانی در این حوزه نداشته‌اند.

هدف: تدوین الگوی سیاست‌گذاری مناسب جهت جذب دانشجویان بین‌المللی در ایران است تا سیاست‌گذاران و خط‌مشی‌گذاران دولتی و غیردولتی بخش آموزش عالی از آن بهره‌مند شوند.

روش‌ها: با توجه به این ملاحظات در این مقاله به اثر ساختار حکومتی، برند و جایگاه علمی دانشگاه در جذب دانشجوی خارجی پرداخته می‌شود. برای این منظور با مراجعه به آمار و اطلاعات ۲۳ کشوری که کم و بیش در حوزه جغرافیایی جمهوری اسلامی ایران قرار دارند و تا حدودی ویژگی‌هایی مشترک با کشور ما دارند و رتبه‌بندی دانشگاه‌های آنها (البته به لحاظ آمار کشور) و با استفاده از روش حداقل مربعات جزئی مدل کلیات عوامل جذب دانشجویان خارجی طراحی می‌شود.

یافته‌ها: یافته‌ها بیانگر آن است که دانشگاه‌هایی که در کشورهایی که ساختار حکومتی خاص، برندی مشخص داشته‌اند از بخت بیشتری برای جذب دانشجوی خارجی برخوردار بوده‌اند. بی‌تردید البته اثرات آن دانشگاه‌ها را در زمینه‌های آموزش و پژوهش نمی‌توان در نظر نگرفت.

نتیجه‌گیری: مدل حاصل از یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده این امر است که اثر ساختار حکومتی و برند ملی همراه با توانمندی دانشگاه‌ها در قابلیت جذب دانشجوی خارجی بوسیله آنها تایید می‌شود.

واژه‌های کلیدی: الگوی سیاست‌گذاری، جذب دانشجویان، دانشجویان بین‌المللی، دانشجویان ایران

^۱ دانشجوی مدیریت دولتی، دانشکده اقتصاد و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران.

pilvarf@gmail.com

^۲ استاد تمام دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

* (مسئول مکاتبات) hrahmanseresht2003@gmail.com

^۳ استاد تمام دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران. Sharifzadeh_f@atu.ac.ir

^۴ استاد تمام دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران. Sad.tsau@gmail.com

مقدمه

بسیاری از ملت‌ها هدف‌های دیگری را نیز دنبال می‌کنند از جمله این اهداف می‌توان به جذب استعدادها، نیروی ماهر و افراد با تحصیلات عالی اشاره کرد (معصوم‌زاده و شمس، ۱۳۹۳).

پدیده تحصیل دانشجویان در مقاطع تحصیلی مختلف در کشورهای دیگر یکی از موضوعات مهم و تأثیرگذار در نظام آموزش عالی و بخش‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی کشورهای مختلف است. وضعیت جذب دانشجویان خارجی به ایران طی سال‌های قبل افزایش داشته ولیکن این میزان قابل توجه نبوده و مطابق با اهداف اسناد بالادستی و برنامه پنج‌ساله ششم توسعه نبوده است. نظر به اینکه تربیت‌یافتگان خارجی در ایران به‌عنوان سفیران تفکر انقلاب اسلامی در دنیا با عنایت به آرمان‌های امام راحل و مقام معظم رهبری در صدور انقلاب و رساندن پیام انسان‌ساز اسلام ناب به همه جهانیان است، لازم می‌دانیم در خصوص سیاست‌گذاری‌های انجام‌شده بازنگری و ساماندهی به عمل آید.

این مقاله بر آن است که با بررسی سیاست‌ها و خط‌مشی‌های تدوین‌شده کشورهای جهان پرداخته و سپس عوامل تأثیرگذاری همچون وضعیت دموکراسی، برند ملی و جایگاه علمی کشورها و شاخص‌های آنها بر جذب دانشجویان بین‌المللی پرداخته شود تا در نهایت بتوان الگوی سیاست‌گذاری مناسبی جهت جذب دانشجویان بین‌المللی در ایران تدوین کرد تا سیاست‌گذاران و خط‌مشی‌گذاران دولتی و غیردولتی بخش آموزش عالی از آن بهره‌مند شوند.

پدیده تحصیل دانشجویان در سرزمین‌های دیگر از جمله متغیرهای مهم و موثر در نظام آموزش عالی محسوب می‌شود و منشأ آثار متنوع سیاسی، اقتصادی و فرهنگ است و امروزه به یکی از اولویت‌های اصلی سیاست‌گذاران دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی بدل شده است، به‌طوری‌که دانشگاه‌ها برای کسب

از آنجاکه آموزش عالی هدایتگری مهم در توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی است، رتبه‌بندی دانشگاه‌ها تأثیر زیادی در دولت و رقابت ملی دارد ((Hazelkorn, 2011). به‌طوری‌که می‌توان رتبه دانشگاه‌ها را با رشد در کسب‌وکارها مربوط دانست. از سویی ظهور آموزش عالی به‌مثابه کسب‌وکار زمینه و فضایی را فراهم کرده است تا جذب دانشجوی خارجی و تحرک و جابه‌جایی آنان گسترده‌تر شود. امروزه کشورها با سیاست‌گذاری‌های لازم در جهت ارتقای سطح همکاری‌ها و تحرکات بین‌المللی علمی نه‌تنها مشروعیت جانبی و منزلت کسب می‌کنند؛ بلکه به نوسازی اقتصادی و کارآمدی فناوری و ارتقاء جایگاه خود در رتبه‌بندی بین دانشگاه‌های دنیا نیز مدد می‌رسانند. تحرکات دانشجویان در سطح جغرافیای جهان زمینه‌های تسهیل انتقال فناوری و ظهور نوآوری‌های رادیکال را فراهم کرده، بازار علم و نظام عرضه و تقاضای آموزش عالی را هم نیرومند ساخته، ضمن آنکه جایگاه دانشگاه‌های هر کشور در رتبه‌بندی‌های جهانی نیز بر این تحرکات دانشجویی نیز تأثیرگذار خواهد بود. که این امر می‌تواند تأثیر بسزایی در جذب دانشجویان بین‌المللی به داخل کشورها را داشته باشد (همان).

بعلاوه در رقابت جهانی در جذب دانشجوی بین‌المللی، جایگاه‌یابی اندیشمندان برند، به‌عنوان مزیت رقابتی قابل توجهی برای یک کشور (به‌عنوان مقصد) در مقایسه با سایر کشورها خواهد بود و جایگاه‌یابی یک کشور یا ملت با استفاده از فرآیند برندسازی می‌تواند موفقیت بیشتری محقق شود و نویددهنده پتانسیل‌های بالا برای آن کشور باشد. این اتفاق زمانی می‌تواند با موفقیت همراه باشد که سیاست‌گذاران کشورها هم‌راستا با دیدگاه‌های بین‌المللی به تلاش روزافزون خود جهت توسعه و بهبود برندسازی کشورشان تلاش نمایند، این تلاش به سه منظور انجام می‌شود جذب گردشگر، تشویق سرمایه‌گذاری خارجی و تقویت صادرات،

در سال‌های اخیر، با در نظر گرفتن گستره وسیعی از اقتصادهای مبتنی بر دانش و مبتنی بر نوآوری در سراسر جهان، برخی از کشورها به آموزش عالی بین‌المللی تبدیل شدند تا یک فضای برای استخدام متقاضیان بسیار متخصص. کانادا آلمان، ژاپن و چین در میان بسیاری از کشورهایی هستند که سیاست‌گذاری جدیدی را آغاز کرده‌اند تا نه تنها تعداد دانشجویان بین‌المللی ثبت‌نام‌کننده را افزایش دهند، بلکه آنها را هم در بازارهای کار خود «نگهداشت» نمایند.

در مورد کانادا، جایی که هدف آن جذب ۴۵۰۰۰۰ نفر دانشجوی بین‌المللی تا سال ۲۰۲۲ است تعداد دانشجویان بین‌المللی که محل تحصیل خود را آن کشور انتخاب می‌کنند، به شدت افزایش یافته است. در سال ۲۰۱۶، کانادا بیش از ۳۱۲،۱۰۰ نفر دانشجوی بین‌المللی جذب کرده است. در این راستا در ماه نوامبر سال ۲۰۱۶، کانادا سیاست جذب و مهاجرت خود را برای حفظ بهتر دانشجویان بین‌المللی قرار داده است اعم از اشتغال و دادن امتیازات اضافی به متقاضیان با ارائه پیشنهادها شغلی با توجه به درجه تحصیلی آنها (همدی، ۲۰۱۶) ابتکار عمل این کشور برای جذب محققان خارجی، فراهم نمودن زمینه کاری بر روی قراردادهای کوتاه‌مدت در راهاندازی دانشگاه‌های عمومی و همچنین حذف الزامات قانونی مربوط به قوانین کار و کارگری است. (PIE Revoew, 2017).

در گزارش سال ۲۰۱۷، تعداد دانشجویان ثبت‌نام‌کننده سال ۲۰۱۶، ۲۵۱،۵۴۲ نفر در مؤسسات آلمان ثبت‌نام‌شده‌اند که نسبت به سال ۲۰۱۶ افزایش ۷ درصدی داشته است ((Project Atlas, 2017). سیاست کشور آلمان برای سال ۲۰۲۰، در جذب دانشجوی بین‌المللی پیش‌بینی کرده بود تا به ۳۵۰،۰۰۰ برسد که در اواخر سال ۲۰۱۷ تقریباً سه سال قبل از آن به این تعداد رسیده یعنی از برنامه کشور پیشی گرفته است. (کندی، ۲۰۱۷، نفی، ۲۰۱۷). طبق گفته سرویس آلمانی

اعتبار و وجهه ملی، کسب درآمدهای اقتصادی، بالا بردن کیفیت آموزش، درک اجتماعی- فرهنگی، خوش‌نامی و عوامل دیگری به سمت این سیاست سوق یافته‌اند (فتحی و اجارگاه و دیگران، ۱۳۹۰: ۶۶). رشد و توزیع شرکت‌های چندملیتی یکی دیگر از عوامل مهاجرت افراد و کارکنان متخصص و ماهر است. یکپارچگی اقتصادی^۱ به شکل دسترسی آزاد افراد به بازارهای ملی کشورهای منطقه در منطقه‌های معین (مانند اتحادیه اروپا، کشورهای نوردیک، نیوزلند و استرالیا) یا به شکل قراردادهای بین‌المللی تسهیل‌کننده نقل‌وانتقال (مانند نفتا)، مهاجرت کارکنان ماهر و متخصص را تحت تأثیر قرار داده است (صلواتی و ملکی، ۱۳۷۹: ۱۸-۱۹).

البته باید توجه داشت که همه مهاجران تحصیل‌کرده در جستجوی فرصت‌های آموزشی، اقتصادی و یا دانشی مهاجرت نمی‌کنند. برخی از این مهاجران مخصوصاً از کشورهای در حال توسعه وطن خود را داوطلبانه ترک نمی‌کنند، بلکه به دلایلی چون جنگ، فروپاشی اقتصادی و یا مسائل سیاسی (وضعیت دموکراسی) و مذهبی مهاجرت می‌کنند. در واقعیت مهاجران متخصص فراوانی در بین آوارگان و پناهجویان یافت می‌شود (OECD, 2002).

کشورهای انگلیسی زبان یکی از بزرگ‌ترین میزبانان دانشجویان بین‌المللی هستند؛ ایالات متحده به-عنوان بزرگ‌ترین میزبان حدود یک‌چهارم از دانش‌آموزانی که در برنامه تحرکات بین‌المللی در سراسر جهان ثبت‌نام نمودند را به خود اختصاص داده است، یعنی بیش از دو برابر تعداد دانشجویان بین-المللی که در انگلیس ثبت‌نام کرده‌اند. در مجموع ۵۰ درصد دانشجویان بین‌المللی جهان در پنج کشور انگلیسی‌زبان (ایالات متحده آمریکا، انگلیس، استرالیا، کانادا و نیوزلند) ثبت‌نام می‌کنند (Project Atlas, 2017).

فرصتی برای توسعه مهارت‌های کار بین‌المللی را فراهم می‌کند که می‌تواند به‌عنوان یک جذابیت برای بازار کار کشور ژاپن باشد.

جدول ۱: تعداد جذب دانشجویان بین‌المللی در

کشورهای آسیایی بین سال‌های ۲۰۱۲-۲۰۱۷

کشور / سال	۲۰۱۴	۲۰۱۵	۲۰۱۶	۲۰۱۷
سنگاپور	۵۳۱۲۲
جمهوری کره	۵۲۴۵۱	۵۴۵۴۰	۶۱۸۸۸	..
اسرائیل	۱۰۴۷۱
ژاپن	۱۳۲۶۸۵	۱۳۱۹۸۰	۱۴۳۴۵۷	..
عربستان سعودی	۷۱۷۷۳	۷۳۰۷۷	۷۹۸۴۵	..
مالزی	۹۹۶۴۸	۱۱۱۴۴۳	۱۲۴۱۳۳	۱۰۰۷۵۶
لبنان	۱۷۴۹۵	۲۱۳۳۲	۱۹۶۲۱	۱۹۶۷۰
ایران	۱۱۲۸۸	..	۱۸۶۹۸	..
ترکیه	۴۸۱۸۳	۷۲۱۷۸	۸۷۹۰۳	..
گرجستان	..	۴۷۸۰	۶۷۴۲	۸۰۱۲
ارمنستان	۴۴۶۶	۴۴۵۷	۴۴۸۳	۴۵۱۲
چین	۱۰۸۲۱۷	۱۲۳۱۲۷	۱۳۷۵۲۷	۱۵۷۱۰۸
تایلند	۳۱۵۷۱	..
اندونزی	۵۸۷۸
هند	۳۸۹۹۲	۴۱۹۹۳	۴۴۷۶۶	..
تاجیکستان	۱۱۵۸	۱۸۶۶	۱۵۶۲	۲۲۳۸

منبع: پایگاه داده‌های آنلاین یونسکو ۲۰۱۸

وضعیت سیاست‌گذاری جذب دانشجویان بین‌المللی در ایران، مرکز همکاری‌های علمی و بین‌المللی وزارت علوم، در گزارشی، آخرین وضعیت فعالیت‌های علمی بین‌المللی این وزارتخانه را این‌چنین تشریح کرد، توافق و اجرایی کردن ۱۵۰ عنوان طرح مشترک پژوهشی در حوزه‌های فنی بین دانشگاه‌های داخل و دانشگاه‌های معتبر خارجی در یک سال اخیر (۱۳۹۷)، که سبب بهره گرفتن از امکانات دانشگاه‌های مجهز دنیا شده است، تعریف ۱۱ دوره مشترک تحصیلی بین‌المللی بین دانشگاه‌های داخل و خارج کشور و حضور بیش از ۲۱۰۰ دانشمند، رئیس دانشگاه، عضو هیئت‌علمی خارجی در ایران برای گسترش همکاری‌های دوجانبه،

Academic Exchange DAAD)) از دانشجویان خارجی که در آلمان درخواست اقامت در آن کشور را دارند و تقریباً ۴۰ درصد آنان برای حداقل ۱۰ سال در آن کشور باقی‌مانده‌اند (نافی، ۲۰۱۷).

با نگاهی به شرق در جذب دانشجوی بین‌المللی، مقصدهای نوظهوری مانند چین و ژاپن اخیراً برنامه‌های تقویتی برای جذب استعدادها جهانی انجام داده‌اند. چین در سال ۲۰۱۵-۲۰۱۶ میزان ۴۴۲،۷۷۳ نفر دانشجوی بین‌المللی در برنامه تحرکات دانشجویی خود بوده است. سیاست‌های جدید انجام‌شده این کشور می‌تواند به ایجاد فرصت‌های کارآموزی و اصلاح مسیرهای اخذ اقامت کاری برای فارغ‌التحصیلان است. این کشور در نظر دارد تا سال ۲۰۲۰، میزان ۵۰۰،۰۰۰ دانشجوی بین‌المللی باشد. در چندین شهر خود از جمله پکن، شانگهای و شنژن سیاست‌هایی را برای رفع شکاف‌ها و مشکلات مهارت‌های محلی برای دانشجویان بین‌المللی فراهم ساخته است که از آن جمله می‌توان به برنامه‌های مربوط به فناوری‌های پیشرفته و تجارت الکترونیک که زمینه انتقال اطلاعات به نیروی کار محلی را فراهم کرده است. (شارما، ۲۰۱۷).

در ژاپن هدف از ایجاد برنامه‌های نوآورانه در بین‌المللی سازی آموزش عالی می‌تواند به برنامه‌ریزی در ثبت‌نام دانشجویان به تعداد ۳۰۰،۰۰۰ تا سال ۲۰۲۰ اشاره کرد. برای حمایت از این اهداف تلاش‌های استخدامی بزرگی به‌صورت هدفمند توسط دولت و نهادهای ژاپنی در مناطق مختلف به‌صورت هدفمند، ایجاد فرصت‌های آموزشی همراه با اشتغال برای دانشجویان آینده را فراهم می‌کند. برگزاری دوره‌های کارآموزی در شرکت‌های مشمول مالیات، کمک‌های مربوط اشتغال و برگزاری دوره‌های زبانی ژاپنی، کارآمدتر کردن برنامه‌های صدور ویزای کاری برای فارغ‌التحصیلان و کارفرمایان جزو سیاست‌های کشور ژاپن است. | ((ICEF, 2017) این نوع پیشنهادها،

گسترش تحصیلات را فراهم می‌کند که خود شالوده دموکراسی را پی‌ریزی می‌نماید (Lipset, 1959: 96). او با استفاده از آمار سازمان ملل متحد، به این نتیجه می‌رسد که قطع‌نظر از نوع و جنس شاخص‌هایی که برای توسعه اقتصادی در نظر گرفته می‌شود، این شاخص‌ها همیشه برای کشورهای دموکراتیک بالاتر از کشورهای دیکتاتوری هستند؛ به‌نحوی که کشورهای دموکراتیک نسبت به کشورهایی که دموکراسی در آنها کمتر است، از متوسط ثروت بالاتر، درجه صنعتی شدن و شهرنشینی بیشتر و سطح تحصیلات بالاتر برخوردارند (همان، ۵۷). اگرچه نمونه‌هایی هم وجود دارد، مانند هند، که از این الگو پیروی نمی‌کنند (لیپست، ۱۹۵۹، ۶۹).

در پژوهش حاضر از آنجا که نظریه لیپست در سطح کلان مطرح است. در سطح خرد برای مفهوم دموکراسی از شاخص‌های دموکراسی اکونومیست اعم از فرهنگ سیاسی، مشارکت سیاسی، آزادی‌های مدنی و کارکرد دولت و برای سنجش شاخص‌های توسعه انسانی منتشره سازمان ملل متحد (سال‌های ۲۰۱۴-۲۰۱۸) استفاده شده است.

از سویی در چند دهه اخیر، به‌ویژه از سال ۱۹۹۰، رقابت میان دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی در بین‌المللی‌سازی به گونه شایان توجهی شدت گرفت. دانشگاه‌ها افزون بر رقابت در سطح ملی، در پی احراز جایگاه ممتاز و کسب عنوان «تراز جهانی»^۳ نیز هستند (Altbach, 2012, Shin et al., 2011) تا با این کار راه را برای جذب هر چه بیشتر دانشجویان و اساتید بین‌المللی و درآمدزایی هموار کنند. آشنایی با ارزیابی معیارها و روش‌های گوناگون رتبه‌بندی در سطح بین‌المللی به تدوین برنامه‌ریزی منسجم برای بهبود دانشگاه‌های داخل خواهد انجامید (اوحدی، ۱۳۸۶). آنچه از مطالعات برمی‌آید این است که رتبه‌بندی دانشگاه‌های کشور اگر با توجه به هدف‌های ذکر شده انجام گیرد، مطمئناً نتایج آن نه‌تنها در جهت بهبود عملکرد نظام مؤثر خواهد

هم‌اندیشی‌ها، دوره‌های آموزشی و پرورشی و متقابلاً سفر ۱۴۵۰ نفر از اعضای هیئت‌علمی به خارج از کشور برای شرکت در هم‌اندیشی‌ها و اجرای طرح‌های پژوهشی مشترک؛ در این تبادلات با رعایت اصول امنیتی صدها دانش فنی و نوین جذب‌شده است که توانمندی کشور را در زمینه‌های گوناگون افزایش می‌دهد.

افزایش ظرفیت پذیرش دانشجوی خارجی، به‌ویژه از کشورهای مسلمان، نظیر سوریه، عراق، لبنان، یمن و افغانستان به‌گونه‌ای که در حال حاضر هزاران نفر از این کشورها در مقاطع کارشناسی ارشد و دکترای تخصصی در ایران مشغول به تحصیل هستند که با اتمام دوره‌ها و بازگشت به کشورهای خود به‌عنوان عضو هیئت‌علمی در دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی به تدریس و خدمت می‌پردازند. افزایش تعداد کرسی‌های زبان و ادبیات فارسی و ایران‌شناسی در دانشگاه‌های مهم دنیا؛ تعداد این کرسی‌ها در سال جاری به ۵۶ کرسی در ۳۷ کشور دنیا توسعه‌یافته که وظیفه دیپلماسی علمی، آشنایی با فرهنگ اسلامی-ایرانی و زنده نگه‌داشتن زبان فارسی را بر عهده‌دارند. (خبرنامه آموزش عالی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، ۱۳۹۷: ۲).

دموکراسی شکلی از حکومت است که در آن همه شهروندان بزرگ‌سال در هر جنبه‌ای از اداره امور حکومت به یک اندازه شریک‌اند، یا دست‌کم حق قانونی برابری در مورد این امر دارند. سلامت هر نظام دموکراتیک در اصل وابسته است به سرشت اکثریت، که صاحب‌اختیار نهایی در هر جامعه دموکراتیک و یگانه بخش چنین جامعه‌ای است که نمی‌توان آن را مسئول بخش دیگری به شمار آورد (لیپست، ۱۳۸۳: ۹۶). از سوی دیگر می‌توان به بررسی دیدگاه لیپست^۲ پرداخت که معتقد است توسعه اقتصادی در کشورهای دموکراتیک از درجه بالاتری برخوردار است. از نظر وی توسعه اقتصادی زمینه افزایش درآمد و امنیت و

متمایزسازی است. امروزه دانشگاه‌ها به دلیل تمرکز بر ویژگی‌های کارکردی و عملکردی تمایز خود را از دست داده و بیشتر به هم شبیه شده‌اند؛ در حالی که این دانشگاه‌ها به آشکارسازی ویژگی‌های غیرملموسی نیاز دارند که بر مبنای آن بتوانند برای خودشان جایگاه سازی کنند (شارما و همکاران، ۲۰۱۳).^۴ هدف از برندسازی در دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی، آگاهی بخشی در ذهن مخاطبان هدف و تمرکز بر تقاطع و همسویی ارزش‌های اصلی دانشگاه و مراکز آموزشی و انتظارات مخاطبان هدف است. در واقع برندسازی، یافتن نقاط اشتراک است میان آنچه دانشگاه و مخاطبان می‌خواهند (سویر و سیکلر، ۲۰۰۴).

یکی از شاخص‌های معروف برای برندسازی ملی، شاخص برند ملی سیمون آنهلت است. این شاخص به‌طور مستمر به تحلیل و رتبه‌بندی برندهای ملی کشورها می‌پردازد. آنهلت در سال ۲۰۰۵ شاخص برند ملی را به‌منظور اندازه‌گیری و شهرت ملت‌های جهان در شش بعد صادرات، حاکمیت (مردم)، فرهنگ و میراث فرهنگی، مردم، گردشگری، مهاجرت و سرمایه‌گذاری تقسیم کرده و سپس به بررسی وضعیت برندهای ملی پرداخته است. برای مقاله حاضر با بهره‌گیری از نظریات ارائه شده و نیز ابعاد مدل آنهلت و شاخص‌های در نظر گرفته شده این تحقیق که داده‌ها و اطلاعات مربوط به هر شاخص برگرفته شده از شاخص‌های معتبر گزارش‌های توسعه انسانی سازمان ملل متحد در بین سال‌های ۲۰۱۴-۲۰۱۸ به بررسی وضعیت برند ملی کشور می‌پردازیم.

نایت و دی ویت^۵ (۱۹۹۵) در مقاله‌ای با عنوان «استراتژی‌هایی برای بین‌المللی سازی آموزش عالی: مطالعه تطبیقی بین استرالیا، کانادا، اروپا و آمریکا»، با ارائه دلایل علمی نشان می‌دهد که اعتبار و وجه دانشگاه، انگیزه‌های اقتصادی و مالی، ملاحظات فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و دیپلماتیک، هراس از بهتر عمل کردن دانشگاه‌ها و مؤسسات رقیب به‌عنوان چهار گروه از

بود، بلکه خود عاملی در جهت وارد شدن به عرصه رقابت بین‌المللی در زمینه عرضه خدمات و جذب دانشجویان خارجی خواهد بود.

در حال حاضر نظام‌های جهانی متنوعی برای رتبه‌بندی دانشگاه‌ها و موسسه‌های آموزشی توسعه یافته‌اند که از مهم‌ترین آن‌ها، پایگاه استنادی علوم جهان اسلام، تایمز، کیو اس، شانگهای، لیدن و انجمن ارزیابی آموزشی و اعتبار بخشی تایوان است. در نظام‌های رتبه‌بندی جهانی با توجه به معیارها و زیرمعیارهای مشخص و اختصاص دادن وزن مناسب، رتبه در بازه زمانی مشخصی اعلام می‌شود. اگر چه نظام‌های رتبه‌بندی سنجش دانشگاه‌ها با داشتن معیارهای سنجش متفاوت، عمدتاً در سه بعد دانشگاه‌ها با داشتن معیارهای سنجش متفاوت، عمدتاً در دو بعد آموزش، پژوهش، تمرکز دارند. (شاهی و علوی مقدم، ۱۳۹۶: ۳۲). ابعاد در نظر گرفته شده در این مقاله در ابتدا براساس نظام رتبه‌بندی نظام تایمز اعم از آموزش، پژوهش، درآمد صنعت و چشم‌انداز جهانی بوده و سپس بعد سرانه عملکرد دانشگاه در رتبه‌بندی شانگهای می‌باشد. همانطور که قبلاً نیز ذکر شد زیر معیارها و شاخص‌های متفاوتی در هر نظام رتبه‌بندی بر این ابعاد در نظر گرفته شده است که در زیر به آنها اشاره می‌شود. لازم به ذکر است اطلاعات داده‌ای کلیه شاخص‌های انتخاب شده از داده‌های بانک جهانی و سازمان جهانی مالیکت‌های معنوی و گزارشات سالانه این دو سازمان در بین سال‌های ۲۰۱۳-۲۰۱۷ استخراج و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

برند ملی، مفهومی است که در بردارنده طیف وسیعی از فعالیت‌های یک ملت است که شامل صادرات، سرمایه‌گذاری خارجی، فرهنگ و میراث فرهنگی، مردم، حاکمیت (دولت) است. در واقع، برند ملی نشان‌دهنده هویت یک ملت از ابعاد گوناگون است. (ویکی‌پدیا، دائره‌المعارف) برندسازی آموزشی، در سرتاسر جهان همچنان به‌صورت گسترده‌ای در مرحله

مایکل بین؛ رومن نوتل، لیونل راگوت (۲۰۱۲) در مقاله‌ای با عنوان «عوامل مؤثر بر تحرکات بین‌المللی دانشجویان» به تحلیل عوامل مؤثر بر محل انتخاب دانشجویان بین‌المللی می‌پردازد. نویسندگان این مقاله با استفاده از داده‌های جدید از دانشجویان از نواحی بزرگی از کشورها در قالب یک مجموعه‌ی از ۱۳ کشور عضو سازمان توسعه و همکاری اقتصادی^{۱۱} مشخص شدند و با توجه به اهمیت عوامل مختلف تأثیرگذار شناسایی شده و در قالب یک تئوری ارزیابی شدند

هاونت، کریگر و لانگ^{۱۲} (۲۰۱۰)، در اثر خود، مهاجرت دانشجویان کشورهای در حال توسعه را مورد بررسی قرار داده‌اند. نتایج حاصل از تحقیق آنها نشان می‌دهد که فرار مغزها نمی‌تواند به‌عنوان مشوقی برای مهاجرت دانشجویان کشورهای در حال توسعه در به دست آوردن سرمایه انسانی باشد، بلکه می‌تواند ایجاد انگیزه‌ای برای کشورهای ثروتمند را فراهم کند و به بهبود سیاست‌های آموزشی و پرورشی خود بپردازند که باعث کیفیت در سیستم نظام آموزشی آن‌ها می‌شود. اسپلمبرگو^{۱۳} (۲۰۰۹) در مقاله‌ای با عنوان «دموکراسی و آموزش خارجی»، آموزش و پرورش خارجی باعث ترویج دموکراسی در کشور و جذب دانشجویان خارجی می‌شود به‌ویژه وقتی که آموزش در کشورهای دموکراتیک انجام شود.

یونسکو در سال ۲۰۱۳ گزارشی را با عنوان «تحرکات بین‌المللی دانشجویان در آسیا و اقیانوسیه» منتشر کرد. نتایج حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد که عواملی مانند میراث استعماری، تأثیر ابزارهای زبان‌آموزشی و وابستگی‌های مذهبی دانشجویان (به‌طور مثال در مورد دانشجویان ایرانی یا یمنی در مورد انتخاب مالزی یا برای دانشجویان مالزی در انتخاب مصر و یا اندونزی صادق باشد) نیز در انتخاب محل تحصیل دانشجویان تأثیر بسزایی دارد.

به نظر گارگانو (۲۰۰۹)، هدف از این مطالعه ایجاد درک کلی درباره حوزه‌های اجتماعی فراملی و توجیه

عواملی می‌دانند که بر بین‌المللی شدن دانشگاه‌ها و جذب دانشجویان خارجی تأثیر می‌گذارند.

لتر و باگدن^۶ (۲۰۰۷) در مقاله‌ای با عنوان «مدیریت دانشگاهی و روابط بین‌الملل»، به بررسی سیر تکاملی بازار کار، تخصصی شدن تحقیقات علمی و جذب دانشجویان خارجی پرداخته و به‌کارگیری فناوری‌های نوین را مهم‌ترین عاملی می‌دانند که دانشگاه‌ها را در خصوص بین‌المللی شدن تحت فشار می‌گذارند

راسین و همکاران^۷ (۲۰۰۳) جذب دانشجویان خارجی را عنصری کلیدی و حیاتی در فعالیت‌های بین‌المللی دانشگاه‌ها می‌دانند. او نتیجه می‌گیرد دانشگاه‌ها برای کسب اعتبار و وجهه ملی (برند ملی)، کسب درآمدهای اقتصادی، بالا بردن کیفیت آموزش، درک اجتماعی-فرهنگی، خوش‌نامی و عوامل دیگری به سمت این سیاست سوق یافته‌اند.

دیویس^۸ (۱۹۹۵) در مقاله‌ای با عنوان «جریان دانشجویان بین‌المللی: روندها و مسائل» اشاره می‌کند که دلایل اقتصادی باید به‌عنوان نقطه شروع در جذب دانشجویان خارجی محسوب شود و عوامل دیگری از جمله دلایل سیاسی و فرهنگی مدنظر قرار گیرد.

کمال گروز^۹ در اثر خود «آموزش عالی و تحرک و جابه‌جایی بین‌المللی دانشجویان در اقتصاد دانش جهان». این مطالعه که منبعی ضروری برای درک جابه‌جایی و تحرک بین‌المللی دانشجویان به شمار می‌رود، نشان می‌دهد که تحرک و جابه‌جایی جهانی دانشجویان، محققان، برنامه‌ها و مؤسسات آموزش عالی چگونه در طول زمان شکل گرفته است.

روزنز ویگ^۹ (۲۰۰۶-۲۰۰۷)، هدف از جابه‌جایی دانشجویان را کسب درآمد بالاتر و کمبود امکانات آموزشی بیان می‌دارد. او ایالات متحده به‌عنوان یک کشور جذاب برای دانشجویان بین‌المللی بامهارت مورد بررسی قرار داده است.

دیده‌اند، در کشور ما نوعی بی‌تصمیمی و خلأ راهبر کلان ملی در این زمینه مشهود است. (ذاکر صالحی و صالحی نجف‌آبادی، ۱۳۹۱).

ذاکر صالحی (۱۳۹۴) در کتاب «آموزش عالی و جذب دانشجویان خارجی» نتیجه می‌گیرد فرهنگ و آموزش رکن چهارم سیاست خارجی و ذخیره‌ای برای ساختن جهان آینده است. سه جریان قوی که جریان مهاجرت و تحصیل در خارج از مرزهای ملی را می‌سازند عبارت‌اند از: عوامل فشار/ انگیزشی؛ عوامل کشش/ جذب؛ عوامل شخصی مربوط به عامل کنشگر (ذاکر صالحی، ۱۳۹۴).

رسولی (۱۳۹۷) پژوهشکده سیاست‌گذاری علم، فناوری و صنعت دانشگاه صنعتی شریف، در اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۷ گزارشی را با عنوان «جابجایی بین‌المللی دانشجویان و تحصیل‌کردگان در سطح ایران و جهان» منتشر کرد. نتایج حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد ایران به‌عنوان یک کشور دانشجو فرست در حال حاضر بایستی به سه گزینه اصلی سیاست «نگهداشت، بازگشت و مشارکت» توجه کند. از منظر سیاست‌گذاری در این حوزه به حوزه سیاست‌گذاری عمومی مانند آموزش، اشتغال، بهداشت و ... وابسته است. (رسولی، ۱۳۹۷).

روش پژوهش

تحقیق حاضر یک تحقیق کمی است که با استفاده از پارادایم اثبات‌گرایی سعی داریم با استفاده از منطق استقرایی (جزء به کل) به کشف قوانین علی و دقیق رفتار کشورها در زمینه جذب دانشجویان بین‌المللی (جزء) پرداخته و با بررسی و بهره‌گیری از تجربیات دیگران و تحلیل آنها الگوی سیاست‌گذاری (کل) را پیشنهاد دهیم تا به‌عنوان یک الگوی موفق، در دستور کار خط‌مشی‌گذاران بخش آموزش عالی کشور قرار گیرد. ضمناً این پژوهش یک پژوهش توسعه‌ای است که هدف آن تدوین یا تهیه برنامه با کارکرد افزودن به دانش

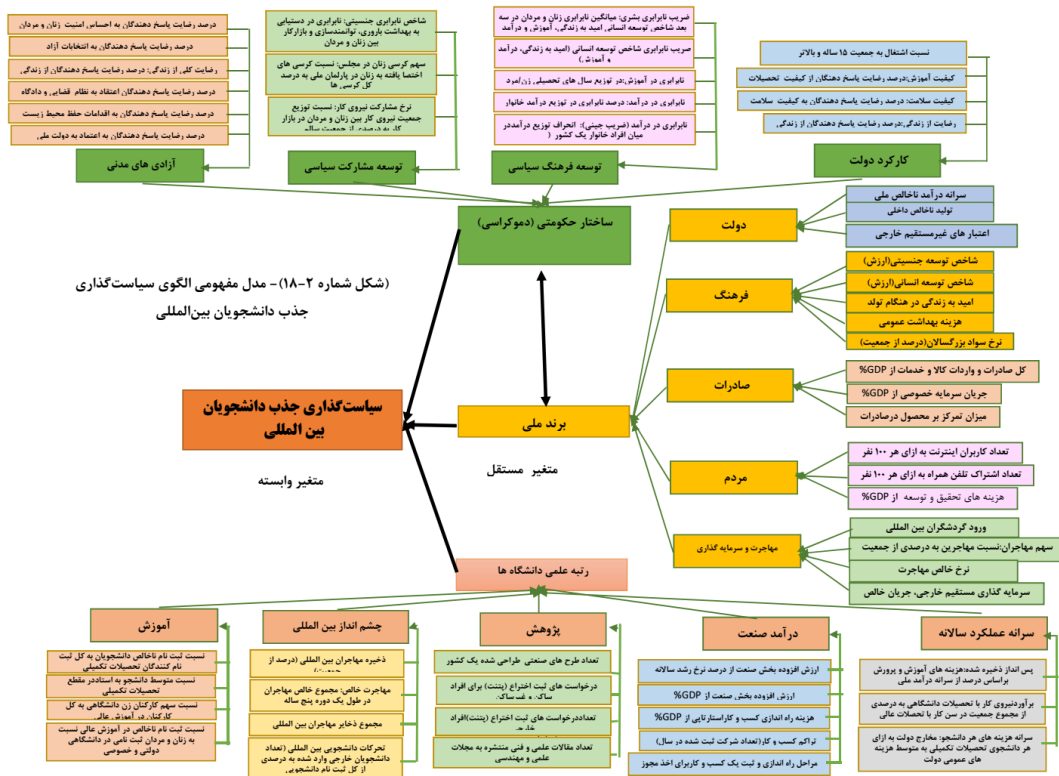
اتخاذ مفاهیمی است که در حال حاضر در خارج از گفتمان آموزشی مرزی موجود است تا به دادوستد دانشجویان بین‌المللی که تاکنون به‌طور کامل بررسی یا درک نشده‌اند، رسیدگی شود

در مقاله واترز^{۱۴} نیز دیدگاهی انتقادی در خصوص وضعیت جغرافیایی ناگهانی آموزش بین‌الملل ارائه و به پیامدهای احتمالی این وضعیت برای بازتولید مزایا و مضرات اجتماعی اشاره شده است. این مطالعه بررسی انتقادی از زمینه‌ای رو به رشد در تحقیقات جغرافیایی در خصوص تحرک و جابه‌جایی دانشجویان و آموزش بین‌الملل است و طبق این تحقیق، شواهد تا به امروز حاکی از آن است که آموزش بین‌الملل تحکیم‌کننده نابرابری‌های اجتماعی است.

روبرتسون^{۱۵} (۲۰۱۰) معتقد است که دانشگاه‌ها در تمام گوشه و کنار جهان مشغول بررسی، برنامه‌ریزی و تبلیغ برنامه‌های تحرک و جابه‌جایی به‌عنوان جزء اساسی تجربه یادگیری دانشگاهیان و دانشجویان هستند، درحالی‌که دولت‌ها و گروه‌های منطقه‌ای در سراسر جهان در حال ترویج تحرک و جابه‌جایی به‌عنوان اصل بسیار مهم یادگیری در اقتصاد جهانی جدید هستند.

حامد زمانی منش و محمد جمالی تازه کند (۱۹۹۵) در مقاله خود نتیجه می‌گیرد که ارائه خدمات آموزشی به دانشجویان بین‌المللی از عوامل تأثیرگذار در تولید ناخالص داخلی کشورهای مختلف شده و دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی برای تأمین منابع مالی سه راه جابجایی دانشجویان، دانشگاه‌ها جهت ارائه برنامه‌های جابجایی خود باید گسترش قطب‌های آموزشی را در دستور کار خود قرار دهند.

ذاکر صالحی، و صالحی نجف‌آبادی (۱۳۹۱) در مقاله‌ای با عنوان «ارائه راهبردهایی برای جذب دانشجویان خارجی در ایران»، اشاره می‌کند علی‌رغم اینکه در دو دهه اخیر تعداد دانشجویان خارجی بیش از ۲،۳ برابر شده و کشورهای منطقه نیز در یک رقابت جدی برنامه‌های بلندپروازانه‌ای برای جذب دانشجویان خارجی تدارک



شکل ۱: مدل مفهومی سیاست‌گذاری جذب دانشجویان بین‌المللی

انجام‌شده کشورهای موفق جهان در زمینه جذب دانشجویان در ایران نسبت به تدوین الگویی که برای خط‌مشی‌گذاران کشورمان مفید بوده تا آنها این سیاست را در دستور کارهای خود قرار دهند می‌توان گفت علاوه بر رویکرد قیاسی، یک پژوهش تطبیقی نیز است.

شیوه گردآوری اطلاعات به روش کتابخانه‌ای بوده که برای این منظور ابتدا از منابع موجود و سپس اسناد، مدارک کتابخانه‌ای و نیز استفاده از اینترنت بر اساس اطلاعات پایگاه‌های داده‌های آنلاین و گزارش‌های سازمان ملل متحد و سازمان‌های وابسته به آن در دوره‌های زمانی بین سال‌های ۲۰۱۳-۲۰۱۸ پرداخته‌شده جامعه آماری این تحقیق تمامی کشورهای آسیایی، همسایه و کشورهای منطقه در سند چشم‌انداز بیست‌ساله (شامل آسیای میانه، قفقاز، خاورمیانه و کشورهای همسایه) شامل ۴۹ کشور بود انتخاب شدند که با توجه به اینکه در نظر است از اطلاعات و داده‌های معتبر سازمان‌های بین‌المللی استفاده گردد،

کاربرد تحقیق به‌منظور تدوین الگوی مناسب جذب موفق دانشجویان، که این الگو می‌تواند کمک شایانی به سیاست‌گذاران بخش آموزش عالی کشور کند.

در این پژوهش از رویکرد قیاسی استفاده‌شده است. بدین ترتیب که ابتدا با توجه به سوابق نویسنده، احساس شد که دانشگاه‌ها در زمینه جذب دانشجویان بین‌المللی با مشکل مواجه هستند، که جهت آشکار شدن این موضوع به بررسی موضوع پرداخته‌شده است در مرحله دوم موضوع طی گفتگوهای غیررسمی و مصاحبه‌های نامنظم از اساتید و صاحب‌نظران دانشگاهی و همچنین جمع‌آوری اطلاعات ادبیات تحقیق به‌صورت مطالعات کتابخانه‌ای، محقق با انبوهی از اطلاعات از منابع دسته اول و دوم مواجه گردید و در نهایت مراحل تئوری‌سازی، فرضیه‌سازی و تحلیل گردآوری اطلاعات انجام شد و در نهایت تحلیل اطلاعات و نتیجه‌گیری صورت پذیرفته است. با توجه به اینکه چارچوب نظری برای سیاست‌گذاران وجود نداشته است، با بهره‌گیری از اطلاعات و خط‌مشی‌های

توصیفی بوده و لذا در بخش استنباطی از تحلیل عاملی تأییدی، تحلیل مسیر و تکنیک مدل معادلات ساختاری (SEM) استفاده خواهد شد. این مدل بهترین ابزار برای تحلیل تحقیقاتی است که در آن متغیرهای آشکار دارای خطای اندازه‌گیری هستند و همچنین روابط بین متغیرها پیچیده است. با استفاده از این روش می‌توان از یکسو دقت شاخص‌ها و یا متغیرهای قابل مشاهده را اندازه گرفت و از سوی دیگر، روابط علی بین متغیرهای نهفته و میزان واریانس تبیین شده را بررسی کرد.

یافته‌های پژوهش

برای تعیین روایی، مقادیر وزن‌های عاملی (بارهای متغیرهای مشاهده‌پذیر مدل اندازه‌گیری ترکیبی) را ارجاع داده‌اند، از آنجا که در مورد وزن‌ها در مدل اندازه‌گیری ترکیبی، محدوده‌ای مشخص نشده است، محققین به معناداری مقادیر بسنده نموده‌اند و در واقع معنادار بودن آن را دلیل روایی مدل اندازه‌گیری ترکیبی دانسته‌اند.

دومین روش در آزمون مدل اندازه‌گیری ترکیبی، بررسی همخطی چندگانه متغیرهای مشاهده‌پذیر یا همان روایی واگرا یا تشخیصی مدل اندازه‌گیری ترکیبی است. برای محاسبه شاخص تورم واریانس یا VIF مدل اندازه‌گیری از روش زیر استفاده می‌شود:

$$1/(1 - R^2) = \text{VIF (هر یک از مؤلفه‌ها)}$$

(بارهای متغیرهای مشاهده‌پذیر مدل اندازه‌گیری ترکیبی)، طبق جداول شاخص تورم واریانس ابعاد مدل اندازه‌گیری ترکیبی دموکراسی، برند ملی و مرتبه دانشگاه، شاخص VIF کلیه مؤلفه‌ها برای متغیرهای پنهان ترکیبی به دست آمده است که مقادیر کمتر از ۵ این شاخص برای کلیه سوالات نشان‌دهنده روایی مدل اندازه‌گیری ترکیبی است.

در تحلیل مدل‌های ساختاری به کمک رویکرد حداقل مربعات جزئی، سه معیار اصلی برای آزمون

برخی از این کشورها دارای داده‌های موثق و ثبت شده معتبر در بانک‌های اطلاعاتی جهانی را نداشتند (با توجه به شاخص‌های تحقیق)، محقق با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند یا قضاوتی در نهایت ۲۳ کشور (سنگاپور، کره، رژیم صهیونیستی، ژاپن، عربستان سعودی، مالزی، لبنان، ایران، ترکیه، گرجستان، آذربایجان، ارمنستان، چین، تایلند، اندونزی، عراق، تاجیکستان، هند، سوریه، بنگلادش، پاکستان، یمن و افغانستان) را با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند به عنوان نمونه آماری انتخاب شده است.

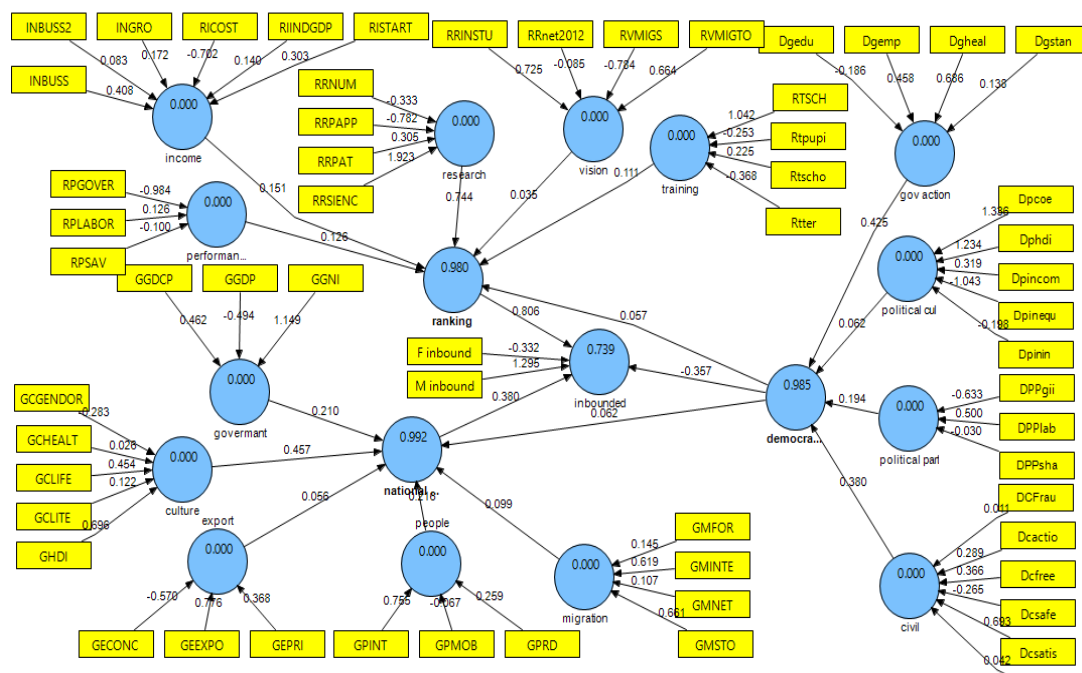
پایایی (سازگاری درونی) در مدل اندازه‌گیری ترکیبی از آنجا که همبستگی میان متغیرهای مشاهده‌پذیر ممکن است مثبت، منفی یا صفر باشد و نیز اینکه مقادیر خطا در سطح متغیرهای مشاهده‌پذیر ترکیبی اندازه‌گیری نمی‌شود، چندان معنی‌دار نیست، حتی مباحث مربوط به روایی همگرا و تشخیصی نیز در این نوع مدل‌ها کاربردی ندارد (Bollem, 1989; Bagozzi et al.,). تنها معیار آزمون مدل اندازه‌گیری ترکیبی، سنجش روایی نوع مدل‌های است. این امر هم در این تحقیق صادق است. لذا با کم‌رنگ شدن نقش پایایی، آزمون‌های تعیین روایی در این مدل‌ها نقش محوری به خود می‌گیرد در کل دو آزمون برای بررسی روایی مدل‌های اندازه‌گیری ترکیبی استفاده می‌شود؛ آزمون معناداری وزن‌های بیرونی و آزمون همخطی چندگانه. در این تحقیق نیز به منظور بررسی روایی از همین دو آزمون معناداری استفاده شده است. در مدل ساختاری پژوهش نیز با توجه به شاخص‌های ضریب تعیین، معناداری ضرایب مسیر، ارتباط پیش بین (Q2) یا اشتراک افزونگی (CVR) و در نهایت جهت برازش کلی مدل از شاخص GOF استفاده شده است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای PLS استفاده گردیده و با توجه به اینکه جامعه آماری ما شامل کشورهای آسیایی، همسایه ایران و حوزه چشم‌انداز ۱۴۰۴ جمهوری اسلامی ایران فعال در حوزه جذب دانشجوی بین‌المللی است پس فاقد بخش آمار

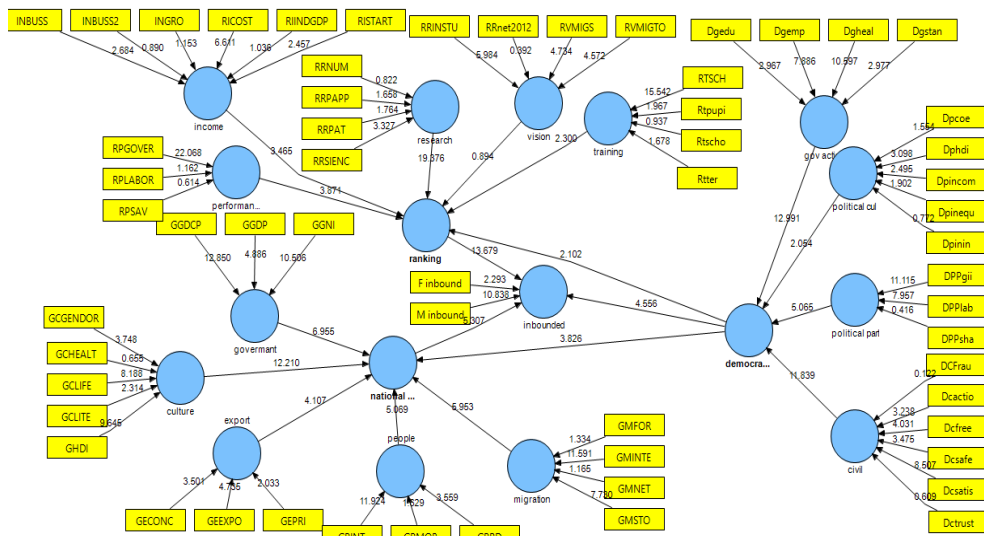
کیفیت مدل ساختاری توسط شاخص افزونگی محاسبه می‌شود. هدف این شاخص بررسی توانایی مدل ساختاری در پیش‌بینی کردن به روش چشم‌پوشی است. معروف‌ترین و شناخته‌شده‌ترین معیار اندازه‌گیری این توانایی، شاخص Q2 استون - گایسلر است که بر اساس این ملاک مدل باید نشانگرهای متغیرهای مکنون درون‌زا انعکاسی را پیش‌بینی کند. مقادیر Q2 بالای صفر نشان می‌دهند که مقادیر مشاهده‌شده خوب بازسازی شده‌اند و مدل توانایی پیش‌بینی دارد (هینسلر و همکاران^{۱۶}، ۲۰۰۹). به عبارتی در صورتی که کلیه مقادیر به دست آمده برای شاخص CVRed با در نظر داشتن متغیر پنهان درون‌زای انعکاسی شده مثبت باشد، می‌توان گفت مدل ساختاری از کیفیت مناسبی برخوردار است. طبق نتایج حاصل از خروجی نرم‌افزار، شاخص CV Red برای متغیر جذب دانشجوی خارجی، رتبه علمی دانشگاه‌ها و برند ملی کشورها برابر ۰،۵۷۸۵ ، ۰،۱۵۷۸ و ۰،۴۱۷۸ است که مثبت و در نتیجه کیفیت مدل ساختاری اثبات می‌شود.

مدل‌های ساختاری وجود دارد: (۱) شاخص ضریب تعیین (R^2)؛ (۲) معناداری ضرایب مسیر (بتا)؛ و (۳) شاخص افزونگی یا ارتباط پیش‌بین. معیار اساسی ارزیابی متغیرهای مکنون درون‌زا مدل مسیر، ضریب تعیین است. این شاخص نشان می‌دهد چند درصد از تغییرات متغیر درون‌زا (وابسته) توسط متغیر برون‌زا (مستقل) صورت می‌گیرد. مقادیر ۰،۶۷، ۰،۳۳ و ۰،۱۹ شاخص ضریب تعیین، برای متغیرهای مکنون درون‌زا (وابسته) در مدل مسیر ساختاری (درونی) به ترتیب قابل توجه، متوسط و ضعیف توصیف شده است (محسنین و اسفیدانی، ۱۳۹۳: ۷۰). مقدار R2 به دست آمده برای جذب دانشجوی بین‌المللی، برند ملی و رتبه دانشگاه به ترتیب برابر با ۰،۵۹۷، ۰،۵۵۴ و ۰،۵۲۹ است و نشان می‌دهد که شاخص ضریب تعیین، برای متغیرهای مکنون درون‌زا (وابسته) در مدل مسیر ساختاری (درونی) به ترتیب قابل توجه است.

فصلنامه خط‌مشی گذاری عمومی در مدیریت



شکل ۲: ضرایب مسیر مدل‌های اندازه‌گیری و ساختاری



شکل ۳: مقادیر معناداری مدل‌های اندازه‌گیری و ساختاری در سطح اطمینان ۹۵ درصد

بررسی ابعاد متغیرهای اصلی پژوهش به شرح زیر اقدام شده است.

الف) ابعاد ساختار حکومتی (دموکراسی)

تمامی ابعاد ساختار حکومتی (دموکراسی) اعم از کارکرد دولت، فرهنگ سیاسی، مشارکت سیاسی و آزادی‌های مدنی بر جذب دانشجویان بین‌المللی تأثیر مثبت دارد. با توجه به ضرایب مسیر و مقدار آماره تی که در سطح اطمینان ۹۵ درصد باید بیشتر از ۱٫۹۶ باشد نتایج ذیل به دست آمده است.

جدول ۲: معناداری ضرایب مسیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد

روابط	ضریب مسیر	مقدار معناداری	تأیید/رد
ساختار حکومتی <<< جذب دانشجوی بین‌المللی	-۰٫۳۵۷	۴٫۵۵۶	تأیید
برند ملی کشورها <<< جذب دانشجوی بین‌المللی	۰٫۳۸۰	۵٫۳۰۷	تأیید
رتبه علمی دانشگاهها <<< جذب دانشجوی بین‌المللی	۰٫۸۰۶	۱۳٫۶۷۹	تأیید
ساختار حکومتی (دموکراسی) <<< برند ملی کشورها	۰٫۰۵۷	۲٫۱۰۲	تأیید
ساختار حکومتی (دموکراسی) <<< رتبه علمی دانشگاهها	۰٫۰۶۲	۳٫۸۲۶	تأیید

جدول ۳: معناداری ضرایب مسیر ابعاد ساختار حکومتی (دموکراسی) در سطح اطمینان ۹۵ درصد

روابط	ضریب مسیر	مقدار معناداری	تأیید/رد
کارکرد دولت <<<< جذب دانشجوی بین‌المللی	۰٫۱۵۸	۱٫۲۸۹	رد
فرهنگ سیاسی <<<< جذب دانشجوی بین‌المللی	۰٫۳۷۳	۱٫۱۶۵	رد
مشارکت سیاسی <<<< جذب دانشجوی بین‌المللی	-۰٫۰۸۹	۱٫۱۴۴	رد
آزادی‌های مدنی <<<< جذب دانشجوی بین‌المللی	۰٫۳۷۴	۴٫۰۲۰	تأیید

جدول ۴: معناداری ضرایب مسیر ابعاد برند ملی کشورها در سطح اطمینان ۹۵ درصد

روابط	ضریب مسیر	مقدار معناداری	تأیید/رد
فعالیت‌های دولت <<< جذب دانشجوی بین‌المللی	۰،۵۱۲	۲،۶۶۸	تأیید
فرهنگ <<< جذب دانشجوی بین‌المللی	۰،۱۵۵	۰،۶۱۳	رد
صادرات <<< جذب دانشجوی بین‌المللی	-۰،۰۱۴	۰،۰۷۴	رد
مردم <<< جذب دانشجوی بین‌المللی	-۰،۲۳۲	۰،۸۸۴	رد
مهاجرت و سرمایه‌گذاری <<< جذب دانشجوی بین‌المللی	۰،۴۴۳	۲،۰۴۴	تأیید

جدول ۵: معناداری ضرایب مسیر ابعاد رتبه علمی دانشگاه‌ها در سطح اطمینان ۹۵ درصد

روابط	ضریب مسیر	مقدار معناداری	تأیید/رد
سرانه عملکرد سالانه <<< جذب دانشجوی بین‌المللی	۰،۰۴۱	۰،۴۹۵	رد
درآمد صنعت <<< جذب دانشجوی بین‌المللی	۰،۰۶۰	۱،۳۰۶	رد
پژوهش <<< جذب دانشجوی بین‌المللی	۰،۷۱۵	۷،۹۵۰	تأیید
آموزش <<< جذب دانشجوی بین‌المللی	۰،۱۶۱	۲،۸۴۳	تأیید
چشم‌انداز بین‌المللی <<< جذب دانشجوی بین‌المللی	۰،۰۸۵	۱،۱۲۷	رد

ب) ابعاد برند ملی کشورها

تمامی ابعاد برند ملی کشورها اعم از فعالیت‌های دولت، فرهنگ، صادرات، مردم و مهاجرت و سرمایه‌گذاری بر جذب دانشجویان خارجی تأثیر مثبت دارد.

ج) ابعاد رتبه علمی دانشگاه‌ها

تمامی ابعاد رتبه علمی دانشگاه‌ها اعم از سرانه عملکرد دانشگاه‌ها، درآمد حاصل از صنعت، پژوهش، آموزش و چشم‌انداز بین‌المللی بر جذب دانشجویان خارجی تأثیر مثبت دارد.

آخرین مرحله در تحلیل مدل‌سازی معادلات ساختاری، بررسی مدل کلی تحقیق است. برای بررسی مدل کلی تحقیق از شاخص نیکویی برازش (GOF) استفاده شد. این شاخص به‌عنوان معیاری برای سنجش عملکرد کلی مدل به کار می‌رود. حدود این شاخص بین صفر و یک بوده و سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به ترتیب بیانگر مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF است (محسنین و اسفیدانی، ۱۳۹۳: ۷۳) شاخص

GOF برای مدل تحقیق برابر ۰،۵۲۸۲ به دست آمده است که از مطلوبیت کلی مدل‌های تحقیق حکایت دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

نتیجه‌گیری حاصل از پرسش اصلی اول پژوهش، ساختار حکومتی (دموکراسی) کشورها و شاخص‌های آن اعم از کارکرد دولت، فرهنگ سیاسی، مشارکت سیاسی، آزادی‌های مدنی تا چه اندازه بر سیاست‌گذاری جذب دانشجویان بین‌المللی تأثیرگذار است؟ طبق تجزیه و تحلیل معادلات ساختاری ذکر شد، از آنجایی که مقدار معناداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد بیشتر از ۱،۹۶ (۴،۵۵۶) و ضریب مسیر ۰،۳۵۷- است و می‌توان نتیجه گرفت که ساختار حکومتی (دموکراسی) بر جذب دانشجویان بین‌المللی، تأثیر منفی و معناداری دارد و از میان ابعاد اصلی ساختار حکومتی (دموکراسی) تنها آزادی‌های مدنی با مقدار معناداری ۴،۰۲۰ و ضریب مسیر ۰،۳۷۴ با توجه به بیشتر بودن مقدار معناداری از ۱،۹۶ مورد تأیید قرار گرفته است.

روزنویگ (۲۰۰۶-۲۰۰۷)؛ روزان ویگ (۲۰۰۶-۲۰۰۸)؛ لغتر و باگدن (۲۰۰۷)؛ زمانی منش و مالی تازه کند (۱۹۹۵)؛ فتحی و اجاره‌گاه و همکاران (۱۳۹۰)؛ ذاکر صالحی (۱۳۹۴) هم‌راستا است. از این رو می‌توان نتیجه‌گیری کرد شاخص‌های سرانه درآمد ناخالص ملی، تولید ناخالص داخلی و اعتبارهای غیرمستقیم از بعد دولت (فعالیت‌ها) و همچنین شاخص‌های ورود گردشگران بین‌المللی، نرخ خالص مهاجرت، نسبت مهاجرین به درصدی از جمعیت و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (جریان خالص) از ابعاد مهاجرت و سرمایه‌گذاری، برند ملی کشورها می‌تواند باعث بهبود در سیاست‌گذاری‌های جذب دانشجویان بین‌المللی شود.

نتیجه‌گیری از پرسش اصلی سوم پژوهش، رتبه علمی دانشگاه‌ها و شاخص‌های آن اعم از سرانه عملکرد دانشگاه‌ها، درآمد حاصل از صنعت، پژوهش، آموزش و چشم‌انداز بین‌المللی بر سیاست‌گذاری جذب دانشجویان بین‌المللی تأثیرگذار است؟ طبق نتایج به‌دست‌آمده از تجزیه و تحلیل نشان می‌دهد که رتبه علمی دانشگاه‌ها در سطح اطمینان ۹۵ درصد دارای ضریب معناداری بیشتر از ۱،۹۶ (۱۳،۶۷۹) و با ضریب مسیر ۰،۸۰۶ است لذا دارای تأثیر مثبت و معنادار است، از میان ابعاد رتبه علمی دانشگاه‌ها نیز، تنها دو متغیر پژوهش و آموزش با توجه به مقادیر معناداری ۷،۹۵۰ و ۲،۸۴۳ که بیشتر از عدد معیار ۱،۹۶ و با توجه به ضریب مسیر ۰،۷۱۵ و ۰،۱۶۱ نشان‌دهنده تأثیر مثبت و معنی‌دار این دو بعد رتبه علمی دانشگاه‌ها بر جذب دانشجویان بین‌المللی است.

نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات نایت و دی ویت (۱۹۹۵)؛ باتالا و نرسی (۲۰۰۲)؛ ترمیس (۲۰۰۲)؛ راسین و همکاران (۲۰۰۳)؛ پیمپا (۲۰۰۵)؛ بسی (۲۰۰۷)؛ ون بوول (۲۰۰۹)؛ هاویت کریگور و لانگ (۲۰۱۱)؛ ذاکر صالحی و صالحی نجفی‌آبادی (۱۳۹۱)؛ فتحی اجاره‌گاه و همکاران (۱۳۹۰)؛ ذاکر صالحی (۱۳۹۴) سازگار است. از این رو می‌

این امر نشان‌دهنده این است که نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات نایت و دی ویت (۱۹۹۵)؛ راسین و همکاران (۲۰۰۲)؛ پرایس و دیگران (۲۰۰۳)؛ راسین و همکاران (۲۰۰۳)؛ مارینگ (۲۰۰۶)؛ سید نورانی (۱۹۸۰)؛ فتحی و اجاره‌گاه و همکاران (۱۳۹۰)؛ روزند وی (۲۰۰۶-۲۰۰۷)؛ اسپیلبرگو (۲۰۰۹)؛ یونسکو (۲۰۱۳)؛ توماس جیلی (۲۰۱۸) هم‌راستا بوده ولیکن با تحقیقات واترز (۲۰۱۲) هم‌راستا نیست. از این رو می‌توان نتیجه‌گیری کرد شاخص‌های رضایت پاسخ‌دهندگان به احساس امنیت، انتخابات آزاد، رضایت کلی از زندگی، اعتماد به نظام قضایی، اعتماد به دولت ملی و اقدامات دولت در حفظ محیط‌زیست از ابعاد آزادی‌های مدنی، ساختار حکومتی (دموکراسی) کشورها می‌تواند باعث بهبود در سیاست‌گذاری‌های جذب دانشجویان بین‌المللی شود.

نتیجه‌گیری از پرسش اصلی دوم پژوهش، برند ملی کشورها و شاخص‌های آن اعم از فعالیت‌های دولت، فرهنگ، صادرات، مردم، مهاجرت و سرمایه‌گذاری بر سیاست‌گذاری جذب دانشجویان بین‌المللی تأثیرگذار است؟ طبق نتایج به‌دست‌آمده از تجزیه و تحلیل، نشان می‌دهد که برند ملی کشورها در سطح اطمینان ۹۵ درصد دارای ضریب معناداری بیشتر از ۱،۹۶ (۵،۳۰۷) و با ضریب مسیر ۰،۳۸۰ است لذا دارای تأثیر مثبت و معنادار است و از میان ابعاد برند ملی، تنها دو متغیر عملکرد دولت و مهاجرت و سرمایه‌گذاری بر جذب دانشجویان بین‌المللی با توجه به مقدار معنی‌داری بیشتر از ۱،۹۶ به ترتیب (۲،۶۶۸ و ۲،۰۴۴) و ضرایب مسیر ۰،۵۱۲ و ۰،۴۴۳ تأثیر مثبت و معنی‌داری بر جذب دانشجویان بین‌المللی دارد.

نتایج تحقیقات حاضر با تحقیقات کامیلیگر و مک ماهون (۱۹۹۲-۱۹۸۴)؛ نایت و دی ویت (۱۹۹۵)؛ جیمز و همکاران (۱۹۹۹)؛ دیویس (۱۹۹۵)؛ پرایس و دیگران (۲۰۰۳)؛ راسین و همکاران (۲۰۰۳)؛ بورجاز (۲۰۰۴)؛ درهر و پوتیوار (۲۰۰۵)؛ وایتهد (۲۰۰۶)؛

امر میزان تأثیر متغیر با ۹۵ درصد اطمینان دارای تأثیر مثبت و معنی‌دار بر رتبه علمی دانشگاه‌ها است. اما با توجه به ضریب مسیر ۰،۰۶۲ که شدت جهت این تأثیر را نشان می‌دهد، بیانگر شدت تأثیر ناچیز بر این متغیر است. از این رو می‌توان نتیجه‌گیری کرد ساختار حکومتی (دموکراسی) و ابعاد آن اعم از کارکردهای دولت، توسعه فرهنگ سیاسی، مشارکت سیاسی و آزادی‌های مدنی در کشورها می‌تواند باعث بهبود در رتبه و جایگاه علمی کشورها شود.

به نظر می‌رسد دانشجویان بین‌المللی به دلیل نیاز به حداقل آزادی‌های لازم برای زندگی در کشوری که در آن تحصیل می‌کنند، علاقه‌ای به مشارکت سیاسی و شرکت در انتخابات ندارد. ضمن آنکه این دانشجویان فرصت مشارکت سیاسی زنان در اختصاص کرسی‌های مجلس به خود در کشور مقصد را به عنوان شاخصی مهمی تلقی نمی‌نمایند که می‌تواند به علت عدم توجه آنها به مباحث زنان در جامعه باشد. به نظر می‌رسد دانشجویان بین‌المللی در حلقه اول و طول زمان تحصیل علاقه‌ای توجه‌ای به مباحث فرهنگ سیاسی و نابرابری در توزیع درآمد خانوارها یا نابرابری در آموزش بین زنان و مردان و امید به زندگی افراد ساکن در کشور مقصد را نداشته و داشتن حداقل استانداردهای زندگی جهت گذران دوران تحصیل برای آنها کفایت می‌نماید.

با توجه به اینکه بیشتر دانشجویان حوزه مورد بررسی این تحقیق فقط به دلیل کسب دانش و مهارت به کشور مقصد جهت تحصیل مراجعه می‌کنند و پس از اتمام دوره تحصیل به کشور خود باز می‌گردند. لذا برای این دانشجویان میزان رضایت از زندگی ساکنین آن کشور و همچنین نسبت جمعیت شاغل آنها به عنوان شاخصی مهم محسوب نمی‌شود. در مورد ابعاد چشم‌انداز بین‌المللی حاصل از رتبه دانشگاه‌ها به نظر می‌رسد مهاجرانی که به یک کشور عزیمت می‌کنند بیشتر مولفه‌های امنیتی و شغلی مد نظر آنها است و

توان نتیجه‌گیری کرد شاخص‌های تعداد طرح‌های صنعتی طراحی‌شده یک کشور، درخواست‌های ثبت اختراع (پتنت) برای افراد ساکن و غیرساکن، تعداد درخواست‌های ثبت اختراع (پتنت) برای افراد خارج از کشور و تعداد مقالات علمی و فنی منتشره در مجلات علمی و مهندسی از ابعاد پژوهش و همچنین نسبت ثبت‌نام ناخالص دانشجویان به کل ثبت‌نام کنندگان تحصیلات تکمیلی، نسبت متوسط دانشجو به استاد در مقاطع تحصیلات تکمیلی، نسبت سهم کارکنان زن دانشگاهی به کل کارکنان در آموزش عالی و نسبت ثبت‌نام ناخالص در آموزش عالی نسبت به زنان و مردان ثبت‌نامی در دانشگاه‌های دولتی و خصوصی از ابعاد آموزش، رتبه علمی دانشگاه‌ها می‌تواند باعث بهبود در سیاست‌گذاری‌های جذب دانشجویان بین‌المللی شود.

نتیجه‌گیری از پرسش چهارم پژوهش، تأثیر ساختار حکومتی (دموکراسی) بر برند ملی کشورها چیست؟ نتایج تجزیه و تحلیل نشان می‌دهد که تأثیر ساختار حکومتی (دموکراسی) بر برند ملی کشورها با توجه به ضریب مسیر ۰،۰۵۷ و مقدار معناداری ۲،۱۰۲ که در سطح اطمینان ۹۵ درصد بیشتر از حد معیار ۱،۹۶ است که نشان از تأثیر مثبت و معنادار این متغیر بر برند ملی کشورها است، اما با توجه به ضریب مسیر ۰،۰۵۷ شدت تأثیر این متغیر بر برند ملی بسیار ناچیز و نزدیک صفر است. از این رو می‌توان نتیجه‌گیری کرد که ساختار حکومتی (دموکراسی) و ابعاد آن اعم از کارکردهای دولت، توسعه فرهنگ سیاسی، مشارکت سیاسی و آزادی‌های مدنی در کشورها می‌تواند باعث بهبود در برند ملی کشورها و ایجاد حسن شهرت آنها شود.

نتیجه‌گیری از پرسش پنجم پژوهش، تأثیر ساختار حکومتی (دموکراسی) بر رتبه علمی دانشگاه‌ها چیست؟ نتایج تجزیه و تحلیل فرضیه پنجم نیز نشان می‌دهد ساختار حکومتی (دموکراسی) کشورها با توجه به ضریب مسیر ۰،۰۶۲ و مقدار معنی‌داری ۳،۸۲۶ که در سطح اطمینان ۹۵ درصد بیشتر از ۱،۹۶ است؛ این

خارجی در ایران، فصلنامه آموزش عالی ایران، شماره ۱۵.

رسولی، بهروز (۱۳۹۶)؛ نمای ۲۰۱۶، جایگاه علم، فناوری و نوآوری ایران در جهان؛ تهران: پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران، ۱۶۶.

سو، آلوین (۱۳۸۸)؛ *تغییر اجتماعی و توسعه: مروری بر نظریات نوسازی، وابستگی و نظام جهانی*، ترجمه محمود حبیبی مظاهری، تهران: پژوهشگاه مطالعات راهبردی.

شاهی، مهسا؛ علوی مقدم، سید محمدرضا (۱۳۹۶)؛ *مقایسه رتبه دانشگاههای صنعتی امیرکبیر و صنعتی شریف بر اساس نظام های رتبه بندی جهانی منتخب*، سیاست نامه علم و فناوری، دوره ۷، شماره ۱، ۳۱-۴۰.

صلواتی، بهرام و ملکی، علی (۱۳۷۹)، *جایجایی بین-المللی دانشجویان و تحصیلکردگان در سطح ایران و جهان*، پژوهشگاه سیاستگذاری علم، فناوری و صنعت دانشگاه صنعتی شریف

فتیحی و اجارگاه، کورش و همکاران (۱۳۹۰). *بررسی موانع پذیرش دانشجویان خارجی در دانشگاه ها و مؤسسات آموزش عالی*، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، شماره ۶۲، صص ۸۰-۶۵.

معصومزاده زواره، ابوالفضل؛ شمسی، جعفر (۱۳۹۳)؛ *برند سازی ملی؛ چاپ و نشر بازرگانی*، چاپ دوم.

لیپست، سیمور مارتین (۱۳۸۳)، *دایره المعارف دموکراسی: ترجمه کامران فانی و نورا... مرادی*، انتشارات وزارت امور خارجه، چاپ سوم.

Altbach, P.G. (2012). "The globalization of college and university rankings" *The Magazine of Higher Learning*, 44 (1), 26-31.

Beine, M., Noel, R., Ragot, L (2012). *The Determinants of international mobility of Students CESIJO Working Paper: Economics of Education* (8-48).

Bessey, Donata (2007). *International student Migration to Germany*, *Emperical Economices*. 42 (1) Available at: https://www.researchgate.net/publication/5130126_International_Student_Migration_to_Germany

مولفه‌های مربوط به تحصیل در اولویت‌های دیگر آنها بوده و تاثیرچندانی در جذب دانشجوی بین‌المللی ندارد. به نظر می‌رسد دانشجوی بین‌المللی در انتخاب دانشگاه جهت تحصیل خود فقط به مولفه‌های پژوهشی و آموزشی و شهرت دانشگاه توجه داشته و در خصوص تراکم کسب و کارها و تعداد آنها و یا ارزش افزدهای که بخش صنعت آن کشور ایجاد می‌کند توجه کمتری را به خود جلب می‌نماید و به عنوان یک اولویت مد نظر قرار ندارد.

با توجه به نتایج تحقیق پیشنهاد می‌شود برای بعد دموکراسی طیفی در نظر گرفته شود از رژیم اقتدارگرا تا دموکراسی کامل که با توجه به رابطه معکوس آن با جذب دانشجویان بین‌المللی نشان‌دهنده این امر باشد که هر چه ساختار حکومتی به سمت اقتدارگرایی نزدیک می‌شود جذب دانشجو کمتر و در صورتی که ساختار حکومتی به سمت دموکراسی کامل پیش رود جذب دانشجوی بین‌المللی بیشتر شود. ضمناً به منظور ارتقاء و بهبود هر چه بیشتر اعتماد مردم به دولت و نهادهای عمومی کشور، تمرکز و سرمایه‌گذاری به عنصر پاسخ‌گویی دنبال می‌شود. پیشنهاد می‌شود مؤثرترین راه برای ترغیب ورود گردشگر و دانشجوی خارجی به انتخاب ایران، ترسیم چهره‌ای متعادل از کشور همراه با امنیت و معرفی جاذبه‌های گردشگری با استفاده از فناوری‌های نوین در عرصه تبلیغات جهانی و ترسیم تصویر مناسب از برند کشور ایران است.

منابع و مأخذ

اوحدی، وحیدرضا (۱۳۶۸). *علم و پژوهش: معیارهای رتبه بندی دانشگاهها*. فصلنامه رهیافت، ۲۴، ۴۱-۳۴.

ذاکر صالحی، غلامرضا (۱۳۹۵). *آموزش عالی و جذب دانشجویان خارجی*، موسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی.

ذاکر صالحی، غلامرضا و صالحی نجف آبادی، مائده (۱۳۹۱). *ارائه راهبردهایی برای جذب دانشجویان*

- social (Dis) advantage. Johanna L. Geography Compass, 6 (3), 123-136.
- UNESCO (2013). The International mobility of students in Asia and the Pacific, United Nations Educational Scientific and Cultural Organization, 1-89. Available at: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000226219>¹

یادداشت‌ها

¹ Economic integration

² Lipset

³ Global Ranking

⁴ sharma, Rao & Popli

⁵ Knight and de Wit

⁶ Lefter and Bogdan

⁷ Racine et al., 2003

⁸ Davis, 1995

⁹ Kemal Guruz

¹⁰ Rosenzweig

¹¹ OECD

¹² Haupt, Krieger & Lange

¹³ Splimbergo

¹⁴ Waters

¹⁵ Ratanakarn

¹⁶ Henseler et al

- Bollen, K.A. (1989), *Structural Equation with Latent Variables*, New York, NY: Wiley
- Davis, T. (1995); "Flows of International Students: Trends and Issues"; International Higher Education, Vol. 1, No. 2, Available at: www.bc.edu/research/cihe.html
- Gargano, T. (2009). *Conceptualizing international student mobility: the potential of transnational social fields*. Journal of Studies in International Education, 13 (3), 331-346.
- Guruz, K. (2011). *Higher education and international student mobility in the global knowledge economy: revised and updated*. Second edition. SUNY Press.
- Haupt, A., Krieger, T., & Lange, T. (2010), *A note on brain drain and brain drain: Permanent migration and education policy*, CESIJO Working Paper Series n (31-45).
- Hazelkorn, E. (2011). *Globalization and the Reputation Race in Rankings and the Reshaping of Higher Education: the Battle for World Class Excellence*. Palgrave MacMillan. <https://fa.wikipedia.org>
- <https://monitor.icef.com/about-icef-monitor/>
- Knight, J. and de Wit, H. (1995); *Strategies for Internationalization of Higher Education: A Comparative Study of Australia, Canada, Europe, and the USA*; Amsterdam: European Association for International Education.
- Knight, J. (2012). *Student mobility and internationalization: Trends and tribulations*. Research in Comparative and International education, 7 (1), 20-33.
- Lefter, V. and Bogdan, A.M. (2007); "Managementul Academical Relațiilor Internaționale"; Revista Management & Marketing, Issue 1/2007, Bucharest
- Lipset, M.S. (1959). *Some Social Requisites of Democracy*. The American political science Review, (53): 69-105.
- Morshidi, S. (2008); "The Impact of September 11 on International Student Flow In to Malaysia: Lessons Learned"; International Journal of Asia-Pacific Studies, Vol. 4, No. 1, pp. 79-95. ISSN 1823-624.
- OECD. (2002). *Education at a Glance*. OECD Indicators.
- Robertson, S.L. (2010). *Critical response to special section: International academic mobility*. Discourse: studies in the Cultural politics of Education. 31 (5), 641-647.
- Sharma, A. A., Rao, V.R., & Popli, S. (2013). *Measuring customer-based brand equity for Indian business schools*. Journal of marketing for Higher Education, 23 (2), 175-203.
- Spilimbergo, Antonio (2009). *Democracy and Foreign Education*. American Economic Review, 99 (1), 528-43.
- Waters, J.L. (2012). *Geographies of international education: Mobilities and the reproduction of*