



بازار علم اقتصاد

در اینکه بهبود مستمر آموزش اقتصاد در همه سطوح به طور کلی اثر مثبت بر تصمیمات می‌گذارد، شکی نیست؛ ولی شواهد معتبری در دست نیست که مثلا تعداد بیشتر اقتصادخوانده‌ها یا گذراندن واحدهای درسی اقتصاد توسط همه دانشجویان یا دانش‌آموزان کمکی مستقیم به بهبود وضع اقتصادی می‌کند. مهم‌ترین اثری که از آموزش اقتصاد بر تصمیمات اقتصادی گذاشته می‌شود، احتمالا به واسطه حضور تعداد قابل ملاحظه‌ای اقتصاددان مجهز به دانش روز است که به طور مستمر تصمیمات اقتصادی حاکمان را نقد کنند و راه‌حل نشان دهند. تجربه کشورهای مختلف نشان می‌دهد حتی در کشورهای پیشرفته بسیاری از تصمیمات اقتصادی را نمی‌توان کاملا با منطق اقتصادی توجیه کرد؛ ولی همین تجربه‌ها نشان می‌دهد با حضور گروه‌های دانشگاهی مجهز به علم روز، اشتباهات فاحش در تصمیمات اقتصادی کمتر اتفاق می‌افتد. همین امر سبب می‌شود که توجه به آموزش اقتصاد و بهبود آن امری ضروری باشد.

آموزش اقتصاد در دانشگاه‌های بسیاری از کشورهای جهان در دو گروه قابل طبقه‌بندی است. گروه بزرگی از دانشگاه‌ها به تربیت دانشجویان دوره کارشناسی اختصاص دارند. استادانی که در این دانشگاه‌ها مشغول به کار می‌شوند، در وهله اول باید مدرسان خوبی باشند. این استادان ممکن است تحقیق هم بکنند؛ ولی وظیفه اصلی آنها تدریس دروس دوره کارشناسی است. فلسفه این امر تربیت افرادی است که با مبانی اقتصاد آشنا باشند تا

بتوانند مجموعه‌ای از وظایف تعریف شده را با کارآمدی انجام دهند. بازار کار هم بیش از هر گروه دیگری، به این گروه از افراد نیاز دارد.

گروه دوم، دانشگاه‌های دارای برنامه دکترا است. این دانشگاه‌ها استادان را با هدف تحقیق و همزمان تربیت دانشجویان دکترا استخدام می‌کنند. این دانشگاه‌ها هم معمولاً تعداد بسیار زیادی دانشجوی کارشناسی تربیت می‌کنند و معمولاً گروهی مدرس اقتصاد برای این هدف استخدام می‌کنند؛ ولی بخش بزرگی از استادان این دانشگاه‌ها ملزم به تحقیق هستند. این دانشگاه‌ها، به‌ویژه دانشگاه‌هایی که رتبه‌های بالاتر دارند، مراکز تولید دانش اقتصادی هستند. نکته اصلی در این دانشگاه‌ها به‌روز ماندن و نوآوری در تحقیق است و این امر با ایجاد انگیزه برای استادان برای انجام تحقیق حاصل می‌شود.

اگر بخواهم روش مرسوم در دانشگاه‌ها را برای به‌روز ماندن و تحقیق مستمر خلاصه کنم، می‌توانم از مثال «بازار» استفاده کنم. هر فرد دانشگاهی در بازار محصولات آکادمیک (تحقیق) حضور دارد؛ هم به‌عنوان عرضه‌کننده محصول تحقیق خود به هم‌رشته‌ای‌هایش و هم به‌عنوان تقاضاکننده محصول عرضه‌شده از سوی آنها. چنین بازاری با بازار رقابتی محصولات معمولی تفاوت‌های بسیار دارد؛ ولی مهم‌ترین عامل تعیین‌کننده بازار که «کشف قیمت» است در این بازار هم دیده می‌شود.

استادان دانشگاهی، بر مبنای کیفیت و کمیت تحقیقی که انجام می‌دهند، ارزیابی می‌شوند و حقوقی هم که می‌گیرند، ربط مستقیمی به این ارزیابی‌ها دارد. یک فرد دانشگاهی باید تحقیق کند و یافته‌های خود را در قالب مقالات در مجلات تخصصی چاپ کند. برای اینکه یک تحقیق به مرحله چاپ برسد، باید چندین بار در دانشگاه‌های دیگر برای محققان آن حوزه ارائه شود و از فیلتر نقد آنها سربلند بیرون بیاید. برای چاپ مقاله هم باید سردبیر و هیات علمی مجله و نیز بازبینی‌کنندگان که از محققان آن حوزه هستند، ارزش علمی مقاله را تایید کنند. این فرآیند در رفت و برگشتی طولانی انجام می‌شود که گاهی ماه‌ها و سال‌ها طول می‌کشد و در هر مرحله اصلاحات مورد درخواست محققان در آن اعمال می‌شود. اگر تحقیق فرد ارزش علمی مناسبی داشته باشد، بعد از اصلاحات لازم

در نهایت برای چاپ پذیرفته می‌شود. البته هر مجله بسته به رتبه‌ای که دارد، مقالاتی را برای چاپ مناسب تشخیص می‌دهد؛ در نتیجه بسیار اتفاق می‌افتد که مجله‌ای مقاله‌ای را مناسب تشخیص ندهد. در این صورت، فرد به احتمال زیاد مقاله را اصلاح می‌کند و برای چاپ به مجله‌ای با رتبه پایین‌تر می‌فرستد.

حقوقی که دانشگاه به استادان می‌دهد و به‌ویژه ترفیع اساتید، بر مبنای کیفیت تحقیق فرد است. این کیفیت معمولاً بر مبنای مقالات چاپ‌شده و رتبه مجلاتی که مقالات را چاپ کرده است، توسط گروهی از محققان ارزیابی می‌شود. تنها در صورت اثبات قابلیت تحقیق است که فرد به صورت ثابت در دانشگاه ماندگار می‌شود. اگر فرد نتواند محصولی مطابق استاندارد دانشگاه ارائه کند، نمی‌تواند در آن دانشگاه ماندگار شود و معمولاً به دانشگاهی با رتبه پایین‌تر می‌رود. اگر فردی بعد از ارتقا به دانشیاری و داشتن قرارداد دائمی نتواند تحقیق با کیفیت ارائه کند، ارتقای بعدی و افزایش دستمزدش محدود می‌شود.

از سوی دیگر، اگر فردی تحقیقی قابل توجه ارائه کند، می‌تواند تقاضای ارتقای سریع‌تر و افزایش حقوق کند. بسیار اتفاق می‌افتد که چنین فردی پیشنهادی بهتر از دانشگاهی دیگر می‌گیرد و آن را به عنوان نقطه قوت برای تقاضای ارتقا و حقوق بیشتر استفاده می‌کند. همچنین بسیار اتفاق می‌افتد که فرد پیشنهادی با حقوق بالاتر از دانشگاه‌های دیگر می‌گیرد و دانشگاهش را عوض می‌کند.

دو عامل فوق‌الذکر؛ یعنی سیستم ارتقا و پرداخت بر مبنای کیفیت تحقیق و نیز امکان جابه‌جایی افراد در میان دانشگاه‌ها بر همان مبنای، در واقع قیمت محصول فرد را تعیین می‌کند. در هر دو عامل، محصول تولیدشده توسط محققان آن حوزه و نه سیستم اداری خارج از دانشگاه ارزیابی و عیار آن مشخص می‌شود و در نهایت همین ارزیابی است که مبنای دریافت حقوق و دستمزد قرار می‌گیرد. این ربط مستقیم بین کیفیت محصول، ارزیابی‌شده توسط متخصصان و پرداخت است که انگیزه بسیار قوی برای به‌روز ماندن و انجام تحقیقات موثر می‌انجامد.

چنین ساختاری الزاماتی دارد. مهم‌ترین الزام این ساختار استقلال نسبی استادان در ارزیابی امور آکادمیک و تغییر دریافتی بر مبنای آن است. به‌علاوه، درجاتی از انعطاف در جابه‌جایی استادان میان دانشگاه‌ها می‌تواند انگیزه استادان برای تحقیق و در نتیجه رفتن به دانشگاه‌های بهتر را فراهم کند. دانشگاه‌های ایران از استادان توانمندی بهره می‌برند. به‌ویژه با دسترسی وسیع آنلاین که استادان به مقالات علمی منتشرشده در دانشگاه‌های دیگر کشورها دارند، امکان به‌روز ماندن استادان فراهم است. اگر دانشگاه‌های ایران نمی‌توانند پا به پای دانشگاه‌های برتر دنیا به تولید علم بپردازند، بخشی از مشکل را باید در سیستم انگیزشی جست‌وجو کرد.

در نهایت باید این نکته را هم متذکر شد که تولید دانش در انزوا ممکن نیست. شکوفایی علمی محتاج بده‌بستان مستمر ایده‌ها و نتایج تحقیق با مراکز علمی جهان است. هرچند امروزه ارتباط آنلاین با دانشگاه‌های جهان بسیاری از مبادلات علمی را آسان‌تر کرده است، ولی این ارتباطات فقط به‌عنوان مکمل رفت‌وآمد فیزیکی عمل می‌کند و در غیاب آنها توانایی استادان برای بده‌بستان علمی بسیار محدود می‌شود. فراهم ساختن محیطی که محققان از دانشگاه‌های دیگر، چه در ایران و چه سایر کشورها، به‌عنوان میهمان در دانشگاه‌ها حضور یابند و با استادان و دانشجویان تحقیق مشترک کنند، قدمی بزرگ است در بهبود کیفیت تحقیقات علمی.