

Podejmowanie decyzji o studiowaniu na uczelniach wyższych w Polsce z perspektywy ekonomii tożsamości

W pracy testuję następującą hipotezę: na wybór kierunku, obok oczekiwanych zarobków i zgodności kierunku z zainteresowaniami, wpływa zinternalizowanie przez studentów normy *studuj!* Osoby, które tę normę zinternalizowały, uważają, że powinny studiować, nawet jeżeli ukończenie studiów nie pomogłoby im na rynku pracy, a kierunek nie byłby interesujący. Tacy studenci uważają, że ich rodzina i znajomi negatywnie postrzegają ich niestudujących rówieśników.

W pierwszym rozdziale przedstawiam założenia tego kierunku i cztery przykłady badań: nad wykluczeniem społecznym (Akerlof & Kranton, 2000), nad relacją tożsamości narodowej i preferencji wobec redystrybucji (Shayo, 2009; Klor & Shayo, 2010), nad równością ekonomiczną (Henrich et al., 2005) i nad wyborami uczniów szkół średnich (Akerlof & Kranton, 2002).

W rozdziale drugim odchodzę od ekonomii tożsamości i omawiam klasyczne teorie edukacji: teorię kapitału ludzkiego na przykładzie modelu Mincera (1958; 1974), teorię sygnalizacji na przykładzie modelu Spence'a (1973) i model Lazeara (1977), w którym edukacja jest jednocześnie dobrem inwestycyjnym i konsumpcyjnym. Rozdział kończę przedstawieniem argumentu Manskiego (1993), zgodnie z którym modelowanie wyborów edukacyjnych wymaga użycia danych o subiektywnych oczekiwaniach jednostek. Ten argument jest ważny z punktu widzenia mojego badania, ponieważ do oszacowania swojego modelu używam takich właśnie danych.

Teorie edukacji omówione w rozdziale drugim dostarczają podstaw dla modeli wyboru kierunku studiów, które omawiam w rozdziale trzecim. Ten rozdział rozpoczynam od wielomianowego modelu logitowego (McFadden, 1973) – narzędzia ekonometrycznego wykorzystywanego w prawie wszystkich modelach wyboru kierunku studiów. Następnie szczegółowo omawiam pięć badań. Montmarquette, Cannings i Mahseredjian (2002), zakładają, że przy wyborze kierunku studenci kierują się maksymalizacją oczekiwanych zarobków po wyborze tego kierunku. Szreder et al. (2012) poszerzają ten model o preferencje wobec kierunku i inne niepieniężne źródła użyteczności. Autorzy obu modeli wykorzystują dane o faktycznych wyborach, dlatego następnie omawiam model Arcidiacono, Hotz, Kang (2012), którzy, zgodnie z zaleceniami Manskiego, użyli danych subiektywnych do oszacowania swojego modelu wyboru kierunku studiów. W końcu przedstawiam badanie Gajderowicza et al. (2015), które wykorzystuje trzy różne metodologie. Poświęcam mu najwięcej miejsca, ponieważ jest to najbardziej szczegółowe i aktualne badanie wyborów kierunku studiów przeprowadzone w Polsce.

W dwóch ostatnich rozdziałach pracy opisuję własne badanie przeprowadzone na ponad tysiącu studentach studiów stacjonarnych polskich uczelni publicznych. W rozdziale czwartym uzasadniam dobór próby, konstrukcję ankiety oraz podział kierunków studiów na kategorie, który przeprowadziłem przy pomocy analizy skupień. W rozdziale piątym przedstawiam mój model i wyniki jego oszacowania. Zgodnie z tym modelem – podobnie jak w modelach omówionych w rozdziale trzecim – użyteczność studiowania danego kierunku zależy od oczekiwanej płacy po wyborze tego kierunku i jego zgodności z zainteresowaniami jednostki. Natomiast w odróżnieniu od tych modeli, a zgodnie z założeniami ekonomii tożsamości, wybierając kierunek jednostka uwzględnia także

motywację z normy *studuj!* Oszacowanie tego modelu potwierdza moją hipotezę: obok oczekiwanych zarobków i preferencji, na wybór kierunku wpływa także norma nakazująca absolwentom szkół średnich studiować. Studenci motywujący się tą normą częściej wybierają kierunki niewymagające nauki matematyki, a więc takie, które być może można uznać za łatwiejsze.

Literatura

- Akerlof, G., & Kranton, R. (2000). Economics and Identity. *The Quarterly Journal of Economics*, CXV(3), 715-753.
- Akerlof, G., & Kranton, R. (2002). Identity and Schooling: Some Lessons for the Economics of Education. *Journal of Economic Literature*, 40(4), 1167-1201.
- Arcidiacono, P., Hotz, J., & Kang, S. (2012). Modeling college major choices using elicited measures of expectations and counterfactuals. *Journal of Econometrics*, 3-16.
- Gajderowicz, T., Grotkowska, G., Giergiczny, M., Czajkowski, M., & Mycielski, J. (2015). Preferencje młodzieży względem usług edukacyjnych na poziomie wyższym. In G. Grotkowska, & U. Sztanderska, *Społeczne i ekonomiczne uwarunkowania wyborów osób w wieku 19-30 lat dotyczących studiowania* (pp. 43-122). Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych.
- Henrich et al. (2005). "Economic man" in cross-cultural perspective: Behavioral experiments in 15 small-scale societies. *Behavioral and Brain Sciences*, 28, 795-855.
- Klor, E., & Shayo, M. (2010). Social Identity and Preferences over Redistribution. *Journal of Public Economics*, 94, 269-278.
- Lazear, E. (1977). Education: Consumption or Production? *Journal of Political Economy*, 85(3), 569-597.
- Manski, C. (1993). Adolescent Econometricians: How Do Youth Infer the Returns to Schooling? In C. Clotfelter, & M. Rothschild, *Studies of Supply and Demand in Higher Education* (pp. 43-57). Chicago: University of Chicago Press.
- McFadden, D. (1973). Conditional Logit Analysis of Quantitative Choice Behavior. In P. Zarembka, *Frontiers in Econometrics* (pp. 105-142). New York: Academic Press.
- Mincer, J. (1958). Investment in Human Capital and Personal Income Distribution. *Journal of Political Economy*, 66(4), 281-302.
- Mincer, J. (1974). *Schooling, Experience, and Earnings*. New York: National Bureau of Economic Research.
- Montmarquette, C., Cannings, K., & Mahseredjian, S. (2002). How do young people choose college majors? *Economics of Education Review*, 21, 543-556.
- Shayo, M. (2009). A Model of Social Identity with an Application to Political Economy: Nation, Class and Redistribution. *American Political Science Review*, 103(2), 147-174.
- Spence, M. (1973). Job Marketing Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355-374.
- Szreder, M., Kalisiak, K., Białowas, K., & Szapiro, T. (2012). Permia placowa z wykształcenia wyższego według kierunku studiów. *Ekonomista*, 5, 555-576.

