

عنوان مقاله:

تبیین عوامل موثر بر تجاری سازی تحقیقات در حوزه علوم تربیتی

محل انتشار:

مجله رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، دوره 12، شماره 5 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

مریم لامع - دانش آموخته دکتری مدیریت آموزشی، گروه علوم تربیتی، واحد تنکابن، دانشگاه آزاد اسلامی، تنکابن، ایران

اسماعیل کاظم پور - دانشیار گروه علوم تربیتی، واحد تنکابن، دانشگاه آزاد اسلامی، تنکابن، ایران.

خلاصه مقاله:

مقدمه و هدف: تجاری سازی تحقیق در چند دهه اخیر به عنوان رویکردی جدید در تحقیقات دانشگاهی و علوم طبیعی گسترش فراوان یافته است. هدف پژوهش حاضر، تبیین عوامل موثر بر تجاری سازی تحقیقات در حوزه علوم تربیتی است. روش شناسی: پژوهش حاضر به روش کیفی با استفاده از تحلیل محتوا انجام شد. مشارکت کننده گان، پژوهشگران حوزه علوم تربیتی بودند. روش نمونه گیری، از نوع هدفمند بود و با استفاده از شاخص اشباع نظری تعداد ۱۶ نفر به عنوان نمونه مورد مصاحبه قرار گرفتند. نگرش و دیدگاه آن ها در خصوص چالش ها و مشکلات فرا روی تجاری سازی تحقیقات علوم تربیتی مورد بررسی قرار گرفت. مصاحبه ها با استفاده ارتباط مفهومی و ویژگی های مشترک بین کدهای باز، مفاهیم و مقولات یا مفاهیم ترکیبی مشخص شدند. یافته ها: برای تحلیل داده ها و نتیجه گیری از یافته های تحقیق از روش تحلیل محتوا استفاده شد؛ نظرات صاحب نظران و افراد با تحصیلات، سوابق کاری و تجارب مرتبط با موضوع پژوهش را از طریق مصاحبه نیمه ساختاریافته دریافت شد که حاصل این کار منجر به یافتن مولفه های جدیدی برای تجاری سازی در حوزه علوم تربیتی گردید. نتیجه گیری: نتایج پژوهش حاضر نشان داد، به فقدان سیاست ها و بسترهای لازم برای تجاری سازی که به نوعی به نبود قوانین حمایتی، آیین نامه و دستور العمل های اجرایی و نقصان زیرساخت های آیین نامه های قانونی موجود اشاره دارد. بر همین اساس، دولت و هیات ناظر بر مراکز تحقیقاتی و دانشگاهی باید ضمن تدوین آیین نامه های مربوط به بسترسازی و اعمال سیاست های تشویقی موثر، در مورد ایجاد مهارت های لازم و به وجود آوردن انگیزش و فرهنگ تجاری سازی در پژوهشگران عرصه علوم تربیتی و سوق دادن آن ها به سمت تجاری سازی تحقیقات اقدام کنند. علمی کردن تجاری سازی و دستیابی به قوانین مستحکم همچون سایر علوم، تا حد زیادی به کاربرد نتایج علوم تربیتی در موقعیت های واقعی زندگی بستگی دارد. همین امر باعث تقویت و توجه کاربردی کردن و تجاری سازی تحقیقات علوم تربیتی می شود و در نتیجه تجاری سازی تحقیقات است که باعث ارتقای آکادمیک هر چه بیشتر علوم تربیتی می شود، و باعث کارکرد، کاربرد و اثرگذاری آن در جامعه می شود.

کلمات کلیدی:

تجاری سازی، علوم تربیتی، تحقیق

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1909856>

