Any social purposive action has unanticipated consequences as well as intended results. Customerism and commercialization of scientific activities
have had a lot of advantages but we must not ignore the manifest and latent dysfunctions in higher education. In this article, we examine normative structure of science, university managers’ orientation, social prestige of faculty members, scientific freedom principles, teaching – learning process and curriculum relationship with commercialization. Knowing about these consequences enables educational managers to benefit from opportunity and avoid threats.

**Keywords:** Higher Education, Customerism, Unanticipated Consequences, Commercialization, University and Industry.

1. National Report of Higher Education
نخستی در آموزش عالی: در طول سالهای اخیر، آموزش عالی به طور فراوانی از جهگیری بازار را بخشی از برنامه‌های استراتژیک خود تلقی کرده است. دانشگاه‌ها به منظور کسب شرکت و درآمدازایی هر چه بیشتر، پاسخ به انتظارات بازار و تولید ارزش برای مشتریان را سرچشمه کار خود قرار داده‌اند. از زمانی که موضع‌گیری جنون رضایت مشتریان و بازارپایی محصولات دانشگاهی به حوزه آکادمیک قدم نهاده‌اند، علم نیز به عنوان یک خدمت Brookes, 2003; Plewa and Quester, 2005; Nowotny, 2006

تجاری سازی فراوانی است که طی آن ایجاد، تیپه و یا تولید محصولات حاصل از پخش دانشگاهی به محدود، خدمات و فرآیندهای قابل عرضه در بازار تبدیل می‌شود که از طریق آن بایدهای حاصل از تحقیق به بازار اورده می‌شوند و ایده‌ها یا پاتوهای جدید به طور زیادی در سراسر جهان توسعه می‌یابند. (Fakur, 2004; Glazer, 2004:112; Bok, 2003:1). جایگزینی است که تولید و بازارپایی محصولات دانشگاهی حوزه جدیدی است که در آن اصول و ارزش‌های تجاری بر شیوه دانشگاهی سابع می‌انکند (Gieger, 2004:92).

تجاری سازی در آموزش عالی که از مشتری، این نهاد باشد.
به محله، رژه و انرژی رقابت، در شکل گیری این حرکت نو ظهور می‌شود (Wilkinson & Young, 2002, Bok, 2003, Plewa & Quester 2005; Richardson et al., 1998; Fakur, 2004)

سمت‌ها این وضعیت جدیدی یعنی ورود آموزش عالی به عرصه تجاری و بازاریابی محسولات خود و توجه به نیازمندی‌های بازار و میزان‌های مشتریان، در بطن خود، حاصل برخی فرصت‌ها و پیامدهای مناسب است (N. R. H. E., 2005) که از أن جمله می‌توان به ارتباط سطح آموزش شهرندان، افزایش ستاده‌های حاصل از تحقیقات علمی و ارتباط هر چه Meyer & Evans, بیشتر آموزش و پژوهش با اهداف اقتصادی و اجتماعی اشتهار کرده (2005) لیکن برغم گزارش این‌های به تجاری‌سازی پژوهش و آموزش در ادبیات معاصر دانشگاهی، مباحثی در باره تاثیرات آن بر ارزش‌ها و اصول علمی حاکم بر دانشگاه‌ها ظهور کرده است (183) به همین ساختار خود دانشگاه‌های سکولاریسم در اواخر قرن نوزدهم و اوائل قرن بیستم، بار دیگر و اینک نواحی ناقصی دیگر در برابر ارزش‌های بنیادین دانشگاهی چون آزادی علمی و Bok, 2003: 2-4; Nowotony, هنگامی که در این نهای ارزش‌های به گوش می‌رسد (Danaeefard, 2004 :183; Domino, 2006: 1-3) Bok, 2003: 6).

حال نگران کننده‌ای در باره شناختی‌های تجاری دانشگاهها به دلیل ایجاد انگیزه‌های برای فعالیت‌های پول‌زار و درآمد‌زا پر چشمان، لذا کسب مشروطیت بیشتر در حال شکل‌گیری است. این رویداد باعث نیاز برای تغییر در خصوص تعیین بیشتر ضریب گیران پایداری - یادگیری تحت تاثیر قرار خواهد بود (Dananaefard, 2004: 183; Domino, 2006: 1-3).
بیماری از صاحب‌نظران خوشه دانشگاهی در تحلیل فعالیت‌های تجاری دانشگاه به بحث‌های در
باره سودجویی در مراحلی‌های دانشگاهی یا مورد هدف قرار می‌گرفت (Behrens & Gray, 1999: 180; Kutinlahti, 2005: 18).
بردیده‌مانند (18: Kutinlahti, 2005: 18) آسیب‌های وارد شده به تجاری‌های نهادی دانشگاه (Danaeefard, 2004: 186) و بیدری نیز
فعالیت‌های تجاری دانشگاه و پژوهش دانشگاهی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. بیان‌سی‌سی‌سی در
آموزش عالی چون اصل آزادی علمی (2005) وجود اینکه فواذی دوگانه این فعالیت‌ها بی‌توجهی است، لیکن همچنان که
فعالیت‌های تجاری دانشگاه و پژوهش دانشگاهی را تحت تأثیر قرار می‌دهد، بیان‌سی‌سی‌سی در
آموزش عالی جوان اصل آزادی علمی (2005) خصوص شکل‌گیری تنش و محاورت در بر این شکل می‌گیرد.
2. Academic Rationality
3. Academic Integrity
4. Open Science
تجربه در انتخابات نقش و عملکرد آنها همراه بوده است (1: 2005). 
در مطالعات با عنوان بررسی بحرانها در جریان انتخاباتی بازارپایی آموزش عالی بحران 
مورد مداوم قرار گرفته است: 1. شکل گیری فضاهای عظیم جامعه دانشگاهی در بررسی ایجاد 
بازارپایی در دانشگاه‌های اغلب نقاط چهار: 2. شکست آموزش عالی در انتقال ساختار تجاری 
خود از ساختار معقول و هویت شناخته شده خود که به تدریج به سطح مصرفه بینیان و 
اساس بازار محوری در این نهاد ختم خروهد شد؛ 3. شکست آموزش عالی در تفیق فلسفه 
شاخصی خود در بازارپایی و در نتیجه، نهایی کردن آن، چرا که این موضوع نهایا یک خرد به 
(Dari Maringe, 2005).

ارتباط گرفته شده از نخست بازرهای است (Mansuri, 2001: 21-20).

همکاری‌های دانشگاهی و صنعت در ایران ممکن بیشتر بر حسب سلیقه‌ها و ارتباطات افراد 
خاص صورت می‌گیرد. برخی نیز به ضرر گواهی آموزش عالی بیار با این حضور کم 
متخصصان در دانشگاه‌ها اشاره کرده و متعقیدان. که این شرایط برای تربیت نیروی متخصص 
آیبده پیشبینی نامطلوب است. به علاوه این، می‌تواند مشت ارتباط دانشگاه و جامعه که در نهایت، باشد 
به بروز مشا و فضای جولان برای شبه علمان و دیگران علمی بسیار بهتری شده است. 
به شدت مشو و فضای جولان برای شبه علمان و دیگران علمی بسیار بهتری شده است. 
مطالعه آثار مربوط به روی نامه‌ها در فراوانی توسعه کشور بسیار بهبود و عیان است و برخی 
پدیده بحران در نقش اجتماعی (علاقایی جامعه) دانشگاه‌های ایران را به به مبادر 
(Mansuri, 2001: 21-20).

جاكوب: انتخابات تجاری دانشگاه تغییرات به تغییرات بازار بازارهای جدید و الکترونیکی بازار: 
تجلیل سازی فرهنگ تحقیق را دستخوش تغییر می‌کند (Jacob, 2003: 133).
نتایج تحقیق و تحقیقات مشترک دانشگاهی و صنعت، استانداردهای اخلاقی تحقیق را تضعیف 
می‌سازد و اعتقاد عمومی به نتایج آن را کاهش می‌دهد. به علاوه، اهداف تجارتی تاثیرهای را 
در علایق محققان دانشگاهی و حامیان مالی فراهم می‌کند. این تضادها با مانع بر توانایی 
تأثیرگذاری است وی دخالت در انتخاب نمونه گیری طرح تحقیق و روش تحلیل و تفسیر نتایج 
را حاصل تجاری شدن تحقیق می‌داند (Gieger, 2004: 392).

با توجه به مقام و کلی مذکور، در این مقاله شک مفهوم به صورت مشخص به عنوان

**شکست آموزش عالی**
(Kreber & Mhina, 2005; Posiekine, 2002; Scott, 2004; Kutinlahti, 2005)

نمودار 1- مدل مفهومی تحقیق

سامتار هنرمندی علم: فرامینهای تجاری موجود در دانشگاهها ساختار ارزشی علم در این نهاد را که مرتون آن را در چهار رشته ضوابط نهادی: علامت‌گذاری، استادی، اصول علمی و شکل سازمانی پایه‌گیری کرده است، تحت تأثیر قرار می‌دهد (Behrens & Gray, 2001: 183).

بر این اساس، ساختار علمی گروه‌های ادبی به اصول و ضوابط اطلاعی می‌شود که براساس آن ایجاد می‌شود و معرفت‌ها در علم با پایه می‌شود، بر قابلیت و محتوای آن‌ها ارزیابی شود، به‌روایتی این را برای ایجاد شدن منظم افزوده که آن را ایجاد کرده است. در سطح علمی گروه‌های ساختاری ارائه‌های علمی محصول همسانی اجتماعی است و این پایه‌ها نوعی میراث مشترک است که در آن نقش افراد در تولید علم بسیار محدود و کم‌همیث است. رشد آن‌ها و اختلال پایه‌های علمی آن‌ها توسط این همگرایی‌ها.

5. Universalism
6. Communism
7. Disinterestedness
محصول می‌شود. به طرفی عاطفی و ارزشی سومین هنجر علمی است که در تیجیه آن
دانشمندان باید قادر باشند. به طرفی باشند. و هر نوع مشاهده، و تیجیه غیرقابل
انطباق را ممکن است در تحقیقات آن اتفاق بیفتد. پذیرای و در ملاحظات آثار و تحقیقات دیگران دفعیه
نگاهانه و تفکری کشش داشته باشند. در نهایت، شک سازمانی یافته می‌تواند از تبعیض از
نگاهانه و تفکری کشش داشته باشد. در نهایت، شک سازمانی یافته می‌تواند از تبعیض از
نگاهانه و تفکری کشش داشته باشد. در نهایت، شک سازمانی یافته می‌تواند از تبعیض از
نگاهانه و تفکری کشش داشته باشد. در نهایت، شک سازمانی یافته می‌تواند از تبعیض از

استراتژی و آغاز مدیران: در مطالعه‌ای با عنوان "موانع سازمانی مؤثر در شکل‌گیری
بازارگرایی" این مطلب مطرح گردید که گزینه مباحث دانشگاهی در پاره فهرست
کارکنان به وفور صورت گرفته است. لیکن مطالعات انجام شده در باره تأثیر مواد سازمانی از
جمله استراتژی‌های مبتنی بر خدمات، استراتژی‌های مبتنی بر هزینه، نظام‌های ارتباطی، ابزارهای
انسجام سازمانی، عملکرد بازاریابی و نظام‌های هماهنگی به عنوان عوامل تأثیرگذار در این
رویکرد اندک است. لذا، مورج جامع بر مزدوریت ساختمانی استراتژی و سیاست در ادیبیات
ملاحظه نمی‌شود. در این مطالعه به دنبال انجام یافتن یک تحلیل کلی، تژنگ به
ویژگی‌های سازمانی که سبب شکل‌گیری رویکرد بازاریابی در سازمان‌ها می‌شوند، با ارائه سه مطالعه محوری
عیق علیه و استفاده از جنبه‌های کاربردی یافته‌ها در مدیریت استراتژیک سازمان‌ها و

مادرینی (1999) می‌گوید:

8. Organized Skepticism
9. Market – orientation
از جمله عوامل مهم در فاصله گیری دانشجویان از این مکان‌های علمی به شمار می‌روند محققان در تحقیقات مربوط به این فاصله گیری تأکید دارند. مطالعات آنها با بررسی جامعی که به عوامل تاثیر گذار مهم در انتخاب دانشجویان از محیط علمی خود دارد راه گشا یابی برای برنامه‌ریزی در حوزه آموزش دانشگاهی باشد (Domino, et al., 2006).

در پی استراتژی تجاری سازی مدیران دانشگاه‌های ایران به فعالیت‌های تجاری همچون تحقیقات مشترک دانشگاه و صنعت مشاوره یا فروش مهارت شخصی به نظر حل مسائل مراجع، راه‌اندازی سازمان‌ها و شرکت‌هایی که در آنها با فروش نتایج تحقیقات بهره‌برداری مالی صورت می‌بندند، ارائه آموزش‌های کاربردی مبتنی بر شهریه، سخنرانی‌های اعضای هیئت علمی در خارج از دانشگاه، پروپه‌های تحقیقاتی که توسط گردهای دولتی یا شرکت‌های صنعتی تحت حمایت مالی قرار می‌گیرند ارائه توانسته تجاری تماشای تحقیقات و عقد قراردادهای لیسانس‌های ۱۰ و حق اختراع ۱۱ روز اورده‌اند.

معیار برتری و ارتقاء: در نهایت، فعالیت‌های تجاری دانشگاه به ویژه ارتباطات دانشگاه و صنعت، ادراکات فارغ‌التحصیلان از این نهاد را در جریان این فعالیت‌ها تحت تأثیر قرار می‌دهد (Behrense & Gray, 2001:182). مطالعه روند تحلیل‌های در آموزش عالی ایران حاکی از آغاز فراهم‌سازی تجاری و همکاری دانشگاه و صنعت در اشکال پروپه‌های مشترک دانشگاه می‌باشد. ساخت تأسیس دفاتر دانشگاه و صنعت، ماکرک کارآفرینی، پارک‌های فناوری، دفاتر انتقال فناوری و تأسیس دانشگاه‌های غیرانتفاعی توسط ارائه‌های مادر و ارائه آموزش دانشگاهی به سایر سازمان‌های مهندسی دفاتر ارتباط با صنعت و شرکت‌های عالی ارتباط با دانشگاه و صنعت (Arasteh, 2004:63) می‌توانند مصداقی برای این ادعای باشند. که آموزش عالی ایران صنعت را به عنوان اولین مشتری خود انتخاب کرده و در تلاش برای پاسخگویی به نیاز‌های علمی آن است.

به علاوه، از گزاره‌ها، تکلیف‌های و الزامات قانونی در برنامه توسعه علم و فناوری به صورت: اجازه به دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی کشور و مراکز تحقیقاتی مصوب برای تشویق

10. License
11. Patent
شرکتهای دولتی خدمات علمی، تحقیقاتی و فنی با مقداری خالص و تابع قانون تجارت برخورداری. در همین خصوص، از وظایف شورای عالی علوم، تحقیقات و فناوری در زمینه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی کلان، تصویب سیاست‌های لازم برای تجارت‌سازی دستاوردهای پژوهشی، انتقال فناوری و اشاعه فناوری و توسیع فناوری‌های نوین است. تصویب و ابلاغ آین‌نامه نحوه مشارکت داند پژوهشگران در سود حاصل از تجارت شدن نتایج پژوهش مشابه از این سیاست‌گذاری‌ها در سطح کلان جامعه ایران است (N. R. H. E., 2005).

در سطح خردتری می‌توان به طرح دانشگاه، صنعت امیرکبیر اشاره کرد. به موجب این طرح اعتبار قرارداد می‌تواند برای یک مقاله علمی، پژوهشی محصول شود. برای مثال، استادی که یک قرارداد با یک پژوهشکده پندار می‌رود، را به پایان رسانده باشد، می‌تواند 8 امتیاز پژوهشی دریافت کند. به علاوه، تغییر مدارک استاد نیز از جمله اقداماتی است که این دانشگاه برای ارتقای ارتباط دانشگاه و صنعت انجام داده است. در این زمینه اداره با عنوان «اداره کل واحد‌های تحقیقاتی و فناوری» تشکیل شده که وظیفه اصلی آن ساختن‌های پژوهشکده‌ها و راه اندازی تحقیقاتی موجود در دانشگاه و تیزی‌گیری ماموریت‌ها متاسفگانه با نیازهای جامعه و صنعت تعیین شده است (Arasteh, 2004: 72). طی مرور پر مناقشات شکل گرفته در باره آموزش فعالیت‌های تجاری آموزش عالی ایران به طوری از توجه به کیفیت این فعالیت‌ها و تیزی تهدیدات آن برای ارتقا در درون دانشگاه و پرستیز اجتماعی در بیرون دانشگاه برخوردهای آزمایشی علمی، آزمایش علمی به آزمایش اعتیاد هیئت علمی در مطالعه آزمایشی، تدوین، تحقیق و نشر نتایج به دست آمده بدون دخالت عامل خارجی اخراج می‌شود. فصلنامه آزمایش علمی بر اساس این یاد پوسته که تعیین و به کارگیری داشت ارزشمند‌شده تا در سایه آزمایش علمی افزایش است و سبب تشیع، گشودگی ذهن و انعطاف و پاسخگویی به همکاران و در بعد و سعی بر جامعه می‌شود.

آزمایش علمی جنبه از استقلال دانشگاهی است که بر اساس آن اعتیاد هیئت علمی از آزمایش‌های ممکن آزمایشی از تحمل ایدئولوژی، آزمایش از ارزیابی بستگی مشترکان و آزمایش از فشارهای خارجی (Michael, 1997: 129; Kayrooz et al., 2005: 28). در این گونه کردن امکانات پیشیبندی تحقیقاتی در حد ممکن و با سرعت ممکن از اصول مهم نجسی آزمایش
پیامدهای تجاری سازی در آموزش عالی

(17) 2001: از این رو، تجارت سازی در دانشگاه‌ها می‌تواند باعث آزادی علمی و به‌همچنین تاثیر جویی مثبت بر جویی علمی و پیامدهای مربوط به آن، در تحقیق در زمینه تحقیقات مشترک دانشگاه و صنعت، کمک می‌کند. در زمینه هزینه‌های پیامدهای مربوط به فارغ‌التحصیلان دانشگاهی و تاثیر بر جویی علمی اشکال شده است. در این مقاله تلاش بر آن است تا فوتیج تحقیقات مشترک دانشگاه و صنعت در مقابل هزینه‌های آن مورد استدلال قرار گیرد. به‌عنوان نمونه، تاثیر آماری گذاری (صنعت با دولت) و نوع سرمایه گذاری (یک منبع، در سرمایه‌گذاری) بر فرآیندهای تحقیق و پیامدهای آن به ویژه در جمعیت اصلی‌ترین مصرف‌کننده‌های انتقال بازی‌های دانشگاهی (فارغ‌التحصیلان) بررسی شده است. با وجود دستیابی به نتایج ارائه‌های جزئی در این مقدمه نتایج تجربی صاحب‌نظری می‌باشد که باید تاثیر منفی حمایت مالی صنعت با دولت از تحقیقات دانشگاهی و تجاری فارغ‌التحصیلان نشان نداد. لیکن تحقیقاتی اکتشافی در این مطالعه متغیرهای متعددی را که بر جویی علمی در دانشگاه‌ها تاثیر گذارند، نشان داده است (2001).

در مطالعات اکتشافی با عنوان «آزادی علمی و تجاری سازی دانشگاه‌های استرالیا» با این فرض که در هزاره نوین دانشگاه‌ها در محیط با ویژگی‌ها و ارزش‌های مالی به‌خیابان خود ادامه می‌دهند، تاثیر تغییرات تجاری دانشگاه‌ها (ارائه‌های احترامی مالی به شهره) بر تاثیر مثبت و منفی حمایت مالی صنعت با دولت از تحقیقات دانشگاهی و تجاری فارغ‌التحصیلان نشان نداد. لیکن تحقیقاتی اکتشافی در این مطالعه متغیرهای متعددی را که بر جویی علمی در دانشگاه‌ها تاثیر گذارند، نشان داده است (2001).

Mansuri, 2001
Behrens & Gray, 2001
Kutinlahti, 2005

Downloaded from journal.irphe.ac.ir at 6:21 +0430 on Thursday August 1st 2019

برنامه‌های دوستی: برخی از صاحبنظران ضمن اشاره به فعالیت‌های تجاری دانشگاه و تمرکز آن حول موضوعات کسب و کار و به کرده‌اند که آموزش عالی با انرژی جنبه عملگرایی خود، خواه ناخواه در تدوین برنامه‌های نرمی و نیز قابل شدن اهمیت بیشتر به رشته‌های کاربردی (Gieger, 2004; Bok, 2003; Taylor & Braddock).  

در قبیل روش خواه‌ها، داد (1:2005/2005) و ویژگی‌ها برابر کسب سود، آخرین اهمیت دارد، و دوست داشتن، وقف‌بی‌غرض، علم است، وی با ارائه مفهوم ته سود، 12 تجربی شدن آموزش عالی را گزارش خطرناک در این نهاد می‌پندارد (Gieger, 2004: 389; Green et al., 2005).

جاکوبی ضمن تأکید بر نقش مدیریت دانشگاه در فراوانی تجارتی، نسبت به اصلی مدیریت را تزیین عقلانیت اقتصادی به کاربرد و فعالیت‌های دانشگاه تنظیم کنند. این عقلانیت اقتصادی ابزار تمایل استقلال اقتصادی با کنترل هر دانشگاه بر درآمدها و هزینه‌های خود را وظیفه اصلی دانشگاه نظیر می‌کند (Gieger, 2004). با این تعریف، مدیریت آموزش عالی در Grek et al., (2005) و اعمال آن در گزینش هر چه بیشتر دانشجویان (مدیریت نیست‌نام) و جذابیت مبانی (بازاریابی) و تدوین ساختارهای همسو با آن خواهند داشت.

12. Lure of Profit
13. Marketing Intelligence
ضرورت اجرای تحقیق: آغاز روند تجاری سازی به ویژه تحت سیاست‌کاری‌های کلان جامعه و انتظار از دانشگاه‌ها برای تأمین حداکثر 20 درصد از بودجه‌های عمرانی و خدماتی خود در خروج نمایندگی و مدیران انتقای است. در این شرایط، چه به دلیل الزام به اصل ضرورت بررسی و ارزیابی آنها در سیاست‌های کلان آموزش عالی و چه به دلیل اهمیت نقض حیاتی ارزیابی و هنگام اکنون بر این نهاد در توسعه همه جانبه جامعه، کالبدی شکافی جیران کننده مقابلی و نظام دانشگاه و بازار مهم به نظر می‌رسد. این پدیده که دانشگاه تا حدی قادر خواهد بود با انجام یک سیر فرهنگی از هویت و حرفه‌ای امکان و ارزش‌های آن دفاع کند و با شناخت عوامل تهدیدگر بازار و تجارب و حذف آنها از این کیان دفاع علمی به عمل آورد، موضوعی است که رهیت‌های تحقیق حاضر را شکل داده است. محققان بر این باورند که در صورت شناخت و برخورد صحیح با مسئله و برنامه‌ریزی اصولی این روند، حمایت دستوردهای مثبت باشد (N.R.H.E., 2005). چرا که در کنار آثار به دست آمده تجارت، سازی دستوردهای علمی دانشگاهی، در اهداف متعلک به سند چشم‌انداز و برنامه‌های توسیع و قانون اهداف، وظایف و تنشیلات، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری متعادل است که به تبیین علمی مسائل فرهنگی، سیاسی و اجتماعی در سطح دانشگاه‌های پردیس، این تهیه مدیریت آموزش عالی را به مدیران هر چه بیشتر در روال کمک‌های اکتشافی خود فرا می‌خوانند.تا باید وسیله از بروز بحران به دلیل تفاوت بین علایق بازار و ارزش‌های بناودی دانشگاهی جلوگیری کند. در غیر این صورت، به تعبیر ریدرسون به صراحت می‌توان اذعان کرد که دولت و مؤسسات آموزش عالی در یک خلا سیاست‌گذاری به فعالیت مشغول خواهد بود که حاصل آن قرار بگیرد یا پیامدهای منفی و پیش‌بینی نشده نیست که حاصل فشارهای اجتماعی از جانب سیاست‌گذاری کلان اجتماعی است (Richardson et al., 1998:23). بنابراین، بررسی متغیرهای این تحقیق به عنوان یک اکتیوی تجاری سازی دانشگاه‌ها ضرورت می‌یابد تا سیاست‌گذاران و مسئولان را در این زمینه را کند.
روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف یک تحقیق کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات توصیفی (غيرآزمایشی) و از شاخه مطالعات میانی به شمار می‌آید. از نظر ارتباط بین متغیرهای تحقیق از نوع علی‌ علی است. روش اجرای تحقیق به صورت پیامدی بوده که از مهم‌ترین مراحل آن قابلیت تعییم نتایج به دست آمده است.

متغیرهای تحقیق: متغیر تجاري سازی به عنوان متغیر مستقل و متغیرهای ساختاری هنرجوی علل، گزارش مدیران دانشگاهها، پرسشنامه اجتماعی استادان، آزادی علمی، فرآیند پذیرش اتاتورک - پیاده‌هی و برنامه درسی به عنوان متغیرهای وابسته در نظر گرفته شده‌اند.

فرضیه‌های تحقیق

1. تجاري سازی در آموزش عالی بر ساختار هنرجوی علیم تأثیر دارد.
2. تجاري سازی در آموزش عالی بر گزارش مدیران دانشگاهها تأثیر دارد.
3. تجاري سازی در آموزش عالی بر ادراک‌های استادان از پرسشنامه اجتماعی خویش تأثیر دارد.
4. تجاري سازی در آموزش عالی بر اصول آزادی علمی تأثیر دارد.
5. تجاري سازی در آموزش عالی بر فرآیند پذیرش اتاتورک - پیاده‌هی تأثیر دارد.
6. تجاري سازی در آموزش عالی بر تدوین برنامه درسی تأثیر دارد.

جامعه و نمونه آماری: دانشگاه‌های دولتی (بیشماری و غیرپیروزیکی). دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات، دانشگاه پیام‌ نور، دانشگاه‌های غیرانتفاعی و علمی کاربردی، جامعه‌ای آماری تحقیق را تشکیل داده‌اند. نمونه‌گیری به روش تصادفی‌になりました. حجم نمونه آماری براساس جدول مورگان حدود 230 نفر برابر شده است. 47 تحقیق (تخصیصی و سیاه) بوده اند که از این میان، 56 تحقیق (تخصیصی و سیاه) بوده اند که از این میان، 56 تحقیق (تخصیصی و سیاه) بوده اند که از این میان، 56 تحقیق (تخصیصی و سیاه) B2 76 تحقیقات در دانشگاه‌های ایرانی، 48 تحقیق در دانشگاه‌های غیرانتفاعی و 76 تحقیق در دانشگاه‌های ایرانی، 48 تحقیق در دانشگاه‌های غیرانتفاعی و 76 تحقیق در دانشگاه‌های ایرانی، 48 تحقیق در دانشگاه‌های غیرانتفاعی و 76 تحقیق در دانشگاه‌های ایرانی، 48 تحقیق در دانشگاه‌های غیرانتفاعی و 76 تحقیق در دانشگاه‌های ایرانی، 48 تحقیق در دانشگاه‌های غیرانتفاعی و 76 تحقیق در دانشگاه‌های ایرانی، 48 تحقیق در دانشگاه‌های غیرانتفاعی و 76 تحقیق در دانشگاه‌های ایرانی، 48 تحقیق در دانشگاه‌های غیرانتفاعی و 76 تحقیق در دانشگاه‌های ایرانی، 48 تحقیق در دانشگاه‌های غیرانتفاعی و 76 تحقیق در دانشگاه‌های ایرانی، 48 تحقیق در دانشگاه‌های غیرانتفاعی و 76 تحقیق در دانشگاه‌های ایرانی، 48 تحقیق در دانشگاه‌های غیرانتفاعی و 76 تحقیق در دانشگاه‌های ایرانی، 48 تحقیق در دانشگاه‌های غیرانتفاعی و 76 تحقیق در دانشگاه‌های ایرانی، 48 تحقیق در دانشگاه‌های غیرانتفاعی و 76 تحقیق در دانشگاه‌های ایرانی، 48 تحقیق در دانشگاه‌های غیرانتفاعی و 76 تحقیق در دانشگاه‌های ایرانی، 48 تحقیق در دانشگاه‌های غیرانتفاعی و 76 تحقیق در دانشگاه‌های ایرانی، 48 تحقیق در دانشگاه‌های غیرانتfav.
پژوهش‌های کاربردی بود.

ابزار گردآوری داده‌ها و روایت و پاسخ آن ابزار اصلی گردآوری داده‌ها و پرسشنامه بوده است که در بخش ۱۸ سوال است که ۱۸ سوال برای سنجش متغیر تجاری سازی (سوالات ۱ تا ۱۸ جدول ۱)، ۴ سوال برای سنجش متغیر ساختار هنرجوی علم (سوالات ۱۹ تا ۲۲)، ۶ سوال برای سنجش متغیر گرایش مديبران دانشگاهها (سوالات ۲۳ تا ۲۸): ۶ سوال برای سنجش متغیر پرستی اجتماعی (سوالات ۲۹ تا ۳۲)، ۶ سوال برای سنجش متغیر آزادی علمی (سوالات ۳۳ تا ۳۶)، ۴ سوال برای سنجش متغیر فراهم می‌باشد (سوالات ۳۷ تا ۴۰) و ۷ سوال برای سنجش محتوای نمودار، بررسی نتایج بررسی محتوای نموداری (سوالات ۴۱ تا ۴۷) طراحی و بهبود محتوای نموداری ترمیم شده‌اند (جدول ۲). از ۲۰۰ سوال سنجش توزیع شده ۳۲۲ سوال سنجش عودت داده است. گردآوری پرسشنامه با توزیع در روز ۵۶ روز به طول انجامیده است. (۸۵/۲۴) سوال سنجش به ازای هر پرسشنامه در روز ۵۶ روز به طول انجامیده است.

در طراحی سوالات پرسشنامه دقت لازم به عمل آمده است تا سوالات زبانی، صادقی و واضح کلی، پرخوردار باشد. به تجربه تعيين پاسخگوی پرسشنامه تعیین ۳۰ پرسشنامه در بین معاونان دانشگاهها توزیع و گردآوری شد. ضریب آلفای کرونباخ مقیاس متغیر مستقل (تجاری سازی) با ۱۸ سوال حدود ۸۹ درصد و مقیاس متغیر متغیرهای وابسته (۶ متغیر) با ۳۰ سوال حدود ۹۹ درصد بود که نشان دهنده قابلیت اعتماد ابزار تحقق است. مقیاس متغیر مستقل ۲۰ سوال و مقیاس متغیرهای وابسته ۶ سوال بود که پس از محاسبه قابلیت اعتماد ابزار دو سوال از اولی و شش سوال از دومی حذف شده است. همچنین برای از انتخاب روابط سوالات هم از اعتبار محتمل استفاده شد. برای سنجش اعتبار محتمل پرسشنامه از نظرهای مختصاتی و خبرگان استفاده شده و اصلاحات لازم به عمل آمده و بسیار ترتیب، اطمینان
<table>
<thead>
<tr>
<th>t-value</th>
<th>df</th>
<th>RMSE</th>
<th>GFI</th>
<th>AGFA</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>14.07</td>
<td>22</td>
<td>0.62</td>
<td>0.85</td>
<td>0.82</td>
</tr>
</tbody>
</table>

14. Root Mean Square Error of Approximation
15. Goodness of Fit Index
16. Adjusted Goodness of Fit Index
جدول 1- مدل ادزه‌گی (آزمون اعتبار عامی پرسشنامه) متغیر مستقل مشتری گرایی

<table>
<thead>
<tr>
<th>شماره</th>
<th>سوال ردیابی</th>
<th>ضریب استاندارد</th>
<th>t-value</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>تا چه اندازه وقت خود را صرف کردم؟ (رضا) می‌کنید.</td>
<td>0.83</td>
<td>12/67</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>تا چه اندازه وقت خود را صرف تحقیق در جوزه کریستینا می‌کنید.</td>
<td>0.83</td>
<td>10/88</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>تا چه اندازه وقت خود را صرف تحقیق در زمینه سیاست‌های سازمانی می‌کنید.</td>
<td>0.53</td>
<td>11/97</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>تا چه اندازه وقت خود را صرف تحقیق در زمینه کسب و کار و صنعت می‌کنید.</td>
<td>0.22</td>
<td>0/24</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>در دانشگاه شما تا چه اندازه تحقیقات مشترک دانشگاه و صنعت انجام می‌شود.</td>
<td>0.77</td>
<td>0/30</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>در دانشگاه شما تا چه اندازه ارائه خدمات مشاورهای به مرحله‌داران درون و برون</td>
<td>0.52</td>
<td>0/23</td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td>در دانشگاه شما تا چه اندازه شرکت‌های به منظور فروش و بهره‌برداری مالی تأیید تحقیقات تأسیس شده است.</td>
<td>0.61</td>
<td>12/09</td>
</tr>
<tr>
<td>8</td>
<td>در دانشگاه شما تا چه اندازه امورشیاه‌های کاربردی مثبت بر پرداخت شهروندی ارائه می‌شود.</td>
<td>0.66</td>
<td>9/22</td>
</tr>
<tr>
<td>9</td>
<td>تا چه اندازه اعتیاد هیئت علمی به سختیت علمی در خارج از دانشگاه می‌پردزند.</td>
<td>0.59</td>
<td>0/16</td>
</tr>
<tr>
<td>10</td>
<td>در دانشگاه شما تا چه اندازه پیشنهال‌های تحقیقاتی برای سایر سازمان‌های اندازه‌گیری می‌شود.</td>
<td>0.42</td>
<td>11/27</td>
</tr>
<tr>
<td>11</td>
<td>در دانشگاه شما تا چه اندازه پیروی‌های تحقیقاتی برای سایر سازمان‌های اندازه‌گیری می‌شود.</td>
<td>0.51</td>
<td>12/67</td>
</tr>
<tr>
<td>12</td>
<td>در دانشگاه شما تا چه اندازه شما تا چه اندازه به منظور امروز اعضای سایر سازمان‌ها کارگاه‌های آزمونی برگزار می‌کنید.</td>
<td>0.57</td>
<td>14/77</td>
</tr>
<tr>
<td>13</td>
<td>گزارش سیاست‌نگاران چکر به صورت سازی در گسترش عناصر چگونه نمونه‌برداری می‌شود.</td>
<td>0.61</td>
<td>11/31</td>
</tr>
<tr>
<td>14</td>
<td>تا چه اندازه از عناصر که عناصر عمده در دانشگاهها در گسترش عناصر چگونه نمونه-برداری می‌شود.</td>
<td>0.22</td>
<td>0/24</td>
</tr>
<tr>
<td>15</td>
<td>کمک به افزایش گام می‌گیرد. در دانشگاه‌ها در گسترش عناصر چگونه نمونه-برداری می‌شود.</td>
<td>0.77</td>
<td>9/22</td>
</tr>
<tr>
<td>16</td>
<td>تا چه اندازه گام می‌گیرد. در زمینه امروز و تحقیق می‌شود.</td>
<td>0.50</td>
<td>11/12</td>
</tr>
</tbody>
</table>

\[ \chi^2 = 77.19 \quad \text{RMSE} = 0.16 \quad \text{GFI} = 0.88 \quad \text{AGFI} = 0.79 \]
جدول 2 - مدل انتزاع گیره (آزمون اعتبار عاملی پرسشنامه) متغیرهای رایانه

<table>
<thead>
<tr>
<th>شماره</th>
<th>ابعاد</th>
<th>سؤال</th>
<th>ضریب</th>
<th>t-value</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>19</td>
<td>ساختار متغیر</td>
<td>-2.99</td>
<td>0.006</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>20</td>
<td>ساختار متغیر</td>
<td>-2.87</td>
<td>0.007</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>21</td>
<td>ساختار متغیر</td>
<td>-2.06</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>22</td>
<td>ساختار متغیر</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>23</td>
<td>روابط کننده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>24</td>
<td>روابط کننده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td>25</td>
<td>روابط کننده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>8</td>
<td>26</td>
<td>روابط کننده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>9</td>
<td>27</td>
<td>روابط کننده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>10</td>
<td>28</td>
<td>روابط کننده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>11</td>
<td>29</td>
<td>روابط کننده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>12</td>
<td>30</td>
<td>روابط کننده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>13</td>
<td>31</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>14</td>
<td>32</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>15</td>
<td>33</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>16</td>
<td>34</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>17</td>
<td>35</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>18</td>
<td>36</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>19</td>
<td>37</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>20</td>
<td>38</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>21</td>
<td>39</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>22</td>
<td>40</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>23</td>
<td>41</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>24</td>
<td>42</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>25</td>
<td>43</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>26</td>
<td>44</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>27</td>
<td>45</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>28</td>
<td>46</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>29</td>
<td>47</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>30</td>
<td>48</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>31</td>
<td>49</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>32</td>
<td>50</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>33</td>
<td>51</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>34</td>
<td>52</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>35</td>
<td>53</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>36</td>
<td>54</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>37</td>
<td>55</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>38</td>
<td>56</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>39</td>
<td>57</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>40</td>
<td>58</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>41</td>
<td>59</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>42</td>
<td>60</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>43</td>
<td>61</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>44</td>
<td>62</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>45</td>
<td>63</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>46</td>
<td>64</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>47</td>
<td>65</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>48</td>
<td>66</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>49</td>
<td>67</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>50</td>
<td>68</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>51</td>
<td>69</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>52</td>
<td>70</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>53</td>
<td>71</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>54</td>
<td>72</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>55</td>
<td>73</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>56</td>
<td>74</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>57</td>
<td>75</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>58</td>
<td>76</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>59</td>
<td>77</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>60</td>
<td>78</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>61</td>
<td>79</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>62</td>
<td>80</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>63</td>
<td>81</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>64</td>
<td>82</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>65</td>
<td>83</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>66</td>
<td>84</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>67</td>
<td>85</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>68</td>
<td>86</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>69</td>
<td>87</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>70</td>
<td>88</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>71</td>
<td>89</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>72</td>
<td>90</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>73</td>
<td>91</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>74</td>
<td>92</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>75</td>
<td>93</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>76</td>
<td>94</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>77</td>
<td>95</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>78</td>
<td>96</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>79</td>
<td>97</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>80</td>
<td>98</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>81</td>
<td>99</td>
<td>محدوده</td>
<td>1.73</td>
<td>0.008</td>
</tr>
<tr>
<td>آزادی علمی در دانشگاه شما تا چه افزایش استاد در تغییر نحوه دانشجو در آزاد است</td>
<td>0.24</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>آزادی علمی در دانشگاه شما تا چه افزایش استاد در تعیین موضوع تحقیق و روش تحقیق آزاد است</td>
<td>0.60</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>آزادی علمی در دانشگاه شما تا چه افزایش استاد در انتخاب مهارتان تحقیق آزاد است</td>
<td>0.63</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>آزادی علمی در دانشگاه شما تا چه افزایش استاد در انتخاب مهارتان تحقیق آزاد است</td>
<td>0.64</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

$$\chi^2 = 89.12 \quad \text{RMSE} = 0.28 \quad \text{GFI} = 0.87 \quad \text{AGFI} = 0.69$$

**یافته‌ها و تحلیل**

به منظور سنگین رابطه علی فرضیات از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. این کار علاوه بر اینکه باید به‌نوبه تحلیل عاملی تاییدی است که پیشرفت فرضیه‌های سنگین تحقیق انجام گرفته بود، از طریق شاخص‌های برآورش مدل، اعتبار مدل مفهومی بیشتری شده و از آن نشان می‌دهد. رابطه علمی بین متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری (تحلیل مسیر) و با کمک نرم‌افزار LISREL 8.53 و با کیفیت شد. به طور کلی، هفت مدل اجرا شد که در
مدل اول رابطه سازی تجاری سازی با شش متغیر وابسته سنگین، شد. در نمودار 2 بخشی از نتایج مدل اول (کلی) به روش مدلسازی معادلات ساختاری نشان داده شده است. در جدول 3 خلاصه نتایج شش مدل به دو برابر آزمون فرضیات یک تا شش به روش مدلسازی معادلات ساختاری ارائه شده است.

همانطور که در نمودار 2 ملاحظه می‌شود، تجاری سازی با ساختار هنری علمی رابطه منفی نشان داد است (16/2009-09/42009). یعنی پیشینه دیدگاه‌گرایان معنادارمند که روند تجاری سازی بر ساختار هنری و ارزشی علم تأثیر منفی می‌گذارد. همچنین، رابطه تجاری سازی با مدیریت مثبت به دست آمده است (16/2009). یعنی روند تجاری سازی به بهبود مدیریت در دانشگاه‌ها انگیزه است. بخشی از این مشاهده به دلیل کارایی حاصل از تکنیک مدیریت ریسک خصوصی است که در دانشگاه‌های شرکت‌دار داشته است. رابطه تجاری سازی با پرسسی اجتماعی استدان مثبت بوده است (16/2009). یعنی وقتی استدان با صنعت و دولت رابطه مولک ببردارید، پرسسی اجتماعی آنها بهبود می‌یابد. بهبود وضعیت اقتصادی استدان به بهبود پرسسی اجتماعی آنها منجر

نمودار 2 - مدل‌سازی معادلات ساختاری (مقایسه استدانی و مقایسه)
می‌شود این مسئله از ارزش‌های فعلي جامعه که پول نقش مهمی در آن دارد نیز تأثیر پذیرفته است.

رابطه تجاری سازی با آزادی علمی متفاوت بوده است (36/0-87/0-0-8); یعنی از نظر پاسخگویان جامعه، آماری تجاری سازی آزادی علمی را محدود می‌کند. بخشن این مسئله به این موضوع بررسی گردد که اولویت‌های پژوهشی دانشگاه‌ها از طرف بازار صنعت و دولت تعبیه، می‌شود و دانشگاه آزادی چندانی در این زمینه ندارد. رابطه تجاری سازی با فراپرداز، آموزش و پردازش متفاوت است (16/0-72-76/0-0-0-0); یعنی درگیر شدن استادان در فعالیت‌های تجاری به کمیت و کیفیت آموزش آسیب می‌زند. همچنین، اثر تجاری سازی روی برنامه درسی نیز متفاوت است (15/0-70-60/0-0-0); یعنی برنامه درسی دانشگاه‌ها در این حالته به سمت اولویت‌های بازار و صنعت گرایش پیدا می‌کند و تفکرات ناب و غیر کاربردی تحت شعار قرار می‌گیرد.

همان طور که مشاهده می‌شود، اول‌اً نوجوانی به معنی‌دار بودن همه مقادیر ۴ در سطح اطمینان ۹۹٪ کلیه فرضیات تأیید و اعتبار و برآوردی‌گی مدل‌ها نیز تأیید می‌شود. برای راهیابی به نسبت کای دو درجه آزادی در همه مدل‌ها کمتر از ۳ و نیز مقادیر RMSE، GFI و AGFI در همه مدل‌ها بالای ۹۰ درصد است.

به منظور بررسی و جویدن همبستگی و نیز میزان آن بین متغیر مستقل (تجاری سازی) و متغیرهای وابسته (متغیر) از آزمون همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن استفاده شد. که نتیجه آن در جدول ۴ ارائه شده است: همه ضرایب در سطح اطمینان ۹۹٪ معنی‌دار هستند.

<table>
<thead>
<tr>
<th>جدول ۳ - نتایج آزمون فرضیات</th>
<th>فرضیات</th>
<th>دلال</th>
<th>مقادیر RMSE</th>
<th>مقادیر GFI</th>
<th>مقادیر AGFI</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>مقدار درجه آزادی</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>1</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
جدول ۴- ماتریس همبستگی

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>تجاری سازی</th>
<th>آزادی علمی</th>
<th>پرستیز اجتماعی</th>
<th>گرافش مدیران</th>
<th>پرستیز فرآیند</th>
<th>فرآیند پایداره</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>تجاری سازی</td>
<td>۱</td>
<td>۰۰۱/۴۹۳</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>آزادی علمی</td>
<td>۰۰۱/۴۹۳</td>
<td>۰۰۱/۴۹۴</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>پرستیز اجتماعی</td>
<td>۰۰۱/۴۹۳</td>
<td>۰۰۱/۴۹۴</td>
<td>۰۰۱/۴۹۵</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>گرافش مدیران</td>
<td>۰۰۱/۴۹۴</td>
<td>۰۰۱/۴۹۵</td>
<td>۰۰۱/۴۹۶</td>
<td>۰۰۱/۴۹۷</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>پرستیز فرآیند</td>
<td>۰۰۱/۴۹۵</td>
<td>۰۰۱/۴۹۶</td>
<td>۰۰۱/۴۹۷</td>
<td>۰۰۱/۴۹۷</td>
<td>۰۰۱/۴۹۸</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>فرآیند پایداره</td>
<td>۰۰۱/۴۹۶</td>
<td>۰۰۱/۴۹۷</td>
<td>۰۰۱/۴۹۸</td>
<td>۰۰۱/۴۹۷</td>
<td>۰۰۱/۴۹۸</td>
<td>۰۰۱/۴۹۹</td>
</tr>
</tbody>
</table>

همانطور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، روابط همبستگی بین متغیرهای تجاری سازی و آزادی علمی (۰/۴۹۴) و تجاری سازی و ساختار هنری (۰/۴۹۵) و تجاری سازی و پرستیز اجتماعی (۰/۴۹۶) و تجاری سازی و گرافش مدیران (۰/۴۹۷) و تجاری سازی و برنامه درسی (۰/۴۹۷) و تجاری سازی و ساختار هنری (۰/۴۹۸) و آزادی علمی و ساختار هنری (۰/۴۹۹) و آزادی علمی و پرستیز اجتماعی (۰/۴۹۹) و آزادی علمی و گرافش مدیران (۰/۵۰۰) و آزادی علمی و برنامه درسی (۰/۵۰۰) و آزادی علمی و فرآیند پایداره (۰/۵۰۰) و ساختار هنری و پرستیز اجتماعی (۰/۵۰۱) و ساختار هنری و گرافش مدیران (۰/۵۰۲) و ساختار هنری و برنامه درسی (۰/۵۰۲) و ساختار هنری و پرستیز اجتماعی (۰/۵۰۲) و برنامه درسی (۰/۵۰۲) و پرستیز اجتماعی و گرافش مدیران (۰/۵۰۳) و پرستیز اجتماعی و برنامه درسی (۰/۵۰۳) و پرستیز اجتماعی و فرآیند پایداره (۰/۵۰۳) و گرافش مدیران و برنامه درسی (۰/۵۰۴) و گرافش مدیران و فرآیند پایداره (۰/۵۰۴) و برنامه درسی و فرآیند پایداره (۰/۵۰۴) به دست آمده است. ضرایب گویای آن است که علی رغم همبستگی منفی تجاری سازی با چهار مؤلفه (آزادی علمی، ساختار هنری، برنامه درسی و فرآیند پایداره) مؤلفه‌های مزکور به همراه پرستیز اجتماعی استاندارد و گرافش
هدف اصلی این تحقیق بررسی تأثیر روابط مسئولیت‌گرا و تجارتی سازی بر مؤلفه‌های ساختار ارزشی و هنجاری آموزش عالی، اصول آزادی علمی، فراپین، تدوین برنامه درسی، فراپین باداهی - یادگیری، ادراکات اعضای هیئت علمی از پروپتست اجتماعی خویش و گرایش مدیران دانشگاه‌ها به تدوین ساختارهای جدید دانشگاهی است. این مقاله با ارائه متغیرهای مهم و مالکی-سببی در دانشگاه‌ها که عقلانیت دانشگاهی را برای این شکل می‌دهد، می‌تواند روش‌گر مدیریت دانشگاه‌ها در اتخاذ هوشمندانه روابط مدیریتی نوین تجارتی شدن و پردازش محصولات ارزش‌آمیز دانشگاهی و تدوین استراتژی‌های مطلوب و اگاهی در این خصوص باشد و ضمن بهره‌گیری از مزایای تجارت سازی از آسیب‌های آن در امان باشد.

بررسی روند‌های تاریخی در حوزه مدیریت نشان می‌دهد که هرگاه مدیریت نهادی به‌دست بررسی‌های جامعه‌شناختی و آگاهی از اباع بعضاً مهم‌تر به‌دنده استراتژی‌های مرتبط به موضوع‌بندی برداخته است، به دنبال بروز بحران‌هایی در آن، دچار ابهام و تردید در تداوم و استمرار موضوع مورد نظر شده است. از آن‌جایی که این روند در جامعه دانشگاه‌ها ایران با سیاست‌گذاری کلان آموزش عالی در زمینه تجارتی سازی تابعیت تحقیق آموزش‌شده و به علاوه، سیاست‌های مرتبط با تجارتی سازی آموزش و تحقیق در سطح دانشگاه‌های جامع ایران تأثیر منفی بر پدیده‌های نوسازی و از نظر مسائل مربوط به دکترین نهاد و مضافات اینکه سیاست‌های متنوع و بعضاً شخصی در این خصوص فراوان می‌باشد، می‌شود، ضروری است تأثیر بیشتر و مشاهده در این خصوص به عمل آید و با مطالعه عمقی‌تر در باره اباع و نتایج موضوع تجارتی شدن محصولات و تولیدات دانشگاه‌های ایران و به منظور تعیین راهکارهای مناسب این روند به حرکت آن در جهت صحت پایدار شود.

مطالعه نظام‌های آموزش عالی و بررسی روند تحولات جهانی حکایت از گرایش‌های دانشگاه‌ها به سوی بزار دارد. حاصل این حرکت شکل‌گیری خرد به عارضه گرفتگی شده‌ای از
بازار و بازرگانی است که نمود عینی آن را می‌توان در شکل فعالیت‌های تجاری داشته‌گاه ملاحظه کرد. در واقع، از دیدی کارکردگرایانه نهاد دانشگاه، اینکه به حکم ضرورت و اقتضبا در تلاش است در محیط دیگری غیر از محیط فرهنگی خود با یگانه و دوم داشته باشد، لذا در جریان یک فرآیند چالش بر انگیز سعی دارد در این نظام (نظام بازار) کارکردگی جدیدی بپاید. یا کارکردگی اجرای دیگر نظام را به نهایت تحت دسته‌بندی بازار می‌نماید. این قضیه که دانشگاه تا چه حد قادر خواهد بود با ایجاد یک سیر فرهنگی از همین و حرمت اجزای نظام و ارزش‌های آن دفاع کند و یا شناخت عوامل نهادی گروه بازار و نجات و حفظ آنها از این کیان دفاع علمی به عمل اورد، موضوعی بود که رشته‌های تحقیق حاضر را شکل داد. نتایج حاصل از پژوهش حاکمیت از آن دارد که تعامل دانشگاه و بازار موجب تبدیل‌آوری ارزش‌های دانشگاهی جدیدی علمی، جریان واگذاری‌یا به‌اکثریت، پرستاری (رجمه) اجتماعی اعضا هیئت علمی بر پردازش درسی، تحقیقات بنیادین، راه و رسم علمی و سایر مدیریت دانشگاهی است.

اصولاً دانشگاه‌ها بر خلاف بازار و نجات به از خصوصیات اقتصادی برخورد ندارند. جاودان ماهیت هنرجویی می‌سازد و تطبیق آنها با پیشرفت و ترقه کارفرما-کارگر نیستند. لذا، محدودیت‌های محیطی علمی و جویارهای دانشگاهی به بهبود غیر از نیروهای صنایعی، تجاوز به اقتصاد دانش محیطی می‌شود و پاسخ‌های عاطفی به چنین تهیه‌گی کاملی که تئیپرین حاضر به زمین محققان حل الین تر و آنتی‌ز می‌تواند، نجات به نظر انتساب مسئول در نهایت انتها به نهایی باشد. بنابراین، پیشنهاد کارهای دانشگاهی به دیدگاه مورد توجه این:
1. هنرجه‌های علمی را به صورت بیانیه‌ای درآورند و به صورت شفاف در انتخاب استادان و دانشجویان قرار دهند. تا این هنجره در دانشگاه نهاده شود.
2. بر اساس آزمایش علمی و قانون‌نامه، کردان آن در فرآیند تجارت سازی تحقیقات علمی تأکید کنند. تا اولویت‌های دانشگاه درون‌نشدن و دولت و صنعت برای دانشگاه اولویت‌ها را تعیین نکنند. در غیر این صورت، دانشگاه مداوم دولت و صنعت می‌شود.
3. احیا و توانمندی کردان جایگاه علم در عین صیانت از کرامت دانشگاهیان، نحوه به این نکته حائز اهمیت است که با وجود تأثیرات رشته‌ای، دانشگاهی و نظام ملی، ارزش‌ها و عقایدی وجود دارد که استادان همه رشته‌ها را سامان می‌دهند. دانشگاهیان علی رغم نوع آموزش عالی به ابزارهای های متعالی چندی متعهدند که عنا و ارزش کارشناسی را برای خود و دیگران با آن توضیح می‌دهند. همین ارزش‌ها بی‌پروین دیده‌نگاره استادان و انتظارات آنها از دانشگاه و سیاست‌های نهاد آموزش عالی تأثیر می‌گذارد. بی‌بیش این نتیجه است نظام پیاده‌سازی و لذا، کسب اعتبار در جامعه و دانشگاه معطوف به این ارزش‌هاست.
4. ایجاد توانایی در کردن‌های جامع علمی به انواع تحقیقات و رشته‌های علمی. تمرکز محض از نوع خاصی از روش‌ها و روش‌های علمی تبدیل و دوم سایر پژوهش‌های علمی و حوزه‌های آموزشی را به عنوان فعالیت‌های اجتماعی با ارزش تبدیل می‌کند. گرایش به تحقیقات سفارشی پیوند نیاز. تحقیقات درون‌زایی دانشگاهی را تحت شعار قرار دهد.
5. ارزیابی و فرا ارزیابی تعامل دانشگاه و بازار و پژوهشی و فناورانه. خود که در نهایت، سبب تقویت و توانمندی هر چه بیشتر هنرجه‌ها و ارزش‌های این نهاد شود.
6. ضرورت کارآفرینی ایجاد تکنیک در مانند مالی و درآمدزایی و متخصصی‌های هر یک فاقده در مدیریت نیاز به معنای نامیده شدن رسانه‌های نقد اجتماعی و فرهنگی، روشن‌کردهای دانشگاهی، زندگی علمی در پردیس دانشگاهی و ارزش‌های دانشگاهی تلقی شود.

References


10. Furres, O. (2005); *The Impact of Employee' Individual Values on Their Attitudes Toward Market Orientation*; pp. 4-53 .


12. Glazer, N. (2004); *The University for Sale*; Public Interest, 154; ABI/ INFORM Global, pp. 112-118.


18. Kreber, C. & C. Mhina (2005); *The Values We Prize: A Comparative Analysis of the Mission Statement of Canadian Universities*.


27. Poskiene, A. (2002); University Organizational Culture – the Complex Educational Factor of Higher Education; Summary of the Doctoral Dissertation.


Received: 2. 7. 2007

Accepted: 5. 12. 2007