

(مقاله پژوهشی)

نقش آموزش کارآفرینی و خلاقیت مدرس بر قصد کارآفرینانه دانشجویان مراکز آموزش عالی علوم دریایی هرمزگان

وحید مکی‌زاده^{۱*}، رضا خرم^۲، شیما بحری^۳، فاطمه شراعی^۴

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر آموزش کارآفرینی و خلاقیت مدرس بر قصد کارآفرینانه دانشجویان انجام گردید. پژوهش از نظر هدف از نوع کاربردی و از نظر روش گردآوری داده ها، کتبی بود. روش تجزیه و تحلیل داده های تحقیق، رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری بود. به منظور گردآوری اطلاعات از روش میدانی و پرسشنامه در بازه زمانی شهریور تا مهرماه ۱۳۹۸ استفاده شد. جامعه آماری پژوهش را دانشجویان مراکز آموزش عالی علوم دریایی استان هرمزگان که دوره های آموزش کارآفرینی را گذرانده‌اند تشکیل می دهند. حجم نمونه نیز با استفاده از جدول مورگان ۳۸۴ نفر تعیین گردید. پس از بررسی ادبیات نظری مربوط به آموزش کارآفرینی فرضیات پژوهش طرح گردید. جهت تعیین پایایی و روایی ابزار از تکنیک های آلفای کرانباخ و تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد، نتایج بیانگر پایایی و روایی مطلوب ابزار بود. به منظور آزمون فرضیات پژوهش از روش مدلسازی معادلات ساختاری استفاده شد. پنج فرضیه با مقدار آماره t- values بزرگ تر از ۱/۹۶ تایید و دو فرضیه نیز رد شد.

نتایج پژوهش نشان داد که خلاقیت مدرسان تأثیر مثبت و معنی داری بر قصد کارآفرینی دانشجویان داشته و همچنین رابطه‌ی خلاقیت مدرسان با آموزش کارآفرینی مثبت و معنی دار است. از سوی دیگر، آموزش کارآفرینی تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینانه دارد. ضمن اینکه تاثیر آموزش کارآفرینی بر توانایی کارآفرینی و دانش کارآفرینی نیز تایید گردید. علاوه بر این، تاثیر دانش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی نیز تایید نگردید. تاثیر توانایی کارآفرینی، آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی نیز تایید گردید.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، آموزش کارآفرینی، خلاقیت مدرس، قصد کارآفرینانه، مراکز آموزش عالی علوم دریایی، هرمزگان

تاریخ دریافت مقاله: ۹۹/۰۱/۲۷

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۹/۰۶/۱۵

۱. استادیار مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه هرمزگان (نویسنده مسئول: v.makizadeh@hormozgan.ac.ir)

۲. کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه هرمزگان

۳. کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه هرمزگان

۴. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران

مقدمه

کشور ایران با در اختیار داشتن بیش از ۵ هزار کیلومتر مرزهای آبی در شمال و جنوب، و قابلیت‌های فراوان بالا در صنایع دریامحور مانند کشتی‌سازی، شیلات، دریانوردی و گردشگری دریایی، دارای ویژگی‌های و مزیت‌های قابل توجهی در حوزه دریا است. به گونه‌ای که ۹۰ درصد مبادلات تجاری فرامرزی کشور نیز از طریق دریا انجام می‌پذیرد. با این وجود سهم اقتصاد دریا از تولید ناخالص داخلی با قابلیت‌های صنایع دریامحور در کشور همخوانی ندارد؛ به طوری که تنها حدود یک درصد از اشتغال کشور با اتکاء به چنین ظرفیتی صورت گرفته است (محمود زاده و همکاران، ۱۳۹۷). در رتبه‌بندی موسسه World fleet statistics در سال ۲۰۱۵، ایران از نظر بهره‌برداری از دریا در میان ۲۵ کشور رتبه ۲۱ را به خود اختصاص داده است. (روزنامه دنیای اقتصاد شماره روزنامه ۴۵۲۷، ۱۳۹۷). ظرفیت‌های گسترده دریایی کشور می‌تواند نقش بسزایی در تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی نیز ایفا کنند. از سوی دیگر، چالش‌های اقتصادی پیش رو، بهره‌گیری هرچه بیشتر از ظرفیت‌های اقتصادی دریا را الزام‌آور می‌سازد. تحقق این امر می‌تواند از طریق ترویج فرهنگ کارآفرینی دریایی، کشف و خلق فرصت‌های کارآفرینانه، نوآوری و خلاقیت در بستر فرصت‌های اقتصادی دریامحور صورت گیرد (محمود زاده و همکاران، ۱۳۹۷).

براین اساس توجه به کارآفرینی می‌تواند پتانسیل‌های بالقوه دریایی را در جهت بهبود رشد اقتصادی، اشتغال و در نتیجه رفاه عمومی به کارگیرد (موحدی و همکاران، ۱۳۹۳). بر پایه پژوهش‌های انجام‌شده، کارآفرینی یک رفتار ارادی برنامه‌ریزی‌شده است که می‌تواند موجب تسریع روند توسعه اقتصادی، افزایش اشتغال و بهبود وضعیت زندگی افراد جامعه شود (قناعتی و همکاران، ۱۳۹۶). در واقع کارآفرینی فرایندی است که در آن فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید و با بسیج منابع مبادرت به ایجاد کسب‌وکاری نو، سازمانی جدید و نوآور (البته با پذیرش ریسک) می‌کند و منجر به معرفی محصول و یا خدمت جدیدی به جامعه می‌شود (اسچورن برگ^۱، ۲۰۱۲).

پژوهش‌های زیادی در حوزه کارآفرینی و فرایند راه‌اندازی کسب‌وکار صورت گرفته است. اما به مرحله تصمیم‌گیری جهت ورود به فعالیت‌های کارآفرینانه کمتر پرداخته شده است. حال آن‌که پیش از راه‌اندازی کسب‌وکار جدید، فرایند تصمیم‌گیری قرار دارد. طی فرایند تصمیم‌گیری به عوامل و عناصری که موجب می‌شود فرد از میان گزینه‌های شغلی مختلف، انتخاب فعالیت کارآفرینانه را انتخاب کند پرداخته می‌شود. به‌عنوان نمونه، تبیین عوامل شخصیتی و محیطی مؤثر بر ایجاد کسب‌وکار بیشتر مورد توجه بوده است تا چرایی و چگونگی تصمیم‌گیری افراد برای راه‌اندازی کسب‌وکار. از این رو، تمرکز پژوهشی عمدتاً بر مطالعه تأثیر عوامل فردی (توفیق طلبی، خطرپذیری استقلال‌طلبی، خلاقیت و ...) و حمایت‌های جامعه برای توسعه کسب‌وکارهای کارآفرینانه بوده است. حال آنکه پژوهش‌های اندکی جهت شناخت دقیق این پدیده و عوامل تقویت‌کننده آن انجام شده است. در ادبیات روانشناسی، قصد یکی از مهم‌ترین پیشایندهای رفتار به شمار می‌رود (مرادی و همکاران، ۱۳۹۷). از آنجا که تصمیم‌گیری برای کارآفرینی یک تصمیم داوطلبانه و آگاهانه به شمار می‌رود، قصد کارآفرینانه را می‌توان به‌عنوان پیشاینده انتخاب مسیر کارآفرینانه مطرح نمود. قصد کارآفرینانه به‌عنوان اولین کنشی که فرد، قبل از آغاز رسمی راه‌اندازی کسب‌وکار و یا تولید و فروش اولیه مربوط به کسب‌وکاری انجام می‌دهد، تعریف شده است (رحمانیان کوشکی و همکاران، ۱۳۹۱). از این رو، قصد کارآفرینی را می‌توان عاملی مؤثر بر رفتار کارآفرینانه (صیف و همکاران، ۱۳۹۳) و یا همان نیت درونی فرد برای آغاز کسب‌وکار جدید و طرح‌ریزی آگاهانه برای تحقق این هدف در آینده قلمداد کرد (تامپیون^۲، ۲۰۰۹). امری که به احتمال فراوان به افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه و در نتیجه توسعه کارآفرینی منجر می‌شود (باقرصاد و همکاران، ۱۳۹۲).

مجموعه‌ای از عوامل در ایجاد قصد کارآفرینی تأثیرگذارند. عمده بررسی‌های انجام‌شده بیانگر آن است که کارآفرینی و یا دست‌کم بخش‌های مشخصی از آن، قابل آموزش و فراگیری بوده و به همین دلیل آموزش عاملی کلیدی جهت تقویت کارآفرینی به شمار می‌رود (مارتین^۳ و همکاران، ۲۰۱۳، کریمی^۴ و همکاران ۲۰۱۶). این دیدگاه نسبت به کارآفرینی سبب

¹ Schurenberg

² Thompson

³ Martin

⁴ Karimi

رشد چشمگیر آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های سراسر جهان شده است (فرشتر^۱ و همکاران، ۲۰۱۳). از همین رو دولت‌ها در کشورهای مختلف اعم از توسعه‌یافته و در حال توسعه می‌کوشند با حداکثر امکانات و بهره‌برداری از دستاوردهای پژوهشی، شماری از افراد جامعه را که دارای ویژگی‌های کارآفرینی هستند به آموزش کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینانه هدایت کنند (موحدی و همکاران، ۱۳۹۳). دانشگاه‌ها نیز در تغییر رویکردی بنیادین، اهداف توسعه اقتصادی و اجتماعی را مدنظر قرار داده و آموزش کارآفرینی دانشجویان را به عنوان یکی از ماموریت‌های محوری خود دنبال می‌نمایند (باربارا سانچز و آتینزا ساهوکوئیلو، ۲۰۱۸). در تحولات اخیر نظام‌های آموزشی، رویکرد هدفمندی جهت تلفیق کارآفرینی در برنامه‌های آموزشی به‌منظور رشد اشتغال اتخاذ شده تا از این راه بتوانند کیفیت فرایندهای آموزشی را بهبود بخشیده، و قابلیت‌ها و شایستگی‌های کارآفرینانه در دانش‌آموختگان را افزایش دهند (قربانی و همکاران، ۱۳۹۳). مطالعه فراترکیب گالواثو و همکاران (۲۰۱۷) نشان می‌دهد که آموزش کارآفرینی تسهیل‌گر محوری در توسعه اقتصادی و منطقه‌ای و مسیر توسعه مهارت‌های کارآفرینانه افراد به شمار می‌رود. از همین رو نیز به یکی از اولویت‌های نظام حکمرانی در کشورهای مختلف تبدیل شده است.

آموزش کارآفرینی را می‌توان در دو رویکرد گسترده یا محدود تعریف کرد (لین کیانگ^۲، ۲۰۰۱). در رویکرد گسترده آموزش کارآفرینی عبارت است از: فلسفه آموزشی جهت توسعه و بهبود کیفیت اولیه کارآفرینی دانشجویی از طریق اصلاح برنامه درسی، محتوای آموزشی و روش‌های تدریس. در رویکرد محدود نیز عبارتست از فعالیت‌های کلاسی با هدف آموزش دانشجویان برای کسب دانش، مهارت‌ها و کیفیت روانی موردنیاز و غیره. در مجموع آموزش کارآفرینی به معنای توسعه مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی، تخصیص بودجه، ارائه خدمات مشاوره‌ای و روش‌های دیگر جهت فعال کردن دانشجویان برای ایجاد توانایی راه‌اندازی کسب‌وکار است (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۴). وو و وو^۳ (۲۰۰۸)، برای آموزش کارآفرینی دو کارکرد اصلی مطرح می‌کنند. انتقال دانش و اطلاعات، و توسعه توانایی. علاوه بر این، آنها استدلال می‌کنند که آموزش می‌تواند درک افراد از توانایی‌شان را با به کار گرفتن رفتار آگاهانه تغییر دهد. برخلاف آموزش‌های عمومی، آموزش کارآفرینی بر تقویت استعدادها منحصربه‌فرد و مهارت‌های کارآفرینی تمرکز دارد. در همین راستا سوتاریس^۴ و همکاران (۲۰۰۷) به این نتیجه رسیدند که آموزش کارآفرینی از سه طریق بر قصد کارآفرینی دانشجویان تأثیر می‌گذارد: یادگیری، الهام بخشی، بهره‌برداری از منابع.

افراد می‌توانند از طریق آموزش‌های کارآفرینی اطلاعات زیادی در مورد چگونگی شروع کسب‌وکار جدید کسب کنند. الهام بخشی به این معنی است که آموزش کارآفرینی می‌تواند ذهن فراگیران را تغییر دهد و آن را ارتقاء بخشد. افرادی که همیشه در مورد کارآفرینی مردد هستند اصلاً کارآفرین نمی‌شوند زیرا تردید مانع از تصمیم‌گیری آنها می‌گردد. الهام‌بخشی مرحله‌ای ضروری برای تغییر ذهن و رفتار فرد است. درنهایت، بهره‌برداری از منابع از طریق آموزش کارآفرینی به منظور کسب درآمد صورت می‌گیرد. به‌عنوان نمونه، افراد می‌توانند در هنگام گذراندن دوره‌های کارآفرینی با هم‌تایان خود ارتباط برقرار کنند، روابط یا شبکه‌های ارتباطی می‌تواند اطلاعات گوناگون مرتبط با منافع مورد نیاز را در اختیار کارآفرینان قرار دهد (پوروانا و سحود^۵، ۲۰۱۷؛ سوتاریس و همکاران، ۲۰۰۷). در واقع چنانچه آموزش کارآفرینی به‌طور مؤثر انجام شود بر روی قصد دانشجویان برای تبدیل شدن به کارآفرین تأثیر می‌گذارد. مطالعات پیشین نشان داده‌اند که آموزش کارآفرینی پتانسیل ایجاد قصد در افراد برای کارآفرین شدن را دارا است (پریانتو^۶، ۲۰۱۲؛ چینا^۷ و همکاران، ۲۰۱۷؛ راج^۸، ۲۰۱۵). با این‌وجود نرخ بالای بیکاری فارغ‌التحصیلان مراکز آموزش عالی نشان‌دهنده کاستی‌هایی در آموزش کارآفرینی (حسینانی^۹، ۲۰۱۷)؛ به‌ویژه عدم

¹ Fretschner

² Lin Qiang

³ Wu & Wu

⁴ Souitaris

⁵ Purwana & Suhud

⁶ Priyanto

⁷ Ghina

⁸ Rauch

⁹ Husnaini

خلاقیت و نوآوری مدرسان در ارائه و آموزش کارآفرینی است (اسمی^۱ و همکاران، ۲۰۱۵). این موضوع بیانگر اهمیت و کارکرد مؤثر خلاقیت مدرسان کارآفرینی در ایجاد قصد کارآفرینی می‌باشد. همسو با تغییرات در نظام‌های آموزشی، ضرورت انطباق اساتید با نظام آموزشی جدید و توانمندسازی آنها مطرح می‌گردد (بلیمپو و پوگاچ، ۲۰۱۹). چرا که مدرسان کارآفرینی در تقویت تفکر طراحی در دانشجویان و قابلیت انطباق آنها با محیط پیچیده و متغیر اهمیت و تاثیر بسزائی دارند (لینتون و کلینتون، ۲۰۱۹).

خلاقیت مدرسان یک جنبه ضروری از آموزش کارآفرینی است که موجب یادگیری عمیق کارآفرینی در دانشجویان می‌گردد (بقتو^۲ و همکاران، ۲۰۱۴). خلاقیت مدرسان مفهومی چندوجهی است. نخست، مدرسان خلاق از فنون، ابزارها و روش‌های یادگیری استفاده می‌کنند که موجب توسعه خلاقیت دانشجویان می‌گردد. دوم، از شیوه‌هایی استفاده می‌کنند که موجب بهبود مهارت‌های تفکر فعالانه و خلاق دانشجویان می‌گردد. سوم، مدرسان خلاق وظایفی را برای دانشجویان تعیین می‌کنند که آنها را قادر می‌سازد از استراتژی‌های متنوعی مانند طوفان مغزی، انعکاس با بازگشت، تأمل، تجزیه و تحلیل و روابط علی برای حل مشکلات استفاده کنند. چهارم، فعالیت‌هایی را طراحی می‌کنند که بتواند به دانشجویان تفکر خلاقانه و ابتکاری را تعلیم دهد. پنجم، مدرسان خلاق همیشه دانشجویان را در وضعیتی قرار می‌دهند که بتوانند در آن به کشف نوآورانه منابع و ایده‌ها بپردازند (ویبوو^۳ و همکاران، ۲۰۱۸). علاوه بر این، بقتو و همکاران (۲۰۱۴)، نتیجه می‌گیرند که خلاقیت به دو دلیل مهم بسیار مورد نیاز است: نخست، جوامع امروزی به شدت به شخصیت‌های خلاق برای بهبود کسب‌وکار نیاز دارند (ویبوو و همکاران، ۲۰۱۸؛ بقتو و همکاران، ۲۰۱۴؛ پلاکر^۴ و همکاران، ۲۰۱۱). ویژگی‌های محوری خلاقیت مانند انعطاف‌پذیری، اصالت و سازگاری برای پایداری کسب‌وکار نیز مهم است (آلنیزی^۵، ۲۰۰۸). دوم، خلاقیت مدرسان در صورتی که منجر به خلاقیت فراگیران شود به طور چشمگیری یادگیری در دوره آموزشی را تقویت می‌کند. ایکاواکو و همکاران (۲۰۱۰) معتقدند که مدرسان رکن اصلی توسعه و ترویج کارآفرینی محسوب می‌شوند به گونه‌ای که مدرس آگاه و توانا می‌تواند با بهره‌گیری از روش‌ها و راهبردهای خلاق تدریس، فضای مناسب خلاقیت را در کلاس به وجود آورد. بقتو و همکاران (۲۰۱۴)، بیان می‌کنند خلاقیت مدرس باید دائماً توسعه یابد تا آموزش کارآفرینی به طور مؤثر بر قصد کارآفرینی دانشجویان تأثیر بگذارد.

با مرور مطالعات پیشین (لوپ، ۲۰۱۴) درمی‌یابیم که بررسی تأثیر خلاقیت مدرس و ارتباط آن با آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینی دانشجویان، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. حال آنکه، عامل خلاقیت و نوآوری مدرسان در آموزش کارآفرینی بسیار مؤثر و حائز اهمیت است. خلاقیت و نوآوری مدرسان آموزش کارآفرینی را کارآمد می‌کند و به نوبه خود نظر دانش‌آموختگان را به سمت قصد کارآفرینی ترغیب می‌کند (آلتان^۶، ۲۰۱۵؛ پراینتو^۷، ۲۰۱۲). علیرغم اهمیت خلاقیت مدرسان کارآفرینی و ارتباط مستقیم آن با توسعه‌ی آموزش‌های کارآفرینی در مراکز آموزشی دریایی، مطالعه این امر در این گروه از مراکز آموزشی نیز چندان مورد توجه قرار نگرفته است (محمدی و وکیل‌الرعا، ۱۳۹۷).

با توجه به رکن کلیدی توسعه اقتصاد دریامحور در اسناد توسعه‌ای کشور و اقتصاد مقاومتی و همچنین نظر به توسعه روزافزون آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های علوم دریایی کشور هدف از این مطالعه بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی و خلاقیت مدرسان بر روی قصد کارآفرینانه دانشجویان مراکز آموزش عالی علوم دریایی هرمزگان می‌باشد. در زمینه ارتباط بین متغیرهای پژوهش، مطالعات مختلفی صورت گرفته است که در ادامه به مواردی از آنها اشاره می‌گردد:

آموزش کارآفرینی در ایجاد و افزایش قصد کارآفرینانه و در نتیجه افزایش احتمال وقوع کارآفرینی مؤثر است (میترا و ماتلای، ۲۰۰۴). هونگی^۸ و همکاران (۲۰۱۶) به بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر نگرش اجتماعی، خودکارآمدی و قصد کارآفرینی در بین ۲۰۰ نفر از دانشجویان رشته مهندسی از سه دانشگاه هونگ کونگ پرداخته است. نتایج نشان داد به منظور تقویت قصد

¹ Esmi

² Beghetto

³ Wibowo

⁴ Plucker

⁵ Alenizi

⁶ Altan

⁷ Priyanto

⁸ Hongyi & et al.

کارآفرینی دانشجویان آموزش خلاقانه کارآفرینی لازم و ضروری است. مرادی (۱۳۸۹) در تحقیقی با عنوان «تأثیر آموزش‌های تشخیص فرصت بر قصد کارآفرینانه دانشجویان پرستاری دانشگاه آزاد زنجان» با روش شبه آزمایشی پیش‌آزمون و پس‌آزمون با گروه گواه، تأثیر یک دوره برنامه آموزش کارآفرینی با تمرکز بر بحث تشخیص فرصت‌ها در بخش بهداشت و سلامت را مطالعه کرده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که قصد کارآفرینانه گروه آزمایش بعد از اجرای برنامه آموزش تشخیص فرصت‌ها تفاوت معناداری با قبل از اجرای برنامه آموزش ندارد. علت این مسئله از دیدگاه محقق بالا بودن جذابیت استخدام و امید به استخدام در دانشجویان پرستاری است. وو و وو (۲۰۰۸) در تحقیق خود با عنوان "تأثیر آموزش عالی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه در چین" با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری از بین ۱۵۰ دانشجو به این نتیجه دست یافتند که آموزش کارآفرینی از طریق انتقال دانش و توسعه توانایی افراد، موجب افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه می‌گردد.

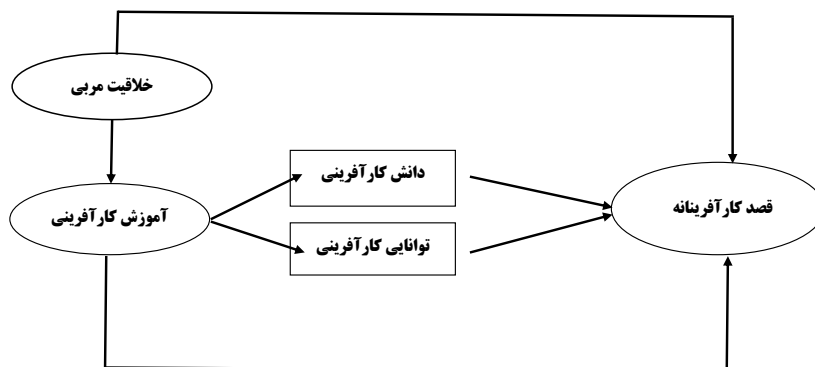
طهماسبی و همکاران (۱۳۹۶) به بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان حضوری و مجازی دانشجویان ارشد دانشکده کارآفرینی پرداختند. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که بین دانشجویان حضوری و مجازی در خصوص نگرش، کنترل رفتار ادراک‌شده، قصد کارآفرینانه و رفتار کارآفرینانه تفاوت معناداری وجود دارد و دانشجویان مجازی نسبت به دانشجویان حضوری در هر متغیر قوی‌تر هستند. درواقع، دانشجویان مجازی بیش از دانشجویان حضوری رفتار کارآفرینانه را از خود بروز می‌دهند. دانشجویان حضوری شاغل در دو متغیر کنترل رفتار ادراک‌شده و رفتار کارآفرینانه نسبت به گروه حضوری غیر شاغل قوی‌تر بوده‌اند. در گروه دانشجویان مجازی شاغل و غیر شاغل فقط برای کنترل رفتار ادراک‌شده تفاوت معناداری مشاهده شده و این متغیر در گروه مجازی غیر شاغل قوی‌تر است.

بارانی و همکاران (۱۳۸۹) در مطالعه‌ای به بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان رشته مهندسی صنایع دانشگاه پیام نور کرمانشاه پرداخته‌اند. نتایج به‌دست‌آمده از مطالعه آن‌ها نشان می‌دهد که ارتباط مثبت و معنی‌داری بین نگرش درباره کارآفرینی، هنجارهای ذهنی، باور به خودکارآمدی و رفتار کارآفرینانه وجود دارد. رحمانیان و همکاران (۱۳۹۱) دریافتند که ادراکات دانشجویان از محیط کارآفرینانه دانشگاه بر تقویت رفتارهای کارآفرینانه آنان تأثیرگذار می‌باشند. گالووی^۱ (۲۰۰۵) در تحقیقی بروی ۵۱۹ نفر از دانشجویان چهار دانشگاه اسکاتلند دریافت که آموزش کارآفرینی برافزایش مهارت‌های دانشجویان در خلاقیت توانایی کار گروهی و اعتمادبه‌نفس و همچنین مهارت‌های ارتباطی و مدیریت اثرگذار بوده است. قاسمی و اسدی (۱۳۸۹) در تحقیقی با جامعه آماری ۶۸۶ نفر از دانشجویان تحصیلات تکمیلی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب با تعداد ۱۵۰ نفر به‌عنوان پاسخگو، به این نتیجه رسیدند که آموزش کارآفرینی یکی از متغیرهای مؤثر بر کارآفرینی دانشجویان است. پژوهش باقرصاد و همکاران (۱۳۹۲) در بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های فنی و حرفه‌ای نشان داد که آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی و درک امکان‌پذیری دانشجویان رشته‌های فنی و حرفه‌ای تأثیرگذار است. یافته‌های پژوهش تجربی سانچز (۲۰۱۳) در میان ۷۲۹ دانشجو در گروه آزمایش و کنترل نشان داد که آموزش کارآفرینی موجب افزایش قابلیت‌های کارآفرینانه و قصد کارآفرینی دانشجویان گردید. والرئو و همکاران (۲۰۱۴) نیز با ارزیابی ۲۳۰ برنامه آموزش کارآفرینی دریافتند که آموزش کارآفرینی مهارت‌های کارآفرینانه و قصد کارآفرینی دانشجویان را ارتقاء بخشیده است. در پژوهشی دیگر، ویبوو (۲۰۱۸) در پژوهش پیمایشی خود در میان دانشجویان اندونزیایی تأثیر مثبت خلاقیت مربی و آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان را نشان داد. آپاریسیو و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهش فراترکیب خود دریافتند که آموزش کارآفرینی بر دانش، توانایی و قصد کارآفرینانه تأثیر مثبتی دارد.

یافته‌های پژوهش ماهندرا و همکاران (۲۰۱۷) در میان دانشجویان اندونزیایی نیز نشان داد که آموزش کارآفرینی تأثیر معنی‌داری بر قصد کارآفرینی دانشجویان دارد. اوتاچ (۲۰۱۹)، در پژوهش فراترکیب خود در حوزه آموزش کارآفرینی، قصد کارآفرینانه و نظریه رفتار برنامه ریزی شده دریافتند که آموزش بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبتی دارد. باربارا سانچز و آتینزا (۲۰۱۸) در پژوهش پیمایشی که در میان دانشجویان رشته‌های مهندسی در اسپانیا انجام دادند تأثیر مثبت آموزش بر قصد کارآفرینانه دانشجویان را نشان دادند. یافته مشابهی نیز در پژوهش پاسارو و همکاران (۲۰۱۸) که با استفاده از نظریه رفتار

¹ Galloway

برنامه ریزی شده و مدل سازی معادلات ساختاری انجام گردید گزارش شد. پژوهش‌های کریمی و همکاران (۲۰۱۶)، پایروبولوز و دیموف (۲۰۱۵)، شینار و همکاران (۲۰۱۴) و سانچز (۲۰۱۳) نیز یافته مشابهی را نشان داد. حمیدی^۱ و همکاران (۲۰۰۸) در پژوهش خود که با استفاده نظریه شناختی اجتماعی انجام دادند دریافتند که خلاقیت مدرسان موجب یادگیری عمیق کارآفرینی و ارتقاء دانش و قابلیت‌های کارآفرینانه آنها می‌گردد. در مطالعه‌ای آمیخته، عزیزی و محمودی (۲۰۱۸) دریافتند که آموزش کارآفرینی در سطح دانشجویان موجب ارتقاء دانش و قابلیت‌های کارآفرینی می‌گردد. تحقیق لوپ (۲۰۱۴) خلاقیت و نوآوری مدرس را مورد بررسی قرار داد اما تأثیری بر ایجاد قصد کارآفرینی در دانشجویان یافت نشد. با این حال عامل خلاقیت و نوآوری مدرسان در آموزش کارآفرینی بسیار مؤثر و حائز اهمیت است. خلاقیت و نوآوری مدرسان آموزش کارآفرینی را کارآمد می‌کند و به‌نوبه خود نظر دانشجویان را به سمت قصد کارآفرینی ترغیب می‌کند (پراینتو، ۲۰۱۲؛ آلتان، ۲۰۱۵). کایراداگ^۲ (۲۰۱۷) برای اهمیت خلاقیت مدرس در آموزش کارآفرینی استدلال می‌کند. کایراداگ (۲۰۱۷) به این نتیجه رسید که خلاقیت مدرس اراده دانشجویان را تقویت می‌کند و باعث می‌شود انگیزه فراگیران برای خلاق بودن برانگیخته شود. یافته‌های پژوهش تجربی بالاچاندرا (۲۰۱۸) در میان ۹۰ دانشجوی رشته کسب و کار تأثیر خلاقیت مدرس بر آموزش کارآفرینی را نشان داد. راسمی^۳ (۲۰۱۲) نیز دریافت که خلاقیت مدرس برای موفقیت یادگیری کارآفرینی در کلاس درس ضروری است؛ بنابراین خلاقیت مدرس بر آموزش کارآفرینی تأثیر داشت. (حمیدی و همکاران، ۲۰۰۸؛ لین^۴، ۲۰۱۱؛ اوستبیک و همکاران^۵، ۲۰۱۰). مطالعات دیگری اثر خلاقیت مدرس بر آموزش کارآفرینی را نشان داده‌اند مانند (کیو آ، ۲۰۱۲؛ بقتو و همکاران، ۲۰۱۴؛ لین^۶، ۲۰۱۱). لذا با توجه به تعاریف ارائه‌شده و تحقیقات داخلی و خارجی صورت گرفته، مدل پژوهش حاضر تدوین گردید که در شکل شماره (۱) قابل مشاهده است.



شکل (۱) مدل مفهومی تحقیق

با توجه به مدل پژوهش، فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر طراحی شد:

H1: خلاقیت مدرس تأثیر مثبت و معنی‌داری بر قصد کارآفرینانه دارد.

H2: خلاقیت مدرس تأثیر مثبت و معنی‌داری بر آموزش کارآفرینی دارد.

H3: آموزش کارآفرینی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر قصد کارآفرینانه دارد.

H4: آموزش کارآفرینی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر دانش کارآفرینی دارد.

¹ Hamidi et al.

² Cayirdag

³ Rasmi

⁴ Lin

⁵ Oosterbeek et al.

⁶ QAA Enterprise

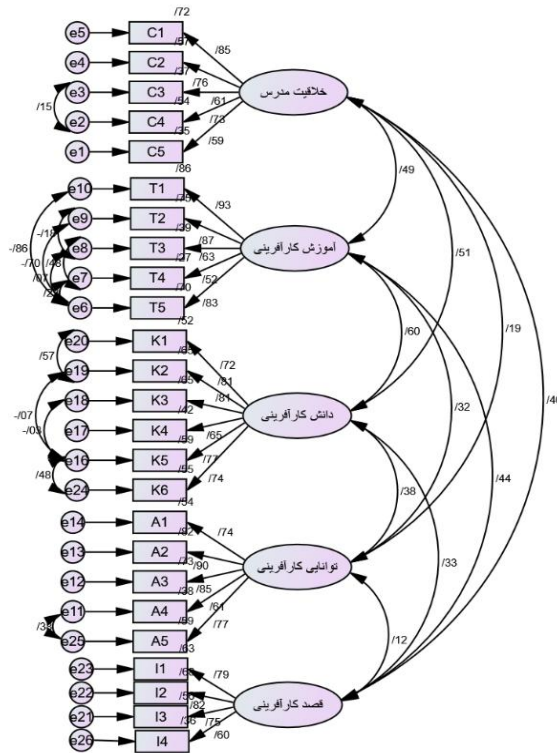
- H5: آموزش کارآفرینی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر توانایی کارآفرینی دارد.
 H6: آموزش کارآفرینی با میانجی‌گری دانش کارآفرینی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر قصد کارآفرینانه دارد.
 H7: آموزش کارآفرینی با میانجی‌گری توانایی کارآفرینی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر قصد کارآفرینانه دارد.

روش تحقیق

جامعه آماری این پژوهش دانشجویان مراکز آموزش عالی علوم دریایی در استان هرمزگان شامل دانشکده علوم و فنون دریایی دانشگاه هرمزگان، دانشکده مهندسی کشتی‌سازی و صنایع دریایی دانشگاه امیرکبیر (واحد بندرعباس) و مرکز آموزش علمی کاربردی خدمات دریایی تأیید و اثر بندرعباس می‌باشند که واحدهای درسی یا دوره‌های کارآفرینی را پشت سر گذاشته‌اند. بر اساس جدول مورگان، حجم نمونه ۳۸۴ نفر تعیین شد. به‌منظور جبران ریزش احتمالی ۴۵۰ پرسشنامه در بازه زمانی ۱۸ شهریورماه تا ۱۵ مهرماه ۱۳۹۸ توزیع گردید. پرسشنامه به روش نمونه‌گیری در دسترس میان مخاطبین توزیع گردید. جهت ارزیابی روایی محتوا و صوری پرسشنامه از نظرات ۵ نفر از اساتید خبرگان آشنا با حوزه کارآفرینی استفاده گردید. پس از دریافت نظرات این افراد و انجام اصلاحات پیشنهادی، روایی مورد تأیید قرار گرفت. به‌منظور گردآوری داده‌ها از پرسشنامه‌ای مشتمل بر ۲۷ سؤال استفاده شد. پاسخ‌دهندگان ۳۱ درصد زن، و ۶۹ درصد مرد بودند. از نظر مقطع تحصیلی نیز پاسخ‌دهندگان ۱۲٪ در مقطع کاردانی، ۴۳٪ کارشناسی، ۳۱٪ ارشد، و ۱۴٪ در مقطع دکتری مشغول به تحصیل بودند. جهت اندازه‌گیری قابلیت پایایی از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد. مقدار پایایی به‌دست‌آمده برای این پرسشنامه ۰/۷۵۲ است که نشان از پایایی مناسب ابزار گردآوری داده‌ها است. در این پژوهش، برای توصیف متغیرهای جمعیت شناختی از نرم‌افزار اسپس اس نسخه ۲۴ و برای آزمون فرضیه و بررسی علی متغیرهای موجود در پژوهش، از مدل‌سازی معادلات ساختاری از طریق نرم‌افزار اموس نسخه ۲۴ استفاده شده است.

یافته‌های تحقیق

هدف اصلی پژوهش حاضر ارائه مدل مفهومی مبتنی بر معادلات ساختاری جهت بررسی نقش آموزش کارآفرینی و خلاقیت مدرس بر قصد کارآفرینانه دانشجویان مراکز آموزش عالی علوم دریایی هرمزگان می‌باشد. برای تحلیل و ارزیابی روایی پرسشنامه از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شده است (شکل ۱). روایی همگرا با استفاده از محاسبه میانگین واریانس تبیین شده و پایایی سازه‌ای، مورد بررسی قرار گرفت. در این پژوهش تمام مقادیر AVE و CR بالاتر از آستانه قابل قبول می‌باشد. برای بررسی روایی تشخیصی، تمامی مقادیر میانگین واریانس تبیین شده (AVE) می‌بایست بیشتر از تک تک برآوردهای مربع همبستگی درون ساختاری (SIC) باشد (جدول ۱).



شکل (۱) نمودار تحلیل عاملی تأییدی

جدول (۱) میانگین واریانس تبیین شده پایایی سازه و مربع همبستگی درون ساختاری

مربع همبستگی درون ساختاری (SIC)					AVE	CR	متغیر
۵	۴	۳	۲	۱			
				۰/۷۵۱	۰/۵۶۳	۰/۸۸۵	دانش کارآفرینی
			۰/۷۱۵	۰/۵۱۰	۰/۵۱۲	۰/۸۳۵	خلاقیت مدرس
		۰/۷۷۰	۰/۴۸۷	۰/۵۹۶	۰/۵۹۳	۰/۸۷۵	آموزش کارآفرینی
	۰/۷۸۱	۰/۳۲۴	۰/۱۹۰	۰/۳۷۸	۰/۶۰۹	۰/۸۸۵	توانایی کارآفرینی
۰/۷۴۵	۰/۱۲۳	۰/۴۴۱	۰/۴۰۱	۰/۳۲۷	۰/۵۵۵	۰/۸۳۱	قصد کارآفرینی

پایایی همه سنجها با مقادیر آلفای کرونباخ بالای ۰/۷ تأیید شد. نتایج تحلیل عاملی نشان داد تمامی عامل‌های اصلی دارای مقادیر ویژه بالاتر از ۱ می‌باشند. همچنین هیچ کدام از گویه‌ها دارای بار تقاطعی قابل توجهی (بیشتر از ۰/۵) نبودند و بارهای عاملی استاندارد (SFL) در حد مطلوبی قرار داشت. طبق جدول مدل تحلیل عاملی تأییدی دارای برازش مطلوب می‌باشد و شاخص هالتر بیانگر آن است که کفایت لازم تعداد نمونه‌ها رعایت شده است.

جدول (۲) شاخص‌های برازش مدل تحلیل عاملی تأییدی

شاخص	اختصار	مقدار گزارش شده	مقدار قابل قبول
نسبت کای دو به درجه آزادی	χ^2/DF	۱/۸۴۴	کمتر از ۳
میانگین مجذور پس‌مانده‌ها استاندارد	SRMR	۰/۰۶	کمتر از ۰/۱۰
برازندگی فزاینده	IFI	۰/۹۵۱	بیشتر از ۰/۹
توکر لوپس	TLI	۰/۹۴۱	بیشتر از ۰/۹
برازندگی تعدیل‌یافته	CFI	۰/۹۵۰	بیشتر از ۰/۹
ریشه دوم برآورد خطای تقریب	RMSEA	۰/۰۵۳	کمتر از ۰/۰۸
هلتز ۰/۰۱	HOELTER	۱۹۹	
هلتز ۰/۰۵	HOELTER	۱۸۸	

جدول (۳) ضرایب بار عاملی مدل تحلیل عاملی تأییدی

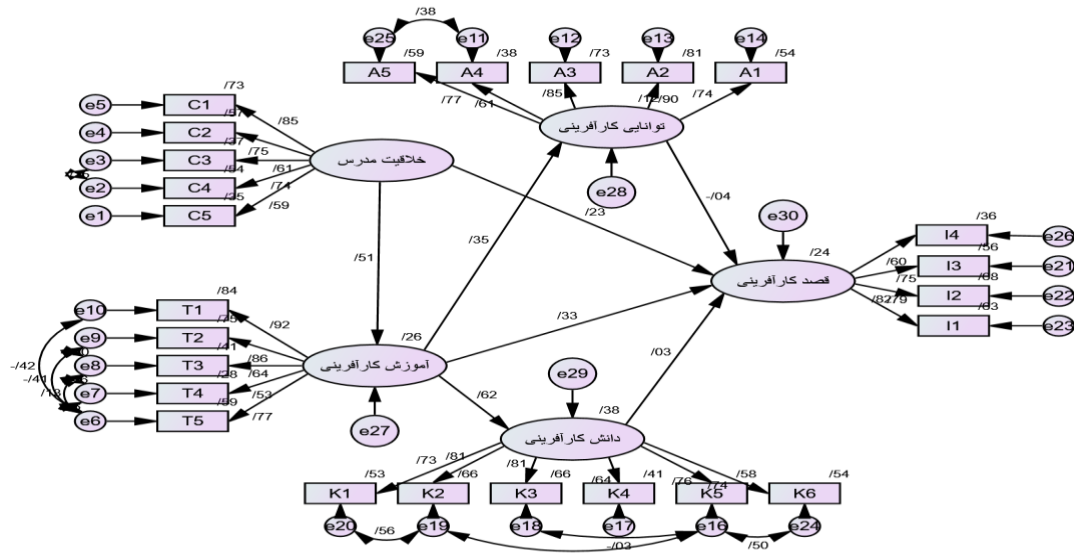
متغیر	گویه	بار عاملی (استاندارد)	چولگی (±۳)	کشیدگی (±۳)
دانش کارآفرینی	K1	/718	-1/057	/534
دانش کارآفرینی	K2	/806	1/344	/963
دانش کارآفرینی	K3	/807	1/383	/788
دانش کارآفرینی	K4	/646	-/157	/881
دانش کارآفرینی	K5	/771	-/556	/611
دانش کارآفرینی	K6	/743	-/225	/871
خلاقیت مدرس	C1	/590	/913	/672
خلاقیت مدرس	C2	/735	1/480	/930
خلاقیت مدرس	C3	/612	1/278	/701
خلاقیت مدرس	C4	/756	/407	-/025
خلاقیت مدرس	C5	/851	2/860	1/369
آموزش کارآفرینی	T1	/835	/349	/636
آموزش کارآفرینی	T2	/516	2/088	1/197
آموزش کارآفرینی	T3	/625	2/996	1/570
آموزش کارآفرینی	T4	/867	1/345	/852
آموزش کارآفرینی	T5	/926	/791	/868
توانایی کارآفرینی	A1	/735	/591	/780
توانایی کارآفرینی	A2	/904	/012	/325
توانایی کارآفرینی	A3	/852	-/446	/217
توانایی کارآفرینی	A4	/614	-/009	/635
توانایی کارآفرینی	A5	/766	/370	1/143
قصد کارآفرینی	I1	/794	/064	/865
قصد کارآفرینی	I2	/823	-/556	/246
قصد کارآفرینی	I3	/746	-/556	/736
قصد کارآفرینی	I4	/597	-/105	/896

به طور کلی برای ارزیابی مدل های طراحی شده توسط SEM چندین مشخصه برازندگی وجود دارد. در این پژوهش برای ارزیابی مدل طراحی از شاخص های، نسبت کای دو به درجه آزادی (χ^2/DF)، میانگین مجذور پس ماندها (RMR)، شاخص برازندگی فزاینده (IFI)، شاخص توکر لویس (TLI)، شاخص برازندگی تعدیل یافته (CFI)، هالتر (۰/۰۱ و ۰/۰۵) و شاخص بسیار مهم ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA) استفاده شده است. همان طور که در جدول ۴ مشاهده می شود پس از مدل سازی معادلات ساختاری، مدل برازش قابل قبولی با مقادیر به دست آورد و مقادیر شاخص ها حاکی از تناسب مدل با داده های مشاهده شده می باشد.

جدول (۴) نتایج برازش مدل اصلی پژوهش

شاخص	اختصار	مقدار گزارش شده	مقدار قابل قبول
نسبت کای دو به درجه آزادی	χ^2/DF	۱/۹۴	کمتر از ۳
میانگین مجذور پس ماندها استاندارد	SRMR	۰/۰۷۰	کمتر از ۰/۱۰
برازندگی فزاینده	IFI	۰/۹۴۱	بیشتر از ۰/۹
توکر لویس	TLI	۰/۹۳۴	بیشتر از ۰/۹
برازندگی تعدیل یافته	CFI	۰/۹۴۴	بیشتر از ۰/۹
ریشه دوم برآورد خطای تقریب	RMSEA	۰/۰۵۶	کمتر از ۰/۰۸
هالتر ۰/۰۱	HOELTER	۱۸۹	
هالتر ۰/۰۵	HOELTER	۱۷۸	

پس از برازش کامل، این مدل نتایج قابل قبول را به دست آورد که ضرایب مسیر در شکل ۲ قابل مشاهده است.



شکل (۲) آزمون مدل ساختاری تحقیق

یافته های تحقیق و آزمون فرضیات تحقیق

نتایج آزمون فرضیات پژوهش بر مبنای مدل سازی معادلات ساختاری به صورت خلاصه در جدول ۵ ارائه شده است. روابط موجود که با مقادیر $p < 0/05$ پشتیبانی می شود. بدین ترتیب، پنج فرضیه با مقادیر t مناسب تأیید گردید.

جدول (۶) نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

نتیجه فرضیه	P	عدد معناداری	ضریب مسیر استاندارد (β)	مسیر	
				←	
تأیید	***	۶/۷۰۵	۰/۵۱۲	آموزش کارآفرینی	خلایقت مدرس
تأیید	***	۴/۸۰۸	۰/۳۴۷	توانایی کارآفرینی	آموزش کارآفرینی
تأیید	***	۷/۷۰۷	۰/۶۱۹	دانش کارآفرینی	آموزش کارآفرینی
رد	۰/۵۰۰	۰/۶۷۵	۰/۰۴۴	قصد کارآفرینی	توانایی کارآفرینی
تأیید	***	۲/۹۰۵	۰/۲۲۸	قصد کارآفرینی	خلایقت مدرس
تأیید	***	۳/۶۵۱	۰/۳۲۷	قصد کارآفرینی	آموزش کارآفرینی
رد	۰/۷۰۹	۰/۳۷۳	۰/۰۳۲	قصد کارآفرینی	دانش کارآفرینی

جدول ۶ شامل سه ضریب یا آماره است که به کمک آن‌ها می‌توان نتایج را تفسیر کرد. به‌عنوان نمونه برای فرضیه سوم پژوهش، طبق نتایج به‌دست‌آمده از آماره t ، متغیر آموزش کارآفرینی در سطح اطمینان ۹۹ درصد بر متغیر دانش کارآفرینی تأثیر معناداری دارد (آماره t در خارج از بازه $۱-۱/۹۵$ تا $۱+۱/۹۵$ قرار دارد). همچنین می‌توان گفت این رابطه از نوع مثبت و مستقیم است؛ بنابراین می‌توان به این نتیجه رسید که با افزایش آموزش کارآفرینی، دانش کارآفرینی افزایش می‌یابد و برعکس؛ بنابراین فرضیه سوم پژوهش تأیید می‌شود. با توجه به ضریب مسیر مربوط به این فرضیه نیز می‌توان به این نتیجه رسید که بعد آموزش کارآفرینی به میزان ۶۱ درصد بر دانش کارآفرینی اثر دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به ظرفیت بالای صنایع دریامحور در توسعه اقتصادی کشور و نقش کلیدی کارآفرینی در به‌کارگیری از این قابلیت‌ها، و نیز چالش‌های موجود در محدودیت فعالیت‌های کارآفرینی دریامحور و نظر به تأثیر آموزش کارآفرینی و نقش مدرسان خلاق در این زمینه، پژوهش حاضر به بررسی نقش آموزش کارآفرینی و خلاقیت مدرسان بر قصد کارآفرینانه دانشجویان علوم دریایی پرداخت. نتایج گویای آن بود که خلاقیت مدرسان همسو با پژوهش‌های پیشین (مانند ویوو و همکاران، ۲۰۱۸؛ پوروانا و شودو، ۲۰۱۷)، تأثیر مثبت و معنی‌داری بر قصد کارآفرینی دانشجویان داشت. همچنین رابطه‌ی خلاقیت مدرسان با آموزش کارآفرینی مثبت و معنی‌دار بود که با نتایج پژوهش‌های بالاچاندرا (۲۰۱۸)؛ بقتو و همکاران (۲۰۱۴)؛ راسمی (۲۰۱۶) و اوستیک و همکاران (۲۰۱۰) همسو بوده است. از تأثیر مثبت و معنی‌دار آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه نیز تأیید گردید که با یافته پژوهش‌هایی چون طهماسی و همکاران (۱۳۹۶)، باقرصاد و همکاران (۱۳۹۲)، سانچز و آتینزا (۲۰۱۸)، اوتاچ (۲۰۱۹) و آپاریسیو و همکاران (۲۰۱۹) همسو بوده است. تأثیر مثبت خلاقیت مدرس بر دانش و قابلیت‌های کارآفرینانه نیز یافته‌های پژوهش‌هایی چون ویوو (۲۰۱۸) و عزیزی و محمودی (۲۰۱۸) همسو بوده است. سایر یافته‌های پژوهش نشان داد که بین خلاقیت مدرسان و قصد کارآفرینی به‌صورت مستقیم رابطه‌ای یافت نشد که با یافته‌های پژوهش‌های پیشین مانند ویوو (۲۰۱۸) مغایرت دارد.

یافته‌های فوق نشان از این دارد که مدرسان دوره‌ها یا دروس کارآفرینی قادرند با بکارگیری فنون و ابزارهای خلاقانه به تقویت دانش و قابلیت‌های کارآفرینانه دانشجویان بپردازند. همچنین آنها قادرند با استفاده از روش‌های مقتضی مهارت تفکر خلاقانه را دانشجویان ارتقاء بخشند. بر این اساس توجه به خلاقیت و نوآوری مدرسان در ارائه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها نقش مهمی در تقویت قصد کارآفرینانه دانشجویان برای تبدیل شدن به کارآفرین ایفا می‌کند. اتخاذ رویکرد آموزشی نتیجه محور از سوی مدرسان موجب طرح‌ریزی فعالیت‌های هدفمند آموزشی کارآفرینی و انعطاف‌پذیری و ارتقاء شیوه‌های آموزش کارآفرینی می‌گردد. مدرسان بایستی با اتخاذ رویکردی کل‌گرا سه بُعد نظری، کاربردی و قابلیت‌ها را مدنظر قرار دهند. اتخاذ این رویکرد

علاوه بر ارتقاء دانش کارآفرینی در دانشجویان، موجب تقویت مهارت‌های عملی و شایستگی‌های کارآفرینانه در آنها می‌گردد. از همین رو، مدرسان دوره‌های آموزش کارآفرینی بایستی از روش‌های آموزشی سنتی فراتر رفته و مهارت‌هایی چون تفکر غیرخطی را نیز به دانشجویان بیاموزند.

در راستای دانش افزایش پژوهش حاضر، بایستی به این نکته اشاره نمود که در دنیای پرقابلیت امروز کشورها می‌کوشند با فراهم نمودن بسترهای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه مسیر توسعه اقتصادی و پایدار را طی کنند. از همین رو آموزش کارآفرینی به یکی از اولویت‌های نظام حکمرانی تبدیل گردیده است. اثربخشی این سیاست می‌طلبد که علاوه بر اصلاحات بنیادین در نظام آموزش عالی در راستای توسعه کارآفرینی، اساتید و مدرسان دوره‌های کارآفرینی نیز از مهارت‌ها و قابلیت‌های همسنگ با این فضای نوین برخوردار باشد. همانگونه که بلیمپو (۲۰۱۹) اشاره کرده انطباق اساتید با این روند مستلزم برخورداری آنها از مهارت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری متعددی مانند بکارگیری شیوه‌های نوین آموزش و طراحی فرایندهای مشارکتی در آموزش کارآفرینی می‌باشد. برخورداری اساتید از چنین قابلیت‌هایی موجب بکارگیری روش‌های خلاقانه و روزآمد در آموزش کارآفرینی می‌گردد. به گونه‌ای که آنها به تعبیر فیوری و همکاران (۲۰۱۹) از یک مدرس صرف به مربی کارآفرینی برای دانشجویان تبدیل می‌گردند (فیوری و همکاران، ۲۰۱۹). همچنین امکان توسعه مهارت‌های نرم‌افزاری دانشجویان را نیز فراهم می‌آورد. مهارت‌هایی که طیف گسترده‌ای از پیامدها در چهار حوزه دانش کارآفرینی، کنش کارآفرینانه و توسعه درونی را برای دانشجویان دربرمی‌گیرد (عزیزی و محمودی، ۲۰۱۸).

متناسب با یافته‌های پژوهش پیشنهادات کاربردی ذیل ارائه می‌گردد:

- الگو برداری از تجارب موفق در آموزش کارآفرینی موسسات آموزشی دریایی و برقراری پیوندهای علمی و اجرایی با دانشگاه‌های کشور های موفق در زمینه علوم دریایی.
 - بکارگیری معیارهای حرفه‌ای طی فرایند جذب مدرسان آموزشی این مراکز به‌منظور جذب مدرسان خلاق و نوآور در زمینه آموزش کارآفرینی.
 - بازنگری محتوای دوره‌های آموزش کارآفرینی با تمرکز بر استفاده از روش‌های مشارکتی و ارتقادهنده خلاقیت.
 - شناسایی دانشجویان با ویژگی‌های شخصیتی و قصد کارآفرینی بالا و معرفی آنها به مراکز مربوطه جهت دریافت مشاوره‌های کاربردی.
 - ارائه آموزش‌های مبتنی بر عمل و تجربه به‌منظور سنجش دانشجویان و کسب تجارب عملی.
 - اجرای برنامه‌های آموزشی و عملی مشترک با صنایع دریایی بزرگ کشور (صنعت کشتی‌سازی و...) و ایجاد همکاری‌های متقابل به منظور آشنایی کاربردی هرچه بیشتر دانشجویان با محیط‌های کاری.
- همچنین با توجه به جدید بودن مطالعات مربوط به بررسی خلاقیت مدرسان در حوزه کارآفرینی، پیشنهاد می‌شود که پژوهشگران آتی تأثیر این متغیر را بر ابعاد دیگری از ویژگی‌های کارآفرینی به‌جز قصد کارآفرینانه را مورد بررسی قرار دهند. با نظر به این موضوع که مطالعه‌ای در زمینه شناسایی ویژگی‌ها و شرایط خاص صنایع علوم دریایی در ارتباط با کارآفرینی صورت نگرفته است پژوهشگران علاقه‌مند می‌توانند به بررسی این ویژگی یا شرایط احتمالی و ارتباط آن با قصد کارآفرینی و همچنین چگونگی اثربخشی روش‌های آموزشی خلاقانه آموزش کارآفرینی در این صنعت را به‌طور خاص مورد بررسی قرار دهند.

منابع

بارانی شهرزاد، زرافشانی کیومرث، دل انگیزان سهراب، حسینی لرگانی سیده مریم. (۱۳۸۹). تأثیر آموزش کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه پیام نور کرمانشاه: رویکرد مدلسازی معادله ساختاری. فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، شماره ۵۷، ۸۵-۱۰۵.

باقرصاد، و زالی، م.، رضوی، م. و سعید بناکی، س. (۱۳۹۲). تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان رشته های فنی و حرفه ای، فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۶ (۴)، ۲۱-۳۶.

- بارانی، ش.، اطهری، ز.، زرافشانی، ک. (۱۳۸۸). بررسی دلایل گرایش به کارآفرینی دانشجویان علمی-کاربردی کشاورزی (مطالعه موردی: استان کرمانشاه). توسعه کارآفرینی، سال ۲، شماره ۶، صص ۷۳-۹۵.
- حسینی، ط. و لشگرآرا، ف. (۱۳۹۳). شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه مهارت های کارآفرینی در تعاون های زنان روستایی استان فارس. پژوهش های ترویج و آموزش کشاورزی، ۷(۲)، ۱۳-۳۳.
- رحمانیان کوشکی، م؛ چیزری، م؛ هواسی، ع. (۱۳۹۱). بررسی عوامل اثرگذار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی دانشگاه آزاد ایلام. مجله توسعه کارآفرینی، سال ۴، شماره ۱۵، صص ۱۲۵-۱۴۴.
- صیفا، م. ح.، ثابت مهارلویی، ع.، رستگار، ا. و احمدآبادی، خ. (۱۳۹۳). عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی دانشجویان در بین دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی شیراز. مجله توسعه آموزش در علوم پزشکی، ۷(۱۵)، ۷۱-۸۵.
- طهماسبی، راضیه، اکبری، مرتضی، هوشمندزاده، مجتبی، آهنگر سله بنی، اعظم. (۱۳۹۶). تأثیر آموزش های کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان حضوری و مجازی دانشکده کارآفرینی. فصلنامه آموزش مهندسی ایران، 19(75), 103-128.
- عزیزی، محمد، مختاری، نگار. (۱۳۹۷). آموزش کارآفرینی برای دانستن، انجام دادن و بودن در دوره ابتدایی با رویکرد تلفیقی. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۰(۴)، ۶۳۵-۶۵۴.
- عزیزی، محمد؛ طاهری، مرتضی. (۱۳۹۲). (تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد و ویژگیهای کارآفرینانه دانشجویان)، دوفصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی، سال دوم، شماره ۴.
- قاسمی، جواد، اسدی، علی. (۱۳۸۹). تحلیل عاملی عوامل مؤثر در ایجاد روحیه کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی (مطالعه موردی: پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران). نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی، جلد ۲۴، شماره ۱، صص ۱۳-۲۲.
- قناعتی، مهدی؛ نودهی، حسن؛ قدرتی، اکرم؛ جلالی فر، علی. (۱۳۹۶). تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی سبزوار. مجله علمی پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی سبزوار، ۵(۲۴)، ۳۱۹-۳۲۵.
- قربانی قهفرخی، لیللا، فراهانی، ابوالفضل. (۱۳۹۳). تعیین اثر عوامل آموزشی بر اشتغال فارغ التحصیلان کارشناسی ارشد تربیت بدنی دانشگاههای دولتی و غیر دولتی. پژوهش های معاصر در مدیریت ورزشی، ۸(۴)، ۴۱-۵۴.
- محمودزاده، امیر؛ مختاری، فرشته. (۱۳۹۷). لزوم توجه به کارآفرینی دریایی در جهت تحقق توسعه اقتصاد دریامحور ایران، انجمن آمایش سرزمین ایران.
- مرادی، مسعود، ایمانی پور، نرگس، آراستی، زهرا، محمدکاظمی، رضا. (۱۳۹۷). شناسایی ابعاد شکل گیری قصد کارآفرینانه در افراد فقیر بر مبنای رویکرد قابلیت ها. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۱(۲)، ۳۶۱-۳۸۰.
- مرادی، محمود. (۱۳۸۹). تأثیر آموزشهای تشخیص فرصت بر قصد کارآفرینانه دانشجویان پرستاری. پایان نامه کارشناسی ارشد؛ دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.
- مظفری، مهرداد. (۱۳۹۵، ۳ آذر). پیش شرط های توسعه صنایع دریایی، روزنامه دنیای اقتصاد، صفحه ۲۳.
- موحدی، رضا؛ حیدری ترازک، خدیجه؛ سامیان، مسعود. (۱۳۹۳). آموزش کارآفرینی کشاورزی پیش نیاز توسعه کشاورزی. نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد اول، شماره ۴، صص ۳۳-۴۸.
- محمدی، علیرضا؛ وکیل الرعایا، یونس. (۱۳۹۷). شناسایی و رتبه بندی شاخصهای شخصیتی مربیان و کارآفرینان و توسعه مراکز آموزش خدمات دریایی هرمزگان، فصلنامه علمی پژوهشی آموزش علوم دریایی، ۱۳، ۳۴-۵۰.
- محمدی آلمانی، امین؛ پورناصرانی، امیر؛ داوری، علی؛ رضایی کلیدبری، حمیدرضا. (۱۳۹۲). عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانه مهارت آموزان آموزش دیده در مرکز آموزش مهارت های پیشرفته گیلان. مهارت آموزی، دوره ۱، شماره ۵، صص ۳۵-۵۱.
- Aparicio, G., Iturralde, T., & Maseda, A. (2019). Conceptual structure and perspectives on entrepreneurship education research: A bibliometric review. *European Research on Management and Business Economics*, 25(3), 105-113.
- Azizi, M and Mahmoudi, R. (2018). Learning outcomes of entrepreneurship education: Entrepreneurship education for knowing, doing, being, and living together, *Journal of Education for Business*, DOI: 10.1080/08832323.2018.1502139.
- Altan, M.Z. (2015). Entrepreneurial teachers teaching entrepreneurial. *Journal for Educators, Teachers and Trainers*, 6(2), 35-50.
- Balachandra, L. (2019). The improvisational entrepreneur: Improvisation training in entrepreneurship education, *Journal of Small Business Management*, 57 (1), p. 60-77.
- Barba-sánchez, V. and Atienza-sahuquillo, C. (2018), "Entrepreneurial intention among engineering students: the role of entrepreneurship education", *European Research on Management and Business Economics*, Vol. 24 No. 1, pp. 53-61.

- Beghetto, R.A. & Kaufman, J. C. (2014). Classroom contexts for creativity,(March).
- Blimpo, M. P., vePugatch, T. (2019). Entrepreneurship education and teacher training in Rwanda. *Journal of Development Economics*, 140,186-202.
- Cayirdag, N. (2017). Creativity fostering teaching: Impact of creative self-efficacy and teacher efficacy. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 17(6), 1959-1975.
- Esmi, K., Marzoughi, R. & Torkzadeh, J. (2015). Teaching learning methods of an entrepreneurship curriculum. *Journal of Advances in Medical Education & Professionalism*, 3(4), 172-177.
- Fiore, E.; Sansone, G.; Paolucci, E. (2019). Entrepreneurship Education in a Multidisciplinary Environment: Evidence from an Entrepreneurship Programme Held in Turin. *Administrative Science*, 9, 28.
- Fretschner, M., & Weber, S. (2013). Measuring and Understanding the Effects of Entrepreneurial Awareness Education. *Journal of Small Business Management*, 51 (3), 410–28.
- Galloway, L. (2005). Enterprise Skills for the Economy. *Journal of Education & training*, 47(1):717-.
- Galvão,A., Ferreira, J.J., Marques, C. (2017). Entrepreneurship education and training as facilitators of regional development: A systematic literature review", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, <https://doi.org/10.1108/JSBED-05-2017-0178>.
- Ghina, A., Simatupang, T.M. & Gustomo, A. (2017). The relevancy of graduates' competencies to the effectiveness of entrepreneurship education: A case study at SBM ITB-Indonesia. *Journal of Entrepreneurship Education*, 20(1), 1-24.
- Husnaini, A.N. (2017). Pendidikan Kewirausahaan di SMK Gagal? Fakta atau
- Hamidi, D.Y., Wennberg, K. & Berglund, H. (2008). Creativity in entrepreneurship education. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 304-320.
- Hongyi Sun, Choi Tung Lo, Bo Liang, Yuen Ling Belle Wong, "The Impact of Entrepreneurial Education on Entrepreneurial Intention of Engineering Students in Hong Kong", *Management Decision*, <https://doi.org/10.1108/MD-06-2016-0392>
- Karimi, S., Biemans, H. J. A., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2016). The Impact of Entrepreneurship Education: A Study of Iranian Students' Entrepreneurial Intentions and Opportunity Identification. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 187-209.
- Lin, Y.S. (2011). Fostering Creativity through education: A conceptual framework of creative pedagogy. *Creative Education*, 2(3), 149-155.
- Linton, G., and Klinton, M. (2019). University entrepreneurship education: a design thinking approach to learning, *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 8, 1-11.
- Lope Pihie, Z.A. (2014). Entrepreneurial leadership practices and school innovativeness. *South African Journal of Education*, 34(1), 1-11.
- Mahendra, A.M., Djatmika, E.T. & Hermawan, A. (2017). The effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intention mediated by motivation and attitude among management students, State University of Malang, Indonesia. *International Education Studies*, 10(9), 61.
- Martin, B. C., McNally, J. J., & Kay, M. J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*, 28(2), 211–224.
- Mitos. Jeffrey, B. & Craft, A. (2004). Teaching creatively and teaching for creativity:Distinctions and relationships. *Educational Studies*, 30(1), 77-87.
- Matlay, H., & Mitra, J. (2004). 11. The internationalization efforts of growth-oriented entrepreneurs: lessons from Britain. *International Entrepreneurship in Small and Medium Size Enterprises: Orientation, Environment and Strategy*, 221.
- Malebana, M.J. (2016). Dose entrepreneurship education matter for the enhancement of entrepreneurial intention?,*Southern African Business Review*, Vol. 20, pp. 365-387.
- Oosterbeek, H., van Praag, M. & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54(3), 442-454.
- Otache, I. (2019). Entrepreneurship education and undergraduate students' self- and paid employment intentions: A conceptual framework. *Education + Training*, 6(1), 46-64.
- Passaro, R., Quinto, I., Thomas, A. and Passaro, R. (2018), "The impact of higher education on entrepreneurial intention and human capital", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 19 No. 1, pp. 135-156.
- Piperopoulos, P. & Dimov, D. (2015). Burst bubbles or build steam? Entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 970-985.
- Plucker, J.A., Waitman, G.R. & Hartley, K.A. (2011). Education and creativity. *Encyclopedia of Creativity*, 435-440.
- Priyanto, S.H (2012). Entrepreneurial and vocational learning in entrepreneurship education: Indonesian Non formal education perspective. *Basic Research Journal of Business Management and Accounts*, 1(2), 30-36.

- Purwana, D. & Suhud, U. (2017). Entrepreneurship education and taking/receiving & giving (TRG) motivations on entrepreneurial intention : Do vocational school students need an entrepreneurial motivator ? *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 15(22), 349-363.
- QAA Enterprise and Entrepreneurship Review. (2012). Enterprise and entrepreneurship education: Guidance for UK higher education providers. UK: The Quality Assurance Agency for Higher Education.
- Rasmi. (2012). Fostering creativity: A four elemental model of creative pedagogy. *Journal of Education and Practice*, 3(12), 190-201.
- Rasmussen, E., Sorheim. (2006). Action Entrepreneurship Education. *Journal of Technovation*, 26:185194-.
- Rauch, A. (2015). Putting entrepreneurship education where the intention to act lies : An investigation into the impact of entrepreneurship education on entrepreneurial behavior. *Academy of Management Learning & Education*, 14(2), 187-204.
- Sánchez, J.C. (2013). The impact of an entrepreneurship education program on entrepreneurial competencies and intention. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 447-465.
- Schurenberg, Eric. (2012). What's an Entrepreneur? The Best Answer Ever. <http://www.inc.com/eric-schurenberg/the-best-definition-of-entrepreneurship.html>.
- , Shinnar, R.S., Hsu, D.K. & Powell, B.C. (2014). Self-efficacy, entrepreneurial intentions, and gender: Assessing the impact of entrepreneurship education longitudinally. *International Journal of Management Education* 12(3), 561-570.
- Thompson, E. R. (2009). "Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3): 669- 694.
- Turker, D., & Selcuk, S. (2009). Which Factors Affect Entrepreneurial Intention of University Students?. *Journal of European Industrial Training*, 33(2):142159.
- Valerio, Alexandria, Brent Parton, and Alicia Robb. 2014. Entrepreneurship Education and Training Programs Around the World: Dimensions for Success. Washington: The World Bank.
- Wu, S. & Wu, L. (2008). "The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(4): 752- 774.
- Wu, S., & Wu, L. (2008). The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(4), 752-774.
- Wibowo, A., & Saptono, A. (2018). DOES TEACHERS' CREATIVITY IMPACT ON VOCATIONAL STUDENTS' ENTREPRENEURIAL INTENTION?. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21(3), 1-12.
- Wibowo, A. & Saptono, A. (2018). Does entrepreneurial leadership impact on creativity and innovation of elementary teachers? *Journal of Entrepreneurship Education*, 21(2), 1-9.
- Zhang, J., Cao, W., & Zeng, P. (2014, October). A study on the relationship among entrepreneurship education, social capital and college students' entrepreneurial intention. In 2014 IEEE International Conference on Granular Computing (GrC) (pp. 367-373). IEEE.