

# От предпринимательских намерений — к созданию бизнеса: опыт российских студентов

Карина Богатырёва<sup>а</sup>

Ассистент, Высшая школа менеджмента, k.bogatyreva@gsom.pu.ru

Галина Широкова<sup>а,б</sup>

Профессор, Высшая школа менеджмента; главный научный сотрудник кафедры менеджмента, Школа экономики и менеджмента, shirokova@gsom.pu.ru

<sup>а</sup> Санкт-Петербургский государственный университет, 199004, Санкт-Петербург, Волховский пер., 1/3.

<sup>б</sup> Дальневосточный федеральный университет, 690091, Владивосток, ул. Суханова, 8.

## Аннотация

Формирование намерений — один из ключевых этапов предпринимательского процесса. Однако декларируемые намерения далеко не всегда находят свое конечное воплощение в действующем бизнесе, а само это расхождение характеризуют как разрыв между намерениями и действиями (*intention-action gap*). Настоящая статья основывается на ключевых положениях теории запланированного поведения (*theory of planned behavior*) и концепции «встроенности» (*embeddedness perspective*) и рассматривает факторы разного уровня, способствующие увеличению или снижению вероятности перехода от предпринимательских намерений к конкретным шагам по созданию бизнеса. К названным факторам

относятся наличие семейного дела, поддержка со стороны университетской предпринимательской среды, уровень развития региональных институтов.

Данные по 4484 студентам из 32 высших учебных заведений России, полученные в ходе реализации международного проекта «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey, GUESSS) в 2013–2014 гг., показывают, что наличие бизнеса у семьи потенциального предпринимателя отрицательно влияет на вероятность перехода от намерений к созданию предприятия. Эффект от уровня развития региональной институциональной предпринимательской среды, напротив, оказывается положительным.

**Ключевые слова:** предпринимательские намерения; разрыв между намерениями и действиями; студенческое предпринимательство; малый и средний бизнес в России; GUESSS.

**Цитирование:** Bogatyreva K., Shirokova G. (2017) From Entrepreneurial Aspirations to Founding a Business: The Case of Russian Students. *Foresight and STI Governance*, vol. 11, no 3, pp. 25–36. DOI: 10.17323/2500-2597.2017.3.25.36

Позиции малого и среднего бизнеса (МСБ) в структуре российской экономики в настоящее время можно охарактеризовать как слабые, что заметно сдерживает развитие страны. Так, доля предприятий МСБ в общем обороте товаров и услуг составляет 25.4% — довольно низкий показатель в сравнении с развитыми странами [Романовская, 2015]. В 2015 г. поддержка малых и средних предприятий была включена Правительством Российской Федерации в пакет антикризисных мер [Всемирный банк, 2015]. Одной из конкретных ее форм можно считать популяризацию карьеры предпринимателя среди молодых россиян и создание условий для их вовлечения в создание и развитие собственного бизнеса [Карпунина и др., 2014]. Студенты — особенно многообещающая в данном отношении категория [Щеголев, Николаев, 2014]. Именно студенческое предпринимательство позволит углубить интеграцию молодежи в бизнес-среду и стимулировать экономическую активность трудоспособного населения страны [Хайретдинова, 2014].

Среди опрошенных 4578 студентов из 32 высших учебных заведений России в рамках международного проекта «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов»<sup>1</sup> (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey, GUESSS) в 2013–2014 гг. около 53% выразили намерение открыть собственный бизнес спустя пять лет после выпуска [Широква и др., 2015a]. Однако сами по себе предпринимательские намерения далеко не всегда увенчиваются реализацией бизнес-идей. Разрыв между намерениями и действиями (*intention-action gap*), т. е. отказ индивидов от превращения в жизнь существовавших ранее интенций, вызывает большой интерес со стороны психологов (см., напр.: [Ajzen et al., 2009; Armitage, Conner, 2001; Orbell, Sheeran, 1998; Sheeran, 2002; Sniehotta et al., 2005]). Но лишь небольшое число исследований данной темы реализованы специалистами в области изучения предпринимательства [Kautonen et al., 2015; Kautonen et al., 2013; Shirokova et al., 2015; van Gelderen et al., 2015; и др.]. В России посвященных этой теме работ обнаружить не удалось. Особую актуальность сегодня приобретают исследования, направленные на выявление факторов роста и снижения вероятности перехода от предпринимательских намерений к фактическому созданию предприятия [Liñán, Fayolle, 2015].

Предпринимательские намерения и их реализация в значительной мере обусловлены личностными характеристиками начинающего бизнес [Liñán, Fayolle, 2015]. Свою роль в этом играют и свойства внешней среды, предопределяющие поведение индивида, в том числе его вовлечение в предпринимательство [Rauch, 2014]. Эта гипотеза базируется на концепции «встроенности» (*embeddedness perspective*), связывающей действия субъекта с системой социальных отношений и контекстом, в который он погружен [Granovetter, 1985; Welter, 2011]. Цель нашей статьи состоит в оценке влияния факторов разного уровня, характеризующих контекст перехода

от предпринимательских намерений к действиям по созданию нового бизнеса студентами российских вузов. Теоретическая новизна работы связана с уточнением теории запланированного поведения (*theory of planned behavior*) [Ajzen, 1991] путем выявления причин успеха такого перехода. В работе также описана применимость концепции «встроенности» к анализу роли различных параметров окружения индивида в предпринимательском процессе. Наконец, расширены традиционные рамки применения институционального подхода в исследованиях предпринимательства и описано место региональной институциональной среды в процессе перехода от намерений к действиям по созданию бизнеса.

В первом разделе статьи раскрывается теоретическая основа исследования и формулируются гипотезы. Далее приводится описание использованных методов. Третий раздел содержит результаты анализа данных, четвертый — их обсуждение. В заключении сформулированы основные выводы, указаны существующие ограничения и направления дальнейших исследований в рассматриваемой области.

## Теоретическая основа и гипотезы исследования

Согласно теории запланированного поведения [Ajzen, 1991] целенаправленным действиям индивида предшествует формирование намерений, которые в свою очередь, зависят от следующих факторов:

- персональное отношение к соответствующей деятельности (*attitude*);
- уровень воспринимаемого поведенческого контроля (*perceived behavioral control*), связанный с представлениями о простоте или сложности реализации задуманного;
- субъективные нормы (*subjective norm*), обусловленные общественным мнением, способным побудить либо отвлечь индивида от воплощения намерений.

Намерения служат промежуточным звеном между указанными факторами, мостом к осуществлению определенных действий и достижению поставленных целей [Armitage, Conner, 2001].

Механизм формирования намерений находится в фокусе внимания специалистов в области предпринимательства на протяжении длительного времени (см., напр.: [Bird, 1988; Heuer, Liñán, 2013; Krueger, 2009; Liñán, Rodriguez-Cohard, 2015; Shapero, Sokol, 1982; Schlaegel, Koenig, 2014; Shook, Bratianu, 2003]). Выявленная ими связь между предпринимательскими намерениями и фактической деятельностью эмпирически подтверждает положения теории запланированного поведения [Kautonen et al., 2013; 2015; Liñán, Fayolle, 2015; van Gelderen et al., 2015]. Для студентов-предпринимателей подобная связь валидна так же, как и для старших возрастных категорий [Shirokova et al., 2015]. Ситуация карьерного выбора побуждает студентов, намеревающихся связать свою жизнь с предпринимательством,

<sup>1</sup> Подробную информацию о проекте см.: <http://www.guesssurvey.org/>, дата обращения 26.08.2016.

приступить к реализации каких-либо действий уже в период обучения, дабы сформировать задел для будущего развития своего бизнеса.

Вместе с тем связь между намерениями и действиями является достаточно слабой. Существующие исследования показывают, что наличие первых объясняет не более 30% вариации в результирующем признаке — вовлечении в фактические действия [Armitage, Conner, 2001; Sheeran, 2002]. Подобные результаты свидетельствуют о ситуационной природе трансформации намерений в реальные действия и о существовании факторов, катализирующих либо ингибирующих данный процесс. Согласно концепции «встроенности» [Granovetter, 1985] существенное влияние на поведение индивида оказывает система социальных отношений и контекст, в которые он включен. Применительно к предпринимательству это означает, что вероятность перехода от намерений к действиям по созданию бизнеса может зависеть от особенностей окружения индивида. В нашем исследовании мы исходим из гипотезы о том, что для студента-предпринимателя подобный переход *встроен* в контекст семьи, членом которой он является, университетской среды, в которую погружен, и региона, в котором он живет и учится.

### Наличие семейного бизнеса

Семейный бизнес может во многом предопределять карьерные установки студента, побуждая его последовать профессиональной траектории родителей и заняться самостоятельной предпринимательской деятельностью [Laspita et al., 2012]. Родители-предприниматели могут служить студенту образцом для подражания, демонстрируя соответствующие ролевые модели [Chlosta et al., 2012]. Кроме того, сами выходцы из предпринимательских семей обладают, как правило, более высоким качеством человеческого капитала в силу почерпнутых у родителей опыта, знаний и навыков, необходимых для ведения бизнеса и непосредственного участия в управлении семейным предприятием [Lentz, Laband, 1990; Mueller, 2006]. Таким студентам свойственна большая уверенность при переходе от предпринимательских намерений к действиям по созданию бизнеса, что в конечном счете увеличивает вероятность создания нового предприятия [Shirokova et al., 2016].

Помимо развития человеческого капитала владельцы семейного бизнеса могут помочь своим детям в поиске и привлечении ресурсов для реализации предпринимательских намерений. В частности, родители-предприниматели служат для детей источником финансовой поддержки [Dunn, Holtz-Eakin, 2000] и обеспечивают им доступ к собственному социальному капиталу, т. е. сети контактов с партнерами, поставщиками, инвесторами и клиентами [Laspita et al., 2012]. Указанные стартовые преимущества выходцев из предпринимательских семей перед другими начинающими предпринимателями выступают залогом успешного перехода от намерений к действиям по открытию собственного дела. Не менее важна и эмоциональная поддержка со стороны старшего поколения: одобрение

или поощрение инициативы также является весомым стимулом к фактическому вовлечению в предпринимательскую деятельность [Zanakis et al., 2012].

Российские предприниматели отмечают особую роль семейной поддержки на этапе создания и развития бизнеса [Djankov et al., 2006; McCarthy et al., 2010]. Как было установлено ранее, восприятие собственных знаний и навыков как достаточных для ведения бизнеса и наличие опыта предпринимательской деятельности служат важнейшими предпосылками формирования соответствующих намерений россиян [Александрова, Верховская, 2015]. Можно предположить, что все эти факторы релевантны и для выходцев из семей, владеющих бизнесом, что может выразиться не только в возникновении соответствующих намерений российских студентов, но и в переходе к прямым действиям в указанной сфере. Приведенные аргументы позволяют сформулировать следующую гипотезу:

*H1: Наличие семейного бизнеса усиливает положительную связь предпринимательских намерений с фактическими действиями российских студентов по созданию бизнеса.*

### Университетская предпринимательская среда

Помимо семейного окружения деятельность студентов по созданию бизнеса также *встроена* в университетский контекст [Широкова и др., 2015b]. Потенциальные студенты-предприниматели проводят в месте обучения большую часть своего времени, а значит, академическая среда оказывает существенное влияние на предрасположенность к той или иной деятельности. В частности, на намерениях учащихся и их дальнейшей трансформации в действия по открытию собственного бизнеса могут сказаться университетские инициативы, направленные на стимулирование предпринимательства среди студентов [Bae et al., 2014; Shirokova et al., 2015; Zhang et al., 2014].

К подобным инициативам можно отнести определенные формы образовательной деятельности — курсы и семинары по предпринимательству с целью привить студентам базовые знания и навыки, необходимые для ведения бизнеса [Широкова и др., 2014; Klofsten, 2000]. Образовательные инициативы нацелены на повышение качества важнейшего ресурса — человеческого капитала, с тем, чтобы компенсировать отсутствие опыта у студентов — начинающих предпринимателей [Zhao et al., 2005]. Серьезную роль в переходе от предпринимательских намерений к действиям по созданию бизнеса играют также создаваемые при университетах бизнес-инкубаторы и акселераторы, резиденты которых получают возможность в короткие сроки превратить свою идею в действующий стартап, найти инвесторов и получить экспертную поддержку [Hughes et al., 2007]. Университет может служить источником социального капитала для молодых предпринимателей за счет программ наставничества, семинаров и тренингов с участием опытных предпринимателей, направленных не только на приобретение полезных знаний и умений, но и на расширение сети деловых контактов [Nielsen,

Lassen, 2012; Davidsson, Honig, 2003; De Clercq, Arenius, 2006; Morales-Gualdron, Roig, 2005; Sequeira et al., 2007]. Наконец, университет может обеспечить доступ к финансовому капиталу через программы финансирования студенческих стартапов [Parker, Belghitar, 2006].

В современной России актуальность развития предпринимательской составляющей в деятельности высших учебных заведений признана повсеместно [Щеголев, Николаев, 2014]. В ряде университетов успешно функционируют бизнес-инкубаторы, помогающие начинающим предпринимателям на этапе запуска проекта. Речь идет, в частности, о площадках Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, Финансового университета при Правительстве РФ, Санкт-Петербургского национального исследовательского университета информационных технологий, механики и оптики и др. Одновременно меняются и требования к подготовке выпускников: наряду с базовыми и специализированными дисциплинами особые усилия прилагаются к развитию таких личностных качеств, как инициативность, лидерские способности, предприимчивость, умение генерировать новые идеи и воплощать их в жизнь [Захарова, 2013; Резник, Пономаренко, 2010]. В совокупности эти характеристики способны существенно повлиять на формирование предпринимательских намерений и их дальнейшую реализацию.

Современные образовательные программы и внеучебные занятия все чаще включают бизнес-кейсы, компьютерные бизнес-симуляции, разработку бизнес-планов, семинары и мастер-классы с предпринимателями-экспертами, целевые образовательные модули по предпринимательству [Конюхова, 2014; Щеголев, Николаев, 2014; Щербакова, 2012]. Внутреннюю динамику и конкурентность указанным образовательным формам могут обеспечить конкурсы студенческих бизнес-планов, участие в которых позволяет студентам не только протестировать свои идеи и получить обратную связь от специалистов и опытных предпринимателей, но и, в случае победы, добиться финансовой поддержки дальнейшего развития. Речь, в частности, идет о таких ежегодных мероприятиях, как студенческий конкурс бизнес-планов, проводимый Институтом «Высшая школа менеджмента» Санкт-Петербургского государственного университета (ВШМ СПбГУ), или проект «Мой первый бизнес» Национального государственного технологического университета «МИСиС». Все сказанное можно обобщить в следующей гипотезе:

*H2: Благоприятная университетская предпринимательская среда усиливает положительную связь предпринимательских намерений российских студентов с фактическими действиями российских студентов по созданию бизнеса.*

### Региональная институциональная среда

Наряду с семейным и университетским контекстами, на формирование предпринимательских намерений и переход к действиям по созданию и развитию предприя-

тия могут влиять внешние институциональные условия. Последние являются производными от особенностей институтов, оказывающих стимулирующее либо сдерживающее влияние на развитие предпринимательства в регионе. Указанный фактор особенно актуален для России — страны с существенными диспропорциями в предпринимательской инфраструктуре многочисленных регионов, что непосредственно отражается на динамике развития малого предпринимательства в национальных масштабах [Сайдуллаев, 2015].

Институциональный подход к изучению предпринимательства предполагает, что институты задают условия, в которых предприниматель действует и принимает решения о создании и управлении собственным бизнесом [Bruton et al., 2010; Peng, 2003]. Названные условия могут влиять на субъективное восприятие человеком перспектив создания бизнеса и на его готовность перейти к практической реализации предпринимательских намерений [Kibler, 2013].

Предпринимательское поведение *встроено* в институциональный контекст и является результатом стимулирующих либо ограничивающих воздействий [Welter, 2011; Welter, Smallbone, 2011], например, регулятивных инициатив органов государственной власти регионального уровня [Stenholm et al., 2013]. К подобным инициативам можно отнести региональные программы поддержки малого бизнеса и предпринимательства, в случае масштабной реализации которых начинающие предприниматели с большей вероятностью решатся перейти от намерений к действиям и инвестировать собственное время, ресурсы и усилия в создание предприятия. Однако слабая вовлеченность в такие программы в большинстве субъектов РФ, наряду с другими факторами регионального развития, может оказать на этот процесс более сильное негативное влияние. Под другими факторами в данном случае подразумеваются состояние правовой среды, административные нормы и уровень их соблюдения в пределах региона, а также состояние коррупции.

Как показало одно из недавних исследований [Costa, Mainardes, 2016], воспринимаемый уровень коррупции отрицательно сказывается на формировании предпринимательских намерений. Вероятно, сходное влияние этот фактор имеет и в случае перехода к действиям по созданию бизнеса, что особенно критично для России, занимающей 119-е место из 167 в рейтинге восприятия коррупции [Transparency International, 2015]. По данным Европейского банка реконструкции и развития (European Bank for Reconstruction and Development, EBRD), в ряде регионов нашей страны высокий уровень коррупции воспринимается как одно из наиболее серьезных препятствий для развития бизнеса [EBRD, 2012]. Заметным влиянием характеризуются и различные аспекты социально-экономического развития отдельных регионов — доступ к финансовым ресурсам и к человеческому капиталу, т. е. наличие кадров разной квалификации и специализации; размер входных барьеров, связанных с общей остротой конкуренции или преобладанием в регионе крупных фирм; наличие платежеспособного спроса; транспортная обеспечен-

ность; инженерно-техническая оснащённость; научно-технологический потенциал; информационная среда; ресурсная самодостаточность; уровень развития территориальных инновационных кластеров, региональных бизнес-катализаторов и пр. [Куценко, 2015; Макаров, Угнич, 2015; Павлов, 2008; Fritsch, Storey, 2014]. Перечисленные параметры значительно варьируют по субъектам РФ [EBRD, 2012], а потому различна и степень их влияния на становление предпринимательских намерений и переход к действиям по открытию бизнеса.

Принимая во внимание изложенные аргументы, можно сформулировать следующую гипотезу:

*H3: Благоприятная институциональная среда в регионе усиливает положительную связь между предпринимательскими намерениями и фактическими действиями российских студентов по созданию бизнеса.*

Обобщенная теоретическая модель исследования представлена на рис. 1.

## Методология исследования

### Описание выборки

Международный проект GUESSS, данные которого составили эмпирическую базу нашего исследования, стартовал в 2003 г. по инициативе Швейцарского исследовательского института малого бизнеса и предпринимательства Университета Сент-Галлена (KMU-HSG). Цель проекта состояла в изучении предпринимательских намерений студентов с учетом влияния таких факторов, как семейная поддержка, университетская среда и социокультурный контекст. Проект GUESSS предусматривает сбор данных с двухлетним лагом и международным охватом студентов различных специальностей. В 2013–2014 гг. в нем приняли участие 109 026 студентов из 759 университетов 34 стран. Россия участвует в проекте с 2011 г., а его национальным представителем

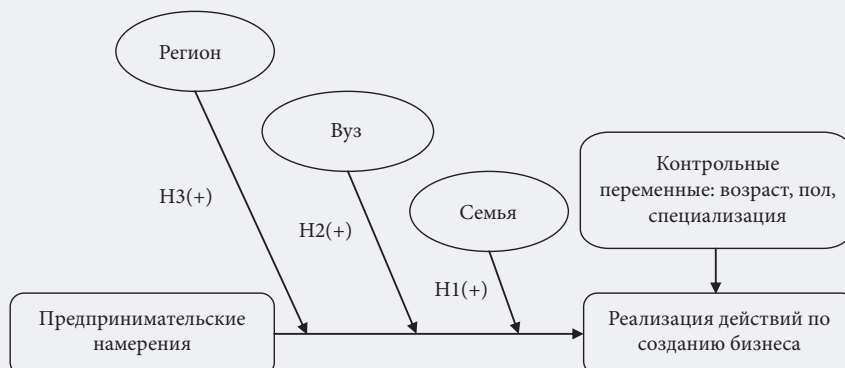
выступает Высшая школа менеджмента СПбГУ, которая отвечает за поиск и привлечение российских университетов, перевод и распространение анкеты среди участников проекта. С начала октября по конец декабря 2013 г. были собраны данные по 4578 российским студентам из 32 высших учебных заведений страны<sup>2</sup>.

Для целей нашего исследования из общей выборки были исключены студенты, приехавшие в Россию по обмену, а также обучающиеся по программам дополнительного профессионального образования. Итоговый объем выборки составил 4484 студента из 19 регионов России.

### Зависимая переменная

Поскольку наше исследование сосредоточено на переходе от предпринимательских намерений к фактическим действиям по созданию бизнеса, результирующим признаком модели была избрана бинарная переменная. Она принимает значение 0 в случае, если студент не совершал никаких действий для открытия собственного дела, и 1 — если был предпринят хотя бы один шаг в этом направлении. Перечень таких действий, составленный на основе международных проектов «Панельное исследование предпринимательской динамики» (Panel Study of Entrepreneurial Dynamics, PSED) и «Глобальный мониторинг предпринимательства» (Global Entrepreneurship Monitor, GEM), включал следующие пункты: «Обсужден продукт / бизнес-идея с потенциальными клиентами», «Собрана информация о рынках / конкурентах», «Написан бизнес-план», «Начата разработка продукта / услуги», «Запущены маркетинговые мероприятия/мероприятия по стимулированию сбыта», «Приобретены необходимые материалы и оборудование для бизнеса», «Предприняты попытки получить доступ к внешнему финансированию», «Подана заявка на регистрацию патента, авторского права, товарного знака», «Зарегистрирована фирма», «Продан продукт / услуга».

Рис. 1. Теоретическая модель исследования



Источник: составлено авторами.

<sup>2</sup> Более подробно о проекте GUESSS 2013/2014 в России см.: [Широкова и др., 2015b].

### Независимая переменная

Уровень предпринимательских намерений студентов был измерен по шкале, представленной в работе [Liñán, Chen, 2009]. Респондентам было предложено оценить по шкале от 1 (абсолютно не согласен) до 7 (полностью согласен) следующие утверждения: «Я готов(а) сделать все что угодно, чтобы стать предпринимателем», «Моя профессиональная цель — стать предпринимателем», «Я готов(а) приложить все необходимые усилия для начала своего дела и управления собственной фирмой», «Я решительно настроен(а) на создание своей фирмы в будущем», «Я серьезно обдумываю возможность начала своего бизнеса», «У меня есть серьезное намерение однажды начать свое дело». Исходя из полученных ответов рассчитано среднее значение уровня предпринимательских намерений каждого студента. Пропущенные значения заменены средними по университету, поскольку число пропусков не превышало 7% общей выборки. Распределение пропущенных значений по основным демографическим характеристикам (пол, возраст, профиль обучения, семейное положение) в целом отражало тенденции общей выборки без каких-либо явных отклонений.

### Модераторы

Для целей нашего исследования модераторами связи между предпринимательскими намерениями студентов и их вовлечением в бизнес послужили наличие семейного дела, университетская среда и степень развития региональных институтов, стимулирующих деловую активность в регионе.

*Наличие семейного бизнеса.* Данная переменная является бинарной и принимает значение 1 в случае, если хотя бы один из родителей студента является предпринимателем, и 0, если это не так.

*Университетская предпринимательская среда* была оценена студентами по шкале от 1 (абсолютно не согласен) до 7 (полностью согласен) при ответе на следующие утверждения: «Атмосфера в моем вузе вдохновляет меня на развитие идей для нового бизнеса», «В вузе благоприятный климат для того, чтобы стать предпринимателем», «В моем вузе поощряется вовлечение студентов в предпринимательскую деятельность» [Franke, Lüthje, 2004; Geissler, 2013]. Пропущенные значения были заменены средними по университету.

*Уровень развития региональных институтов* был операционализирован на основе данных аналитического центра Российского банка поддержки малого бизнеса и предпринимательства (ОАО «МСП Банк»), полученных за период 2012–2013 гг. в рамках исследования «Индекс качества условий для малого и среднего бизнеса» [МСП Банк, 2014]. Цель проекта состояла в оценке условий ведения бизнеса в регионах России с использованием данных Росстата и материалов исследований, посвященных отечественной предпринимательской среде. В расчет принимались следующие показатели:

1) факторы производства: доступ к таким необходимым для ведения бизнеса ресурсам, как финансо-

вый и человеческий капитал, региональная предпринимательская инфраструктура;

2) спрос и конкурентная среда: барьеры входа на рынок, платежеспособный спрос;

3) управляющее воздействие: поддержка предпринимательства со стороны региональных органов власти;

4) макроэкономические риски: инфляция, баланс бюджета региона, соотношение доходов и расходов в нем, отношение расходов к валовому региональному продукту;

5) риски, связанные с преступностью, избыточными административными барьерами и коррупцией.

В рейтинге МСП Банка регионы РФ ранжированы по каждой группе факторов в зависимости от того, оценивалось ли их состояние как хорошее, удовлетворительное или неудовлетворительное. Эти качественные показатели были переведены нами в количественные: оценкам состояния группы факторов были присвоены следующие значения в соответствии с исходным рейтингом: 1 — «неудовлетворительно», 2 — «удовлетворительно», 3 — «хорошо». Далее для каждого региона был рассчитан уровень развития институтов, способных поддержать или ослабить развитие предпринимательства. Список регионов, численность респондентов проекта GUESS и соответствующая оценка уровня развития институциональной среды представлены в табл. 1.

### Контрольные переменные

Личные характеристики студента — возраст и пол — способны оказать существенное влияние на формирование предпринимательских намерений и, как следствие, на готовность к реальным действиям по созданию бизнеса [Haus et al., 2013; Levesque, Minniti, 2006], а потому указанные переменные введены в модель в качестве контрольных. Переменная «возраст» измерена в годах, пропущенные значения были заменены на средние в соответствии с подходом, предложенным в работе [Afifi, Elashoff, 1966]. Переменная «пол» является бинарной и принимает значение 1 для девушек и 0 — для юношей. Помимо социально-демографических характеристик в расчет принималась также специализация [Kolverei, Moen, 1997], поскольку студенты, обучающиеся по профилям «Экономика» и «Бизнес/менеджмент», предположительно более склонны к предпринимательству. Эта переменная также бинарная и принимает значение 1, если студент обучается по указанным профилям, и 0 — во всех остальных случаях.

Надежность измерения латентных переменных, вошедших в модель, была протестирована. Показатель альфа Кронбаха составил 0.95 для предпринимательских намерений и 0.88 — для университетской предпринимательской среды, что превышает рекомендуемое значение 0.7 и свидетельствует о внутренней согласованности используемых характеристик, описывающих указанные теоретические конструкты [Cronbach, 1951]. Описательная статистика переменных и корреляционная матрица приведены в табл. 2 и 3.

Табл. 1. Оценки уровня развития региональной институциональной среды в России в 2014 г.

Регион	Количество респондентов	Факторы производства	Спрос и конкурентная среда	Управляющее воздействие	Макроэкономические риски	Административные барьеры и коррупция	Итоговая оценка
Алтайский край	38	3	1	2	1	2	9
Астраханская область	55	1	1	1	3	2	8
Брянская область	123	1	2	2	1	2	8
Волгоградская область	101	1	2	2	2	1	8
Воронежская область	90	2	2	2	2	3	11
Иркутская область	142	1	2	2	3	3	11
Красноярский край	90	2	2	1	1	2	8
Москва	540	2	3	3	2	2	12
Новгородская область	211	2	2	2	3	2	11
Новосибирская область	82	2	2	2	3	2	11
Пермский край	225	1	3	3	2	1	10
Приморский край	186	2	1	1	2	3	9
Республика Саха (Якутия)	222	3	2	3	3	3	14
Республика Татарстан	469	2	3	3	3	3	14
Ростовская область	83	1	2	3	3	3	12
Санкт-Петербург	1026	2	3	2	3	3	13
Свердловская область	42	1	3	2	2	2	10
Ставропольский край	635	1	2	1	2	2	8
Томская область	97	2	3	2	2	2	11

Источник: составлено авторами по материалам [МСП Банк, 2014].

## Результаты анализа данных

Тестирование гипотез исследования проводилось путем оценки трехшаговой логистической регрессии. Для исключения гетероскедастичности на всех трех этапах оценки использовались робастные стандартные ошибки. Результаты тестирования гипотез отражены в табл. 4.

На первом этапе исследования были оценены эффекты контрольных переменных (модель 1) и выявлена положительная связь между возрастом студента ( $b = 0.038$ ,  $p < 0.05$ ) и фактическими усилиями по созданию бизнеса. Было установлено, что девушки менее

склонны к реализации предпринимательских намерений по сравнению с юношами ( $b = -0.981$ ,  $p < 0.001$ ). Наконец, студенты специальностей «Экономика» или «Бизнес/менеджмент» демонстрируют более выраженную склонность претворять в жизнь свои бизнес-идеи в сравнении с остальными ( $b = 0.487$ ,  $p < 0.001$ ).

На втором этапе в модель были добавлены основные эффекты (модель 2) и выявлена прямая связь между намерениями и вовлечением студентов в предпринимательскую активность ( $b = 0.503$ ,  $p < 0.001$ ). Помимо этого установлены положительный эффект наличия

Табл. 2. Описательная статистика

Переменная	Среднее значение	Стандартное отклонение	Min	Max
1. Факт перехода от намерений к действиям	—	—	0	1
2. Предпринимательские намерения	4.60	1.62	1	7
3. Наличие семейного бизнеса	—	—	0	1
4. Университетская предпринимательская среда	4.43	1.57	1	7
5. Региональные институты	9.54	1.78	6	12
6. Возраст	20.14	1.86	17	40
7. Пол	—	—	0	1
8. Специализация	—	—	0	1

Источник: составлено авторами.

Табл. 3. Корреляционная матрица

Переменные	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Факт перехода от намерений к действиям	1							
2. Предпринимательские намерения	0.254**	1						
3. Наличие семейного бизнеса	0.010**	0.099**	1					
4. Университетская предпринимательская среда	0.031*	0.266	-0.004	1				
5. Региональные институты	-0.005	-0.067**	-0.015	-0.031*	1			
6. Возраст	0.041*	-0.001	-0.039*	-0.033*	-0.031*	1		
7. Пол	-0.188**	-0.028	-0.028†	0.019	-0.048*	-0.052**	1	
8. Специализация	0.089**	0.064**	0.064**	0.094**	0.065**	0.038*	0.002	1

Примечания: † p < 0.1; \*p < 0.05; \*\*p < 0.001 (2-tailed).

При расчете корреляции между переменными, одна из которых является бинарной, используется точно бисериальный коэффициент корреляции, в остальных случаях — коэффициент корреляции Пирсона.

Источник: составлено авторами.

семейного бизнеса ( $b = 0.418, p < 0.001$ ) и отрицательный — университетской предпринимательской среды ( $b = -0.057, p < 0.05$ ).

На третьем этапе — тестирование модулирующих эффектов (модель 3) — при добавлении модераторов оценка коэффициента регрессии при переменной «предпринимательские намерения» перестала быть статистически значимой, что свидетельствует о ситуативности перехода от намерений к реальным действиям по созданию бизнеса. Результаты эмпирической проверки показали, что к факторам, стимулирующим этот процесс, можно отнести уровень развития региональной институциональной среды ( $b = 0.042, p < 0.05$ ), что подтверждает гипотезу Н3. Оценка коэффициента при переменной, отражающей наличие семейного бизнеса, оказалась отрицательной: студенты — дети предпринимателей менее склонны к реализации собствен-

ных коммерческих инициатив ( $b = -0.102, p < 0.1$ ), что опровергает гипотезу Н1. Коэффициент регрессии для университетской предпринимательской среды оказался незначимым, следовательно, гипотезу Н2 подтвердить не удалось.

### Обсуждение полученных результатов

Теория запланированного действия [Ajzen, 1991] предполагает прямую связь намерений с шагами по их осуществлению. Результаты нашего исследования подтвердили справедливость этой теории применительно к переходу от предпринимательских намерений к созданию и развитию бизнеса начинающими предпринимателями из числа студентов российских вузов. Подобный интуитивно достоверный вывод согласуется с большинством исследований в данной области

Табл. 4. Результаты регрессионного анализа

Переменные	Модель 1	Модель 2	Модель 3
<i>Контрольные переменные</i>			
Возраст	0.038*	0.064**	0.062**
Пол	-0.981***	-0.954***	-0.956***
Специализация	0.487***	0.319***	0.312***
<i>Основные эффекты</i>			
Предпринимательские намерения		0.503***	0.201
Наличие семейного бизнеса		0.418***	0.973**
Университетская предпринимательская среда		-0.057*	0.031
Региональные институты		-0.002	-0.227**
<i>Модерирующие эффекты</i>			
Предпринимательские намерения X наличие семейного бизнеса			-0.102†
Предпринимательские намерения X университетская предпринимательская среда			-0.015
Предпринимательские намерения X региональные институты			0.042*
Константа	-1.844***	-4.681***	-3.038**
N	4479	4358	4358
Prob > chi2	0.000	0.000	0.000
Pseudo R2	0.045	0.119	0.121

\*\*\* p < 0.001; \*\* p < 0.01; \* p < 0.05; † p < 0.1.

Источник: составлено авторами.



[Kautonen et al., 2013, 2015; Liñán, Fayolle, 2015; Shirokova et al., 2015; van Gelderen et al., 2015]. Вместе с тем теория запланированного действия, разработанная, прежде всего, для объяснения механизма формирования намерений, не раскрывает в полной мере причин разрыва между намерениями и действиями, т. е. тех ситуаций, когда декларируемые интенции не реализуются на практике. Полученные нами результаты демонстрируют, что переход от первых к последним обусловлен контекстом — факторами, способными увеличить либо уменьшить вероятность такого перехода.

Наличие бизнеса у членов семьи студента, задумывающегося о предпринимательской карьере, скорее снизит вероятность реализации подобных намерений, что противоречит исходной гипотезе о роли семейного дела в данном процессе. Объяснений этому может быть несколько. Во-первых, выходцы из предпринимательских семей могут самореализоваться не только через создание собственного предприятия, но в качестве преемников действующего бизнеса. Преемство избавляет начинающего предпринимателя от целого ряда самостоятельных шагов, что может отчасти объяснить зафиксированную отрицательную связь между наличием семейного бизнеса и переходом от намерений к действиям по открытию новой фирмы. Такую гипотезу подтверждают результаты исследования GUESS 2013–2014 гг.: средний показатель отношения российских студентов из предпринимательских семей к переходу в семейный бизнес как возможной карьерной траектории несколько выше, чем в международной выборке: 3.41 против 2.67 соответственно [Широкова и др., 2015b]. Другим вероятным фактором низкой конверсии предпринимательских намерений в действия по созданию бизнеса в случае российских студентов — выходцев из предпринимательских семей могут служить подкрепленные опытом родственников сомнения в стабильности подобной карьеры в России. Отечественный бизнес, вынужденный существовать в условиях развивающегося рынка, характеризуется высокой динамикой и агрессивностью [Puffer, McCarthy, 2001]. Негативный семейный опыт ведения бизнеса может вынудить студента отказаться от реализации предпринимательских намерений.

Нам не удалось подтвердить связь между развитой предпринимательской средой вуза и переходом студентов от намерений к действиям по открытию фирмы. Вопреки очевидным успехам в разноплановой поддержке студенческого предпринимательства общий уровень соответствующей инфраструктуры требует дальнейшего развития [Карпунина и др., 2014]. Важным шагом на этом пути может стать принятие в качестве целевого ориентира модели предпринимательского университета [Боков и др., 2011; Иващенко и др., 2014]. Охватывающая различные направления деятельности вузов, помимо академической, эта модель предполагает создание инновационных центров, коммерциализацию результатов исследований, расширение круга источников финансирования, формирование предпринимательской культуры и деловой среды, активное взаимодействие с представителями бизнеса [Иващенко и др.,

2014; Константинов, Филонович, 2007; Таппасханова и др., 2014]. Внедрение подобных инициатив в российских университетах даст заметный импульс трансформации предпринимательских намерений их студентов в реальные усилия по созданию бизнеса.

Наконец, мы выявили положительную связь между уровнем развития предпринимательской среды в регионе и переходом студентов от намерений к действиям по открытию бизнеса. Подобный результат согласуется с исходными предположениями о влиянии локального институционального контекста на деловую активность индивидов. Одним из важнейших факторов последней, как было показано в недавнем исследовании [Александрова, Верховская, 2015], служит положительное восприятие условий хозяйственной деятельности в регионе. Наши выводы подтверждают справедливость этого тезиса применительно к претворению предпринимательских намерений в жизнь. В силу существенных различий в условиях ведения бизнеса между различными регионами России МСБ развивается в стране неравномерно [Госсовет РФ, 2015]. Разумеется, особенности региональной политики в этой сфере зависят от мер общегосударственного характера, а равно задач развития и специфики каждой территории [Гневко, 2010]. Однако, как нам удалось показать, региональная система разносторонней поддержки предпринимательства в форме программ его стимулирования с использованием как Федерального закона № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 г., так и косвенных мер поддержки платежеспособного спроса, борьбы с коррупцией и улучшения макроэкономической ситуации в регионе способна увеличить число молодых предпринимателей, готовых перейти от намерений к реальным действиям по созданию нового бизнеса и повысить деловую активность в целом.

### Теоретический вклад и практическая значимость

Наше исследование призвано углубить понимание взаимосвязей между основными элементами предпринимательского процесса в России. В статье уточняется теория запланированного действия [Ajzen, 1991] в части тех факторов, которые могут выступить модераторами перехода от намерений к практическим шагам в предпринимательской сфере. Мы продемонстрировали применимость концепции «встроенности» [Granovetter, 1985] к разного рода условиям деловой активности индивида. Наконец, мы попытались расширить сферу применения институционального подхода к исследованию предпринимательства, раскрыв роль региональных институтов в конверсии предпринимательских намерений в действия по созданию нового бизнеса в контексте развивающегося рынка.

Сформулированные по итогам исследования выводы могут быть полезны разработчикам региональных программ поддержки предпринимательства. В частности, речь идет о разнообразии факторов, влияющих на переход от предпринимательских намерений к фак-

тическим действиям, и о российской специфике этого процесса. Также знания могут использоваться в рамках программ бизнес-образования в российских университетах, что, в конечном счете, скажется на предпринимательской активности студентов в целом.

## Ограничения и направления дальнейших исследований

В нашем исследовании были использованы кросс-секционные данные, т. е. уровень предпринимательских намерений и деятельность по созданию бизнеса были замерены одновременно, что не позволяет оценить их в динамике. Поскольку намерения преходящи, их объясняющая способность со временем снижается [Sutton, 1998], поэтому в фокусе нашей статьи — роль различных факторов перехода от предпринимательских намерений к действиям, рассмотренных в статике. Тем не менее одним из возможных направлений изучения связи между интенциями и фактической предпринимательской деятельностью в российском контексте могут стать лонгитюдные исследования.

В статье мы опирались исключительно на студенческую выборку, что не позволяет экстраполировать результаты на другие группы начинающих предпринимателей. Возможным направлением дальнейших исследований может стать тестирование факторов перехода от предпринимательских намерений к действиям по созданию бизнеса представителей различных социальных категорий. Кроме того, результаты нашего анализа релевантны лишь для российского контекста. Вероятно,

аналогичные усилия в других странах обнаружат иные констелляции рассматриваемых элементов предпринимательской экосистемы.

Наконец, мы попытались количественно оценить однонаправленные связи между основными составляющими бизнес-процесса. Однако переход от предпринимательских намерений к действиям сложен и многогранен, а потому его изучение лежит на пути качественных исследований, во всей полноте раскрывающих все его аспекты.

## Заключение

Теория запланированного действия предполагает прямую связь между намерениями и шагами к их осуществлению. В случае предпринимательской деятельности эта связь может быть катализирована или ослаблена рядом факторов, обусловленных контекстом. В нашей работе мы воспользовались концепцией «встроенности» для установления отрицательной связи между наличием у российских студентов семейного дела и переходом от намерений к действиям по созданию бизнеса и положительного влияния на этот процесс институциональной предпринимательской среды в регионе. Наша статья вносит вклад в развитие исследований предпринимательства и имеет практическую значимость для разработчиков региональных программ поддержки бизнеса и образовательных инициатив в данной сфере.

*Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект №14-18-01093).*

## Библиография

- Александрова Е.А., Верховская О.Р. (2015) Предпринимательские намерения в России: эмпирический анализ // Российский журнал менеджмента. Т. 13. № 2. С. 2–26.
- Боков Л.А., Кобзев А.В., Уваров А.Ф., Шурыгин Ю.А. (2011) На пути к предпринимательскому университету // Инновации. № 4. С. 11–17.
- Всемирный банк (2015) Доклад об экономике России. № 33. Режим доступа: <http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/eca/russia/rer33-rus.pdf>, дата обращения 25.01.2016.
- Гневко В.А. (ред.) (2010) Региональные аспекты функционирования и развития малого предпринимательства в России. СПб.: Санкт-Петербургская академия управления и экономики.
- Государственный Совет Российской Федерации (2015) Доклад о мерах по развитию малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации. М.: Кремль. Режим доступа: <http://www.smeforum.ru/upload/iblock/f81/f810c5d73204a810a2889cfc43d6aae9.pdf>, дата обращения 25.01.2016.
- Захарова А.А. (2013) Проблемы развития предпринимательской активности студентов в современных условиях // Инновации в современной науке. Материалы II Международного осеннего симпозиума / Под ред. Г.Ф. Гребенщикова. М.: Спутник+. С. 139–142.
- Ивашенко Н.П., Энговатова А.А., Коростылева И.И. (2014) Трансформация отечественных вузов в предпринимательские: логика пути // Экономические стратегии. Т. 16. № 8 (124). С. 130–135.
- Карпунина М.А., Савинова С.Ю., Шубнякова Н.Г. (2014) Формирование молодежного предпринимательского сообщества как инструмент повышения предпринимательской активности в России // Современные проблемы науки и образования (электронный журнал). № 2. Режим доступа: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=12360>, дата обращения 15.02.2016.
- Константинов Г.Н., Филонович С.Р. (2007) Что такое предпринимательский университет // Вопросы образования. № 1. С. 49–62.
- Конюхова Е. (2014) Предпринимательские компетенции как гарантии качества программ по обучению предпринимательству // Качество образования. № 12. С. 48–52.
- Куценко Е. (2015) Пилотные инновационные территориальные кластеры России: модель устойчивого развития // Форсайт. Т. 9. № 1. С. 32–55.
- Макаров С., Угнич Е. (2015) Бизнес-катализаторы как драйверы развития региональных инновационных систем // Форсайт. Т. 9. № 1. С. 56–67.
- МСП Банк (2014) Индекс качества условий для малого и среднего бизнеса в 2013–2014 гг.: региональные диспропорции. М.: Аналитический центр МСП Банка. Режим доступа: [https://www.mspsbank.ru/userfiles/files/researches/index\\_kach\\_2012-2013\\_reg.pdf](https://www.mspsbank.ru/userfiles/files/researches/index_kach_2012-2013_reg.pdf), дата обращения 26.01.2016.

- Павлов К.В. (2008) Региональные особенности развития российского предпринимательства // Вестник МГТУ. Т. 11. № 2. С. 254–263.
- Резник Г.А., Пономаренко Ю.С. (2010) Студенческое предпринимательство как важный фактор формирования инновационной экономики // Университетское управление: практика и анализ. № 2. С. 62–67.
- Романовская А. (2015) Большие проблемы малого бизнеса // Валовый внутренний продукт. № 5 (94). Режим доступа: <http://www.vvprf.ru/archive/clause1107.html>, дата обращения 27.01.2016.
- Сайдудлаев Ф.С. (2015) Динамика развития малого предпринимательства в регионах России в 2014 году. Ежеквартальный информационно-аналитический отчет. М.: Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства. Режим доступа: [http://nisse.ru/upload/iblock/01e/4%20kvartal\\_2014.pdf](http://nisse.ru/upload/iblock/01e/4%20kvartal_2014.pdf), дата обращения 28.01.2016.
- Таппасханова Е.О., Батова Б.З., Зумакулова З.А. (2014) Реализация концепции «предпринимательского университета» в регионе: экономико-правовой аспект // Экономика и предпринимательство. № 4-2 (45-2). С. 949–952.
- Хайретдинова О.А. (2014) Значение студенческого предпринимательства на современном этапе развития России // Science Time. № 5 (5). С. 225–233.
- Широкова Г.В., Богатырёва К.А., Галкина Т.А. (2014) Эффектуация и каузация: взаимосвязь между университетской инфраструктурой и выбором типа поведения в процессе создания бизнеса студентами-предпринимателями // Российский журнал менеджмента. Т. 12. № 3. С. 59–86.
- Широкова Г., Цуканова Т., Богатырёва К. (2015а) Факторы формирования предпринимательских намерений российских студентов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия «Менеджмент». № 3. С. 21–46.
- Широкова Г., Цуканова Т., Богатырёва К. (2015б) Университетская среда и предпринимательская активность студентов: роль бизнес-опыта и предпринимательской самоэффективности // Вопросы образования. № 3. С. 171–207.
- Щеголев В.В., Николаев Н.А. (2014) Изучение и поддержка предпринимательских намерений студентов // Современные проблемы науки и образования (электронный журнал). № 6. Режим доступа: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=16745>, дата обращения 21.04.2016.
- Щербакова Е.А. (2012) Инновационный подход к обучению предпринимательству // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (Новочеркасского политехнического института). Серия «Социально-экономические науки». № 3. С. 83–86.
- Afifi A.A., Elashoff R.M. (1966) Missing Observations in Multivariate Statistics // Journal of American Statistical Association. № 61 (315). P. 595–605.
- Ajzen I. (1991) The Theory of Planned Behavior // Organizational Behavior & Human Decision Processes. Vol. 50. № 2. P. 179–211.
- Ajzen I., Czasch C., Flood M.G. (2009) From Intentions to Behavior: Implementation Intention, Commitment, and Conscientiousness // Journal of Applied Social Psychology. Vol. 39. № 6. P. 1356–1372.
- Armitage C.J., Conner M. (2001) Efficacy of the Theory of Planned Behavior: A Meta-Analytic Review // British Journal of Social Psychology. Vol. 40. № 4. P. 471–499.
- Bae T.J., Qian S., Miao C., Fiet J.O. (2014) The Relationship between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review // Entrepreneurship Theory & Practice. Vol. 38. № 2. P. 217–254.
- Bird B.J. (1988) Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention // Academy of Management Review. Vol. 13. № 3. P. 442–453.
- Bruton G. D., Ahlstrom D., Han-Lin L. (2010) Institutional Theory and Entrepreneurship: Where are We Now and Where do We Need to Move in the Future? // Entrepreneurship: Theory & Practice. Vol. 34. № 3. P. 421–440.
- Chlosta S., Patzelt H., Klein S.B., Dormann C. (2012) Parental Role Models and the Decision to Become Self-employed: The Moderating Effect of Personality // Small Business Economics. Vol. 38. № 1. P. 121–138.
- Costa L., Mainardes E.W. (2016) The Role of Corruption and Risk Aversion in Entrepreneurial Intentions // Applied Economics Letters. Vol. 23. № 4. P. 290–293.
- Cronbach L. (1951) Coefficient Alpha and the Internal Structure of Tests // Psychometrika. № 16. P. 297–334.
- Davidsson P., Honig B. (2003) The Role of Social and Human Capital among Nascent Entrepreneurs // Journal of Business Venturing. Vol. 18. № 3. P. 301–331.
- De Clercq D., Arenius P. (2006) The Role of Knowledge in Business Start-Up Activities // International Small Business Journal. Vol. 24. № 4. P. 339–358.
- Djankov S., Miguel E., Qian Y., Roland G., Zhuravskaya E. (2006) Entrepreneurship: First Results from Russia. CEPR Discussion Paper № 5707. London: CEPR.
- Dunn T., Holtz-Eakin D. (2000) Human Capital and the Transition to Self-Employment: Evidence from Intergenerational Links // Journal of Labor Economics. Vol. 18. № 2. P. 282–305.
- EBRD (2012) Diversifying Russia. London: European Bank for Reconstruction and Development. Режим доступа: <http://www.ebrd.com/news/publications/special-reports/diversifying-russia.html>, дата обращения 18.02.2016.
- Franke N., Lüthje C. (2004) Entrepreneurial Intentions of Business Students: A Benchmarking Study // International Journal of Innovation and Technology Management. Vol. 1. № 3. Vol. 269–288.
- Fritsch M., Storey D.J. (2014) Entrepreneurship in a Regional Context: Historical Roots, Recent Developments and Future Challenges // Regional Studies. Vol. 48. № 6. P. 939–954.
- Geissler M. (2013) Determinanten des Vorgründungsprozesses. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Granovetter M. (1985) Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness // The American Journal of Sociology. Vol. 91. № 3. P. 481–510.
- Haus I., Steinmetz H., Isidor R., Kabst R. (2013) Gender Effects on Entrepreneurial Intention: A Meta-Analytical Structural Equation Model // International Journal of Gender and Entrepreneurship. Vol. 5. № 2. P. 130–156.
- Heuer A., Liñán F. (2013) Testing Alternative Measures of Subjective Norms in Entrepreneurial Intention Models // International Journal of Entrepreneurship and Small Business. Vol. 19. № 1. P. 35–50.
- Hughes M., Ireland R.D., Morgan R.E. (2007) Stimulating Dynamic Value: Social Capital and Business Incubation as a Pathway to Competitive Success // Long Range Planning. Vol. 40. № 2. P. 154–177.
- Kautonen T., van Gelderen M., Fink M. (2015) Robustness of the Theory of Planned Behavior in Predicting Entrepreneurial Intentions and Actions // Entrepreneurship Theory and Practice. Vol. 39. № 3. P. 655–674.
- Kautonen T., van Gelderen M., Tornikoski E.T. (2013) Predicting Entrepreneurial Behavior: A Test of the Theory of Planned Behavior // Applied Economics. Vol. 45. № 6. P. 697–707.

- Kibler E. (2013) Formation of Entrepreneurial Intentions in a Regional Context // *Entrepreneurship and Regional Development: An International Journal*. Vol. 25. № 3–4. P. 292–323.
- Klofsten M. (2000) Training Entrepreneurship at Universities: A Swedish Case // *Journal of European Industrial Training*. Vol. 24. № 6. P. 337–344.
- Kolvarei L., Moen O. (1997) Entrepreneurship among Business Graduates: Does a Major in Entrepreneurship Make a Difference? // *Journal of European Industrial Training*. Vol. 21. № 4/5. P. 154–160.
- Krueger N.F. (2009) Entrepreneurial Intentions are Dead: Long Live Entrepreneurial Intentions // *Understanding the Entrepreneurial Mind, International Studies in Entrepreneurship* / Eds. A.L. Carsrud, M. Brännback. New York: Springer. P. 51–72.
- Laspita S., Breugst N., Hebllich S., Patzelt H. (2012) Intergenerational Transmission of Entrepreneurial Intentions // *Journal of Business Venturing*. Vol. 27. № 4. P. 414–435.
- Lentz B.F., Laband D.N. (1990) Entrepreneurial Success and Occupational Inheritance among Proprietors // *Canadian Journal of Economics*. Vol. 23. № 3. P. 563–579.
- Lévesque M., Minniti M. (2011) Age Matters: How Demographics Influence Aggregate Entrepreneurship // *Strategic Entrepreneurship Journal*. Vol. 5. № 3. P. 269–284.
- Liñán F., Chen Y.W. (2009) Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions // *Entrepreneurship Theory & Practice*. Vol. 33. № 3. P. 593–617.
- Liñán F., Fayolle A. (2015) A Systematic Literature Review on Entrepreneurial Intentions: Citation, Thematic Analyses, and Research Agenda // *International Entrepreneurship and Management Journal*. Vol. 11. № 4. P. 907–933.
- Liñán F., Rodríguez-Cohard J.C. (2015) Assessing the Stability of Graduates' Entrepreneurial Intention and Exploring its Predictive Capacity // *Academia Revista Latinoamericana de Administración*. Vol. 28. № 1. P. 77–98.
- McCarthy D., Puffer S., Darda S.V. (2010) Convergence in Entrepreneurial Leadership Style: Evidence from Russia // *California Management Review*. Vol. 52. № 4. P. 48–72.
- Morales-Gualdrón S.T., Roig S. (2005) The New Venture Decision: An Analysis Based on the GEM Project Database // *International Entrepreneurship and Management Journal*. Vol. 1. № 4. P. 479–499.
- Mueller P. (2006) Entrepreneurship in the Region: Breeding Ground for Nascent Entrepreneurs? // *Small Business Economics*. Vol. 27. № 1. P. 41–58.
- Nielsen S.L., Lassen A.H. (2012) Identity in Entrepreneurship Effectuation Theory: A Supplementary Framework // *International Entrepreneurship and Management Journal*. Vol. 8. № 3. P. 373–389.
- Orbell S., Sheeran P. (1998) Inclined Abstainers: A Problem for Predicting Health-Related Behavior // *British Journal of Social Psychology*. Vol. 37. № 2. P. 151–165.
- Parker S.C., Belghitar Y. (2006) What Happens to Nascent Entrepreneurs? An Econometric Analysis of the PSED // *Small Business Economics*. Vol. 27. № 1. P. 81–101.
- Peng M. (2003) Institutional Transitions and Strategic Choices // *Academy of Management Review*. Vol. 28. № 1. P. 275–296.
- Puffer S.M., McCarthy D.J. (2001) Navigating the Hostile Maze: A Framework for Russian Entrepreneurship // *Academy of Management Executive*. Vol. 15. № 3. P. 24–36.
- Rauch A. (2014) Predictions of Entrepreneurial Behavior: A Personality Approach // *Handbook of Research on Small Business and Entrepreneurship* / Eds. E. Chell, M. Karataş-Özkan. Cheltenham: Edward Elgar. P. 165–183.
- Schlaegel C., Koenig M. (2014) Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models // *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 38. № 2. P. 291–332.
- Sequeira S., Mueller S., McGee J. (2007) The Influence of Social Ties and Self-Efficacy in Forming Entrepreneurial Intentions and Motivating Nascent Behavior // *Journal of Developmental Entrepreneurship*. Vol. 12. № 3. P. 275–293.
- Shapiro A., Sokol L. (1982) Social dimensions of entrepreneurship // *The Encyclopedia of Entrepreneurship* / Eds. C. Kent, D. Sexton, K. Vesper. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. P. 72–90.
- Sheeran P. (2002) Intentions-Behavior Relations: A Conceptual and Empirical Review // *European Review of Social Psychology*. Vol. 12. P. 1–36.
- Shirokova G., Osiyevskyy O., Bogatyreva K. (2016) Exploring the Intention-Behavior Link in Student Entrepreneurship: Moderating Effects of Individual and Environmental Characteristics // *European Management Journal*. Vol. 34. № 4. P. 386–399.
- Shook C.L., Bratianu C. (2010) Entrepreneurial Intent in a Transitional Economy: An Application of the Theory of Planned Behavior to Romanian Students // *International Entrepreneurship and Management Journal*. Vol. 6. № 3. P. 231–247.
- Snihotta F.F., Schwarzer R., Scholz U., Schüz B. (2005) Action Planning and Coping Planning for Long-Term Lifestyle Change: Theory and Assessment // *European Journal of Social Psychology*. Vol. 35. Vol. 4. P. 565–576.
- Stenholm P., Acs Z.J., Wuebker R. (2013) Exploring Country-Level Institutional Arrangements on the Rate and Type of Entrepreneurial Activity // *Journal Business Venturing*. Vol. 28. № 1. P. 176–193.
- Sutton S. (1998) Predicting and Explaining Intentions and Behavior: How Well are We Doing? // *Journal of Applied Social Psychology*. Vol. 28. № 15. P. 1317–1338.
- Transparency International (2015) Corruption Perceptions Index 2015. Режим доступа: <https://www.transparency.org/cpi2015>, дата обращения 29.01.2016.
- van Gelderen M., Kautonen T., Fink M. (2015) From Entrepreneurial Intentions to Actions: Self-Control and Action-Related Doubt, Fear, and Aversion // *Journal of Business Venturing*. Vol. 30. № 5. P. 655–673.
- Welter F. (2011) Contextualizing Entrepreneurship — Conceptual Challenges and Ways Forward // *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 35. № 1. P. 65–184.
- Welter F., Smallbone D. (2011) Institutional Perspectives on Entrepreneurial Behavior in Challenging Environments // *Journal of Small Business Management*. Vol. 49. № 1. P. 107–125.
- Zanakis S.H., Renko M., Bullough A. (2012) Nascent Entrepreneurs and the Transition to Entrepreneurship: Why Do People Start New Businesses? // *Journal of Developmental Entrepreneurship*. Vol. 17. № 1. P. 1–25.
- Zhang Y., Duysters G., Cloudt M. (2014) The Role of Entrepreneurship Education as a Predictor of University Students' Entrepreneurial Intention // *International Entrepreneurship and Management Journal*. Vol. 10. № 3. P. 623–641.
- Zhao H., Seibert S., Hills G. (2005) The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions // *Journal of Applied Psychology*. Vol. 90. № 6. P. 1265–1272.