

Университетская среда и предпринимательская активность студентов:

роль бизнес-опыта и предпринимательской самоэффективности

Г. В. Широкова, Т. В. Цуканова, К. А. Богатырева

Широкова Галина Викторовна
доктор экономических наук, профессор кафедры стратегического и международного менеджмента Высшей школы менеджмента СПбГУ. E-mail: shirokova@gsom.pu.ru

Цуканова Татьяна Владимировна
ассистент кафедры стратегического и международного менеджмента Высшей школы менеджмента СПбГУ. E-mail: tsukanova@gsom.pu.ru

Богатырева Карина Александровна
аспирант кафедры стратегического и международного менеджмента Высшей школы менеджмента СПбГУ. E-mail: bogatyreva.phd2015@ledu.gsom.pu.ru

Адрес: Санкт-Петербург, 199004, Волховский пер., 1/3.

Аннотация. Целью исследования является оценка влияния различных типов предпринимательского капитала, предоставляемых университетом, на вовлечение студентов в предпринимательскую деятельность. Роль университета рассматривается в рамках концепции встроенности, согласно которой важную роль в осуществлении целенаправленных действий играют сетевые взаимоотношения и доверие, возникающее в рамках этих отношений. Эмпирической базой исследования послужили данные международного проекта «Глобальное исследование предпринимательского

духа студентов». В результате обработки данных методом регрессионного иерархического анализа было установлено, что университетские инициативы по развитию человеческого и социального капитала оказывают положительное влияние на масштабы предпринимательской деятельности студентов, тогда как влияние финансового капитала, предоставляемого университетом, является отрицательным. Рассмотрены также модулирующие эффекты наличия предыдущего бизнес-опыта и предпринимательской самоэффективности. Установлено, что предшествующий опыт способен ослабить связь всех трех типов ресурсов, предоставляемых университетом, с масштабами деятельности студентов по созданию бизнеса, в том числе и отрицательный эффект доступа к финансовому капиталу, тогда как предпринимательская самоэффективность этот эффект усиливает, ослабляя при этом положительное влияние университетской поддержки развития человеческого и социального капитала.

Ключевые слова: высшее образование, студенческое предпринимательство, университетский человеческий капитал, университетский финансовый капитал, университетский социальный капитал, предпринимательская самоэффективность.

DOI: 10.17323/1814-9545-2015-3-171-207

Статья поступила
в редакцию
в марте 2015 г.

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

Выбор карьеры предпринимателя обычно мотивирован стремлением достичь независимости, приобрести уникальные знания и навыки, стать обеспеченным человеком и внести свой вклад в рост и развитие экономики. В настоящее время университеты всего мира активно развивают учебные и внеучебные инициативы, связанные с предпринимательством [Morris, Kuratko, Cornwall, 2013; Dickson, Solomon, Weaver, 2008]. Тем не менее соизмеримого роста числа выпускников, открывающих свой бизнес, не наблюдается [Sieger, Fueglistaller, Zellweger, 2014]. Тот факт, что среди студентов достаточно небольшую долю составляют те, кто занимается предпринимательством, обычно объясняют затрудненным доступом к необходимым финансовым ресурсам, недостатком соответствующих знаний и навыков, инфраструктурными несовершенствами, а также отсутствием поддержки и профессиональных контактов [Kew et al., 2013]. На этом основании отдельные университеты предпринимают попытки пересмотреть традиционные способы обучения предпринимательству [Hoskisson et al., 2011].

Возникновению желания выбрать карьеру предпринимателя может способствовать окружение студента [Берман и др., 2008; Lee, Peterson, 2000]. В частности, в университетской среде на становление предпринимательских намерений студентов и на переход от намерений к реальным действиям в значительной степени влияют атмосфера образовательного учреждения, разделяемые ценности и нормы, а также содержание учебных курсов и фокус внеаудиторных мероприятий [Широкова, Богатырева, Галкина, 2014; Bae et al., 2014; Liñán, Urbano, Guerrero, 2011; Saeed, Muffato, 2012; Sesen, 2013; Turker, Selcuk, 2009; Zhang, Duysters, Cloodt, 2014]. С целью повысить интерес студентов к предпринимательской деятельности университеты предлагают программы по предпринимательству и вовлекаются в деятельность, связанную с коммерциализацией технологий, работой бизнес-инкубаторов, обеспечением начального финансирования, наставничеством, расширяя таким образом традиционный спектр образовательных услуг [Хайретдинова, 2014; Kauffman, 2013; Morris, Kuratko, Cornwall, 2013].

Современные университеты существенно различаются по уровню развития образовательных инициатив в области предпринимательства и по объему инвестиций в создание инфраструктуры, поддерживающей бизнес-начинания студентов [Широкова, 2012; Morris, Kuratko, Cornwall, 2013; Solomon, Matthews, 2014; Matlay, 2008]. Можно предположить, что университетская среда способна как ограничивать, так и поддерживать студенческое предпринимательство [Резник, 2010; Welter, Smallbone, 2011], однако степень ее влияния на вовлечение студентов в предпринимательскую деятельность неясна. Актуальной задачей является изучение роли тех или иных характеристик универ-

ситетской среды в процессе формирования и реализации предпринимательских намерений студентов [Fayolle, Liñán, 2014].

Цель данного исследования состоит в оценке влияния различных типов предпринимательского капитала, предоставляемых университетом, на вовлечение студентов в предпринимательскую деятельность. В фокусе исследования находятся действия по созданию бизнеса, связанные с реализацией предпринимательских намерений. Следуя исследовательской традиции изучения предпринимательских намерений (например, [Byabashaija, Katono, 2011; Zhang, Duysters, Cloodt, 2014]), мы рассматриваем ряд факторов, способных повлиять на силу и направление связей между ресурсами, предоставляемыми университетом, с одной стороны, и масштабами предпринимательской деятельности студентов — с другой. К ним относятся такие индивидуальные характеристики студентов, как предпринимательская самооэффективность (*entrepreneurial self-efficacy*), уровень развития которой определяется верой в собственные силы, умения и навыки, необходимые для создания жизнеспособного предприятия [McGee et al., 2009], а также наличие предыдущего предпринимательского или бизнес-опыта.

Вклад данной работы в исследование раннего предпринимательства состоит в первую очередь в рассмотрении влияния разных типов ресурсов, предоставляемых университетами, на вовлечение студентов в предпринимательскую деятельность. В фокусе предыдущих исследований в данной области находилась роль бизнес-планирования [Shane, Delmar, 2004], легитимности [Zimmerman, Zeitz, 2002] и институтов различного уровня [Choi, Shepherd, 2004] в формировании и развитии предпринимательства, но в контексте университетов эти ресурсы не рассматривались. Во-вторых, в данном исследовании мы акцентируем внимание на проявлении индивидуальных характеристик студентов в процессе реализации предпринимательских инициатив. Мы исходим из предположения, что личностные свойства способны повлиять на связь между образованием в области предпринимательства и формированием предпринимательских намерений [Bae et al., 2014; Oosterbeek, Praag, Ijsselstein, 2010; von Graevenitz, Harhoff, Weber, 2010].

В первом разделе статьи раскрывается теоретическая основа исследования, формулируются гипотезы. Второй раздел посвящен описанию методов эмпирического исследования. Третий раздел содержит основные результаты анализа. В четвертом разделе представлено обсуждение полученных результатов и предложены рекомендации для развития университетской предпринимательской инфраструктуры.

- 1. Теоретическая основа и гипотезы исследования** Формирование предпринимательских намерений, представляющих собой готовность посвятить себя созданию и развитию собственного бизнеса [Krueger, 1993], является катализатором процесса создания предприятия. Предпринимательское поведение формируется в результате «распознавания, оценки и использования предпринимательских возможностей» [Shane, Venkataraman, 2000]. М. ван Гельдерен с соавторами показал, что предпринимательские намерения студентов и, как результат, действия, направленные на создание бизнеса, являются следствием отношения к предпринимательству в целом [Van Gelderen et al., 2008]. Отношение же формируется под влиянием личных характеристик и ситуационных факторов [Ajzen, 1991; Krueger, Reilly, Carsrud, 2000].
- 1.1. Предпринимательское поведение и процесс создания предприятия** Процесс создания предприятия «охватывает период между формированием предпринимательских намерений и моментом осуществления первых продаж» [Gatewood, Shaver, Gartner, 1995. P. 380]. Он состоит из множества отдельных действий [Carter, Gartner, Reynolds, 1996; Gartner, Carter, Reynolds, 2004; Liao, Welsch, Tan, 2005]. Нарождающимися предпринимателями (nascent entrepreneurs) называют лиц, намеревающихся открыть собственный бизнес либо уже осуществляющих ряд действий, направленных на разработку продукта, обеспечение необходимых ресурсов, организацию производства, регистрацию юридического лица, проведение первых продаж и поставок и т. п. [Верховская, Дорохина, Сергеева, 2014; Souitaris, Zerbini, Al-Laham, 2007]. Чем больше действий реализовано, тем ближе нарождающийся предприниматель к созданию бизнеса [Alsos, Kolvereid, 1998; Carter, Gartner, Reynolds, 1996], так как «чем больше времени и усилий затрачивается на достижение определенного результата, тем больше вероятность того, что этот результат в конечном итоге будет достигнут» [Gatewood, Shaver, Gartner, 1995. P. 373].
- Важным условием успеха при создании бизнеса является доступ к разнообразным ресурсам [Hanlon, Saunders, 2007; Semrau, Werner, 2014], который будущий предприниматель получает или не получает в определенном социальном контексте [Danes et al., 2009; Steier, 2007]. Когда речь идет о студенческом предпринимательстве, ключевым становится вопрос о роли университета в обеспечении доступа к таким ресурсам. Университетская среда может способствовать формированию предпринимательских намерений студентов и в некоторой степени определять природу создаваемого предприятия [Широкова, Богатырева, Галкина, 2014; Politis, Winborg, Dahlstrand, 2010].
- 1.2. Университетская среда и создание бизнеса студентами-предпринимателями** Взгляд на предпринимательство как на реализацию бизнес-возможностей без учета имеющихся в распоряжении потенциального бизнесмена ресурсов [Stevenson, Jarillo, 1990] представляется нам ограниченным. В. Халсинк и Д. Коек в эмпирическом

исследовании, посвященном молодым предпринимателям, показали, что доступ к ресурсам играет ключевую роль в процессе создания успешного предприятия [Hulsink, Koeck, 2014]. Согласно ресурсной концепции, при наличии различных материальных и нематериальных ресурсов фирмы развивают устойчивые конкурентные преимущества [Barney, 1991]. Р. Берт предлагает разделять ресурсы на три категории: человеческий капитал как знания, умения, навыки и способности работников; социальный капитал, формирующийся в результате вовлечения предпринимателя и его сотрудников в социальные сети и участия в социальном обмене; финансовый капитал, т. е. денежные средства, необходимые для открытия бизнеса [Burt, 1992]. Доступ ко всем трем категориям ресурсов является двигателем процесса при запуске нового предприятия [Klyver, Schenkel, 2013]. В случае студенческого предпринимательства отсутствие необходимых ресурсов может препятствовать переходу от намерений к реальным действиям, определить тип создаваемого предприятия и повлиять на результаты его деятельности [Nielsen, Lasssen, 2012].

Университет как источник ресурсов, необходимых для создания успешного предприятия студентами-предпринимателями, обеспечивает доступ к знаниям, предлагает возможности по развитию сети профессиональных контактов, а также в ряде случаев снабжает финансовыми ресурсами [Robinson, Sexton, 1994; Shane, 2000; Zhao, Seibert, Hills, 2005]. Его роль может оцениваться с точки зрения концепции встроенности (embeddedness), акцентирующей внимание на значении сетевых взаимоотношений и доверия, возникающего в рамках этих отношений, для осуществления целенаправленных действий [Granovetter, 1992]. Всякое поведение является результатом сбалансированного влияния характеристик рационального индивида и контекста, в котором он действует. Деятельность студентов-предпринимателей встроена в университетский контекст, и университетская среда может рассматриваться как источник обозначенных выше типов ресурсов: человеческого капитала в виде знаний и навыков, требующихся для открытия собственного дела; социального капитала, т. е. связей с предпринимателями, провайдерами услуг, инвесторами и т. п.; финансового капитала в форме необходимых стартовых средств.

Человеческий капитал определяется знаниями, навыками и компетенциями, которыми обладает индивид [OECD, 1998. P. 9]. В основе данного понятия лежит представление о том, что люди как носители знаний, навыков и опыта способны принести экономическую выгоду [Cetindamar et al., 2012]. В современных исследованиях предпринимательства человеческий капитал признается самым важным из ресурсов, которыми обладают экономические агенты [Corbett, 2007; Pergelova, Angulo-Ruiz, 2014].

1.3. Университетские инициативы по развитию человеческого капитала

При этом он является одним из наиболее значимых факторов успеха предприятия, создаваемого его носителем. Уровень развития человеческого капитала обычно оценивают на основании полученного образования и имеющегося предпринимательского и управленческого опыта [Grichnik et al., 2014; Kirsch, Goldfarb, Gera, 2009].

У студентов-предпринимателей существенного опыта организации бизнеса и управления им обычно не бывает. Отсутствие необходимых навыков может стать серьезным препятствием при переходе от формулирования предпринимательской идеи к ее реализации [Pittway, Cope, 2007; Solomon, Duffy, Tarabishy, 2002]. Университеты представляют собой потенциальный источник предпринимательских знаний и могут способствовать развитию соответствующих умений и навыков. Такие ожидания основаны на предположении, что предпринимательству можно научиться — и научиться не на собственном опыте, а с помощью преподавателей и наставников [Drucker, 1985; Volery et al., 2013]. Однако результаты исследований эффективности образовательных инициатив в сфере предпринимательства являются весьма противоречивыми [Dickson, Solomon, Weaver, 2008; Oosterbeek, van Praag, Ijsselstein, 2010; Matlay, 2008]. В частности, Г. фон Гревениц с соавторами показал, что предпринимательские намерения студентов ослабли после посещения учебного курса по предпринимательству [von Graevenitz, Harhoff, Weber, 2010]. Причиной этому может быть осознание студентами всей сложности процесса создания бизнеса. В то же время не приходится сомневаться, что курсы по предпринимательству позволяют студентам аккумулировать необходимые знания, что в конечном счете увеличивает вероятность создания успешного предприятия. Образование в области предпринимательства, безусловно, положительно влияет на развитие человеческого капитала [Martin, McNally, Kay, 2013]. В частности, оно содействует формированию соответствующих убеждений и принципов, способности распознавать и использовать предпринимательские возможности и развитию базы предпринимательских знаний [Volery et al., 2013]. С. Кристиансен и Н. Индартти показали, что доступность информации о тонкостях процесса открытия собственного дела положительно сказывается на формировании предпринимательских намерений [Kristiansen, Indartti, 2004]. Помимо этого, высокий уровень развития человеческого капитала увеличивает вероятность получения доступа к другим необходимым ресурсам. Таким образом, знания, навыки и способности, приобретенные в период обучения в университете, могут содействовать вовлечению студента в предпринимательскую деятельность и реализации им более широкомасштабных инициатив. Следовательно, первая гипотеза данного исследования может быть сформулирована следующим образом.

Н1. Университетские инициативы по развитию человеческого капитала положительно связаны с масштабом действий студентов по открытию собственного бизнеса.

Социальный капитал — это ресурсы, которые появляются в результате участия в сетях взаимоотношений. Действия индивидов всегда встроены в определенный социальный контекст и могут формироваться под влиянием общественных факторов [Liao, Welsch, Tan, 2005]. Чем выше уровень развития социального капитала, тем легче предприниматели получают необходимую информацию и быстрее налаживают связи с экспертами, инвесторами, поставщиками, дистрибьюторами, потенциальными клиентами [Florin, Lubatkin, Schulze, 2003]. М. Гранноветтер утверждает, что новые предприятия создаются в системе общественных отношений предпринимателя [Grannovetter, 1992]. Социальный капитал особенно важен именно для студентов-предпринимателей в силу того, что он может помочь в получении доступа к другим критически необходимым ресурсам. Некоторые исследователи рассматривают развитие сетей взаимоотношений как основной фактор перехода от предпринимательских намерений к действиям по созданию бизнеса [Sequeira, Mueller, McGee, 2007].

Университетские инициативы по развитию социального капитала могут состоять в организации встреч с предпринимателями и профессионалами в тех направлениях деятельности, по которым ведется обучение в университете, в проведении конкурсов бизнес-планов с участием экспертов, в реализации программ наставничества, запуске бизнес-инкубаторов. Уровень активности университета в развитии социального капитала студентов может быть оценен по количеству реализуемых им инициатив такого рода [Nahapiet, Ghoshal, 1998]. Студенты могут использовать предоставляемые им университетом возможности для решения конкретных проблем и получения помощи в создании бизнеса.

Нарождающиеся предприниматели способны превращать социальный капитал в капитал «отношенческий», т. е. устанавливать доверительные отношения с контрагентами и извлекать из них выгоду [Liao, Welsch, Tan, 2005]. Тесные социальные связи открывают доступ к необходимой информации и позволяют получить эмоциональную поддержку, что также немаловажно в процессе создания бизнеса [Davidsson, Honig, 2003]. Кроме того, люди, вовлеченные в сеть контактов с теми, кто обладает предпринимательским опытом, чаще приобретают склонность к предпринимательской деятельности [Pirolo, Presutti, 2010]. Таким образом, можно предположить, что инициативы университета по развитию предпринимательского социального капитала могут способствовать вовлечению студентов в деятельность

1.4. Университетские инициативы по развитию социального капитала

по созданию бизнеса и расширению ее масштабов. Отсюда вторая гипотеза данного исследования.

H2. Университетские инициативы по развитию социального капитала положительно связаны с масштабом действий студентов по открытию собственного бизнеса.

1.5. Финансовый капитал, предоставляемый университетом

Финансовый капитал имеет определяющее значение для долгосрочного успеха нового предприятия, так как он обеспечивает защиту от случайных «шоков» и позволяет осуществлять капиталоемкие стратегические шаги [Cooper, Gimeno-Gascon, Woo, 1994]. Особую значимость доступ к финансовым ресурсам имеет на этапе стартапа [Kim, Aldrich, Keister, 2006], так как дает возможность реализовывать широкий спектр разнонаправленных действий, от посещения профессиональных выставок и создания маркетинговой стратегии до разработки прототипа продукта и его патентования [Cetindamar et al., 2012].

А. Вернер выделил два основных направления исследований по проблематике предпринимательского финансового капитала: первое состоит в изучении потребностей в финансировании и связанных с ними ограничений в деятельности молодых предприятий, второе фокусируется на поиске возможных путей смягчения этих ограничений [Werner, 2007]. Однако в целом роли финансовых ресурсов в литературе, посвященной нарождающемуся предпринимательству, уделяется меньше внимания, чем другим факторам, обуславливающим бизнес-активность. Несмотря на растущее число способов финансирования предприятий, получение доступа к финансовым ресурсам на начальном этапе создания бизнеса по-прежнему остается крайне сложной задачей [Schleinkofer, Schmude, 2013], что часто приводит к отказу от реализации предпринимательских намерений [Meier, Pilgrim, 1994]. Данная проблема особенно актуальна для студентов, часто не имеющих достаточных личных сбережений и кредитной истории, способной обеспечить получение заемных средств. Следовательно, можно ожидать, что студенты-предприниматели будут активно реагировать на возможность получения стартового капитала в рамках университетских программ по поддержке предпринимательства (предоставление грантов, долевого финансирования и т. д.) [Morris, Kuratko, Cornwall, 2013]. Таким образом, мы выдвигаем следующую гипотезу.

1.6. Предыдущий опыт и предпринимательская самозффективность

H3. Предоставление университетом финансового капитала положительно связано с масштабом действий студентов по открытию собственного бизнеса.

1.6.1. Предыдущий бизнес-опыт

Наличие предпринимательского опыта может сыграть важную роль на этапе осуществления первых шагов по открытию бизне-

са [Davidsson, Honig, 2003]: он позволяет видеть новые возможности и выбирать правильные направления приложения усилий. Если у студента есть опыт в той сфере, в которой он открывает бизнес, он глубже понимает процессы, протекающие на данном рынке, и обладает специфическими для данной области знаниями и навыками, что может быть крайне полезно в процессе запуска предприятия. Опытные студенты имеют более реалистичные ожидания и более четкие представления о том, как следует действовать в условиях многозадачности, характерной для начального этапа создания фирмы.

Важное значение предыдущего опыта нашло эмпирическое подтверждение в большом количестве исследований (например, [Baron, 2009; Gabrielsson, Politis, 2011; Harms, Schiele, 2012; Sarasvathy, 2001]). Однако в существующей литературе практически не рассматривается влияние предыдущего опыта на связь между различными типами ресурсов, предоставляемых университетом, и вовлечением студентов в предпринимательскую деятельность. С одной стороны, более опытные студенты могут больше ценить возможность развить свои умения, знания и навыки, лучше понимать потенциальные выгоды от развития сетей взаимоотношений, иметь более четкое представление о перспективах использования первоначального финансирования, предоставляемого университетом. С другой стороны, наличие опыта может «затуманить» восприятие теоретической составляющей образовательных курсов, обеспечить студентам широкую сеть профессиональных контактов вне университета и открыть им возможности привлечения финансирования без необходимости обращаться к университетским программам поддержки. Относительно влияния предыдущего опыта на связь вовлеченности студентов в предпринимательство с предоставлением университетом различных видов ресурсов можно сформулировать следующие гипотезы.

H4a. Наличие предыдущего опыта способно ослабить связь между инициативами университета по развитию человеческого капитала и масштабom действий студентов по открытию собственного бизнеса.

H4b. Наличие предыдущего опыта способно ослабить связь между инициативами университета по развитию социального капитала и масштабom действий студентов по открытию собственного бизнеса.

H4c. Наличие предыдущего опыта способно ослабить связь между предоставлением университетом финансового капитала и масштабom действий студентов по открытию собственного бизнеса.

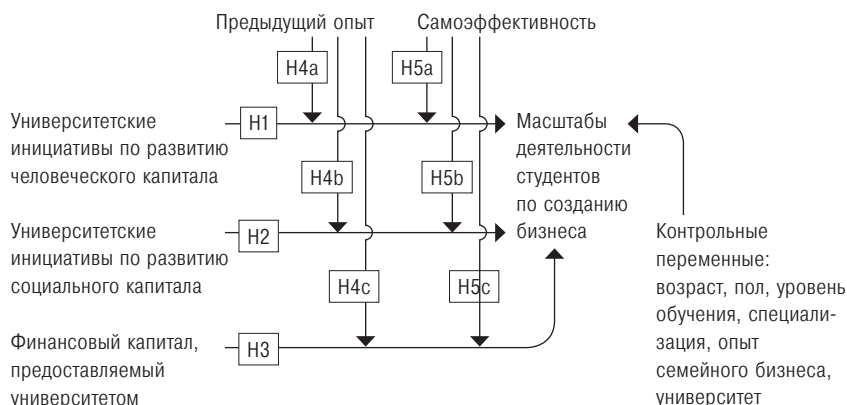
1.6.2. Предпринимательская
самоэффективность

В основе предпринимательской самоэффективности (*entrepreneurial self-efficacy*) лежит уверенность в собственных силах, способностях, умениях и навыках [Chen, Greene, Crick, 1998; DeNoble, Jung, Ehrlich, 1999; McGee et al., 2009]. Концепция самоэффективности является центральной в теории предпринимательства [Kickul, Krueger, 2004], так как данная характеристика является одним из главных стимулов к развитию целенаправленного поведения и формированию предпринимательских намерений [Douglas, 2013; Fitzsimmons, Douglas, 2011; Krueger, Reilly, Carsrud, 2000; Wang, Wong, Lu, 2002]. Помимо этого, самоэффективность является необходимым условием перехода от предпринимательских намерений к реальным действиям по созданию бизнеса [Sesen, 2013].

Самоэффективность индивида основана на оценке им собственных компетенций, связанных со «способностями к самомотивации, мобилизации когнитивных ресурсов и реализации действий, направленных на установление контроля над ситуацией» [Wood, Bandura, 1989. P. 364]. В случае предпринимателей такие компетенции означают способность успешно осуществлять действия по созданию и развитию своего бизнеса, используя личные качества, навыки и знания, которые, в свою очередь, формируются под влиянием семьи, предыдущего опыта, полученного образования [Herron, Robinson, 1993; Morris et al., 2013]. Эмпирически установлено, что образование в области предпринимательства может сформировать положительное отношение к данному виду деятельности и повысить предпринимательскую самоэффективность (например, [Chen, Greene, Crick, 1998]). Однако при этом студенты с высоким уровнем самоэффективности более критически воспринимают университетские инициативы и не видят для себя необходимости в получении дополнительных знаний в области предпринимательства [Zhao, Siebert, Hills, 2005].

Данных о влиянии предпринимательской самоэффективности на связь между ресурсами, предоставляемыми университетом, и масштабами предпринимательской деятельности студентов в литературе недостаточно, и однозначного суждения о характере этого влияния еще не сложилось. Судя по результатам некоторых исследований, самоэффективность оказывает наиболее значительное среди всех социокогнитивных характеристик влияние на карьерные предпочтения индивидов [Bandura et al., 2001]. Более того, высокий уровень ее развития увеличивает вероятность выбора карьеры предпринимателя [DeNoble, Jung, Ehrlich, 1999]. Самоэффективность способна стимулировать переход от предпринимательских намерений к действиям в силу веры начинающих предпринимателей, отличающихся высокой самоэффективностью, в свою способность самостоятельно решить все задачи, связанные с открытием и развитием бизнеса [Hmieleski, Corbett, 2008]. Однако при высокой степени

Рис. 1. Теоретическая модель и гипотезы исследования



уверенности в себе молодой предприниматель может недооценивать значимость ресурсов, предоставляемых университетом, так как будет больше рассчитывать на самого себя. Таким образом, можно сформулировать следующие предположения.

H5a. Высокий уровень самооффективности способен ослабить связь между инициативами университета по развитию человеческого капитала и масштабом действий студентов по открытию собственного бизнеса.

H5b. Высокий уровень самооффективности способен ослабить связь между инициативами университета по развитию социального капитала и масштабом действий студентов по открытию собственного бизнеса.

H5c. Высокий уровень самооффективности способен ослабить связь между финансовым капиталом, предоставляемым университетом, и масштабом действий студентов по открытию собственного бизнеса.

Теоретическая модель исследования представлена на рис. 1.

Данные, используемые в исследовании, были собраны в рамках международного проекта «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey, GUESS)¹, инициированного Швейцарским институтом малого бизнеса и предпринимательства Университета Сент-Галлена. «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» проводится раз в два года начиная с 2003 г. и охватывает студентов различных специаль-

2. Методология исследования

2.1. Описание выборки

¹ Подробное описание проекта см.: <http://www.guesssurvey.org/>.

ностей из разных стран. Проект GUESSS преследует три основные цели: 1) изучение предпринимательских намерений и активности студентов разных стран в течение продолжительного периода; 2) обеспечение университетов данными об оценке студентами предпринимательских программ (курсов, общей инфраструктуры и т. п.); 3) предложение новых идей для исследования индивидуальных характеристик студентов и их влияния на предпринимательские намерения и активность [Sieger, Fueglistaller, Zellweger, 2014].

Для сбора данных в каждой стране-участнице назначается представитель проекта, который приглашает университеты принять участие в опросе. Университеты получают ссылку на онлайн-анкету, которую распространяют среди своих студентов. Участие в опросе является добровольным, и анкета заполняется анонимно для обеспечения конфиденциальности. В 2011 г. 93 265 студентов из 489 университетов 26 стран получили приглашение участвовать в опросе, доля ответивших составила 6,3%. Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета (ВШМ СПбГУ) выступила национальным партнером проекта. Исследовательская команда ВШМ СПбГУ отвечала за поиск и привлечение российских университетов, перевод анкеты и распространение ссылки на онлайн-анкету среди национальных участников проекта. Сбор данных в России проводился с марта по июнь 2011 г. [Широкова, Куликов, 2011].

Для целей настоящего исследования мы рассматриваем только тех студентов, которые еще не начали собственный бизнес, но имеют намерение стать предпринимателями. Из данной группы мы исключили студентов по обмену, поскольку они проводят в университете всего несколько месяцев, что не позволяет им детально ознакомиться с направлениями его деятельности. Кроме этого, мы исключили студентов, родившихся до 1976 и после 1997 г., так как исследование направлено на изучение молодых потенциальных предпринимателей. Также в выборку не вошли университеты, в которых было получено менее пяти ответов на анкету. В результате выборку, используемую для дальнейшего анализа, составили 31 927 респондентов из 25 стран и 282 университетов. Средний возраст студентов в выборке составляет 24,1 года (стандартное отклонение = 4,01), 47% респондентов — женщины, 53% — мужчины. Большинство студентов учились на программах бакалавриата (81,2%), 35% из них изучали бизнес и экономику. Чуть более половины респондентов (53,3%) сообщили, что в их семьях по крайней мере один из родителей был предпринимателем (табл. 1).

2.2. Измерение переменных

Зависимая переменная. Для измерения масштаба деятельности студентов по созданию собственного бизнеса мы разработали индекс предпринимательской активности, опираясь на су-

Таблица 1. **Описательная статистика переменных**

Переменная	Количество	Среднее значение	Ст. отклонение	Min	Max	Частоты*	
						Категории	Процент
Зависимая переменная							
Масштабы деятельности по созданию бизнеса	31927	2,50	1,91	0	10		
Контрольные переменные							
Возраст	31927	24,1	4,01	14	36		
Пол	31927	0,47	0,5	0	1	Женский	47,17
Уровень обучения	31927	0,81	0,39	0	1	Бакалавриат	81,20
Специализация	31927	0,36	0,48	0	1	Бизнес и экономика	35,65
Опыт семейного бизнеса	31927	0,53	0,5	0	1	Да	53,31
Модераторы							
Предыдущий опыт	31927	0,39	0,49	0	1	Да	39,22
Самозффективность	31927	5,32	0,99	1	7		
Университетские инициативы							
по развитию человеческого капитала	31927	3,96	1,84	0	8		
по развитию социального капитала	31927	1,98	1,13	0	5		
Финансовый капитал, предоставляемый университетом	31927	0,42	0,29	0	1		

* Только для номинальных переменных.

существующие подходы к измерению степени вовлеченности индивидов в предпринимательскую деятельность [Grilo, Thurik, 2008; Stam, Thurik, van der Zwan, 2010; van der Zwan, Thurik, Grilo, 2010]. Данный показатель складывается из ответов студентов на вопрос о том, какие шаги они уже предприняли для открытия собственного бизнеса. Студенты выбирают вариант ответа «1» («согласен») или «0» («не согласен») применительно к следующим утверждениям: 1) «пока ничего не сделано»; 2) «думал(а) о первых бизнес-идеях»; 3) «разработан бизнес-план»; 4) «определены рыночные возможности»; 5) «искал(а) потенциальных партнеров»; 6) «закуплено оборудование»; 7) «велась работа над разработкой продукта»; 8) «велись обсуждения с потенциальными клиентами»; 9) «отправлен запрос в финансовые учреждения о финансировании предприятия»; 10) «определена дата основания». Сумма полученных баллов дает индекс предпринимательской активности студента. Ответы на первое утверждение — «пока ничего не сделано» — были перекодированы таким

образом, чтобы ответу «да» соответствовало значение «0». Таким образом, максимальный индекс предпринимательской активности равен 10, а минимальный — 0. Среди опрошенных студентов около 60% предприняли от двух до четырех действий по созданию бизнеса, чуть более 3% сделали больше шести шагов, 16,45% — два шага. Индекс 10 получили только 34 студента, что составляет 0,11% выборки.

Независимые переменные. Измерение университетских инициатив по развитию человеческого капитала основано на оценке уровня знаний, полученных студентами в процессе обучения. Респонденты отмечают количество прослушанных курсов, связанных с предпринимательством, в том числе курсы по 1) предпринимательству в целом; 2) семейному бизнесу; 3) финансированию предпринимательских компаний; 4) технологическому предпринимательству; 5) социальному предпринимательству; 6) предпринимательскому маркетингу; 7) инновациям и формированию идей; 8) бизнес-планированию; 9) другие курсы. При измерении университетских инициатив по развитию социального капитала особое внимание уделяется социальным связям и наставничеству, связанным с предпринимательством. Данная переменная характеризует количество доступных для студентов университетских инициатив: 1) семинаров, проводимых предпринимателями; 2) площадок для общения с потенциальными инвесторами; 3) конкурсов бизнес-планов; 4) программ коучинга и наставничества для потенциальных предпринимателей; 5) встреч для обсуждения вопросов по предпринимательству. Финансовый капитал, предоставляемый университетом, был закодирован бинарной переменной: она равна 1, если университет предлагает финансовые ресурсы для создания компании (в форме стартового капитала и другой финансовой поддержки), и 0 в противном случае.

*Модераторы*². Для измерения самоэффективности используется шкала, представленная в работе [Zhao, Seibert, Hills, 2005]. Студенты оценивают степень своей уверенности в способности справиться со следующими предпринимательскими функциями и задачами: постановка и достижение целей; формирование новых идей; разработка новых продуктов и услуг; проведение финансового анализа; уменьшение степени риска и неопределенности; принятие просчитанного риска; принятие решений в условиях неопределенности и риска; управление време-

² Под модераторами (moderators) понимаются переменные, способные усилить или ослабить связь основных переменных модели и результирующего признака. В данном исследовании модулирующие эффекты тестировались путем введения перекрестных переменных (interaction-terms), представляющих собой произведение основной переменной и соответствующего модератора.

нем; принятие ответственности за идеи и решения; основание собственной компании; приведение своей компании к успеху. По каждому из 11 пунктов они выставляют себе от 1 до 7 баллов: 1 — «совсем не уверен», 7 — «полностью уверен». Объясняющий факторный анализ подтвердил одномерную структуру фактора (собственное значение = 5,27, коэффициент альфа Кронбаха = 0,905). Для анализа модерлирующей роли самооэффективности были созданы перекрестные переменные путем перемножения значений данной переменной на показатель каждого типа университетских инициатив по предоставлению предпринимательских ресурсов. Для измерения предыдущего опыта студентов была использована бинарная переменная. Студентам был задан вопрос: «Был ли у вас профессиональный опыт, имеющий отношение к сфере деятельности компании, которую вы планируете основать?». Ответ «да» был закодирован как 1, ответ «нет» — как 0. Данная переменная также была перемножена на показатель каждого из типов университетских инициатив для создания перекрестных переменных.

Контрольные переменные. Индивидуальные характеристики студентов, которые могут оказывать воздействие на масштабы деятельности по созданию бизнеса, были использованы в качестве контрольных переменных. Это следующие социально-демографические параметры: возраст, пол, уровень образования (бакалавриат/другие), область образования (бизнес и экономика/другие) и опыт семейного бизнеса (наличие предпринимателя в семье). Значимость используемых контрольных переменных для предпринимательской деятельности подтверждена в предыдущих исследованиях [Arenius, Minniti, 2005; Bhandari, 2012; van der Zwan, Thurik, Grilo, 2010].

Для тестирования выдвинутых гипотез используется иерархический регрессионный анализ, согласно которому переменные добавляются в модель шаг за шагом, начиная с контрольных. Поскольку зависимая переменная (масштабы деятельности по созданию бизнеса) измеряется целыми неотрицательными числами и существует лишь несколько максимальных значений (максимальный индекс предпринимательской активности), было принято решение задать модель с помощью распределения Пуассона. С целью предотвращения возможного смещения оценок, вызванного университетскими кластерами, данные кластеры были учтены, и стандартные ошибки сгруппированы на уровне университетов. Кроме этого, проверка на мультиколлинеарность показала, что фактор инфляции дисперсии (VIF) ниже 2, что не превышает рекомендуемый максимум, равный 5. Отсутствие мультиколлинеарности также подтверждается проверкой коэффициентов корреляции между основными переменными [Debrulle, Maes, Sels, 2014; Hair et al., 1998].

2.3. Методы статистического анализа данных

2.4. Результаты анализа данных

В табл. 1 и 2 представлены описательная статистика и корреляционная матрица используемых в исследовании переменных, в табл. 3 — результаты регрессионного анализа. Основываясь на процедуре оценки модели иерархической регрессии, мы начали с анализа базовой модели (табл. 3, модель I), в которую были включены только контрольные переменные, и далее шаг за шагом добавляли все остальные независимые переменные (модель II — модель IX). Как и ожидалось, возраст показал положительную и значимую связь с масштабами деятельности по созданию бизнеса, специализация «бизнес и экономика» и опыт семейного бизнеса также положительно влияют на предпринимательскую активность студентов. Кроме этого, у студентов программ бакалавриата и студентов женского пола количество предпринятых шагов по созданию компании оказалось ниже, чем у остальных студентов.

Гипотеза 1 состояла в том, что университетские инициативы по развитию человеческого капитала положительно связаны с масштабом активности студентов по созданию бизнеса. Результаты, представленные в табл. 3, подтверждают данную гипотезу и не меняются во всех спецификациях модели (модель II: $b=0,026$, $p<0,01$; модель V: $b=0,020$, $p<0,01$). Гипотеза 2 также находит свое подтверждение, поскольку большее количество университетских инициатив по развитию социального капитала связано с большим масштабом активности студентов по созданию бизнеса (модель III: $b=0,042$, $p<0,01$; модель V: $b=0,036$, $p<0,01$). Финансовый капитал, предоставляемый университетом, показал значимое отрицательное влияние на предпринимательскую активность студентов (модель IV: $b=-0,050$, $p<0,1$; $b=-0,135$, $p<0,01$), следовательно, гипотеза 3 не подтверждается.

Обратимся к анализу модерационной связи. Гипотезы 4а, 4b и 4с состоят в том, что предыдущий опыт студента может выступать в роли отрицательного модератора в формировании связи между университетскими предпринимательскими инициативами и масштабами деятельности студентов по созданию бизнеса. Согласно результатам исследования, предыдущий опыт положительно связан с предпринимательской активностью студентов. Как следует из моделей VI–VIII в табл. 3, все модулирующие эффекты являются значимыми, но частичными модерациями, поскольку коэффициенты перед основными независимыми переменными также сохраняют свою значимость в моделях. Полученные результаты подтверждают гипотезы 4а и 4b. Наличие у студента предыдущего опыта уменьшает силу связи между университетскими инициативами по развитию человеческого капитала (модель VI: $b=-0,019$, $p<0,01$) и инициативами по развитию социального капитала (модель VII: $b=-0,016$, $p<0,05$) с одной стороны, и масштабами деятельности по созданию бизнеса — с другой. В то же время оценка коэффициента при перекрестной переменной ме-

Таблица 2. Корреляционная матрица

№	Переменная	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Масштабы деятельности по созданию бизнеса	1,00										
2	Возраст	0,12*	1,00									
3	Пол	-0,17*	-0,06*	1,00								
4	Уровень обучения	-0,03*	-0,28*	0,02*	1,00							
5	Специализация	0,05*	-0,09*	0,02*	0,007	1,00						
6	Опыт семейного бизнеса	0,08*	-0,02*	0,006	0,06*	0,009	1,00					
7	Предыдущий опыт	0,24*	0,26*	-0,09*	-0,08*	-0,02*	0,06*	1,00				
8	Самозффективность	0,25*	0,01*	-0,06*	0,15*	0,09*	0,1*	0,11*	1,00			
9	Университетские инициативы по развитию человеческого капитала	0,12*	0,02*	-0,006	0,07*	0,21*	0,05*	0,03*	0,2*	1,00		
10	Университетские инициативы по развитию социального капитала	0,12*	-0,01*	-0,003	0,11*	0,08*	0,07*	0,03*	0,23*	0,56*	1,00	
11	Финансовый капитал, предоставляемый университетом	0,02*	0,02*	0,05*	0,13*	-0,02*	0,03*	0,004	0,18*	0,31*	0,35*	1,00

* Значимость на уровне $p = 0,05$.

жду финансовым капиталом, предоставляемым университетом, и предыдущим опытом является значимой и положительной (модель VIII: $b = 0,064$, $p < 0,1$). Результаты тестирования гипотезы 4с оказались неожиданными: в ходе анализа было выявлено прямое отрицательное влияние финансового капитала на масштабы предпринимательской активности студентов, однако перекрестная переменная между финансовым капиталом и предыдущим опытом показала положительное влияние на данную связь, уменьшая отрицательное воздействие финансового капитала.

Результаты анализа другого модеризирующего эффекта — самоэффективности — свидетельствуют о ее положительном воздействии на масштабы деятельности по созданию бизнеса (табл. 3). Согласно гипотезам 5а, 5b и 5с самоэффективность может выступать в роли положительного модератора в формировании связи между инициативами университета по предоставлению ресурсов и масштабами предпринимательской деятельности студентов. Другими словами, бóльшая степень уверенности студента в собственных силах, умениях и навыках уменьшает силу положительной связи между университетскими инициативами по развитию человеческого (модель IX: $b = -0,017$, $p < 0,01$) и со-

Таблица 3. Оценка коэффициентов при переменных, определяющих масштабы деятельности

Переменная			
	I	II	III
Контрольные переменные			
Возраст	0,010*** (0,002)	0,010*** (0,002)	0,010*** (0,003)
Пол	-0,216*** (0,010)	-0,216*** (0,010)	-0,216*** (0,010)
Уровень обучения	-0,071*** (0,022)	-0,077*** (0,023)	-0,080*** (0,022)
Специализация	0,060*** (0,011)	0,040*** (0,012)	0,053*** (0,011)
Опыт семейного бизнеса	0,076*** (0,009)	0,074*** (0,009)	0,072*** (0,009)
Университетские инициативы			
Университетские инициативы по развитию человеческого капитала		0,026*** (0,008)	
Университетские инициативы по развитию социального капитала			0,042*** (0,011)
Финансовый капитал, предоставляемый университетом			
Предыдущий опыт	0,285*** (0,010)	0,284*** (0,011)	0,284*** (0,011)
Предыдущий опыт × Университетские инициативы по развитию человеческого капитала			
Предыдущий опыт × Университетские инициативы по развитию социального капитала			
Предыдущий опыт × Финансовый капитал, предоставляемый университетом			
Самозффективность	0,177*** (0,014)	0,168*** (0,012)	0,166*** (0,011)
Самозффективность × Университетские инициативы по развитию человеческого капитала			
Самозффективность × Университетские инициативы по развитию социального капитала			
Самозффективность × Финансовый капитал, предоставляемый университетом			
Константа	0,620*** (0,058)	0,543*** (0,080)	0,551*** (0,078)
χ^2 Вальда	3107,34	3276,55	3245,06
Количество	31927	31927	31927

Примечание: * $p < 0,10$; ** $p < 0,05$; *** $p < 0,01$; Prob $> \chi^2 = 00000$; оценка моделей производилась с использованием метода

по созданию бизнеса

Модель							
IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI
0,010*** (0,002)	0,010*** (0,002)	0,010*** (0,002)	0,010*** (0,002)	0,010*** (0,002)	0,010*** (0,002)	0,010*** (0,002)	0,010*** (0,002)
-0,215*** (0,010)	-0,212*** (0,010)	-0,213*** (0,010)	-0,212*** (0,010)	-0,211*** (0,010)	-0,212*** (0,010)	-0,212*** (0,010)	-0,212*** (0,010)
-0,066*** (0,020)	-0,071*** (0,020)	-0,070*** (0,020)	-0,071*** (0,020)	-0,072*** (0,020)	-0,074*** (0,021)	-0,075*** (0,021)	-0,073*** (0,021)
0,059*** (0,011)	0,036*** (0,011)	0,037*** (0,011)	0,037*** (0,011)	0,036*** (0,011)	0,035*** (0,012)	0,036*** (0,011)	0,035*** (0,011)
0,076*** (0,009)	0,071*** (0,009)	0,072*** (0,009)	0,072*** (0,009)	0,071*** (0,010)	0,070*** (0,009)	0,070*** (0,009)	0,070*** (0,009)
	0,020*** (0,006)	0,029*** (0,006)	0,020*** (0,006)	0,020*** (0,006)	0,025*** (0,004)	0,020*** (0,006)	0,020*** (0,006)
	0,036*** (0,007)	0,036*** (0,007)	0,044*** (0,007)	0,036*** (0,007)	0,036*** (0,007)	0,044*** (0,005)	0,037*** (0,007)
-0,050* (0,029)	-0,135*** (0,021)	-0,136*** (0,021)	-0,135*** (0,021)	-0,164*** (0,022)	-0,131*** (0,021)	-0,131*** (0,021)	-0,112*** (0,020)
0,285*** (0,010)	0,282*** (0,011)	0,361*** (0,024)	0,316*** (0,022)	0,255*** (0,021)	0,283*** (0,011)	0,282*** (0,011)	0,282*** (0,011)
		-0,019*** (0,004)					
			-0,016** (0,007)				
				0,064* (0,035)			
0,180*** (0,013)	0,169*** (0,010)	0,169*** (0,010)	0,169*** (0,010)	0,169*** (0,010)	0,239*** (0,013)	0,225*** (0,010)	0,207*** (0,010)
					-0,017*** (0,002)		
						-0,028*** (0,004)	
							-0,087*** (0,016)
0,631*** (0,060)	0,531*** (0,082)	0,493*** (0,079)	0,515*** (0,078)	0,545*** (0,079)	0,512*** (0,078)	0,522*** (0,079)	0,521*** (0,082)
3355,99	3629,46	3921,85	3883,53	3488,99	3949,38	4081,79	3724,96
31927	31927	31927	31927	31927	31927	31927	31927

максимального правдоподобия.

Таблица 4. Резюме основных результатов

Н	Гипотеза	Оценка ко- эффициента, значимость	Результаты	Значение
H1	Университетские инициативы по развитию человеческого капитала \Rightarrow Масштабы деятельности по созданию бизнеса	0,020***	Подтверждена	Чем больше количество университетских инициатив по развитию человеческого капитала, тем больше масштабы деятельности студентов по созданию бизнеса
H2	Университетские инициативы по развитию социального капитала \Rightarrow Масштабы деятельности по созданию бизнеса	0,036***	Подтверждена	Чем больше количество университетских инициатив по развитию социального капитала, тем больше масштабы деятельности студентов по созданию бизнеса
H3	Финансовый капитал, предоставляемый университетом \Rightarrow Масштабы деятельности по созданию бизнеса	-0,135***	Опровергнута	Наличие финансового капитала, предоставляемого университетом, ведет к уменьшению масштабов деятельности студентов по созданию бизнеса
Модерирующая роль предыдущего опыта				
H4a	Университетские инициативы по развитию человеческого капитала \Rightarrow Масштабы деятельности по созданию бизнеса	-0,019***	Подтверждена	Наличие предыдущего опыта уменьшает силу положительной связи между университетскими инициативами по развитию человеческого капитала и масштабами деятельности студентов по созданию бизнеса
H4b	Университетские инициативы по развитию социального капитала \Rightarrow Масштабы деятельности по созданию бизнеса	-0,016**	Подтверждена	Наличие предыдущего опыта уменьшает силу положительной связи между университетскими инициативами по развитию социального капитала и масштабами деятельности студентов по созданию бизнеса
H4c	Финансовый капитал, предоставляемый университетом \Rightarrow Масштабы деятельности по созданию бизнеса	0,064*	Опровергнута	Наличие предыдущего опыта уменьшает силу отрицательной связи между финансовым капиталом, предоставляемым университетом, и масштабами деятельности студентов по созданию бизнеса
Модерирующая роль самооэффективности				
H5a	Университетские инициативы по развитию человеческого капитала \Rightarrow Масштабы деятельности по созданию бизнеса	-0,017***	Подтверждена	Высокая степень самооэффективности уменьшает силу положительной связи между университетскими инициативами по развитию человеческого капитала и масштабами деятельности студентов по созданию бизнеса
H5b	Университетские инициативы по развитию социального капитала \Rightarrow Масштабы деятельности по созданию бизнеса	-0,028***	Подтверждена	Высокая степень самооэффективности уменьшает силу положительной связи между университетскими инициативами по развитию социального капитала и масштабами деятельности студентов по созданию бизнеса

Н	Гипотеза	Оценка ко- эффициента, значимость	Результаты	Значение
H5c	Финансовый капитал, предоставляемый университетом ⇒ Масштабы деятельности по созданию бизнеса (+)	-0,087***	Опровергнута	Высокая степень самоэффективности усиливает отрицательную связь между финансовым капиталом, предоставляемым университетом, и масштабами деятельности студентов по созданию бизнеса

Примечание: * $p < 0,10$; ** $p < 0,05$; *** $p < 0,01$.

циального (модель X: $b = -0,028$, $p < 0,01$) капиталов, с одной стороны, и масштабами деятельности по созданию бизнеса — с другой. Результаты анализа модели XI показали, что коэффициент при перекрестной переменной между финансовым капиталом, предоставляемым университетом, и самоэффективностью является значимым и отрицательным (модель XI: $b = -0,087$, $p < 0,01$). Другими словами, более высокая степень самоэффективности студентов увеличивает отрицательное влияние университетского финансового капитала на масштабы деятельности по созданию бизнеса. Резюме результатов проверки выдвинутых гипотез представлено в табл. 4.

Один из факторов, определяющих масштабы предпринимательской деятельности студентов, — наличие возможности использовать различные типы предпринимательского капитала, предоставляемые университетом. Результаты проведенного исследования позволяют уточнить характер влияния университетской среды на вовлечение студентов в бизнес-активность. Так, был установлен положительный эффект инициатив университета по развитию человеческого капитала для масштабов предпринимательской деятельности студентов. Следовательно, предпринимательству можно научиться, и в том числе с помощью преподавателей и наставников [Dickson, Solomon, Weaver, 2008]. Участие в образовательных инициативах может помочь в развитии навыков и умений, необходимых для претворения предпринимательских идей в жизнь [Pittway, Cope, 2007; Solomon, Duffy, Tarabishy, 2002]. Знания, полученные в рамках курсов по предпринимательству, помогают распознавать продуктивные с точки зрения развития бизнеса ситуации и генерировать жизнеспособные бизнес-идеи. Курсы по предпринимательству снабжают студентов аналитическими инструментами, необходимыми на раннем этапе становления компании, такими как способы оценки осуществимости, бизнес-планирование и методы смягчения риска. Владение такими навыками позволяет студентам расширять

3. Обсуждение полученных результатов

масштабы своей предпринимательской деятельности более высокими темпами.

Инициативы университета по развитию социального капитала также положительно влияют на масштабы предпринимательской деятельности студентов. Данный результат согласуется с выводом П. Уитта о том, что сети взаимоотношений являются одним из ключевых факторов успеха молодых предприятий [Witt, 2004]. Студенты могут извлекать выгоду из социального капитала, формированию которого содействует университет, организуя их контакты с предпринимателями в рамках различных конкурсов и проектов. Помимо этого, опыт общения с уже состоявшимися предпринимателями повышает вероятность выбора данного типа карьеры [Davidsson, Honig, 2003; Liao, Welsch, Tan, 2005]. Таким образом, помимо образовательных инициатив университетам следует уделять особое внимание планированию и организации мероприятий, способствующих развитию социального капитала студентов и предоставляющих площадку для обсуждения проблем, возникающих в процессе создания бизнеса. Продуктивным средством обучения выстраиванию и балансированию сетевых взаимоотношений может служить наставничество.

Вопреки ожиданиям, в ходе исследования получены данные, свидетельствующие об отрицательном влиянии предоставления университетом финансового капитала на масштабы предпринимательской деятельности студентов. Возможность такого эффекта предполагали К. Кливер и М. Шенкель [Klyver, Schenkel, 2013]. Он может быть вызван несколькими причинами. Во-первых, студенты, которым не удалось получить университетское финансирование, могут отказываться от расширения масштабов своей предпринимательской деятельности до уровней, на которых требуются крупные вложения. Во-вторых, в случае получения финансирования студенты могут пропустить ряд важных шагов, таких как подготовка четкого формализованного бизнес-плана, сочтя, что в этом более нет необходимости. Полученные данные свидетельствуют о том, что университетам следует пересмотреть способы организации программ, по которым осуществляется финансирование предпринимательских начинаний студентов. В частности, финансовая поддержка может предоставляться в меньшем объеме, но большему числу студентов и начиная с определенной стадии развития бизнеса.

Наличие бизнес-опыта способно ослабить положительный эффект университетских инициатив по развитию человеческого и социального капиталов, а также отрицательный эффект предоставления финансовой поддержки. Предпринимательский опыт может в определенном смысле заменить ресурсы, предоставляемые университетом, так как «позволяет будущим предпринимателям приобрести знания и навыки в различных сферах» [Stuetzer, Obschonka, Schmitt-Rodermund, 2013. P. 98]. Наличие

опыта может придавать чувство уверенности в собственных силах, что немаловажно для осуществления деятельности по созданию бизнеса. Опытные студенты могут считать, что они уже обладают знаниями, необходимыми для создания предприятия, и имеют достаточно развитые сети профессиональных контактов. Они могут полагать, что содержательная составляющая курсов по предпринимательству и мероприятия, организуемые университетом с целью развития социального капитала, напрямую не способствуют росту их возможностей по созданию предприятия. Опытные студенты способны адекватно оценить преимущества получения дополнительного финансирования; они имеют более четкое представление о том, как использовать данные средства наиболее эффективно, и способны провести сравнительный анализ потенциальных выгод от альтернативных вариантов вложения средств.

Предпринимательская самоэффективность положительно связана с масштабами деятельности по открытию бизнеса, при этом она ослабляет положительный эффект университетских инициатив по развитию человеческого и социального капитала и усиливает отрицательный эффект университетских программ по предоставлению стартового финансирования. В ряде исследований показано, что высокий уровень самоэффективности порой ведет к завышенной уверенности в собственных способностях [Bandura, Jourden, 1991; Stone, 1994]. Следствием высокой самоэффективности у студентов-предпринимателей может стать убежденность в том, что они уже обладают всеми необходимыми знаниями и навыками и что университетские инициативы не имеют для них существенной ценности. Получив университетское финансирование, они могут счесть, что нет необходимости осуществлять далее те шаги по созданию бизнеса, важность которых признается исследователями предпринимательства.

Таким образом, в данном исследовании было установлено, что наличие опыта и предпринимательская самоэффективность оказывают разнонаправленное действие на связь между предоставлением университетского финансового капитала и масштабами предпринимательской деятельности студентов.

В данном исследовании внимание акцентируется на значении университетской среды для реализации предпринимательских намерений студентов. Вклад проделанной работы в теоретические представления о раннем предпринимательстве состоит в уточнении роли университетских инициатив по развитию человеческого, социального и финансового капиталов в процессе создания бизнеса студентами-предпринимателями. Помимо этого, рассматривается влияние предыдущего опыта и предпринимательской самоэффективности на формирование связи между

4. Заключение

доступом к университетским ресурсам и масштабами предпринимательской деятельности студентов. Полученные результаты открывают целый ряд направлений для дальнейшего изучения влияния университетской среды на формирование предпринимательской активности студентов.

Полученные в исследовании данные могут иметь практическую значимость для разработчиков программ поддержки предпринимательства в университетах. Студенты существенно отличаются от других групп предпринимателей с точки зрения предыдущего опыта и уровня самоэффективности, так что разработка стандартизированных подходов к предоставлению предпринимательских ресурсов, и прежде всего финансового капитала, без учета данных особенностей может снизить общую результативность и эффективность университетских программ поддержки студенческого предпринимательства. Программы предоставления стартового финансирования обычно нацелены на создание репутации университета как учебного заведения, поддерживающего предпринимательские инициативы студентов, однако результаты таких инициатив могут быть контрпродуктивными. Исключения составляют случаи, когда стартовое финансирование предоставляется студентам, имеющим опыт в той сфере, в которой они намерены создавать бизнес.

Результаты данного исследования необходимо рассматривать с учетом имеющихся ограничений. Во-первых, оценка инициатив университета по развитию студенческого предпринимательства и масштабов предпринимательской деятельности студентов производилась одновременно. Безусловно, влияние университетских программ может проявиться с течением времени. В дальнейших исследованиях такое отсроченное влияние должно быть учтено. Во-вторых, не контролировалась связь между масштабами действий студента-предпринимателя и фактическим запуском действующего предприятия. Наконец, ресурсы, предоставляемые университетом, оценивались как агрегированные переменные, однако отдельные составляющие программ по развитию тех или иных предпринимательских ресурсов (например, различные учебные курсы, многообразные мероприятия по взаимодействию с экспертами и предпринимателями, а также разные варианты предоставления финансовой поддержки) могут по-разному влиять на масштабы предпринимательской деятельности студентов. Дифференцированная оценка таких влияний и их сочетанного воздействия также может быть одним из направлений дальнейших исследований.

Литература

1. Берман Д., Клетцер Л., МакФирсон М., Шапиро М. О. Выбор вуза, карьера, формирование заработной платы: микроэкономический подход // Вопросы образования. 2008. № 2. С. 108–121.

2. Верховская О. Р., Дорохина М. В., Сергеева А. В. Глобальный мониторинг предпринимательства: Россия 2013. Национальный отчет. СПб.: Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2014.
3. Резник Г. А. Студенческое предпринимательство в вузе: проблемы и перспективы развития // Проблемы современной экономики. 2010. Т. 3. № 35. С. 411–413.
4. Хайретдинова О. А. Значение студенческого предпринимательства на современном этапе развития России // ScienceTime. 2014. Т. 5. № 5. С. 225–233.
5. Широкова Г. В. Обучение предпринимательству в России: факторы развития предпринимательского духа студентов // Бизнес-образование. 2012. Т. 1. № 31. С. 35–40.
6. Широкова Г. В., Богатырева 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. 2014. Т. 12. № 3. С. 59–86.
7. Широкова Г. В., Куликов А. В. Глобальное исследование предпринимательского духа студентов. Национальный отчет. Россия-2011. http://www.gsom.spbu.ru/files/upload/eship/guesss_nacional_nyj_otchet_2011.pdf
8. Ajzen I. (1991) The Theory of Planned Behavior // Organizational Behavior & Human Decision Processes. Vol. 50. No 2. P. 179–211.
9. Alsos G. A., Kolvereid L. (1998) The Business Gestation Process of Novice, Serial, and Parallel Business Founders // Entrepreneurship: Theory & Practice. Vol. 22. No 4. P. 101–114.
10. Arenius P., Minniti M. (2005) Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship // Small Business Economics. Vol. 24. No 3. P. 233–247.
11. 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 and Practice. Vol. 38. No 2. P. 217–254.
12. Bandura A., Barbaranelli C., Caprara G., Pastorelli C. (2001) Self-Efficacy Beliefs as Shapers of Children's Aspirations and Career Trajectories // Child Development. Vol. 72. No 1. P. 187–206.
13. Bandura A., Jourden F. J. (1991) Self-Regulatory Mechanisms Governing the Impact of Social Comparison on Complex Decision Making // Journal of Personality and Social Psychology. Vol. 60. No 6. P. 941–951.
14. Barney J. (1991) Firm Resources and Sustained Competitive Advantage // Journal of Management. Vol. 17. No 1. P. 99–120.
15. Baron R. (2009) Effectual versus Predictive Logics in Entrepreneurial Decision Making: Differences between Experts and Novices. Does Experience in Starting New Ventures Change the Way Entrepreneurs Think? Perhaps, but for Now, 'Caution' is Essential // Journal of Business Venturing. Vol. 24. No 4. P. 310–315.
16. Bhandari N.C. (2012) Relationship between Students' Gender, their Own Employment their Parents' Employment, and the Students' Intention for Entrepreneurship // Journal of Entrepreneurship Education. Vol. 15. No 1. P. 133–144.
17. Burt R. S. (1992) Structural Holes: The Social Structure of Competition, Cambridge, MA: Harvard University Press.
18. Byabashaija W., Katono I. (2011) The Impact of College Entrepreneurial Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention to Start a Business in Uganda // Journal of Developmental Entrepreneurship. Vol. 16. No 1. P. 127–144.

19. Carter N. M., Gartner W. B., Reynolds P. D. (1996) Exploring Start-up Event Sequences // *Journal of Business Venturing*. Vol. 11. No 3. P. 151–166.
20. Cetindamar D., Gupta V., Karadeniz E., Egrican N. (2012) What the Numbers Tell: The Impact of Human, Family and Financial Capital on Women and Men's Entry into Entrepreneurship in Turkey // *Entrepreneurship and Regional Development*. Vol. 24. No 1–2. P. 29–51.
21. Chen C. C., Greene P. G., Crick A. (1998) Does Entrepreneurial Self-Efficacy Distinguish Entrepreneurs from Managers? // *Journal of Business Venturing*. Vol. 13. No 4. P. 295–316.
22. Choi Y. R., Shepherd D. A. (2004) Entrepreneurs' Decisions to Exploit Opportunities // *Journal of Management*. Vol. 30. No 3. P. 377–395.
23. Cooper A. C., Gimeno-Gascon F. J., Woo C. Y. (1994) Initial Human and Financial Capital as Predictors of New Venture Performance // *Journal of Business Venturing*. Vol. 9. No 5. P. 371–395.
24. Corbett A. C. (2007) Learning Asymmetries and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities // *Journal of Business Venturing*. Vol. 22. No 1. P. 97–118.
25. Danes S. M., Stafford K., Haynes G., Amarapurkar S. S. (2009) Family Capital of Family Firms: Bridging Human, Social, and Financial Capital // *Family Business Review*. Vol. 22. No 3. P. 199–215.
26. Davidsson P., Honig B. (2003) The Role of Social and Human Capital among Nascent Entrepreneurs // *Journal of Business Venturing*. Vol. 18. No 3. P. 301–331.
27. Debrulle J., Maes J., Sels L. (2014) Start-Up Absorptive Capacity: Does the Owner's Human and Social Capital Matter? // *International Small Business Journal*. Vol. 32. No 7. P. 777–801.
28. DeNoble A., Jung D., Ehrlich S. (1999) Entrepreneurial Self-Efficacy: The Development of a Measure and its Relationship to Entrepreneurship / P. D. Reynolds et al. (eds) *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College. P. 73–87.
29. Dickson P. H., Solomon G. T., Weaver K. M. (2008) Entrepreneurial Selection and Success: Does Education Matter? // *Journal of Small Business and Enterprise Development*. Vol. 15. No 2. P. 239–258.
30. Douglas E. J. (2013) Reconstructing Entrepreneurial Intentions to Identify Predisposition for Growth // *Journal of Business Venturing*. Vol. 28. No 3. P. 633–651.
31. Drucker P. F. (1985) *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper and Row.
32. Fayolle A., Liñán F. (2014) The Future of Research on Entrepreneurial Intentions // *Journal of Business Research*. Vol. 67. No 5. P. 663–666.
33. Fitzsimmons J. R., Douglas E. J. (2011) Interaction between Feasibility and Desirability in the Formation of Entrepreneurial Intentions // *Journal of Business Venturing*. Vol. 26. No 4. P. 431–440.
34. Florin J., Lubatkin M., Schulze W. (2003) A Social Capital Model of High-Growth Ventures // *Academy of Management Journal*. Vol. 46. No 3. P. 374–384.
35. Gabrielsson J., Politis D. (2011) Career Motives and Entrepreneurial Decision-Making: Examining Preferences for Causal and Effectual Logics in the Early Stage of New Ventures // *Small Business Economics*. Vol. 36. No 3. P. 281–298.
36. Gartner W. B., Carter N. M., Reynolds P. D. (2004) Business Start-Up Activities / W. B. Gartner et al. (eds) *The Handbook of Entrepreneurial Dynamics: The Process of Organization Creation*. Newbury Park, CA. P. 285–299.

37. Gatewood E. J., Shaver K. G., Gartner W. B. (1995) A Longitudinal Study of Cognitive Factors Influencing Start-Up Behaviors and Success at Venture Creation // *Journal of Business Venturing*. Vol. 10. No 5. P. 371–391.
38. Granovetter M. (1992) Problems of Explanation in Economic Sociology / N. Nohria, R. Eccles (eds) *Networks and Organizations: Structure, Form, and Action*. Boston, MA: Harvard Business School. P. 25–56.
39. Grichnik D., Brinckmann J., Singh L., Manigart S. (2014) Beyond Environmental Scarcity: Human and Social Capital as Driving Forces of Bootstrapping Activities // *Journal of Business Venturing*. Vol. 29. No 2. P. 310–326.
40. Grilo I., Thurik R. (2008) Determinants of Entrepreneurial Engagement Levels in Europe and the US // *Industrial & Corporate Change*. Vol. 17. No 6. P. 1113–1145.
41. Hair J. F., Anderson R. E., Tatham R. L., Black W. C. (1998) *Multivariate Data Analysis*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
42. Hanlon D., Saunders C. (2007) Marshaling Resources to Form Small New Ventures: Toward a More Holistic Understanding of Entrepreneurial Support // *Entrepreneurship: Theory & Practice*. Vol. 31. No 4. P. 619–641.
43. Harms R., Schiele H. (2012) Antecedents and Consequences of Effectuation and Causation in the International New Venture Creation Process // *Journal of International Entrepreneurship*. Vol. 10. No 2. P. 95–116.
44. Herron L., Robinson R. B. (1993) A Structural Model of the Effects of Entrepreneurial Characteristics on Venture Performance // *Journal of Business Venturing*. Vol. 8. No 3. P. 281–294.
45. Hmieleski K. M., Corbett A. C. (2008) The Contrasting Interaction Effects of Improvisational Behavior with Entrepreneurial Self-Efficacy on New Venture Performance and Entrepreneur Work Satisfaction // *Journal of Business Venturing*. Vol. 23. No 4. P. 482–496.
46. Hoskisson R., Covin J., Volberda H., Johnson R. A. (2011) Revitalizing Entrepreneurship: The Search for New Research Opportunities // *Journal of Management Studies*. Vol. 48. No 6. P. 1141–1168.
47. Hulsink W., Koek D. (2014) The Young, the Fast and the Furious: A Study about the Triggers and Impediments of Youth Entrepreneurship // *International Journal of Entrepreneurship & Innovation Management*. Vol. 18. No 2–3. P. 182–209.
48. Kauffman (2013) *Entrepreneurship Education Comes of Age on Campus*. Kauffman: The Foundation of Entrepreneurship. http://www.kauffman.org/~media/kauffman_org/research%20reports%20and%20covers/2013/08/eshipedcomesofage_report.pdf
49. Kew J., Herrington M., Litovsky Y., Gale H. (2013) *GEM YBI Youth Report: The State of Global Youth Entrepreneurship*. Cape Town: Global Entrepreneurship Research Association / Youth Business International.
50. Kickul J., Krueger N. F. (2004) A Cognitive Processing Model of Entrepreneurial Self-Efficacy and Intentionality // *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College. P. 607–619.
51. Kim P. H., Aldrich H. E., Keister L. A. (2006) Access (not) Denied: The Impact of Financial, Human, and Cultural Capital on Entrepreneurial Entry in the United States // *Small Business Economics*. Vol. 27. No 1. P. 5–22.
52. Kirsch D., Goldfarb B., Gera A. (2009) Form or Substance: The Role of Business Plans in Venture Capital Decision Making // *Strategic Management Journal*. Vol. 30. No 5. P. 487–515.
53. Klyver K., Schenkel M. T. (2013) From Resource Access to Use: Exploring the Impact of Resource Combinations on Nascent Entrepreneurship // *Journal of Small Business Management*. Vol. 51. No 4. P. 539–556.

54. Kristiansen S., Indarti N. (2004) Entrepreneurial Intention among Indonesian and Norwegian Students // *Journal of Enterprising Culture*. Vol. 12. No 1. P. 55–78.
55. Krueger N. (1993) The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability // *Entrepreneurship: Theory & Practice*. Vol. 18. No 1. P. 5–21.
56. Krueger N. F., Reilly M. D., Carsrud A. L. (2000) Competing Models of Entrepreneurial Intentions // *Journal of Business Venturing*. Vol. 15. No 5–6. P. 411–432.
57. Liao J., Welsch H., Tan W.-L. (2005) Venture Gestation Paths of Nascent Entrepreneurs: Exploring the Temporal Patterns // *The Journal of High Technology Management Research*. Vol. 16. No 1. P. 1–22.
58. Lee S. M., Peterson S. J. (2000) Culture, Entrepreneurial Orientation, and Global Competitiveness // *Journal of World Business*. Vol. 35. No 4. P. 401–416.
59. Liñán F., Urbano D., Guerrero M. (2011) Regional Variations in Entrepreneurial Cognitions: Start-Up Intentions of University Students in Spain // *Entrepreneurship and Regional Development*. Vol. 23. No 3–4. P. 187–215.
60. 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*. Vol. 28. No 2. P. 211–224.
61. Matlay H. (2008) The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Outcomes // *Journal of Small Business and Enterprise Development*. Vol. 15. No 2. P. 382–396.
62. McGee J.E., Peterson M., Mueller S. L., Sequeira J. M. (2009) Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining the Measure // *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 33. No 4. P. 965–988.
63. Meier R., Pilgrim M. (1994) Policy-Induced Constraints on Small Enterprise Development in Asian Developing Countries // *Small Enterprise Development*. Vol. 5. No 2. P. 32–38.
64. Morris M. H., Kuratko D. F., Cornwall J. R. (2013) *Entrepreneurship Programs and the Modern University*. Cheltenham: Edward Elgar.
65. Morris M. H., Webb J. W., Fu J., Singhal S. (2013) A Competency-Based Perspective on Entrepreneurship Education: Conceptual and Empirical Insights // *Journal of Small Business Management*. Vol. 51. No 3. P. 352–369.
66. Nahapiet J., Ghoshal S. (1998) Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage // *The Academy of Management Review*. Vol. 23. No 2. P. 242–266.
67. Nielsen S. L., Lassen A. H. (2012) Identity in Entrepreneurship Effectuation Theory: A Supplementary Framework // *International Entrepreneurship and Management Journal*. Vol. 8. No 3. P. 373–389.
68. OECD (1998) *Human Capital Investment: An International Comparison*. Paris: OECD.
69. Oosterbeek H., van Praag M., Ijsselstein A. (2010) The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurship Skills and Motivation // *European Economic Review*. Vol. 54. No 3. P. 442–454.
70. Pergelova A., Angulo-Ruiz F. (2014) The Impact of Government Financial Support on the Performance of New Firms: The Role of Competitive Advantage as an Intermediate Outcome // *Entrepreneurship & Regional Development*. Vol. 26. No 9–10. P. 663–705.
71. Pirolò L., Presutti M. (2010) The Impact of Social Capital on the Start-Ups' Performance Growth // *Journal of Small Business Management*. Vol. 48. No 2. P. 197–227.

72. Pittaway L., Cope J. (2007) Entrepreneurship Education: A Systematic Review of the Evidence // *International Small Business Journal*. Vol. 25. No 5. P. 479–510.
73. Politis D., Winborg J., Dahlstrand A. L. (2010) Exploring the Resource Logic of Student Entrepreneurs // *International Small Business Journal*. Vol. 30. No 6. P. 659–683.
74. Robinson P. B., Sexton E. A. (1994) The Effect of Education and Experience on Self-Employment Success // *Journal of Business Venturing*. Vol. 9. No 2. P. 141–156.
75. Saeed S., Muffatto M. (2012) Conceptualizing the Role of University's Entrepreneurial Orientation: Graduate-Entrepreneurial Intention / M. Muffatto, P. Giacon (eds) *Entrepreneurial Strategies and Policies for Economic Growth*. Padova: Edizioni Libreria Universitaria.
76. Sarasvathy S. D. (2001) Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency // *Academy of Management Review*. Vol. 26. No 2. P. 243–263.
77. Schleinkofer M., Schmude J. (2013) Determining Factors in Founding University Spin-Offs // *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. Vol. 18. No 4. P. 400–427.
78. Semrau T., Werner A. (2014) How Exactly do Network Relationships Pay Off? The Effects of Network Size and Relationship Quality on Access to Start-Up Resources // *Entrepreneurship: Theory & Practice*. Vol. 38. No 3. P. 501–525.
79. Sequeira J., Mueller S. L., McGee J. E. (2007) The Influence of Social Ties and Self-Efficacy in Forming Entrepreneurial Intentions and Motivating Nascent Behavior // *Journal of Developmental Entrepreneurship*. Vol. 12. No 3. P. 275–293.
80. Sesen H. (2013) Personality or Environment? A Comprehensive Study on the Entrepreneurial Intentions of University Students // *Education + Training*. Vol. 55. No 7. P. 624–640.
81. Shane S. (2000) Prior Knowledge and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities // *Organization Science*. Vol. 11. No 4. P. 448–469.
82. Shane S., Delmar F. (2004) Planning for the Market: Business Planning before Marketing and the Continuation of Organizing Efforts // *Journal of Business Venturing*. Vol. 19. No 6. P. 767–785.
83. Shane S., Venkataraman S. (2000) The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research // *Academy of Management Review*. Vol. 25. No 1. P. 217–226.
84. Sieger P., Fueglistaller U., Zellweger T. (2014) *Student Entrepreneurship across the Globe: A Look at Intentions and Activities*. St.Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St. Gallen.
85. Solomon G. T., Duffy S., Tarabishy A. (2002) The State of Entrepreneurship Education in the United States: A Nationwide Survey and Analysis // *International Journal of Entrepreneurship Education*. Vol. 1. No 1. P. 1–22.
86. Solomon G. T., Matthews C. (2014) The Curricular Confusion between Entrepreneurship Education and Small Business Management: A Qualitative Analysis / M. H. Morris (ed.) *Annals of Entrepreneurship Education and Pedagogy — 2014*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing. P. 91–115.
87. Souitaris V., Zerbini S., Al-Laham A. (2007) Do Entrepreneurship Programmes Raise Entrepreneurial Intention of Science and Engineering Students? The Effect of Learning, Inspiration and Resources // *Journal of Business Venturing*. Vol. 22. No 4. P. 566–591.

88. Stam E., Thurik R., van der Zwan P. (2010) Entrepreneurial Exit in Real and Imagined Markets// *Industrial & Corporate Change*. Vol. 19. No 4. P. 1109–1139.
89. Steier L. (2007) New Venture Creation and Organization: A Familial Sub-Narrative// *Journal of Business Research*. Vol. 60. No 10. P. 1099–1107.
90. Stevenson H. H., Jarillo J. C. (1990) A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management// *Strategic Management Journal*. Vol. 11. No 4. P. 17–27.
91. Stone D. N. (1994) Overconfidence in Initial Self-Efficacy Judgments: Effects on Decision Processes and Performance// *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. Vol. 59. No 3. P. 452–474.
92. Stuetzer M., Obschonka M., Schmitt-Rodermund E. (2013) Balanced Skills among Nascent Entrepreneurs// *Small Business Economics*. Vol. 41. No 1. P. 93–114.
93. Turker D., Selcuk S. S. (2009) Which Factors Affect Entrepreneurial Intention of University Students?// *Journal of European Industrial Training*. Vol. 33. No 2. P. 142–159.
94. Van Gelderen M., Brand M., van Praag M., Bodewes W., Poutsma E., van Gils A. (2008) Explaining Entrepreneurial Intentions by Means of the Theory of Planned Behavior// *Career Development International*. Vol. 13. No 6. P. 538–559.
95. Van der Zwan P., Thurik R., Grilo I. (2010) The Entrepreneurial Ladder and its Determinants// *Applied Economics*. Vol. 42. No 16–18. P. 2183–2191.
96. Volery T., Müller S., Oser F., Naepflin C., Rey N. (2013) The Impact of Entrepreneurship Education on Human Capital at Upper-Secondary Level// *Journal of Small Business Management*. Vol. 51. No 3. P. 429–446.
97. Von Graevenitz G., Harhoff D., Weber R. (2010) The Effects of Entrepreneurship Education// *Journal of Economic Behavior & Organization*. Vol. 76. No 1. P. 90–112.
98. Wang C., Wong P., Lu Q. (2002) Tertiary Education and Entrepreneurial Intentions/P. Phan (ed.) *Technological Entrepreneurship*. Greenwich, CT: Information Age. P. 55–82.
99. Welter F., Smallbone D. (2011) Institutional Perspectives on Entrepreneurial Behavior in Challenging Environments// *Journal of Small Business Management*. Vol. 49. No 1. P. 107–125.
100. Werner A. (2007) *Entrepreneurial Signaling*. Munich and Mering: Rainer Hampp.
101. Witt P. (2004) Entrepreneurs' Networks and the Success of Start-Ups// *Entrepreneurship and Regional Development*. Vol. 16. No 5. P. 391–341.
102. Wood R., Bandura A. (1989) Social Cognitive Theory of Organizational Management// *Academy of Management Review*. Vol. 14. No 3. P. 361–384.
103. Zhang Y., Duysters G., Clodt M. (2014) The Role of Entrepreneurship Education as a Predictor of University Students' Entrepreneurial Intention// *International Entrepreneurship and Management Journal*. Vol. 10. No 3. P. 623–641.
104. Zhao H., Seibert S. E., Hills G. E. (2005) The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions// *Journal of Applied Psychology*. Vol. 90. No 6. P. 1265–1272.
105. Zimmerman M. A., Zeitz G. J. (2002) Beyond Survival: Achieving New Venture Growth by Building Legitimacy// *Academy of Management Review*. Vol. 27. No 3. P. 414–431.

University Environment and Student Entrepreneurship: The Role of Business Experience and Entrepreneurial Self-Efficacy

Galina Shirokova

Doctor of Sciences in Economics, Professor, Department of Strategic and International Management, Graduate School of Management, St. Petersburg State University. E-mail: shirokova@gsom.pu.ru

Authors

Tatyana Tsukanova

Assistant, Department of Strategic and International Management, Graduate School of Management, St. Petersburg State University. E-mail: tsukanova@gsom.pu.ru

Karina Bogatyreva

PhD Student, Department of Strategic and International Management, Graduate School of Management, St. Petersburg State University. E-mail: bogatyreva.phd2015@ledu.gsom.pu.ru

Address: 1/3 Volkhovsky per., 199004 St. Petersburg, Russian Federation.

The study aims to assess how different types of entrepreneurial capital provided by universities affect student involvement in entrepreneurship. The role of university is analyzed from the embeddedness perspective, where purposeful behavior is largely affected by network relationship and the trust that exists in such relationship. We used data of the Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS) as empirical basis for research. A hierarchical regression data analysis revealed that university initiatives to develop human and social capital influenced positively the extent to which students were engaged in entrepreneurship, while financial capital provided by universities had negative effects. We also investigated the moderating effects of previous business experience and entrepreneurial self-efficacy. It was found that previous experience was able to weaken the correlation of all the three types of resources provided by university with the range of student startup activities, including the negative effect of access to financial capital. Meanwhile, entrepreneurial self-efficacy intensifies this effect, abating the positive effects of university support for human and social capital development.

Abstract

higher education, student entrepreneurship, university human capital, university social capital, entrepreneurial self-efficacy.

Keywords

Ajzen I. (1991) The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, vol. 50, no 2, pp. 179–211.

Alsos G. A., Kolvereid L. (1998) The Business Gestation Process of Novice, Serial, and Parallel Business Founders. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, vol. 22, no 4, pp. 101–114.

Arenius P., Minniti M. (2005) Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*, vol. 24, no 3, pp. 233–247.

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 and Practice*, vol. 38, no 2, pp. 217–254.

Bandura A., Barbaranelli C., Caprara G., Pastorelli C. (2001) Self-Efficacy Beliefs as Shapers of Children's Aspirations and Career Trajectories. *Child Development*, vol. 72, no 1, pp. 187–206.

References

- Bandura A., Jourden F. J. (1991) Self-Regulatory Mechanisms Governing the Impact of Social Comparison on Complex Decision Making. *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 60, no 6, pp. 941–951.
- Barney J. (1991) Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, vol. 17, no 1, pp. 99–120.
- Baron R. (2009) Effectual versus Predictive Logics in Entrepreneurial Decision Making: Differences between Experts and Novices. Does Experience in Starting New Ventures Change the Way Entrepreneurs Think? Perhaps, but for Now, 'Caution' is Essential. *Journal of Business Venturing*, vol. 24, no 4, pp. 310–315.
- Behrman J., Kletzer L., McPherson M., Schapiro M. (2008) Vybor vuza, karjera, formirovanie zarabotnoy platy: mikroekonomicheskiy podkhod [Microeconomics of College Choice, Careers, and Wages]. *Voprosy obrazovaniya/Educational Studies. Moscow*, no 2, pp. 108–121.
- Bhandari N. C. (2012) Relationship between Students' Gender, their Own Employment their Parents' Employment, and the Students' Intention for Entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Education*, vol. 15, no 1, pp. 133–144.
- Burt R. S. (1992) *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Cambridge, MA: Harvard University.
- Byabashaija W., Katono I. (2011) The Impact of College Entrepreneurial Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention to Start a Business in Uganda. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, vol. 16, no 1, pp. 127–144.
- Carter N. M., Gartner W. B., Reynolds P. D. (1996) Exploring Start-up Event Sequences. *Journal of Business Venturing*, vol. 11, no 3, pp. 151–166.
- Cetindamar D., Gupta V., Karadeniz E., Egrican N. (2012) What the Numbers Tell: The Impact of Human, Family and Financial Capital on Women and Men's Entry into Entrepreneurship in Turkey. *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 24, no 1–2, pp. 29–51.
- Chen C. C., Greene P. G., Crick A. (1998) Does Entrepreneurial Self-Efficacy Distinguish Entrepreneurs from Managers? *Journal of Business Venturing*, vol. 13, no 4, pp. 295–316.
- Choi Y. R., Shepherd D. A. (2004) Entrepreneurs' Decisions to Exploit Opportunities. *Journal of Management*, vol. 30, no 3, pp. 377–395.
- Cooper A. C., Gimeno-Gascon F.J., Woo C. Y. (1994) Initial Human and Financial Capital as Predictors of New Venture Performance. *Journal of Business Venturing*, vol. 9, no 5, pp. 371–395.
- Corbett A. C. (2007) Learning Asymmetries and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities. *Journal of Business Venturing*, vol. 22, no 1, pp. 97–118.
- Danes S. M., Stafford K., Haynes G., Amarapurkar S. S. (2009) Family Capital of Family Firms: Bridging Human, Social, and Financial Capital. *Family Business Review*, vol. 22, no 3, pp. 199–215.
- Davidsson P., Honig B. (2003) The Role of Social and Human Capital among Nascent Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, vol. 18, no 3, pp. 301–331.
- Debrulle J., Maes J., Sels L. (2014) Start-Up Absorptive Capacity: Does the Owner's Human and Social Capital Matter? *International Small Business Journal*, vol. 32, no 7, pp. 777–801.
- De Noble A., Jung D., Ehrlich S. (1999) Entrepreneurial Self-Efficacy: The Development of a Measure and its Relationship to Entrepreneurship. *Frontiers of Entrepreneurship Research* (eds P. D. Reynolds et al.), Wellesley, MA: Babson College, pp. 73–87.
- Dickson P. H., Solomon G. T., Weaver K. M. (2008) Entrepreneurial Selection and Success: Does Education Matter? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, vol. 15, no 2, pp. 239–258.

- Douglas E. J. (2013) Reconstructing Entrepreneurial Intentions to Identify Predisposition for Growth. *Journal of Business Venturing*, vol. 28, no 3, pp. 633–651.
- Drucker P. F. (1985) *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper and Row.
- Fayolle A., Liñán F. (2014) The Future of Research on Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Research*, vol. 67, no 5, pp. 663–666.
- Fitzsimmons J. R., Douglas E. J. (2011) Interaction between Feasibility and Desirability in the Formation of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*, vol. 26, no 4, pp. 431–440.
- Florin J., Lubatkin M., Schulze W. (2003) A Social Capital Model of High-Growth Ventures. *Academy of Management Journal*, vol. 46, no 3, pp. 374–384.
- Gabrielsson J., Politis D. (2011) Career Motives and Entrepreneurial Decision-Making: Examining Preferences for Causal and Effectual Logics in the Early Stage of New Ventures. *Small Business Economics*, vol. 36, no 3, pp. 281–298.
- Gartner W. B., Carter N. M., Reynolds P. D. (2004) Business Start-Up Activities. *The Handbook of Entrepreneurial Dynamics: The Process of Organization Creation* (eds W. B. Gartner et al.), Newbury Park, CA: SAGE, pp. 285–299.
- Gatewood E. J., Shaver K. G., Gartner W. B. (1995) A Longitudinal Study of Cognitive Factors Influencing Start-Up Behaviors and Success at Venture Creation. *Journal of Business Venturing*, vol. 10, no 5, pp. 371–391.
- Granovetter M. (1992) Problems of Explanation in Economic Sociology. *Networks and Organizations: Structure, Form, and Action* (eds N. Nohria, R. Eccles), Boston, MA: Harvard Business School, pp. 25–56.
- Grichnik D., Brinckmann J., Singh L., Manigart S. (2014) Beyond Environmental Scarcity: Human and Social Capital as Driving Forces of Bootstrapping Activities. *Journal of Business Venturing*, vol. 29, no 2, pp. 310–326.
- Grilo I., Thurik R. (2008) Determinants of Entrepreneurial Engagement Levels in Europe and the US. *Industrial & Corporate Change*, vol. 17, no 6, pp. 1113–1145.
- Hair J. F., Anderson R. E., Tatham R. L., Black W. C. (1998) *Multivariate Data Analysis*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Hanlon D., Saunders C. (2007) Marshaling Resources to Form Small New Ventures: Toward a More Holistic Understanding of Entrepreneurial Support. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, vol. 31, no 4, pp. 619–641.
- Harms R., Schiele H. (2012) Antecedents and Consequences of Effectuation and Causation in the International New Venture Creation Process. *Journal of International Entrepreneurship*, vol. 10, no 2, pp. 95–116.
- Herron L., Robinson R. B. (1993) A Structural Model of the Effects of Entrepreneurial Characteristics on Venture Performance. *Journal of Business Venturing*, vol. 8, no 3, pp. 281–294.
- Hmieleski K. M., Corbett A. C. (2008) The Contrasting Interaction Effects of Improvisational Behavior with Entrepreneurial Self-Efficacy on New Venture Performance and Entrepreneur Work Satisfaction. *Journal of Business Venturing*, vol. 23, no 4, pp. 482–496.
- Hoskisson R., Covin J., Volberda H., Johnson R. A. (2011) Revitalizing Entrepreneurship: The Search for New Research Opportunities. *Journal of Management Studies*, vol. 48, no 6, pp. 1141–1168.
- Hulsink W., Koek D. (2014) The Young, the Fast and the Furious: A Study about the Triggers and Impediments of Youth Entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurship & Innovation Management*, vol. 18, no 2–3, pp. 182–209.
- Kauffman (2013) *Entrepreneurship Education Comes of Age on Campus*. *Kauffman: The Foundation of Entrepreneurship*. Available at: <http://www.kauffman.org/>

- ffman.org/~/media/kauffman_org/research%20reports%20and%20covers/2013/08/eshipedcomesofage_report.pdf (accessed 10 July 2015).
- Kew J., Herrington M., Litovsky Y., Gale H. (2013) *GEM YBI Youth Report: The State of Global Youth Entrepreneurship*. Cape Town: Global Entrepreneurship Research Association/Youth Business International.
- Khairatdinova O. (2014) Znachenie studencheskogo predprinimatelstva [The Value of Student Entrepreneurship at the Present Stage of Development in Russia]. *Science Time*, vol. 5, no 5, pp. 225–233.
- Kickul J., Krueger N. F. (2004) A Cognitive Processing Model of Entrepreneurial Self-Efficacy and Intentionality. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA: Babson College, pp. 607–619
- Kim P. H., Aldrich H. E., Keister L. A. (2006) Access (not) Denied: The Impact of Financial, Human, and Cultural Capital on Entrepreneurial Entry in the United States. *Small Business Economics*, vol. 27, no 1, pp. 5–22.
- Kirsch D., Goldfarb B., Gera A. (2009) Form or Substance: The Role of Business Plans in Venture Capital Decision Making. *Strategic Management Journal*, vol. 30, no 5, pp. 487–515.
- Klyver K., Schenkel M. T. (2013) From Resource Access to Use: Exploring the Impact of Resource Combinations on Nascent Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, vol. 51, no 4, pp. 539–556.
- Kristiansen S., Indarti N. (2004) Entrepreneurial Intention among Indonesian and Norwegian Students. *Journal of Enterprising Culture*, vol. 12, no 1, pp. 55–78.
- Krueger N. (1993) The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, vol. 18, no 1, pp. 5–21.
- Krueger N. F., Reilly M. D., Carsrud A. L. (2000) Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*, vol. 15, no 5–6, pp. 411–432.
- Liao J., Welsch H., Tan W.-L. (2005) Venture Gestation Paths of Nascent Entrepreneurs: Exploring the Temporal Patterns. *The Journal of High Technology Management Research*, vol. 16, no 1, pp. 1–22.
- Lee S. M., Peterson S. J. (2000) Culture, Entrepreneurial Orientation, and Global Competitiveness. *Journal of World Business*, vol. 35, no 4, pp. 401–416.
- Liñán F., Urbano D., Guerrero M. (2011) Regional Variations in Entrepreneurial Cognitions: Start-Up Intentions of University Students in Spain. *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 23, no 3–4, pp. 187–215.
- 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*, vol. 28, no 2, pp. 211–224.
- Matlay H. (2008) The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Outcomes. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, vol. 15, no 2, pp. 382–396.
- McGee J.E., Peterson M., Mueller S. L., Sequeira J. M. (2009) Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining the Measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 33, no 4, pp. 965–988.
- Meier R., Pilgrim M. (1994) Policy-Induced Constraints on Small Enterprise Development in Asian Developing Countries. *Small Enterprise Development*, vol. 5, no 2, pp. 32–38.
- Morris M. H., Kuratko D. F., Cornwall J. R. (2013) *Entrepreneurship Programs and the Modern University*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Morris M. H., Webb J. W., Fu J., Singhal S. (2013) A Competency-Based Perspective on Entrepreneurship Education: Conceptual and Empirical Insights. *Journal of Small Business Management*, vol. 51, no 3, pp. 352–369.
- Nahapiet J., Ghoshal S. (1998) Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *The Academy of Management Review*, vol. 23, no 2, pp. 242–266.

- Nielsen S. L., Lassen A. H. (2012) Identity in Entrepreneurship Effectuation Theory: A Supplementary Framework. *International Entrepreneurship and Management Journal*, vol. 8, no 3, pp. 373–389.
- OECD (1998) *Human Capital Investment: An International Comparison*. Paris: OECD.
- Oosterbeek H., van Praag M., Ijsselstein A. (2010) The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurship Skills and Motivation. *European Economic Review*, vol. 54, no 3, pp. 442–454.
- Pergelova A., Angulo-Ruiz F. (2014) The Impact of Government Financial Support on the Performance of New Firms: The Role of Competitive Advantage as an Intermediate Outcome. *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 26, no 9–10, pp. 663–705.
- Pirolò L., Presutti M. (2010) The Impact of Social Capital on the Start-Ups' Performance Growth. *Journal of Small Business Management*, vol. 48, no 2, pp. 197–227.
- Pittaway L., Cope J. (2007) Entrepreneurship Education: A Systematic Review of the Evidence. *International Small Business Journal*, vol. 25, no 5, pp. 479–510.
- Politis D., Winborg J., Dahlstrand A. L. (2010) Exploring the Resource Logic of Student Entrepreneurs. *International Small Business Journal*, vol. 30, no 6, pp. 659–683.
- Reznik G. (2010) Studencheskoe predprinimatelstvo v vuze: problemy i perspektivy razvitiya [Student Entrepreneurship at a University: Problems and Perspectives of Development]. *Problems of Modern Economics*, vol. 3, no 35, pp. 411–413.
- Robinson P. B., Sexton E. A. (1994) The Effect of Education and Experience on Self-Employment Success. *Journal of Business Venturing*, vol. 9, no 2, pp. 141–156.
- Saeed S., Muffatto M. (2012) Conceptualizing the Role of University's Entrepreneurial Orientation: Graduate-Entrepreneurial Intention. *Entrepreneurial Strategies and Policies for Economic Growth* (eds M. Muffatto, P. Giacon), Padova: Edizioni Libreria Universitaria.
- Sarasvathy S. D. (2001) Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency. *Academy of Management Review*, vol. 26, no 2, pp. 243–263.
- Schleinkofer M., Schmude J. (2013) Determining Factors in Founding University Spin-Offs. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, vol. 18, no 4, pp. 400–427.
- Semrau T., Werner A. (2014) How Exactly do Network Relationships Pay Off? The Effects of Network Size and Relationship Quality on Access to Start-Up Resources. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, vol. 38, no 3, pp. 501–525.
- Sequeira J., Mueller S. L., McGee J.E. (2007) The Influence of Social Ties and Self-Efficacy in Forming Entrepreneurial Intentions and Motivating Nascent Behavior. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, vol. 12, no 3, pp. 275–293.
- Sesen H. (2013) Personality or Environment? A Comprehensive Study on the Entrepreneurial Intentions of University Students. *Education + Training*, vol. 55, no 7, pp. 624–640.
- Shane S. (2000) Prior Knowledge and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities. *Organization Science*, vol. 11, no 4, pp. 448–469.
- Shane S., Delmar F. (2004) Planning for the Market: Business Planning before Marketing and the Continuation of Organizing Efforts. *Journal of Business Venturing*, vol. 19, no 6, pp. 767–785.
- Shane S., Venkataraman S. (2000) The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, vol. 25, no 1, pp. 217–226.

- Shirokova G. (2012) Obuchenie predprinimatelstvu v Rossii: factory razvitiya predprinimatelskogo dukha studentov [Teaching Entrepreneurship in Russia: Factors of Students' Entrepreneurial Spirit Development]. *Biznes-obrazovaniye*, vol. 1, no 31, pp. 35–40.
- Shirokova G., Bogatyreva K., Galkina T. (2014) Effektuatsiya i kauzatsiya: vzaimosvyaz mezhdou universitetskoj infrastrukturoj i vyborom tipa povedeniya v protsesse sozdaniya biznesa studentami-predprinimateljami [Effectuation and Causation: The Correlation between University Infrastructure and the Choice of Behavior among Student Entrepreneurs Starting a Business]. *Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta*, vol. 12, no 3, pp. 59–86.
- Shirokova G., Kulikov A. (2011) Globalnoe issledovanie predprinimatelskogo dukha studentov. Natsionalny otchyot. Russia 2011 [Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey. National Report. Russia 2011]. Available at: http://www.gsom.spbu.ru/files/upload/eship/guesss_nacional_nyj_otchet_2011.pdf (accessed 10 July 2015).
- Sieger P., Fueglistaller U., Zellweger T. (2014) *Student Entrepreneurship across the Globe: A Look at Intentions and Activities*. St. Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St. Gallen.
- Solomon G. T., Matthews C. (2014) The Curricular Confusion between Entrepreneurship Education and Small Business Management: A Qualitative Analysis. *Annals of Entrepreneurship Education and Pedagogy—2014* (ed. M. H. Morris), Cheltenham: Edward Elgar Publishing, pp. 91–115.
- Solomon G. T., Duffy S., Tarabishy A. (2002) The State of Entrepreneurship Education in the United States: A Nationwide Survey and Analysis. *International Journal of Entrepreneurship Education*, vol. 1, no 1, pp. 1–22.
- Souitaris V., Zerbini S., Al-Laham A. (2007) Do Entrepreneurship Programmes Raise Entrepreneurial Intention of Science and Engineering Students? The Effect of Learning, Inspiration and Resources. *Journal of Business Venturing*, vol. 22, no 4, pp. 566–591.
- Stam E., Thurik R., van der Zwan P. (2010) Entrepreneurial Exit in Real and Imagined Markets. *Industrial & Corporate Change*, vol. 19, no 4, pp. 1109–1139.
- Steier L. (2007) New Venture Creation and Organization: A Familial Sub-Narrative. *Journal of Business Research*, vol. 60, no 10, pp. 1099–1107.
- Stevenson H. H., Jarillo J. C. (1990) A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. *Strategic Management Journal*, vol. 11, no 4, pp. 17–27.
- Stone D. N. (1994) Overconfidence in Initial Self-Efficacy Judgments: Effects on Decision Processes and Performance. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 59, no 3, pp. 452–474.
- Stuetzer M., Obschonka M., Schmitt-Rodermund E. (2013) Balanced Skills among Nascent Entrepreneurs. *Small Business Economics*, vol. 41, no 1, pp. 93–114.
- Turker D., Selcuk S. S. (2009) Which Factors Affect Entrepreneurial Intention of University Students? *Journal of European Industrial Training*, vol. 33, no 2, pp. 142–159.
- Van Gelderen M., Brand M., van Praag M., Bodewes W., Poutsma E., van Gils A. (2008) Explaining Entrepreneurial Intentions by Means of the Theory of Planned Behavior. *Career Development International*, vol. 13, no 6, pp. 538–559.
- Van der Zwan P., Thurik R., Grilo I. (2010) The Entrepreneurial Ladder and its Determinants. *Applied Economics*, vol. 42, no 16–18, pp. 2183–2191.
- Verkhovskaya O., Dorokhina M., Sergeeva A. (2014) *Globalniy Monitoring Predprinimatelstva: Rossiya 2013: Natsionalny otchyot* [Global Entrepreneurship Monitor: Russia 2013: National Report]. St. Petersburg: Graduate School of Management.

- Volery T., Müller S., Oser F., Naepflin C., Rey N. (2013) The Impact of Entrepreneurship Education on Human Capital at Upper-Secondary Level. *Journal of Small Business Management*, vol. 51, no 3, pp. 429–446.
- Von Graevenitz G., Harhoff D., Weber R. (2010) The Effects of Entrepreneurship Education. *Journal of Economic Behavior & Organization*, vol. 76, no 1, pp. 90–112.
- Wang C., Wong P., Lu Q. (2002) Tertiary Education and Entrepreneurial Intentions. *Technological Entrepreneurship* (ed. P. Phan), Greenwich, CT: Information Age, pp. 55–82.
- Welter F., Smallbone D. (2011) Institutional Perspectives on Entrepreneurial Behavior in Challenging Environments. *Journal of Small Business Management*, vol. 49, no 1, pp. 107–125.
- Werner A. (2007) *Entrepreneurial Signaling*. Munich and Mering: Rainer Hampp.
- Witt P. (2004) Entrepreneurs' Networks and the Success of Start-Ups. *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 16, no 5, pp. 391–341.
- Wood R., Bandura A. (1989) Social Cognitive Theory of Organizational Management. *Academy of Management Review*, vol. 14, no 3, pp. 361–384.
- 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, no 3, pp. 623–641.
- Zhao H., Seibert S. E., Hills G. E. (2005) The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Applied Psychology*, vol. 90, no 6, pp. 1265–1272.
- Zimmerman M. A., Zeitz G. J. (2002) Beyond Survival: Achieving New Venture Growth by Building Legitimacy. *Academy of Management Review*, vol. 27, no 3, pp. 414–431.