

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ НАМЕРЕНИЯ СТУДЕНТОВ, СПЕЦИАЛИЗИРУЮЩИХСЯ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

ДИАС Франциско – PhD, доцент, Школа туризма и морской технологии Политехнического института (г. Лейрия, Португалия). E-mail: francisco.dias@ipleiria.pt

ТРЕТЬЯКОВА Антонина Николаевна – канд. психол. наук, доцент, Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю.А. Сенкевича. Россия. E-mail: antoninat@list.ru

АТЕФ Тамер – PhD, Отделение туризма Колледжа искусств и социальных наук Университета Султана Кабуса (Оман). E-mail: tamer@squ.edu.om

КОСМАКШЕВСКА Джоанна – PhD, Отделение экономики и организации туризма Университетской школы физического воспитания (г. Познань, Польша). E-mail: kosmaczewska@tir.awf.poznan.pl

НАВИКИНЕ Регина – Литовский университет спорта. Литва. E-mail: regina@turinfo.lt

***Аннотация.** Статья описывает результаты международного исследования предпринимательских намерений студентов, специализирующихся в индустрии туризма и гостеприимства. В процессе согласованного анкетирования и дальнейшей обработки полученных данных были выявлены факторы, оказывающие влияние на предпринимательские намерения. Склонность к созданию нового бизнеса студентов из России, Португалии, Польши, Литвы и Омана статистически значимо не различается. Мужчины более склонны к предпринимательской деятельности, чем женщины. Для студентов склонность к предпринимательству мотивируется прежде всего привлекательностью этой деятельности. Отрицательные факторы не являются существенными, не оцениваются как барьер на пути создания бизнеса. На склонность к созданию нового бизнеса позитивно влияют предпринимательские ценности значимой группы, вера в возможность обеспечить свою личную (психологическую) и социальную безопасность, а также предпринимательское образование.*

***Ключевые слова:** предпринимательские намерения студентов, факторы влияния, индустрия туризма, проект GUESSS*

***Для цитирования:** Диас Ф., Третьякова А.Н., Атеф Т., Космакшевска Д., Навикине Р. Факторы, влияющие на предпринимательские намерения студентов, специализирующихся в индустрии туризма // Высшее образование в России. 2016. № 7 (203). С. 45–54.*

В последние годы обсуждается роль высшей школы в повышении предпринимательского потенциала общества в плане формирования предпринимательских компетенций у студентов [1–3]. Понимание важности вовлечения студентов и выпускников вузов в предпринимательскую активность стало предпосылкой реализации глобального международного проекта по исследованию «предпринимательского духа» студентов (GUESSS). Россия провела в рамках этого проекта два национальных исследова-

ния – в 2011 г. и 2013/14 гг. Решались три основные задачи: 1) изучение намерений студентов организовать новое предприятие; 2) исследование университетов с точки зрения обеспеченности инфраструктурой обучения предпринимательству; 3) анализ индивидуальных характеристик студентов и их влияния на предпринимательскую активность [4, с. 6–7]. Исследование GUESSS проводится в крупных университетах и охватывает студентов различных специальностей. Так, российская вы-

борка 2013 г. включала 62% респондентов, специализирующихся в экономике и менеджменте, 14% – в естественных науках, 6% – в общественных науках, 16% выбрали ответ «другие науки» [5, с. 12]. Проект GUESSS привлек внимание российских исследователей к проблеме предпринимательских намерений студентов и факторов, на них влияющих [6–8]. Для того чтобы усилить практическую значимость подобных исследований, целесообразно, на наш взгляд, активизировать их проведение со студентами, которые по окончании обучения пойдут работать в те отрасли экономики, развитие которых осуществляется преимущественно в форме малого и среднего бизнеса.

На выбор предпринимательской карьеры влияет множество обстоятельств, как способствующих, так и препятствующих ему. В современной литературе представлены результаты многочисленных исследований влияния личностных особенностей [9–11], социально-демографических показателей (возраста, пола), образования, имеющегося капитала, предыдущего профессионального опыта, семейного положения и т.д. [12–14], экономической среды [15], однако однозначности в определении характера их влияния до сих пор нет. Данные исследований противоречивы, а некоторые факторы подвержены воздействию конкретной культуры. Поэтому проблема влияния различных факторов на предпринимательские намерения и предпринимательскую активность студентов продолжает оставаться актуальной. Выявление характера и особенностей их воздействия на различные группы респондентов может облегчить поиск способов управления данными факторами и тем самым повысить вероятность выбора студентами предпринимательской карьеры.

Целью данной статьи является описание итогов сравнительного международного исследования, направленного на выявление факторов, оказывающих влияние на

склонность к созданию нового бизнеса у выпускников, специализирующихся в индустрии туризма и гостеприимства. По инициативе Франциско Диаса оно было проведено в 2014 г. в Литве, Польше, Португалии, Омане и России. В нем принимали участие только выпускники, то есть те, кто должен был решать вопрос о своем трудоустройстве в ближайшие месяцы.

Была разработана анкета, основой которой стали вопросы, использовавшиеся в проекте GUESSS. Вопросы были сгруппированы в несколько разделов и выявляли собственно предпринимательские намерения (намерение начать собственный бизнес), отношение к предпринимательству, оценку достаточности своего образования для предпринимательской деятельности, оценку факторов, привлекающих к предпринимательской деятельности, и факторов, отталкивающих от предпринимательства. Анкета была апробирована в 2013 г. в Омане [16]. Англоязычный вариант анкеты был переведен на языки стран исследования. Респонденты оценивали уровень своего согласия с рядом утверждений по пятибалльной шкале, где 5 – «совершенно согласен» и 1 – «совершенно не согласен». Сбор данных в четырех странах был согласован и происходил с марта по июнь 2014 г. Распределение респондентов по странам представлено в *Таблице 1*. Конкретная формулировка утверждений анкеты приведена в *Таблице 2*. Факторный анализ собранных в процессе анкетирования данных позволил выделить шесть факторов, объясняющих 54.29% общей дисперсии (*Табл. 2*).

Фактор 1 – «Склонность к созданию нового бизнеса» – объясняет 19.25% суммарной дисперсии и объединяет собственно предпринимательские намерения (намерение начать новый бизнес) и отношение к предпринимательству (предпочтение его другим видам занятости). Привлекательность хороших возможностей рынка и склонность к риску также вошли в состав

Таблица 1

Распределение респондентов по странам и вузам

Страна	Вуз	Кол-во ответов	% общей выборки
Литва	Литовский университет спорта	163	27,1
Польша	Университетская школа физического воспитания в Познани	61	10,1
Португалия	Школа туризма и морской технологии	142	23,6
Оман	Колледж искусств и социальных наук Университета Султана Кабуса	36	6
Россия	Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю.А. Сенкевича (МГИИТ)	199	33,2
Итого		601	100

Таблица 2

Результаты факторного анализа

Факторы	Нагрузка
Склонность к созданию нового бизнеса (% дисперсии = 19.25; α Кронбаха = 0.84)	
Я серьезно подумываю начать мой собственный бизнес после завершения обучения	0.832
Моя цель – стать предпринимателем	0.811
Я начну собственный бизнес в ближайшие пять лет	0.802
Я скорее предпочту быть предпринимателем, чем наемным сотрудником в государственном учреждении	0.767
Я скорее предпочту быть предпринимателем, чем наемным сотрудником в компании	0.750
Есть хорошие возможности на рынке	0.374
Мне нравится рисковать	0.343
Недостаток технического содействия (% дисперсии = 12.76; α Кронбаха = 0.73)	
Недостаток опыта в области бизнеса	0.719
Нехватка бизнес-умений (маркетинговых, финансовых)	0.674
Недостаток предпринимательского образования	0.661
Недостаток информации о государственных источниках финансовой помощи бизнесу	0.629
Нехватка информации о том, как начать бизнес	0.598
Трудности в поиске надежных партнеров	0.593
Недостаточная поддержка со стороны семьи и друзей	0.485
Предпринимательское образование (% дисперсии = 7.84; α Кронбаха = 0.80)	
Мое образование развивает необходимые предпринимательские навыки и умения	0.866
Мое образование дает необходимые для предпринимательской деятельности знания	0.848
Применение навыков, приобретенных во время обучения	0.706
Предпринимательские ценности значимой группы (% дисперсии = 5.40; α Кронбаха = 0.64)	
Предпринимательство – наша семейная традиция	0.759
Следую примеру человека, которым я восхищаюсь	0.668
Повышение моего статуса и престижа	0.574
Вложение личных сбережений	0.532
Недостаток финансовых ресурсов (% дисперсии = 4.64; α Кронбаха = 0.68)	
Трудности получения банковских кредитов	0.835
Недостаток средств	0.808
Боязнь банкротства	0.448
Личная и социальная безопасность / стабильность (% дисперсии = 4.39; α Кронбаха = 0.61)	
Дает заработок для обеспеченной жизни	0.785
Являешься сам себе начальником	0.609
Обеспечивает гарантию занятости	0.574

данного фактора, но со значительно меньшей нагрузкой.

Фактор 2 – «Недостаток технического содействия» (12.76% дисперсии) – несет отрицательную нагрузку по отношению к предпринимательским намерениям. Его составили семь утверждений, включенных в раздел причин, отталкивающих от предпринимательства. Это недостаток знаний, умений, опыта, информации, поддержки. Все это, по сути, внешние обстоятельства, мешающие создавать новый бизнес. Они не относятся к личностным качествам или мотивационной направленности респондентов.

Фактор 3 – «Предпринимательское образование» (7.84% дисперсии) – положительно влияет на склонность к созданию нового бизнеса. Включает в себя утверждения, связанные с конкретными знаниями и приобретенными в ходе обучения умениями и навыками.

Фактор 4 – «Предпринимательские ценности значимой группы» (5.4% дисперсии) – представляет собой социальный аспект мотивации предпринимательства. Он объединяет утверждения, относящиеся к представлению о ценности и престижности предпринимательства в социальном окружении, в семье. Исключение составляет утверждение о привлекательности предпринимательства как способа вложения личных сбережений. Попадание этого утверждения в данный фактор требует до-

полнительного анализа. Выделенный фактор положительно влияет на склонность к созданию нового бизнеса.

Фактор 5 – «Недостаток финансовых ресурсов» (4.64% дисперсии) – препятствует предпринимательству. Все три утверждения данного фактора входили в раздел анкеты как отталкивающие от предпринимательства.

Фактор 6 – «Личная и социальная безопасность / стабильность» (4.39% дисперсии) – объединяет утверждения, входившие в раздел анкеты как привлекающие к предпринимательству. Безопасность здесь понимается в психологическом смысле – как базовая потребность.

Значения выделенных факторов (по пятибалльной шкале) представлены в *Таблице 3*.

Склонность к созданию нового бизнеса статистически значимо не отличается в пяти странах исследования ($p > 0,05$). У португальских и российских выпускников она ниже, чем у выпускников Омана, Польши и Литвы. Полезность полученного образования для предпринимательской деятельности ниже всего оценили польские выпускники (2.80), они дали однозначно отрицательную оценку своего образования. Оценка российских студентов положительна (3.22), но тоже низка. Значимо выше других оценили свое образование студенты из Омана (4.09). Стоит отметить, что два утверждения из трех в этом факторе для

Таблица 3

Факторы, влияющие на склонность к предпринимательству по странам

Фактор	Страна	Португалия	Польша	Литва	Россия	Оман	F	Sig
Склонность к созданию нового бизнеса (+)		3.50	3.68	3.68	3.51	3.70	2.24	0.063
Недостаток технического содействия (-)		<u>3.11</u>	3.34	3.41	3.32	3.34	4.26	0.002
Предпринимательское образование (+)		3.46	<u>2.80</u>	3.66	3.22	4.09	21.31	0.000
Предпринимательские ценности значимой группы (+)		3.22	3.45	3.64	<u>3.13</u>	3.64	16.04	0.000
Недостаток финансовых ресурсов (-)		3.91	3.65	3.47	<u>3.25</u>	3.80	17.44	0.000
Личная и социальная безопасность / стабильность (+)		3.85	3.88	3.85	3.75	4.10	2.26	0.061

каждого вуза были сформулированы конкретно. Например, для российских студентов они звучали следующим образом: «Мое обучение в МГИИТ дает необходимые для предпринимательской деятельности знания» и «Мое обучение в МГИИТ развивает необходимые предпринимательские навыки и умения». Высокие показатели студентов из Омана объясняются тем, что в учебных планах их вуза есть специальная дисциплина, направленная на обучение предпринимательству. Низкие показатели польских студентов свидетельствуют, вероятно, о наличии повышенной потребности в предпринимательском образовании и ее неудовлетворенности.

Российские студенты существенно ниже представителей других стран ценят такой позитивный фактор, как «предпринимательские ценности значимой группы» (3.13). Возможно, это связано с тем, что ценность предпринимательства в российском обществе невелика. Для большинства российских студентов предпринимательские ценности в семье и ближайшем социальном окружении актуально не представлены. Россияне также значимо ниже других оценивают отрицательный фактор «недостаток финансовых ресурсов» (3.25), по сути, не считают его важным.

Гендерные различия в оценке факторов предпринимательских намерений представлены в *Таблице 4*.

Результат исследования в целом подтверждает имеющиеся в литературе данные, что представители мужского пола имеют большую склонность к предпринимательству, чем женщины. Мужчины также выше оценивают роль предпринимательского образования и предпринимательских ценностей значимой группы. Женщины, соответственно, существенно большее значение придают препятствующему предпринимательству фактору – недостатку финансовых ресурсов. Анализ гендерных различий по странам показал, однако, что только в Португалии и России студенты-муж-

чины имеют определенно более высокую склонность к созданию нового бизнеса (*Табл. 5*). Различия между студентами мужского и женского пола в Польше, Литве и Омане не являются статистически значимыми.

Только в России гендер влияет и на другие переменные, помимо склонности к предпринимательству. Российские студентки значимо больше, чем мужчины, обращают внимание на факторы, препятствующие предпринимательству («недостаток технического содействия» и «недостаток финансовых ресурсов»).

В результате анализа были выявлены корреляционные связи между склонностью к созданию нового бизнеса и другими выделенными факторами (*Табл. 6*).

Результаты корреляционного анализа показывают, что для выборки в целом такой фактор, как «недостаток технического содействия», практически не влияет на склонность к предпринимательству. Напомним, что этот фактор был отрицательным и включил в себя результаты ответов на вопрос: станут ли препятствием к созданию бизнеса «недостаток опыта в области бизнеса», «нехватка бизнес-умений», «недостаток предпринимательского образования», «недостаток информации о государственных источниках финансовой помощи бизнесу», «трудности в поиске надежных партнеров», «недостаточная поддержка со стороны семьи и друзей».

Второй препятствующий предпринимательству фактор – «недостаток финансовых ресурсов» – отрицательно коррелирует со склонностью создавать новый бизнес, но эта связь относительно слаба ($-0,13^*$).

Недооценка студентами препятствующих предпринимательству факторов, возможно, не окажет существенного влияния на раннюю предпринимательскую активность, но на стабильность бизнеса, на продолжительность жизни предпринимательских проектов это, вероятно, повлияет.

Выделенные в исследовании факторы

привлекательности предпринимательства положительно коррелируют со склонностью к созданию нового бизнеса на высоком уровне достоверности: «предпринимательские ценности значимой группы» (+0,43**), «личная (психологическая) и социальная безопасность / стабильность»

(+0,39**), «предпринимательское образование» (+0,27**).

Выводы. Индекс склонности к созданию нового бизнеса российских выпускников, специализирующихся в индустрии туризма и гостеприимства, позитивный; он статистически значимо не отличается от тако-

Таблица 4

Гендерное влияние на предпринимательские намерения

Фактор, влияющий на предпринимательские намерения	Мужчины	Женщины	t	Sig
Склонность к созданию нового бизнеса (+)	3.75	3.48	4.66	0.000
Недостаток технического содействия (-)	3.26	3.32	1.21	0.226
Предпринимательское образование (+)	3.54	3.32	3.11	0.002
Предпринимательские ценности значимой группы (+)	3.49	3.26	3.90	0.000
Недостаток финансовых ресурсов (-)	3.44	3.60	2.43	0.015
Личная и социальная безопасность / стабильность (+)	3.87	3.81	1.01	0.313

Таблица 5

Влияние гендера по странам исследования

Фактор, влияющий на предпринимательские намерения	Мужчины	Женщины	t	Sig
Португалия				
	N = 45	N = 97		
Склонность к созданию нового бизнеса (+)	3.71	3.41	2.59	0.011
Недостаток технического содействия (-)	3.09	3.11	0.15	0.879
Предпринимательское образование (+)	3.49	3.44	0.35	0.725
Предпринимательские ценности значимой группы (+)	3.39	3.14	1.88	0.062
Недостаток финансовых ресурсов (-)	3.75	3.98	1.91	0.059
Личная и социальная безопасность / стабильность (+)	3.89	3.83	0.52	0.604
Польша				
	N = 18	N = 43		
Склонность к созданию нового бизнеса (+)	3.76	3.65	0.62	0.538
Недостаток технического содействия (-)	3.44	3.30	0.97	0.337
Предпринимательское образование (+)	2.93	2.74	0.78	0.440
Предпринимательские ценности значимой группы (+)	3.30	3.52	1.06	0.293
Недостаток финансовых ресурсов (-)	3.50	3.71	1.12	0.269
Личная и социальная безопасность / стабильность	3.96	3.85	0.60	0.554
Литва				
	N = 112	N = 51		
Склонность к созданию нового бизнеса (+)	3.72	3.59	1.13	0.262
Недостаток технического содействия (-)	3.37	3.48	0.96	0.337
Предпринимательское образование (+)	3.64	3.70	0.48	0.632
Предпринимательские ценности значимой группы (+)	3.67	3.58	0.87	0.387
Недостаток финансовых ресурсов (-)	3.41	3.59	1.37	0.173
Личная и социальная безопасность / стабильность	3.83	3.89	0.44	0.662
Россия				
	N = 40	N = 159		
Склонность к созданию нового бизнеса (+)	3.82	3.44	2.83	0.005
Недостаток технического содействия (-)	3.02	3.39	3.43	0.001
Предпринимательское образование (+)	3.31	3.20	0.63	0.531
Предпринимательские ценности значимой группы (+)	3.13	3.12	0.06	0.954
Недостаток финансовых ресурсов (-)	3.01	3.32	2.17	0.032
Личная и социальная безопасность / стабильность	3.80	3.74	0.52	0.607
Оман				
	N = 22	N = 14		
Склонность к созданию нового бизнеса (+)	3.82	3.50	1.80	0.082
Недостаток технического содействия (-)	3.27	3.45	0.64	0.526
Предпринимательское образование (+)	4.06	4.14	0.34	0.737
Предпринимательские ценности значимой группы (+)	3.60	3.72	0.42	0.681
Недостаток финансовых ресурсов (-)	3.71	3.96	0.95	0.348
Личная и социальная безопасность / стабильность	4.06	4.17	0.56	0.581

Таблица 6

Корреляции между склонностью создавать новый бизнес и ее детерминантами

Склонности Факторы	1 Склонность к созданию нового бизнеса	2 Недостаток технического содействия	3 Предприни мательское образование	4 Предпринима тельские ценности значимой группы	5 Недостаток финансовых ресурсов
1. Склонность к созданию нового бизнеса					
2. Недостаток технического содействия (-)	- 0,05				
3. Предпринимательское образование (+)	0,27**	- 0,08			
4. Предпринимательские ценности значимой группы (+)	0,43**	0,02	0,35**		
5. Недостаток финансовых ресурсов (-)	- 0,13*	0,37**	- 0,02	0,01	
6. Личная и социальная безопасность / стабильность	0,39**	0,02	0,32**	0,37**	0,01

вого у выпускников Португалии, Польши, Литвы и Омана.

В среднем по выборке представители мужского пола имеют большую склонность к предпринимательству, чем женщины. Мужчины значимо выше женщин оценивают позитивную роль предпринимательского образования и социальной ценности предпринимательства. Женщины существенно большее значение придают такому препятствующему предпринимательству фактору, как недостаток финансовых ресурсов.

Корреляционный анализ позволил уточнить, что для студентов склонность к предпринимательству мотивируется прежде всего привлекательностью этой деятельности, факторами, оказывающими позитивное влияние. Препятствующие факторы, возможные трудности студентов не пугают, не оцениваются ими как барьер для создания нового бизнеса.

На склонность к созданию нового бизнеса позитивно влияют:

- предпринимательские ценности значимой группы;
- вера в возможность обеспечить посредством предпринимательства свою лич-

ную (психологическую) и социальную безопасность;

- предпринимательское образование.

Негативным фактором, способным в незначительной мере препятствовать предпринимательским намерениям студентов, является недостаток финансовых ресурсов.

Литература

1. Рубин Ю.Б. Формирование компетенций в сфере предпринимательства на образовательном пространстве бакалавриата // Высшее образование в России. 2016. № 1. С. 7–21.
2. Чепуренко А.Ю. Роль обучения в активизации предпринимательского потенциала российского общества // Международная конференция «Формирование профессиональных предпринимательских компетенций молодежи в процессе обучения предпринимательству»: Сборник тезисов докладов. М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2014. С. 15–25.
3. Широкова Г.В., Цуканова Т.В., Богатырева К.А. Университетская среда и предпринимательская активность студентов: роль бизнес-опыта и предпринимательской

- самоэффективности // Вопросы образования. 2015. № 3. С. 171–207.
4. Широкова Г.В., Куликов А.В. Глобальное исследование предпринимательского духа студентов: Национальный отчет. Россия, 2011. URL: http://www.gsom.spbu.ru/files/upload/eship/guesss_nacional_nyj_otchet_2011.pdf
 5. Широкова Г.В., Цуканова Т.В., Богатырева К.А. Глобальное исследование предпринимательского духа студентов: Национальный отчет, Россия, 2013/14. URL: http://www.gsom.spbu.ru/files/guesss_2013_rus.pdf
 6. Полевая М.В. Мотивация предпринимателя: теоретические аспекты // Материалы III Международного научного конгресса «Предпринимательство и бизнес в условиях экономической нестабильности». М.: Финансовый университет при Правительстве РФ, 2015. С. 153–155.
 7. Третьякова А.Н. Исследование предпринимательских намерений выпускников туристского вуза // Международная конференция «Формирование профессиональных предпринимательских компетенций молодежи в процессе обучения предпринимательству»: Сборник тезисов докладов. М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2014. С. 147–156.
 8. Щеголев В.В., Николаев Н.А. Изучение и поддержка предпринимательских намерений студентов // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 6. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=16745>
 9. Mueller S.L., & Thomas A. S. Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness // Journal of Business Venturing. 2001. № 16. P. 51–55.
 10. Rauch A. & Frese M. Let's put the person back into entrepreneurship research: a meta-analysis on the relationship between business owner's personality traits, business creation, and success // European Journal of Work & Organizational Psychology. 2007. № 16(4). P. 353–385.
 11. Robinson P.B., Stimpson D.V., Huefner J.C., & Hunt H.K. An attitude approach to the prediction of entrepreneurship // Entrepreneurship: Theory and Practice. 1991. № 15(4). P. 13–30.
 12. Crant J.M. The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions // Journal of Small Business Management. 1996. № 34(3). P. 42–49.
 13. Grilo I. & Thurik A.R. Latent and actual entrepreneurship in Europe and the US: some recent developments // International Entrepreneurship and Management Journal. 2005. № 1(4). P. 441–459.
 14. Shinnar R., Giacomini O. & Janssen F. Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture // Entrepreneurship: Theory and Practice. 2012. № 36(3). P. 465–493.
 15. Верховская О.Р., Дорохина М.В., Сергеева А.В. Глобальный мониторинг предпринимательства: Национальный отчет. Россия, 2013. URL: http://gsom.spbu.ru/images/cms/data/faculty/gem_2013_final20_all.pdf
 16. Atef T. M. & Al-Balushi M. Entrepreneurship as a means for restructuring employment patterns // Tourism and Hospitality Research. 2014. № 15(2). P. 73–90.

Статья поступила в редакцию 14.03.16.

FACTORS INFLUENCING ENTREPRENEURIAL INTENTIONS OF STUDENTS SPECIALIZING IN THE TOURISM INDUSTRY

DIAS Francisco – PhD in Tourism Science. Assoc. Prof., the School of Tourism and Maritime Technology at the Polytechnic Institute of Leiria, Portugal. E-mail: francisco.dias@ipleiria.pt

TRETYAKOVA Antonina N. – Cand. Sci. (Psychology), Assoc. Prof., Moscow State Institute for the Industry of Tourism n. a. Yu.A. Senkevich. Moscow, Russia. E-mail: antoninat@list.ru

ATEF Tamer – PhD, College of Arts and Social Sciences of the Sultan Qaboos University, Sultanate of Oman. E-mail: tamer@squ.edu.om

KOSMACZEWSKA Joanna – PhD in Agricultural Science, Department of Tourism Economics and Organization of the Poznan University School of Physical Education, Poland. E-mail: kosmaczewska@tir.awf.poznan.pl

NAVICKIENE Regina – Lithuanian Sport University, Lithuania. E-mail: regina@turinfo.lt

Abstract. The article describes the results of an international study of entrepreneurial intentions of students specializing in tourism and hospitality. As a result of the agreed questionnaire and further processing of the data the factors influencing entrepreneurial intentions were revealed. For students from Russia, Portugal, Poland, Lithuania and Oman the tendency to create new business isn't statistically significantly different. Men are more likely to become entrepreneurs than women. For students inclination towards entrepreneurship is motivated primarily by the attractiveness of this activity. Negative factors are not significant, students do not evaluate them as a barrier to starting a business. On the tendency to create new business positively affect entrepreneurial values of significant groups, the belief in the ability to provide their personal (psychological) and social security, as well as entrepreneurship education.

Keywords: students' entrepreneurial intention, influencing factors, tourism industry, GUESSS project

Cite as: Dias, F., Tret'yakova, A.N., Atef, T., Kosmaczewska, J., Navickiene, R. (2016). [Factors Influencing Entrepreneurial Intentions of Students Specializing in the Tourism Industry]. *Vysshee obrazovanie v Rossii* [Higher Education in Russia]. No. 7 (203), pp. 45-54. (In Russ., abstract in Eng.)

References

1. Rubin, Yu.B. (2016). [Creation of Graduates' Entrepreneurial Competencies Within the Educational Area of Baccalaureate]. *Vysshee obrazovanie v Rossii* [Higher Education in Russia]. No. 1, pp.7-21. (In Russ., abstract in Eng.)
2. Chepurensko, A.Yu. (2014). [The Role of Education in Enhancing the Entrepreneurial Potential of the Russian Society]. *Mezhdunarodnaya konferenciya "Formirovanie professionalnykh predprinimatelskikh kompetentsiy molodezhi v protsesse obucheniya predprinimatelstvu"* [Formation of Professional Entrepreneurship Competence of Youth in the Process of Entrepreneurship Education. Int. Conf. Abstracts]. Moscow: Moscow Financial-Industrial University «Synergy» Publ. Pp. 15-25. (In Russ.)
3. Shirokova, G.V., Tsukanova, T.V., Bogatyreva, K.A. (2015). [University Environment and Student Entrepreneurship: The Role of Business Experience and Entrepreneurial Self-Efficacy]. *Voprosy obrazovaniya* [Issues of Education]. No. 3. pp. 171-207 (In Russ., abstract in Eng.)
4. Shirokova, G.V., Kulikov, A.V. *Globalnoe issledovanie predprinimatelskogo dukha studentov. Natsionalnyi otchet. Rossiya, 2011*. [Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey. National Report, Russia, 2011]. Available at: http://www.gsom.spbu.ru/files/upload/eship/guesss_nacional_nyj_otchet_2011.pdf (In Russ.)
5. Shirokova, G.V., Tsukanova, T.V., Bogatyreva, K.A. *Globalnoe issledovanie predprinimatelskogo dukha studentov. Natsionalnyi otchet. Rossiya 2013/14*. [Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey. National report, Russia 2013/14]. Available at: http://www.gsom.spbu.ru/files/guesss_2013_rus.pdf (In Russ.)
6. Polevaya, M.V. (2015). [Motivation of an Entrepreneur: Theoretical Aspects]. *III mezhdunarodnyi nauchnyi kongress "Predprinimatelstvo i biznes v usloviyakh ekonomicheskoi nestabilnosti"* [Entrepreneurship and Business in Conditions of Economic Instability. Int. Sci. Congress.] Moscow: Financial University under the Government of the Russian Federation. Pp. 153-155. (In Russ.)
7. Tret'yakova, A.N. (2014). [Research of Graduates' of Tourist Higher School Entrepreneurial

- Intentions]. *Mezhdunarodnaya konferentsiya "Formirovanie professionalnykh predprinimatelskikh kompetentsiy molodezhi v protsesse obucheniya predprinimatelstvu"* [Formation of Professional Entrepreneurship Competence of Youth in the Process of Entrepreneurship Education. Int. Conf. Abstracts]. Moscow: Moscow Financial-Industrial University «Synergy». Pp. 147-156. (In Russ.)
8. Schegolev, V.V., Nikolaev, N.A. (2014). [Investigation and Support of Students' Entrepreneurial Intentions]. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya* [Modern Problems of Science and Education]. No. 6. Available at: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=16745> (In Russ., abstract in Eng.)
 9. Mueller, S.L. & Thomas, A.S. (2001). Culture and Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study of Locus of Control and Innovativeness. *Journal of Business Venturing*. No. 16, pp. 51-55.
 10. Rauch, A. & Frese, M. (2007). Let's Put the Person Back into Entrepreneurship Research: A Meta-Analysis on the Relationship Between Business Owner's Personality Traits, Business Creation, and Success. *European Journal of Work & Organizational Psychology*. No. 16 (4), pp. 353-385.
 11. Robinson, P.B., Stimpson, D.V., Huefner, J.C., & Hunt, H.K. (1991). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. No. 15(4), pp. 13-30.
 12. Crant, J.M. (1996). The Proactive Personality Scale as a Predictor of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Small Business Management*. No. 34 (3), pp. 42-49.
 13. Grilo, I. & Thurik, A.R. (2005). Latent and Actual Entrepreneurship in Europe and the US: Some Recent Developments. *International Entrepreneurship and Management Journal*. No. 1(4), pp. 441-459.
 14. Shinnar, R., Giacomini, O., & Janssen, F. (2012). Entrepreneurial Perceptions and Intentions: The Role of Gender and Culture. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. No. 36(3), pp. 465-493.
 15. Verkhovskaya, O.R., Dorokhina, M.V., Sergeeva, A.V. *Globalnyi monitoring predprinimatelstva. Natsionalnyi otchet, Rossiya, 2013* [Global Entrepreneurship Monitor. National Report, Russia, 2013]. Available at: http://gsom.spbu.ru/images/cms/data/faculty/gem_2013_final20_all.pdf (In Russ.)
 16. Atef, T.M. & Al-Balushi, M. (2014). Entrepreneurship as a Means for Restructuring Employment Patterns. *Tourism and Hospitality Research*. No. 15(2), pp. 73-90.

The paper was submitted 14.03. 16.

