

УДК 159.9

Т.А. Терехова*Иркутский государственный университет;
Байкальский государственный университет,
г. Иркутск, Российская Федерация***Е.Л. Трофимова***Байкальский государственный университет;
Иркутский государственный университет,
г. Иркутск, Российская Федерация*

ГОТОВНОСТЬ К РИСКУ И СКЛОННОСТЬ К НОВИЗНЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В РАЗНЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

АННОТАЦИЯ. Исследование индивидуальных различий готовности к риску и склонности к новизне региональных предпринимателей малого бизнеса в разных социально-экономических ситуациях (до и во время пандемии) представляется актуальным. Цель статьи — изучить ведущие отличительные черты предпринимателей малого бизнеса (готовность к риску и склонность к новизне) в условиях социально-экономического кризиса, вызванного пандемией коронавируса. Методы. Авторы, опираясь на идеи инновационного подхода и лично-деятельностной концепции риска, с помощью стандартизированных методик «Готовность к риску» (А.М. Шуберт) и «Склонность к новизне» (Г.А. Цукерман), применяя социологический подход и параметрический критерий Стьюдента, проанализировали значимые индивидуальные различия предпринимателей малого бизнеса в разных социально-экономических ситуациях — до и во время пандемии. Результаты. В статье представлены результаты эмпирического исследования. Выборка составила 79 предпринимателей малого бизнеса г. Иркутска и Иркутской области. Установлено, что до пандемии степень риска оставалась в диапазоне средних значений (от 3,19 до 3,65), а во время пандемии большее количество опрошенных предпринимателей оценивало риски в пределах крайних значений (от 1 до 7). На протяжении всего исследования предприниматели демонстрировали склонность к новизне, нетерпимость к скуке, однообразию и монотонности. Ценность результатов. В разных социально-экономических условиях (до и во время пандемии) большинство региональных предпринимателей толерантны к риску, ориентируются на приобретение нового опыта, испытывают потребность в ослаблении психологических барьеров, ограничивающих выход скрытых чувств и потребностей.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Региональные предприниматели, социально-экономические ситуации, индивидуальные различия, склонность к новизне, готовность к риску.

ФИНАНСИРОВАНИЕ. Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, грант «Этно-психологические характеристики экономического самоопределения российских и китайских предпринимателей в сфере малого бизнеса», проект № 19-013-00430 А.

ИНФОРМАЦИЯ О СТАТЬЕ. Дата поступления 6 апреля 2021 г.; дата принятия к печати 21 июня 2021 г.; дата онлайн-размещения 13 июля 2021 г.

T.A. Terekhova*Irkutsk State University;
Baikal State University,
Irkutsk, Russian Federation***E.L. Trofimova***Baikal State University;
Irkutsk State University,
Irkutsk, Russian Federation*

THE WILLINGNESS TO TAKE RISKS AND THE PROPENSITY FOR NOVELTY OF ENTREPRENEURS IN DIFFERENT SOCIO-ECONOMIC LANDSCAPE

ABSTRACT. The study of individual differences in risk readiness and propensity to novelty of small regional business entrepreneurs in various socio-economic situations

© Терехова Т.А., Трофимова Е.Л., 2021

Baikal Research Journal

электронный научный журнал Байкальского государственного университета

(before and during the pandemic) is relevant. The purpose of the article is to investigate the leading distinguishing features of small business entrepreneurs: risk-taking and novelty-seeking in the context of the socio-economic crisis caused by the coronavirus pandemic. Methods. The authors analyzed relevant individual differences of small business entrepreneurs in various socio-economic situations, namely before and after the pandemic on the basis of the innovative approach and the person-activity concept of risk using the standardized methods "Risk Readiness" (A.M. Schubert) and "Tendency to Novelty" (G.A. Zuckerman), the sociological approach and the Student's parametric criterion. Results. The article presents the results of an empirical study. The sample consisted of 79 small business entrepreneurs from the city of Irkutsk and the Irkutsk region. It was found out that before the pandemic, the degree of risk remained in the range of average values (from 3.19 to 3.65), and during the pandemic, a greater number of interviewed entrepreneurs assessed the risks within the extreme values (from 1 to 7). Throughout the study, entrepreneurs showed a tendency to novelty, intolerance to boredom, monotony and lack of variety. The value of the results. In different socio-economic conditions (before and during the pandemic), most regional entrepreneurs are risk-tolerant. they seek for new experience, they feel the need to weaken the psychological barriers that limit releasing their hidden feelings and needs.

KEYWORDS. Regional entrepreneur, socio-economic situations, individual differences, propensity to taking risks and novelty.

FUNDING. The article was prepared with the financial support of Russian Foundation for Basic Research (RFBR) (Grant № 19-013-00430 A).

ARTICLE INFO. Received April 6, 2021; accepted June 21, 2021; available online July 13, 2021.

Введение

Непредсказуемость предпринимательской деятельности является одним из условий, реально сопровождающих бизнес в различных сферах деятельности, особенно в периоды острых социально-экономических перемен в мире, вызванных в том числе эпидемией коронавируса. Изучая личность предпринимателя, необходимые ему профессионально значимые и личностные качества, которые могут выступать предикторами успешности, зарубежные и отечественные исследователи обращают внимание на способность принимать решения в условиях неопределенности [1; 2], когнитивную гибкость [3], склонность к риску, готовность к внедрению инноваций, переменам [4–6].

С.Р. Яголковский отмечает, что «инновационные риски — это вероятность потери вложенных средств или достижения не полного, а лишь частичного результата вследствие неопределенности (изменчивости) объективных условий осуществления нововведений, а также вследствие неэффективного управления» [7, с. 115]. В условиях социально-экономического кризиса и связанного с ним снижения конкурентоспособности малых предприятий актуальным представляется исследование индивидуальных различий готовности к риску и склонности к новизне региональных предпринимателей малого бизнеса в разных социально-экономических ситуациях (до и во время пандемии).

Методология исследования

Теоретической основой исследования выступили: системный подход, идеи инновационного подхода и личностно-деятельностной концепции риска, надситуативной активности В.А. Петровского.

«Инновация — это не только представление новой идеи, не только изобретение нового приспособления и не только развитие нового рынка, а процесс, объединяющий все перечисленное выше в единое интегрированное целое» [8, р. 634].

Личностно-деятельностная концепция риска рассматривает риск как «специфическую форму деятельности, которая реализуется субъектом в условиях неопределенности...» [9, с. 23].

Теория надситуативной (неадаптивной) активности В.А. Петровского предполагает наличие мотивации, когда именно деятельность в условиях неопределенности становится привлекательной для субъекта [10].

Готовность к риску и склонность к новизне рассматривались нами вслед за рядом российских авторов как личностные качества [11; 12].

Выборка и методики исследования

Для изучения готовности к риску и склонности к новизне использовались стандартизированные методики диагностики степени готовности к риску А.М. Шуберта и склонности к новизне Г.А. Цукерман, интервью с предпринимателями. Всего опрошено 79 предпринимателей малого бизнеса.

В 2019 г. нами было проведено эмпирическое исследование готовности к риску и склонности к новизне. Были опрошены 39 предпринимателей малого бизнеса (первая группа). В 2020 г. мы в режиме онлайн провели аналогичное исследование, в котором участвовало 40 предпринимателей (вторая группа). Обе группы предпринимателей относятся к малому бизнесу, имеют микропредприятия со средней численностью работников до 15 чел. включительно, основными видами реализуемой ими экономической деятельности являются торговля и оказание услуг населению. То есть речь идет о тех, кто сейчас оказался в наиболее сложном экономическом положении.

Анализ результатов исследования

Распределение предпринимателей по уровню готовности к риску, опрошенных до и во время пандемии, представлено на рис. 1.

На рис. 1 видно, что у большинства респондентов выражен средний уровень готовности к риску: у 18 (47 %) предпринимателей первой группы (опрошенных

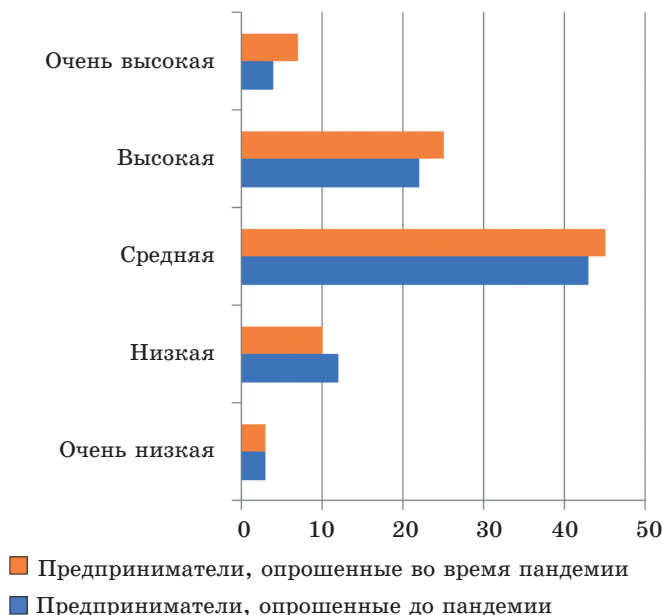


Рис. 1. Результаты диагностики респондентов по степени готовности к риску (методика А.М. Шуберта), %

до пандемии) и у 20 (50 %) — второй группы (опрошенных во время пандемии). Это говорит о том, что они способны идти на риск, если ситуация этого действительно требует. То есть риск для них всегда должен быть оправдан, а полученная выгода должна быть больше или как минимум равна возможным потерям, причем вероятность успеха должна быть больше вероятности неудачи. Респонденты этой группы, как правило, рациональны, возможно, в прошлом они и совершали ошибки, но полностью от риска не отказываются.

Высокий уровень готовности к риску демонстрируют 9 (23 %) предпринимателей, опрошенных до пандемии, и 12 (30 %) — во время пандемии, что говорит о том, что они могут довольно часто идти на риск, в редких случаях неоправданный. Высокая готовность к риску сопровождается низкой мотивацией к избеганию неудач (защите). Следовательно, люди из этой группы чаще надеются на счастливый исход рискованного дела и комфортнее чувствуют себя в ситуациях неопределенности. Согласно А.М. Шуберту, готовность к риску связана с количеством возможных ошибок. То есть мы можем говорить о том, что испытуемые очень редко совершают ошибки либо еще не успели пережить больших неудач в работе, что, в свою очередь, может свидетельствовать об уверенности и успешности выбранной ими предпринимательской стратегии.

Чрезмерно высокую готовность к риску имеют 5 (13 %) предпринимателей первой группы и 3 (7 %) — второй. Эти испытуемые охотно идут на риск, очень часто неоправданный. У них полностью отсутствует мотивация на избегание неудач, которая замещена мотивацией на достижение успеха. Они склонны к мнению, что любой риск оправдан, а потери в случае неудачи не идут ни в какое сравнение с благами, которые они получают в случае успеха. Это может говорить об отсутствии неудач и больших потерь в их деятельности, высокой уверенности в себе.

У 6 (13 %) предпринимателей, опрошенных до пандемии, и у 4 (10 %) — во время пандемии отмечен низкий уровень готовности к риску. Они не часто идут на риск, а если и идут, то лишь при очень большой вероятности успеха. Среди участников данной группы доминирует мотивация на избегание неудач, они не всегда готовы действовать в ситуациях неопределенности. Для них большинство рисков неоправданно. Это может говорить о наличии каких-либо неудач или ошибок в прошлом.

Только у 1 (3 %) предпринимателя из первой группы и у 1 (3 %) — из второй диагностирована чрезмерная осторожность. Эти люди склонны всячески избегать ситуаций, в которых возможен риск. Мотивация направлена на избегание неудач. Это также может говорить о наличии каких-либо неудач или ошибок в прошлом. Респонденты плохо действуют в ситуациях неопределенности, пользуясь только старыми, проверенными методами, недостаточно гибки.

Сравнение по критерию Стьюдента не выявило значимых различий, значения попадают в диапазон среднего уровня риска и очень близки: 4,20 у предпринимателей, опрошенных до пандемии, и 2,75 — во время нее (показатели от -1 до +10 относятся к средним).

В ходе интервью предпринимателям предлагалось оценить степень реального экономического риска в настоящее время по 7-балльной шкале Лайкерта. Среднее значение степени риска в первой группе предпринимателей (до пандемии) составило 3,19, во время второго опроса — 3,65, т.е. осталось в интервале средних значений. Однако если до пандемии уровень дисперсии в ответах был невелик и большая часть респондентов придерживалась средних показателей, то разброс значений в ответах предпринимателей во время пандемии колебался от 1 до 7 и уже большее количество опрошенных оценивало риски в пределах крайних значений.

Таким образом, можно отметить, что абсолютное большинство опрошенных толерантны к риску. Предпринимательская деятельность требует готовности к принятию рискованных решений, т.е. действия участников предпринимательства в условиях сложившихся рыночных отношений, конкуренции, функционирования всей системы экономических законов в условиях пандемии не могут быть с полной определенностью рассчитаны и осуществлены. Многие решения предпринимателю приходится принимать в условиях неопределенности, когда необходимо выбирать направление действий из нескольких возможных вариантов, осуществление которых сложно предсказать. Предпринимателям важно уметь по-новому взглянуть на ситуацию, любые новации предполагают долю риска.

Также была измерена склонность предпринимателей к новизне с помощью теста Г.А. Цукерман. Полученные результаты продемонстрированы на рис. 2.

Чувство новизны. У 13 (33 %) предпринимателей первой группы (опрошенных до пандемии) и у 15 (37 %) предпринимателей второй группы (после пандемии) диагностирован средний уровень чувства новизны. Они с готовностью воспринимают новые тенденции, не недооценивают важность творчества. У 26 (67 %) предпринимателей первой группы и у 15 (37 %) второй группы диагностирован высокий уровень чувства новизны. Для них консервативные стереотипы пугающие, а новизна становится мощным побуждающим фактором. У 10 (26 %) респондентов второй группы диагностирован низкий уровень чувства новизны. Они с осторожностью относятся ко всему новому, консервативны, предпочитают доверяться проверенным путям и методам. Среди предпринимателей первой группы низкий уровень чувства новизны не зафиксирован.

Тяга к приключениям. У 7 (17 %) предпринимателей первой группы и у 3 (7 %) второй группы диагностирован низкий уровень тяги к приключениям. Они предпочитают спокойный размеренный стиль жизни без неожиданностей. У 32 (83 %) предпринимателей первой группы и у 37 (93 %) предпринимателей второй



Рис. 2. Результаты диагностики респондентов по их склонности к новизне (методика Г.А. Цукерман), %

группы обнаружена высокая тяга к приключениям. Они постоянно стремятся к новым ощущениям, развлечениям, считают, что иногда полезно пуститься в какую-нибудь авантюру.

Ориентация на приобретение нового опыта. У 5 (13 %) предпринимателей первой группы и у 12 (30 %) второй группы диагностирован низкий уровень ориентации на приобретение нового опыта. Они консервативны, придерживаются всего надежного и проверенного, недостаточно гибки. У 34 (87 %) предпринимателей первой группы и у 28 (70 %) предпринимателей второй группы диагностирован высокий уровень ориентации на приобретение нового опыта.

Способ растормаживания. Для 10 (33 %) предпринимателей первой группы и 12 (40 %) второй группы характерен низкий уровень данного свойства. Эти люди не нуждаются ни в каких способах «самозарядки» либо, наоборот, разрядки. У 20 (67 %) предпринимателей первой группы и у 18 (60 %) второй группы средний уровень измеряемого свойства. То есть они время от времени нуждаются в разрядке, получении адреналина.

Чувствительность к рутине. У 13 (37 %) предпринимателей первой группы и у 4 (10 %) второй группы диагностирован низкий показатель измеряемого свойства. Они сходятся во мнении, что от рутины никуда не деться — она неотъемлемая часть жизни, способны длительное время заниматься однообразной работой без отрицательных последствий. У 26 (63 %) предпринимателей первой группы и 36 (90 %) второй группы диагностирован высокий показатель измеряемого свойства. Из-за высокой чувствительности к рутине им очень тяжело выполнять однообразную работу, быстрее наступает истощение, им нужно отвлекаться, менять виды деятельности.

Таким образом, 4 (10 %) предпринимателя первой группы и 11 (27 %) второй группы имеют низкие показатели склонности к новизне. Такие предприниматели скорее консервативны, с осторожностью относятся ко всему новому. У 21 (53 %) предпринимателя первой группы и у 25 (63 %) второй группы выявлен средний показатель склонности к новизне. Они с готовностью устремляются к новым ощущениям, формам деятельности и опыту, но делают это обдуманно. И 14 (37 %) предпринимателей первой группы и 4 (10 %) второй группы показали высокий уровень склонности к новизне (рис. 3).

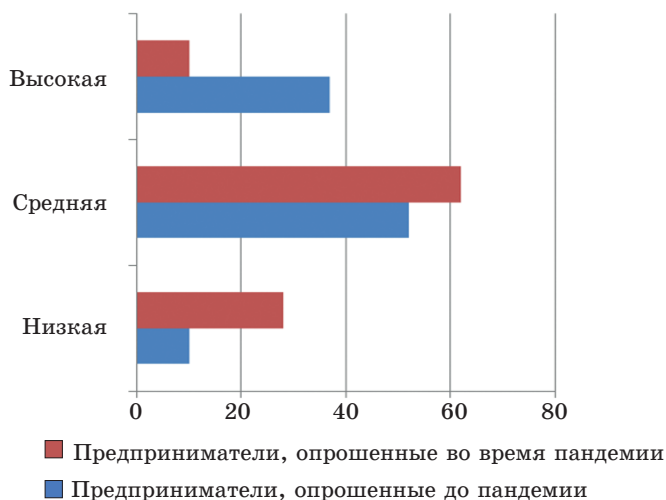


Рис. 3. Распределение предпринимателей по их склонности к новизне, %

В результате сравнения средних величин по критерию Стьюдента по шкале «Чувство новизны» выявлены значимые различия между предпринимателями первой и второй групп ($M_1 = 16,7$; $M_2 = 13,57$; $p = 0,000$). Показатель предпринимателей первой группы попадает в высокую область значений, тогда как показатель предпринимателей второй группы — в умеренную. По шкале «Тяга к приключениям» различия выявлены лишь на уровне тенденций: $M_1 = 10,43$ у предпринимателей первой группы и $M_2 = 11,67$ у предпринимателей второй группы. Оба показателя попадают в область высоких значений. Значимые различия выявлены по шкале «Приобретение нового опыта»: у предпринимателей первой группы выявлен довольно высокий показатель ($M_1 = 13,47$; $p = 0,000$), у предпринимателей второй группы ниже ($M_2 = 9,9$; $p = 0,000$). Это связано с тем, что предприниматели стремятся к новым впечатлениям и информации, чтобы получить преимущество перед конкурентами. По шкале «Способ расторжения» также выявлены значимые различия. У предпринимателей первой группы средний показатель составил: $M_1 = 8,47$; $p = 0,025$, у предпринимателей второй группы $M_2 = 7,03$; $p = 0,025$. Респонденты обеих групп испытывают потребность в разрядке и самозарядке. По шкале «Чувствительность к рутине» значимых различий не выявлено, результаты большинства предпринимателей попадают в область высоких значений. Обоим группам тяжело дается однообразная работа.

Таким образом, предприниматели, опрошенные до пандемии и во время пандемии, демонстрируют склонность к новизне и нетерпимость к скуке, однообразию и монотонности.

Результаты интервью с предпринимателями

Предприниматели считают, что в сложных социально-экономических условиях они могут полагаться только на себя и, возможно, на поддержку близких.

Результаты интервью показали, что в развитии своего бизнеса предприниматели и до пандемии отмечали серьезные трудности, связанные с наличием высоких административных барьеров, нарушением прав предпринимателей со стороны контролирующих органов. В условиях пандемии, несмотря на меры государственной поддержки, уровень доверия к властным структурам остается невысоким.

На вопрос «Какие проблемы сейчас препятствуют развитию Вашего бизнеса, несут риски и вызывают беспокойство?» у предпринимателей, опрошенных в период пандемии, наиболее частыми ответами были следующие: нестабильная ситуация в стране и негативные последствия для экономики (30,0 % респондентов); ограничения в связи с пандемией (25,0 %); рост и ужесточение конкуренции (25,0 %); снижение уровня доходов населения (22,5 %); самоизоляция большинства клиентов (22,5 %); невозможность или сложность доставки товара / закрытие границ, нарушение поставок (20,0 %); отсутствие возможности работать дистанционно, сложность при освоении дистанционной системы (15,0 %).

«Приоритетными ценностями-целями предпринимателей малого бизнеса являются материальная обеспеченность, активный образ жизни, друзья. Наиболее значимая инструментальная ценность — эффективность в делах. В качестве самых привлекательных профессиональных ценностей выступают получение прибыли, самостоятельность и независимость. Выявлено, что доминирует такая экосберегающая ориентация, как самосбережение. Таким образом, для них характерно стремление к сохранению баланса между профессиональными и личными ценностями, ценностями общения и дела. Среди терминальных преобладают скорее конкретные и индивидуалистические ценности. Слабо выражены конформистские и альтруистические ценности» [13].

Анализируя конкурентоспособность предпринимателей малого бизнеса до и во время пандемии, мы установили значимые различия по возрасту: предприниматели зрелого возраста признают, что им более полно удается реализовать свои способности ($M1 = 5,87$; $p = 0,040$), чем молодым, начинающим предпринимателям в возрасте до 30 лет ($M2 = 5$; $p = 0,040$); зрелым предпринимателям в большей степени удается реализовать свои цели ($M1 = 5,74$; $p = 0,047$), чем их более младшим коллегам ($M2 = 4,86$; $p = 0,033$). Предпринимателям зрелого возраста свойственно более высоко оценивать свою конкурентоспособность ($M1 = 6,3$; $p = 0,013$), чем предпринимателям более молодой группы ($M2 = 5,57$; $p = 0,016$). Мужчины более положительно относятся к конкуренции ($M_{\text{м}} = 3,87$; $p = 0,05$), чем женщины ($M_{\text{ж}} = 3,27$; $p = 0,05$).

Таким образом, мы можем говорить о высокой степени влияния возраста и пола на конкурентоспособность предпринимателей. С возрастом уровень сформированности предпринимательских умений и навыков у мужчин значительно выше, чем у женщин. Мужчины в силу гендерных особенностей более продуктивно действуют в условиях соперничества и конкуренции. Однако в условиях пандемии даже опытные предприниматели-мужчины отказываются говорить о конкурентоспособности, считая главной задачей восстановить свое дело и выйти хотя бы на уровень без убытков.

Отвечая на вопрос о готовности к риску, зрелые предприниматели с большим стажем более высоко оценивают оптимальную степень риска ($M1 = 5$; $p = 0,021$), чем их менее опытные коллеги ($M2 = 4,25$; $p = 0,025$).

При сравнении средних по полу мужчины показывают более высокую готовность к риску ($M_{\text{м}} = 9,27$; $p = 0,047$), нежели женщины ($M_{\text{ж}} = -0,87$; $p = 0,048$). Мужчины отмечают, что их собственные усилия влияют на развитие собственного бизнеса очень сильно ($M_{\text{м}} = 2,8$; $p = 0,013$), у женщин этот показатель ниже ($M_{\text{ж}} = 2,2$; $p = 0,015$).

Готовность к риску зависит главным образом от пола и стажа предпринимателей. Предприниматели с большим стажем более охотно идут на риск, что говорит о немалом опыте в таких делах. Мужчины более, чем женщины, толерантны к риску, что связано с гендерными особенностями.

Стаж и возраст не оказывают влияния на оценку степени доверия к предпринимательским структурам. Однако мужчины отмечают, что им гораздо чаще приходится сталкиваться с обманом партнеров ($M_{\text{м}} = 2,8$; $p = 0,040$), нежели женщинам ($M_{\text{ж}} = 2,13$; $p = 0,041$). Женщины, в отличие от мужчин, гораздо доверчивее и редко сомневаются в компетентности партнеров. В условиях пандемии, отмечают респонденты, круг партнеров резко сократился, многие попали под банкротство, поэтому они стараются поддерживать друг друга.

Выводы

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

1. Исследование готовности к риску региональных предпринимателей малого бизнеса показало, что большинство опрошенных толерантны к риску. Социально-экономическая ситуация складывается (особенно в условиях пандемии) таким образом, что выбор направления действий сложно предсказать. Предпринимателям важно уметь принимать решения в условиях ограниченного времени и неполной информации.

2. Стремление к новизне проявляется через чувство новизны, тягу к приключениям, ориентацию на приобретение нового опыта, способ растормаживания, чувствительность к рутине. Значения по данным переменным находятся преимущественно в интервале средних значений. Проведенное нами исследование по-

казало, что предприниматели, опрошенные до пандемии и во время пандемии, демонстрируют склонность к новизне и нетерпимость к скуке, однообразию и монотонности.

3. Приоритетными ценностями-целями региональных предпринимателей малого бизнеса являются материальная обеспеченность, активный образ жизни, друзья. Наиболее значимая инструментальная ценность — эффективность в делах. В качестве самых привлекательных профессиональных ценностей выступают получение прибыли, самостоятельность и независимость. В целом для них характерно стремление к сохранению баланса между профессиональными и личными ценностями, ценностями общения и дела.

4. Готовность к риску зависит главным образом от пола и стажа предпринимателей. Мужчины и зрелые предприниматели в большей степени готовы рисковать. При этом возраст и пол имеют высокую степень влияния на конкурентоспособность. Мужчины с возрастом становятся более конкурентоспособными. На оценку степени доверия к предпринимательским структурам не оказывают влияние ни стаж, ни возраст.

Список использованной литературы

1. Ануфриев А.Ф. Особенности принятия решений в условиях неопределенности у предпринимателей / А.Ф. Ануфриев, М.В. Рахимкулова // Когнитивная и мотивационно-смысловая сферы личности / под ред. Е.Б. Пучковой, Е.А. Сорокоумовой. — Москва : МПГУ, 2020. — С. 9–17
2. Кравченко Т.К. Принятие стратегических решений в условиях риска и неопределенности / Т.К. Кравченко, Д.В. Исаев // Вестник финансового университета. — 2016. — Т. 20, № 4. — С. 22–31.
3. Dheer R.J.S. Cognitive Flexibility: Impact on Entrepreneurial Intentions / R.J.S. Dheer, T. Lenartowicz // Journal of Vocational Behavior. — 2019. — Vol. 115. — URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0001879119301113>.
4. Шишкина А.О. Исследование инновационной активности личности с помощью метода субъективной семантики / А.О. Шишкина // Известия Иркутского государственного университета. Сер.: Психология. — 2019. — Т. 27. — С. 101–115.
5. Baum J.R. The Psychology of Entrepreneurship / J.R. Baum, M. Frese, R.A. Baron. — Mahwah, N.J. : Lawrence Erlbaum, 2006. — 424 p.
6. Mueller J.S. The Bias Against Creativity: Why People Desire but Reject Creative Ideas / J.S. Mueller, S. Goncalo, J.A. Melwani. — DOI 10.1177/0956797611421018 // Psychological Science. — 2011. — Vol. 23, iss. 1. — P. 13–17.
7. Яголковский С.Р. Психология инноваций: подходы, модели, процессы / С.Р. Яголковский. — Москва : Высш. шк. экономики, 2011. — 272 с.
8. Hellstroem T. Innovation as Social Action / T. Hellstroem. — DOI: 10.1177/1350508404046454 // Organization. — 2004. — Vol. 11, iss. 5. — P. 631–649.
9. Лукьянов Г.И. Проблема риска в контексте деятельностного подхода / Г.И. Лукьянов // Вестник Ставропольского государственного университета. — 2005. — № 41. — С. 23–30.
10. Петровский В.А. Психология неадаптивной активности / В.А. Петровский. — Москва : Горбунок, 1992. — 224 с.
11. Журавлев А.Л. Социальная психология российского предпринимательства. Концепция психологических отношений / А.Л. Журавлев, В.П. Позняков. — Москва : Ин-т психологии РАН, 2012. — 480 с.
12. Позняков В.П. Программы и методики социально-психологического исследования российских предпринимателей / В.П. Позняков. — Москва : Изд-во МосГУ, 2010. — 188 с.
13. Терехова Т.А. Исследование ценностей предпринимателей разных социально-демографических групп / Т.А. Терехова, Е.Л. Трофимова, Г.П. Геранюшкина. — DOI 10.26516/2304-1226.2020.33.69 // Известия Иркутского государственного университета. Сер.: Психология. — 2020. — Т. 33. — С. 69–88.

Информация об авторах

Терехова Татьяна Александровна — доктор психологических наук, профессор, кафедра общей психологии, Иркутский государственный университет; главный научный сотрудник, научно-учебная лаборатория социальной и экономической психологии, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: terehovata@mail.ru.

Трофимова Елена Леонидовна — кандидат психологических наук, доцент, кафедра социологии и психологии, Байкальский государственный университет; доцент, кафедра социальной, экстремальной и пенитенциарной психологии, Иркутский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: trofimova-bgy@mail.ru.

Authors

Tatiana A. Terekhova — D.Sc. in Psychology, Professor, Department of General Psychology, Irkutsk State University; Senior Researcher, Scientific and Educational Laboratory of Social and Economic Psychology, Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation, e-mail: terehovata@mail.ru.

Elena L. Trofimova — PhD in Psychology, Associate Professor, Department of Sociology and Psychology, Baikal State University; Associate Professor, Basic Department of Social, Emergency and Penitentiary Psychology, Irkutsk State University, Irkutsk, Russian Federation, e-mail: trofimova-bgy@mail.ru.

Для цитирования

Терехова Т.А. Готовность к риску и склонность к новизне предпринимателей в разных социально-экономических условиях / Т.А. Терехова, Е.Л. Трофимова. — DOI 10.17150/2411-6262.2021.12(2).24 // *Baikal Research Journal*. — 2021. — Т. 12, № 2.

For Citation

Terekhova T.A., Trofimova E.L. The Willingness to Take Risks and the Propensity for Novelty of Entrepreneurs in Different Socio-Economic Landscape. *Baikal Research Journal*, 2021, vol. 12, no. 2. DOI: 10.17150/2411-6262.2021.12(2).24. (In Russian).