**Кудінова Алевтина Віталіївна. Підприємницька поведінка та її модифікація в сучасних умовах : дис... канд. екон. наук: 08.01.01 / Київський національний економічний ун-т ім. Вадима Гетьмана. — К., 2006. — 206арк. — Бібліогр.: арк. 187-202**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **Кудінова А.В. Підприємницька поведінка та її модифікація в сучасних умовах. – Рукопис.**  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.01.01 – Економічна теорія. – Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Київ, 2006.  Дисертацію присвячено комплексному дослідженню сутності підприємницької поведінки суб’єктів господарювання у розвинутій ринковій системі, визначенню детермінант, що обумовлюють її національні особливості та обґрунтуванню внутрішніх і зовнішніх умов, чинників та інструментів  В роботі досліджено еволюцію теорій підприємницької поведінки, проведено порівняльний аналіз мотиваційних теорій економічної діяльності та визначено місце в них підприємницької поведінки. Розкрито сучасний зміст сутності категорії "підприємницька поведінка". Автором здійснено класифікацію детермінант та визначено їх сумарний вплив на підприємницьку поведінку в розвинутій ринковій системі.  Розроблено цілісну методику дослідження підприємницької поведінки в умовах зростаючої глобалізації бізнесу. Ідентифіковано національні моделі підприємницької поведінки з виокремленням їх конкурентних переваг та розкрито механізм уніфікації економічних дій суб’єктів підприємницької діяльності. Обґрунтовані цілі, методи та інструменти формування ефективної моделі підприємницької поведінки вітчизняних товаровиробників. | |
| |  | | --- | | У дисертації проведено теоретичне узагальнення і нове вирішення наукового завдання щодо імплементації вітчизняної моделі підприємницької поведінки в світову бізнес-практику. Системний багатофакторний аналіз сутності підприємницької поведінки та закономірностей її модифікації, який базується на міждисциплінарних підходах, дозволив зробити наступні висновки:   1. Спираючись на сучасні парадигмальні засади соціально-економічних, гуманітарних та природничих наук можна стверджувати, що найбільш адекватним є інтегроване визначення сутності підприємницької поведінки, як сукупності дій та вчинків суб’єктів господарювання, що пов’язана з їх новаторською економічною діяльністю та обумовлена об’єктивними суспільними законами, економічними інтересами та світоглядом і реалізується через ведення власної справи заради задоволення індивідуальних та суспільних матеріальних і духовних потреб. 2. Еволюційний підхід у дослідженні умов, характеру та особливостей підприємницької поведінки на різних етапах історичного розвитку економічних систем дає підстави визначити специфіку даної категорії різними школами політичної економії: класичної політичної економії (ототожнення підприємця, поведінка якого розглядається в контексті невизначеності умов функціонування, з власником і управляючим); історичної школи (зосередження на соціальних, релігійних, етнічних та етичних аспектах новаторської діяльності підприємця); маржиналізму (аналіз власницької поведінки підприємця, який генерує ідеї, реалізує їх, але й завдяки заповзятливості, помічає всі зміни у бізнес-середовищі); неокласичного напрямку (акцентування на інноваційності, творчості, ризикованості, інформаційної обмеженості підприємницької поведінки); кейсіанства (характеристика спонтанності інвестиційних рішень підприємця); інтистуціоналізму (підкреслення наступності та відносної стійкості інституціонального середовища). 3. На характер та особливості підприємницької поведінки (національні, організаційні, структурні та галузеві) здійснює вплив комплекс різноманітних ендогенних та екзогенних чинників, які визначають поведінку підприємця на відповідних рівнях його діяльності: загальна професійна та управлінська компетентність, індивідуальна обумовленість, особисті якості – ризикованість, інтуїція, заповзятливість, незалежність, здатність переконувати (індивідуальний тип поведінки); напрямок діяльності, тип власності, форма організації бізнесу, стан ринкового середовища, доступність інформації, опанування новітніми технологіями (поведінка окремої фірми); політична та правова ситуація в країні, рівень розвитку інфраструктури підтримки підприємництва, економічне середовище (поведінка всього класу підприємців); історичні, соціокультурні, природно-демографічні особливості (національна специфіка ділової поведінки). 4. За умов переходу розвинутих країн до постіндустріальної моделі та глобалізації економічного розвитку, відбуваються якісні зміни в мотиваційних установках підприємців різного національного походження, що полягають у поступовому зміщенні акцентів з особистої матеріальної вигоди, як традиційної рушійної сили бізнес-діяльності, на самореалізацію індивіда, як творчої та ініціативної особистості. Провідним мотиваційним регулятором підприємницької поведінки стає досягнення оптимального співвідношення між прагненням до максимізації прибутку і збереженням стабільних позицій на ринку, отриманням суспільного визнання, престижністю та іміджем підприємця і його задоволеністю від творчого характеру бізнес-діяльності тощо. 5. Найбільш визнаними на сьогодні моделями підприємницької поведінки у діловому світі є європейська, американська та японська, специфічними ознаками яких є: підприємницький лібералізм, балансування між "соціологізацією" і "економізацією", помірна ризикованість (європейська модель), підприємницька агресивність, домінування власного егоїстичного інтересу, схильність до ризику, крайній "економізм" (американська модель), діловий консерватизм, схильність до традиційної підприємницької поведінки, мінімізація ризику (японська модель); а спільними – відбиття історичного становлення, політичної структури суспільства, менталітету, традицій тощо, а також поступова уніфікація національних особливостей. 6. Глобалізаційні детермінанти сформували два рівні національних поведінкових моделей: перший стосується малого і середнього бізнесу, другий – поведінки транснаціональних корпорацій. Якщо поведінка останніх уніфікується за рахунок таких глобалізаційних ознак як створення міжнародних мереж фірм-постачальників, фірм-виробників, фірм-споживачів, застосування загального "бренду", що припускає формування суспільної думки, розробку нових концептів для масової свідомості тощо, то національні моделі поведінки представників малого і середнього бізнесу практично не претерпіли помітних змін і несуть як і раніше суттєвий відбиток національної специфіки не тільки в розвинутих, але і інших регіонах в силу їх більшої ізольованості від світового бізнес-середовища. 7. Об’єктивна потреба у формуванні сучасної української моделі конкурентної підприємницької поведінки, яка відповідала б міжнародним критеріям цивілізованого ведення бізнесу, обумовлена: низьким рівнем ефективності вітчизняної бізнес-практики; відсутністю менеджмент-стратегій у діяльності українських підприємців на інноваційних засадах, як наслідок політичної та правової нестабільності в країні, пригніченням ініціативи, творчості та креативних начал в бізнес-діяльності через економічну та юридичну несвободу суб’єктів господарювання; низькою загальною та діловою культурою класу підприємців та значною часткою тіньового сектора економіки. 8. Основними принципами та інструментами національної моделі підприємницької поведінки, на наш погляд, мають бути: освіченість та професіоналізм підприємців, їх орієнтація на інноваційну діяльність, поєднання високого ступеня індивідуальної ризикованості з суспільними гарантіями; прагнення імплементувати індивідуальний інтерес в систему національного інтересу; урахування як національних традицій, так і глобалізаційних тенденцій. | |