

Єгор Вячеславович Чеботарьов

канд. екон. наук, доц.

ORCID 0000-0001-5963-7637

e-mail: iegor.chebotarov@gmail.com,

Вячеслав Анатолійович Чеботарьов

д-р екон. наук, проф.

ORCID 0000-0003-1131-9116

e-mail: vena.lnu@gmail.com,

*Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка, м. Старобільськ*

ЗМІСТ ПРОФІЛЮ ПІДПРИЄМЦЯ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ МЕТОДИКИ КОМПАРАТИВНОГО АНАЛІЗУ

Постановка проблеми. Соціально-економічне становище країни, а також загальний рівень її розвитку та місце у системі міжнародного поділу праці багато в чому визначаються змістом і характером підприємницької діяльності цієї країни, рівнем компетентності її підприємств. У науковому розумінні компетентність підприємств ідентифікується поняттям «профіль підприємця». Сукупність таких якостей підприємств (і управлінців підприємницької сфери) в узагальненому вираженні прийнято визначати поняттям «рівень розвитку національного менеджменту».

Сукупність явищ і процесів, котрі відображаються категорією «профіль підприємця», є похідними від явищ і процесів, що відображаються в категорії «корпоративна культура»: зміст, характер і рівень компетентності підприємця визначаються змістом і параметрами панівної моделі корпоративної культури даної країни. А сама «корпоративна культура»: зміст даного поняття детермінується змістом поняття «національна ділова культура».

В історії науки такий теоретико-методологічний і прикладний консалтинговий підхід найбільш плідно втілений у розробках засновників економічної компаративістики – провідних вчених-практиків Г. Хофстеде [1; 2] та Ф. Тромпенаарса [3; 4]. Разом з тим, при цьому постає комплексна загальнотеоретична та прикладна проблема господарської бізнес-діяльності: необхідність обґрунтування системного науково-практичного знання щодо категорії «профіль підприємця». Вона є актуальною як для західного (англосаксонського), так і східного (японського) менеджменту та висуває важливу сучасну проблему компаративного – порівняльного аналізу профілів підприємств різних культур (різних країн).

Рівень розробки проблеми у сучасній науці. Прикладні аспекти розробки проблеми профілю підприємця, як і цілий ряд її теоретичних аспектів, ще тільки очікують на свої системні дослідження. Загально-теоретичними передумовами її дослідження виступає теорія соціального капіталу, основоположниками якої є Л. Ханіфан [5] та П. Бурдье [6]. У сучасній науці є відсутнім загальноприйняте визначення категорії «профіль підприємця». Д. Кембел на рубежі 80-90-х років в її основу заклав поняття «компетентність фахівця» [7]. Дещо пізніше Д. Бертрам, І. Робертсон і М. Келлінен аргументували необхідність при характеристиці профілю підприємств урахування також їх по-

тенційних можливостей у здійсненні бізнесу, необхідність відображення умов діяльності управлінців-підприємців, а також відповідних результатів [8]. У польській та українській економічній науці, наприклад, як і в англомовних дослідженнях, розробки цих аспектів також не відрізняються системністю та є скоріше винятками [9-16].

Метою статті є чітка ідентифікація категорії «профіль підприємця» та розкриття її змісту з подальшим обґрунтуванням методики проведення компаративного аналізу профілів підприємств різних країн і різних ділових культур.

Інформаційно-аналітичну основу статті складає зібраний особисто авторами матеріал щодо виконання державної науково-дослідної роботи «Національні ділові культури Польщі та України: удосконалення науково-практичних основ співпраці на європейських і світових ринках» (номер реєстрації 0120U103807).

Виклад основного матеріалу. Комплексні науково-практичні дослідження проблем профілю підприємця та економічної компаративістики загалом дають підстави висунути таке розуміння вихідної категорії.

Профіль підприємця це – система професійних (загально-підприємницьких), вузькоспеціальних, загальнокультурних, психологічних і фізичних компетенцій (якостей, властивостей, вимог), ідентифікована у відповідних характеристиках та їхніх узагальнюючих оцінках, якими має володіти керівник певного ієрархічного рівня організації (підприємства) для адекватного виконання нормативно визначених посадових обов'язків.

У контексті обґрунтування уніфікованого інструментарію оцінювання компетентностей підприємств слід урахувати низку методичних аспектів розуміння змісту поняття «профіль підприємця» (та практичного призначення такого інструментарію для вирішення похідних завдань щодо розробки професійних стандартів підготовки фахівців, методичного забезпечення діяльності HR-служб тощо). Характеристики профілю підприємця повинні мати як якісні (описові) оцінки, так і кількісні оцінювання (вимірювання).

«Профіль підприємця» і як сукупність відповідних явищ і параметрів їх оцінювання, і як саме поняття відображає такі характеристики підприємницької діяльності (і характеристики людини, яка займається такою діяльністю).

1. «Профіль підприємця» ідентифікує якість підприємницьких здібностей людини, а якість – явище відносне (співвідносне); тобто – якість підприємця не має і не може мати абсолютного вираження.

2. Опорним поняттям (характеристикою) «профілю підприємця» є поняття «компетентність підприємця». Це – сукупність знань, навичок та умінь, здібностей, мотиваційних установок і поведінкових норм, які ідентифікують вимоги щодо якості професійної діяльності підприємця.

3. «Профіль підприємця» розкриває систему структурованих компетенцій (а не якийсь випадковий і довільний їх набір), зміст якої детермінується підприємницькими якостями людини.

4. У «профілі підприємця» відповідні компетенції мають бути чітко ідентифіковані та нормативно закріплені у відповідних загальнодержавних та/або корпоративних актах (положеннях), що спрямовано на запобігання їх суб'єктивного (довільного) розуміння та застосування.

5. Сукупність виділених у категоріальному визначенні дефініції «профіль підприємця» параметрів (компетенцій, характеристик, критеріїв, процедур оцінювання та оцінок) мають охоплювати всі сфери та галузі підприємницької діяльності відповідно до рівня розвитку продуктивних сил та суспільних відносин кожної даної країни.

Уніфікованість «профілю підприємця» (отже – прийнятність для порівняльного компаративного аналізу) має забезпечуватись характеристиками компетенцій підприємця. Таким вимогам дані характеристики можуть задовольняти лише за умови, якщо: в них розкривається система виділених компетенцій підприємця; вони приймаються науковим і підприємницьким співтовариством: дослідниками та практиками у даній сфері; вони закріплені у положеннях та використовуються у діяльності відповідних інституцій (аналітичних центрів, органів стандартизації тощо).

Авторами для обґрунтування методики порівняльного аналізу профілів підприємців різних країн пропонуються наступні десять характеристик: «Дистанція влади», «Індивідуалізм», «Мужність», «Уникнення невизначеності», «Довгострокова орієнтація», «Індульгенція», «Схильність до підприємництва»,

«Обов'язковість у бізнесі», «Планування на підприємстві», «Стандартизованість бізнес-діяльності».

Їхню основу: перші шість характеристик, за своєю суттю, але – ніяк не в «чистому» безпосередньому вигляді, є параметрами-вимірниками національних ділових культур, котрі використовуються в сучасній економічній компаративістиці (у найбільш системному вигляді – аналітичним дослідно-консалтинговим центом Hofstede Insights [17]). Це забезпечує сумісність пропонованого підходу із сучасними не лише дослідницькими розробками, а й із практичною діяльністю найавторитетніших консалтингових міжнародних інституцій.

Однак при цьому виникає складна комплексна пізнавально-методична проблема щодо виокремлення у пропонованих характеристиках аспектів саме практичної бізнес-діяльності: якостей і властивостей людини – її підприємницької поведінки (а не лише загальноекономічних та інституційних аспектів). Тобто, постає питання про перехід від макроекономічного до мікроекономічного рівня аналізу; ще у більш конкретному визначенні – до аналізу поведінкової економіки підприємця. Інші пропоновані чотири характеристики («Схильність до підприємництва», «Обов'язковість у бізнесі», «Планування на підприємстві», «Стандартизованість бізнес-діяльності») покликані поглибити аналіз й оцінювання реальної професійної діяльності та потенційних можливостей підприємця-власника (співвласника) та управлінця-підприємця як особу найманої праці.

З метою забезпечення конкретності аналізу та оцінювання компетенцій підприємця та уникнення неоднозначності щодо розуміння та використання «профілю підприємця» у питаннях організації та регламентації підприємництва слід чітко ідентифікувати зміст пропонованих характеристик (табл. 1). Комплексні науково-практичні дослідження даних питань у контексті реалізації польсько-українського проекту за НДР «Національні ділові культури Польщі та України: удосконалення науково-практичних основ співпраці на європейських і світових ринках» показують: пропонований інтеграл може бути застосовано для порівняльного аналізу профілів будь-яких країн.

Таблиця 1

Ідентифікація характеристик щодо аналізу та оцінювання компетенцій профіля підприємця

Характеристики компетенцій	Зміст характеристик
1	2
Дистанція влади	Наявність переважно простих чи складних ієрархічних систем управління підприємств та міра (ступінь) віддаленості підприємців-управлінців середніх і нижчих рівнів від прийняття реальних бізнес-рішень (а також сприйняття управлінцями цих рівнів правомірності подібних практик)
Індивідуалізм	Превалювання використання переважно індивідуалістського чи переважно колективістського підходів, що зумовлює використання переважно автократичних чи демократичних практик при обґрунтуванні та реалізації бізнес-рішень
Мужність	Націленість на досягнення результату та успішності кар'єри; превалювання мужніх начал зумовлює однозначність оцінок, і як правило – ігнорування інтересів партнерів, що об'єктивно призводить до проявів конфліктності
Уникнення невизначеності	Толерантність до ризику: ступінь комфортності діяльності в умовах невизначеності та нестабільності; високий рівень уникнення невизначеності тягне за собою неадекватність дій, на відміну від збереження підприємцями самовладання та адекватності при низькому уникненні невизначеності
Довгострокова орієнтація	Схильність підприємців щодо досягнення бізнес-інтересу у межах коротко-, середньо- чи довгострокової перспективи, що визначає наявність конкурентних переваг у сферах з відповідними періодами обороту капіталу

1	2
Індульгенція	Врахування, поряд з досягненням бізнес-інтересів як сутнісної ознаки, також і соціальних стандартів і норм; наявність внутрішніх установок щодо «пошуку» (і знаходження) «балансу» особистих (приватних) інтересів та суспільних інтересів
Схильність до підприємництва	Внутрішня схильність громадян тієї чи іншої країни до підприємництва (а також розуміння престижності його ведення в окремих сферах); стимулювання державою зайняття бізнесом; усвідомлення суспільством значимості підприємництва для соціального розвитку країни
Обов'язковість в бізнесі	Повнота, ретельність та своєчасність здійснення підприємницької діяльності; міра самовіддачі під час виконання посадових обов'язків підприємцем-управлінцем; ступінь та своєчасність виконання підприємствами умов контрактів та замовлень
Планування на підприємстві	Підхід до планування діяльності підприємства: (системне планування всіх аспектів та стадій бізнес-діяльності; планування загальних показників; планування за укрупненими напрямками діяльності) та відношення до можливих коректив у прийнятті плани
Стандартизованість бізнес-діяльності	Міра використання та культивування переважно уніфікованих чи переважно нешаблонних підходів у бізнес-діяльності (із застосуванням відповідних стандартних чи нешаблонних конкретних методик і практик)

Призначення виокремлених десяти характеристик компетенцій профіля підприємця полягає в забезпеченні якісного аналізу: розкритті його змісту, визначенні сутнісних ознак й усвідомленні в контексті компаративних досліджень логіки та механізмів переходу від національних ділових культур до корпоративних культур тих чи інших країн, а потім – до профілів їх підприємців.

Системні науково-практичні дослідження проблематики профіля підприємця передбачають також проведення відповідного кількісного аналізу. З цією метою було розроблено методику оцінювання національних ділових культур, у межах якої є цілком можливими (більш того, – доцільними) і дослідження питань профіля підприємця: «Інструментарій прикладних емпіричних досліджень національних ділових культур» [18]. Дана методика становить інформаційно-аналітичну базу обґрунтування «Профілю підприємця» та включає три анкети. В анкеті 1 (Тест-аналіз «Оцінка національних ділових культур та організаційних («корпоративних») підприємства») представлено питання

загальноекономічного та інституційного характеру (всього їх 18 із пропозицією респондентам доповнити запропоновані характеристики підприємництва своїми власними).

В анкеті 2 (Опитування-анкетування «Аналіз та оцінювання національних ділових культур та організаційних («корпоративних») культур підприємств») респондентам-підприємцям було запропоновано конкретні практичні питання (всього їх 21) щодо обґрунтування та здійснення бізнес-практик (а також щодо оцінювання самими підприємцями ставлення до повноти здійснення даних бізнес-практик у країнах) з трьома варіантами відповідей за кожним питанням (за загальноприйнятою в науці моделлю «найвища оцінка» – «середня оцінка» – «найменша оцінка»).

Виходячи із змісту та функціонального призначення «Профілю підприємця» більш цінними у цьому відношенні є відповіді на питання анкети 2 (їх наведено в табл. 2); однак, анкети 1 і 2 необхідно використовувати в комплексі.

Таблиця 2

**Перелік питань анкети
прикладного аналізу та оцінювання профілю підприємця**

№ з/п	Питання анкети
1	2
1	Для Вашої країни найбільш характерним є індивідуалістський чи колективістський підхід у бізнесі
2	Яка дистанція влади (віддаленість від влади управлінців середнього та нижчого рівнів) є найбільш характерною для Вашої країни
3	Для бізнесу Вашої країни найбільш характерним є стандартизований або нестандартний підхід
4	Який тип ділової культури є найбільш характерним для Вашої країни за параметром уникнення невизначеності (тобто тоді, коли комфортніше за однозначних і чітко визначених умов)
5	Який підхід є найбільш характерним для Вашої країни з погляду компромісів і взаємних поступок у бізнесі
6	Який тип ділової культури є найбільш характерним для Вашої країни з погляду довготривалої чи короткострокової орієнтації
7	Який підхід є найбільш характерним для Вашої країни при плануванні на рівні організації (підприємства)
8	Який тип ділової культури є найбільш характерним для Вашої країни з погляду дотримання умов контрактів
9	Яка модель є найбільш характерною для Вашої країни з погляду ступеня виконання посадових обов'язків управлінцями
10	Яка модель є найбільш характерною для Вашої країни з погляду лояльності до підприємства («відданості» підприємству)
11	Який тип ділової культури є найбільш характерним для Вашої країни з погляду толерантності до ризику
12	Яку роль у діловій культурі Вашої країни відіграють соціальні, морально-етичні та природоохоронні чинники
13	Яку роль у діловій культурі Вашої країни відіграють релігійні цінності та канони
14	Чи вважається нормальним для Вашої країни використання некомерційної інформації в бізнесі (про особистісні особливості, родину тощо)
15	Яка модель є найбільш характерною для Вашої країни з погляду поширення аскрипції (сімейності, клановості) у бізнесі

1	2
16	Якою мірою для ділової культури Вашої країни є характерними упередження (стереотипи та табу) до представників інших культур
17	Яка модель комунікаційної політики є найбільш характерною для Вашої країни з погляду проявів у зовнішній емоційності
18	Яку роль у бізнесі Вашої країни відіграють «протокольність» і діловий етикет
19	Наскільки для Вашої країни є характерною непрозорість регулювання бізнесу (корупційність, нестабільність, «зарегульованість»)
20	Наскільки для Вашої країни є характерними переваги в зайнятті певними видами бізнесу (торгівлею, фінансами, операціями з нерухомістю та ін.)
21	Наскільки у Вашій країні існують значні відмінності її ділової культури за етнічними ознаками

Далі за розробленою автором методикою аналізу оцінки-показники за всіма відповідями доцільно згрупувати із зазначенням у відсотковому відношенні респондентів, які обрали даний варіант щодо кожного з 21 питань. Для наочності такий методичний прийом у подальших опрацюваннях зібраного інформаційного матеріалу є доцільним представляти графічно у вигляді гістограм.

При цьому, є цілком природнім: аналіз відповідей респондентів-підприємців розглянутих країн за анкетною 2 має вибудовуватися на основі попередньої обробки відповідей підприємців за анкетною 1 (з визначенням достатнього обсягу вибірки з метою забезпечення репрезентативності компаративного аналізу).

Наступний етап методики обґрунтування компаративного аналізу профілів підприємця тих чи інших країн є описом кожної із зазначених десяти характеристик компетенцій (для наочності це також доцільно відображати в табличній формі).

Висновки із представленого матеріалу. За підсумками дослідження сукупності питань компаративного аналізу профілів підприємців розглянутих країн бажано вказати кілька головних узагальнених логічно взаємопов'язаних висновків (із зазначенням «слабких» і «сильних» складових за профілем підприємця кожної країни).

Реалізація практичної функції економічної науки доводить також необхідність виділення перспективних напрямів, форм і механізмів співробітництва країн і їхніх бізнес-структур у контексті наявних і прогнозованих тенденцій міжнародного поділу праці.

В ідеальному розумінні такі дослідження мають закінчуватися обґрунтуванням пропозицій для державних органів країн (та їх провідних бізнес-структур), а також – для органів влади регіонального та локального рівнів.

Розробка сукупності питань профіля підприємця, які багато у чому є складовими проблем національних ділових і корпоративних культур, дають теоретико-методологічні підстави зробити ще один важливий висновок.

Теорія і практика національних ділових культур за своїм змістом є вагомим складовою поведінкової економіки. Більш того, національні ділові культури є детермінантою поведінкової економіки. Чинники національних ділових культур, зокрема, значною мірою формують внутрішню мотивацію, систему оцінок і практичних дій підприємця і як гравця ринку споживачів, і як гравця ринку виробників (постачальників).

Перспективами подальшої розробки проблеми є: представлення результатів компаративного аналізу профілів підприємців за запропонованою методикою на прикладі країн, які є для України стратегічними партнерами; обґрунтування пропозицій для державних

органів стандартизації та метрології щодо прийняття розробленої методики для регламентації відповідних питань; підготовка пропозицій щодо розробки професійних стандартів підготовки фахівців економічного профілю в системі установ вищої освіти (насамперед це є актуальним для підготовки маркетологів та менеджерів).

Список використаних джерел

- Hofstede G. Culture's consequences: International differences in work-related values. Sage Publications: Beverly Hills, CA, 1980. 328 p.
- Hofstede G. Culture and organizations: Intercultural cooperation and its importance for survival – software of the mind. Harper Collins, London, 1994. 279 p.
- Trompenaars F. Riding the Whirlwind. Infinite Ideas: Oxford, UK. 2007. 275 p.
- Trompenaars F. Riding the waves of culture: Understanding cultural diversity in business. Nicholas Brealey Publishing, London, 1993. 192 p.
- Hanifan L. J. The Rural School Community Center. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 1916. № 67. P. 130-138. URL: <http://www.jstor.org/stable/pdf/1013498.pdf>.
- Bourdieu P. The forms of capital. *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* / За ред. J.G. Richardson. New York: Greenwood, 1986. P. 241-258.
- Campbell J. P., Dunnette M. D., Hough L. M. Modeling the performance prediction problem in industrial and organizational psychology. *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*. Palo Alto: Consulting Psychologists Press, 1990. 2nd ed., Vol. 1. P. 687-732.
- Bartram D., Robertson I. T., Callinen M. Competency and individual performance. Modeling the world of work. *Organizational Effectiveness: The Role of Psychology*. Chichester: Wiley, 2002. P. 596-618.
- Glinkowska B., Kaczmarek B. Zarządzanie międzynarodowe i internacjonalizacja przedsiębiorstw. Teoria i praktyka. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. Łódź, 2016. 290 s.
- Rozkwitalska M. Thriving in mono-and multicultural organizational contexts, *International Journal of Contemporary Management*. 2018. № 17(1). P. 233-247.
- Гришнова О. А., Заїчко О. С. Новітні технології в економіці персоналу: нові можливості й нові виклики. *Вісник економічної науки України*. 2016. № 2. С. 52-57.
- Зайцев В.С. Вибір моделі корпоративних вимог до компетенцій фахівця промислового підприємства. *Економічний вісник Донбасу*. 2017. № 2 (48). С. 207-213.
- Каменська О. Концепція управління людським капіталом промислового підприємства в умовах

інноваційного розвитку. *Економічний вісник Донбасу*. 2016. № 3 (45). С. 225-229.

14. Glinkowska B., Chebotarov Ie., Chebotarov V. Analysis of the origin, modern characteristics and prospects of determining the profile of Ukrainian manager. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics*. 2018. № 3(198). С. 43-48. DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2018/198-3/5>.

15. Чеботарьов Є. В. Національна ділова культура України і профіль українського маркетолога. *Економічний вісник Донбасу*. 2021. № 1(63). С. 78-83. DOI: [https://doi.org/10.12958/1817-3772-2021-1\(63\)-78-83](https://doi.org/10.12958/1817-3772-2021-1(63)-78-83).

16. Чеботарьов В. А., Глінковська-Краузе Б., Чеботарьов Є. В. Менеджмент персоналу економічних підрозділів підприємств: обґрунтування вихідних інноваційних засад забезпечення, *Економічний вісник Донбасу*. 2019. № 3(57). С. 156-161. DOI: [https://doi.org/10.12958/1817-3772-2019-3\(57\)-156-161](https://doi.org/10.12958/1817-3772-2019-3(57)-156-161).

17. Hofstede Insights. URL: <https://www.hofstede-insights.com>.

18. Чеботарьов Є. В., Глінковська-Краузе Б. Інструментарій прикладних емпіричних досліджень національних ділових культур. Свідоство про реєстрацію авторського права. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства. № 97375 від 28.04.2020 р.

References

1. Hofstede, G. (1980). Culture's consequences: International differences in work-related values. Beverly Hills, CA: Sage Publications. 328 p.

2. Hofstede, G. (1994). Culture and organizations: Intercultural cooperation and its importance for survival – software of the mind. HarperCollins, London. 279 p.

3. Trompenaars, F. (2007). Riding the Whirlwind. Oxford, UK: Infinite Ideas. 275 p.

4. Trompenaars, F. (1993). Riding the waves of culture: Understanding cultural diversity in business. Economist Books, London. 192 p.

5. Hanifan, L. J. (1916). The Rural School Community Center. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 67, pp. 130-138. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/pdf/1013498.pdf>.

6. Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. (pp. 241-258). Ed. by J.G. Richardson. New York, Greenwood.

7. Campbell, J. P., Dunnette, M. D., Hough, L. M. (1990). Modeling the performance prediction problem in industrial and organizational psychology. Handbook of Industrial and Organizational Psychology. Palo Alto: Consulting Psychologists Press. Second ed. Vol. 1, pp. 687-732.

8. Bartram, D., Robertson, I. T., Callinen, M. (2002). Competency and individual performance. Model ing the world of work. *Organizational Effectiveness: The Role of Psycholog*. Chichester: Wiley, pp. 596–618.

9. Glinkowska, B., Kaczmarek, B. (2016). Zarządzanie międzynarodowe i internacjonalizacja przedsiębiorstw. Teoria i praktyka. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. Łódź, 290 s.

10. Rozkwitalska, M. (2018). Thriving in mono- and multicultural organizational contexts. *International Journal of Contemporary Management*, 17(1), pp. 233-247.

11. Grishnova, O., Zaichko, O. (2016). Novitni tekhnologii v ekonomitsi personalu: novi mozhlyvosti y novi vyklyky [Modern Technologies in Labor Economics: New Opportunities and New Challenges]. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy*, 2, pp. 52-57 [in Ukrainian].

12. Zaitsev, V. S. (2017). Vybir modeli korporatyvnykh vymoh do kompetentsii fakhivtsia promysloвого pidpryiemstva [The choice of the model of corporate requirements to the competence of a specialist of industrial enterprise]. *Ekonomichnyi visnyk Donbasu – Economic Herald of the Donbas*, 2(48), pp. 207-213 [in Ukrainian].

13. Kamenska, O. (2016). Kontsepsiia upravlinnia liudskym kapitalom promysloвого pidpryiemstva v umovakh innovatsiinoho rozvytku [Conception of management of industrial enterprise human capital is in the conditions of innovative development]. *Ekonomichnyi visnyk Donbasu – Economic Herald of the Donbas*, 3 (45). pp. 225-229. [in Ukrainian].

14. Glinkowska, B., Chebotarov, Ie., Chebotarov, V. (2018). Analysis of the origin, modern characteristics and prospects of determining the profile of Ukrainian manager.. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics*, 3(198), pp. 43-48. DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2018/198-3/5>.

15. Chebotarov, Ie. V. (2021). Natsionalna dilova kultura Ukrainy i profil ukrainskoho marketoloha [National Business Culture of Ukraine and the Profile of a Ukrainian Marketer]. *Ekonomichnyi visnyk Donbasu – Economic Herald of the Donbas*, 1(63), pp. 78-83. DOI: [https://doi.org/10.12958/1817-3772-2021-1\(63\)-78-83](https://doi.org/10.12958/1817-3772-2021-1(63)-78-83) [in Ukrainian].

16. Chebotarov, V., Glinkowska-Krauзе, B., Chebotarov, Ie. (2019). Menedzhment personalu ekonomichnykh pidrozdiliv pidpryiemstv: obgruntuvannya vykhidnykh innovatsiinnykh zasad zabezpechennia [Management of personnel of economic subdivisions of enterprises: justification of initial innovative bases of support]. *Ekonomichnyi visnyk Donbasu – Economic Herald of the Donbas*, 3(57), pp. 156-161. DOI: [https://doi.org/10.12958/1817-3772-2019-3\(57\)-156-161](https://doi.org/10.12958/1817-3772-2019-3(57)-156-161) [in Ukrainian].

17. Hofstede Insights. Retrieved from <https://www.hofstede-insights.com>.

18. Chebotarov, Ie. V., Glinkowska-Krauзе, B. (2020). Instrumentarii prykladnykh empyrychnykh doslidzhen natsionalnykh dilovykh kultur. Svidotstvo pro reiestratsiiu avtorskoho prava / Ministerstvo rozvytku ekonomiky, torhivli ta silskoho hospodarstva [Tools for applied empirical research of national business cultures. Certificate of copyright registration / Ministry of Economic Development, Trade and Agriculture] № 97375 from 28.04.2020 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 26.10.2021

Формат цитування:

Чеботарьов Є. В., Чеботарьов В. А. Зміст профілю підприємця та обґрунтування методики компаративного аналізу. *Вісник економічної науки України*. 2021. № 2 (41). С. 147-151. DOI: [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2021.2\(41\).147-151](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2021.2(41).147-151)

Chebotarov, Ie. V., Chebotarov, V. A. (2021). The Content of the Entrepreneur Profile and the Rationale for the Methodology of Comparative Analysis. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy*, 2 (41), pp. 147-151. DOI: [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2021.2\(41\).147-151](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2021.2(41).147-151)