

ЛІТЕРАТУРА

1. Варналій З. С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З. С. Варналій. – 4-те вид., стер. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2008. – 302 с.

2. Воротіна Л. І. Соціальна відповідальність підприємств малого бізнесу в конкурентному середовищі / Л. І. Воротіна // Теоретичні та прикладні питання економіки. 36. наук. праць – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. – Вип. 15. – С. 87 – 91.

3. Воротіна Л. І. Можливості збереження підприємств сектору малого бізнесу економіки України / Л. І. Воротіна // Теоретичні та прикладні питання економіки: 36. Наук. пр. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2009. – Вип.19. – С. 32 – 38.

4. Пирог О. В. Оцінка пріоритетних регіонів та видів економічної діяльності щодо інвестування розвитку малих підприємств в Україні / О. В. Пирог, А. І. Зацепило // Інвестиції: практика та досвід. – 2010. – № 16. – С. 14 – 17.

5. Майсюра О. М. Сутність та проблеми розвитку малого підприємства в економіці України / О. М. Майсюра // Економіка та держава. – 2010. – № 2. – С. 61 – 63.

6. Виговська В. В. Малий бізнес України: сучасний стан і тенденції розвитку / В. В. Виговська // Актуальні Проблеми Економіки. – 2009. – № 1. – С. 59 – 65.

7. Мале підприємництво Донецької області в 2010 році. Статистичний збірник № 04/3-11/273 // Головне управління статистики у Донецькій області. – Донецьк, 2011. – 14 с.

8. Офіційний веб-сайт Державного Комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

9. Єріна А. М. Статистичне моделювання та прогнозування / А. М. Єріна. – К. : КНЕУ, 2001. – 170 с.

10. Назаров М. Г. Социально-экономическая статистика : Учебное пособие / М. Г. Назаров. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 771 с.

УДК 330.322.014

ПРИРОДНІ ПЕРЕВАГИ МАЛОГО БІЗНЕСУ – ОСНОВА ЙОГО РОЗВИТКУ

ОРЛОВА В. О.

УДК 330.322.014

Орлова В. О. Природні переваги малого бізнесу – основа його розвитку

У статті виділено і охарактеризовано природні переваги малого бізнесу як основи його розвитку. Зроблено обґрунтування щодо високого рівня розвитку малого бізнесу, без чого неможливе прискорення прогресу національної економіки. Розглянуто теоретичні уявлення про малий бізнес та його переваги. Встановлено, що найбільш важливими перевагами малого бізнесу є переваги у сфері інноваційної діяльності, значення яких у сучасних умовах постійно зростає. Вищезазначене дозволило зробити висновок, що такі переваги повинні розглядатися як основа розвитку малих форм господарювання. Відповідно підтримка держави повинна бути спрямована на забезпечення повного використання малим бізнесом своїх природних переваг.

Ключові слова: підприємництво, малий бізнес, державна підтримка.

Бібл.: 10.

Орлова Валентина Олександрівна – кандидат економічних наук, професор, кафедра банківської справи, Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського (вул. Щорса, 31, Донецьк, 83050, Україна)

E-mail: mybanket@ya.ru

УДК 330.322.014

Орлова В. А. Природные преимущества малого бизнеса – основа его развития

В статье выделены и охарактеризованы естественные преимущества малого бизнеса как основы его развития. Сделаны обоснования, что без высокого уровня развития малого бизнеса невозможно ускорить прогресс национальной экономики. Рассмотрены теоретические представления о малом бизнесе и его преимуществах. Установлено, что наиболее важными преимуществами малого бизнеса являются преимущества в сфере инновационной деятельности, значение которых в современных условиях постоянно растет. Это позволило сделать вывод, что такие преимущества должны рассматриваться как основа развития малых форм хозяйствования. Соответственно поддержка государства должна быть направлена на обеспечение полного использования малым бизнесом своих естественных преимуществ.

Ключевые слова: предпринимательство, малый бизнес, государственная поддержка.

Библ.: 10.

Орлова Валентина Александровна – кандидат экономических наук, профессор, кафедра банковского дела, Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М. Туган-Барановского (ул. Щорса, 31, Донецк, 83050, Украина)

E-mail: mybanket@ya.ru

UDC 330.322.014

Orlova V. A. Natural Advantage of Small Business is the Basis of its Development

In the article identified and characterized the natural advantages of a small business, as the basis of its development. Author substantiated that without a high level of development of small business is impossible to accelerate progress of the national economy. The theoretical concept about small business and its benefits were considered. Found that the most important benefits of small business are the advantages in the field of innovation, importance of which in modern terms is growing. This has led to the platoon that such benefits should be considered as a basis for the development of small-scale farming. Proper government support should be aimed to provide full use natural advantages by small business.

Key words: entrepreneurship, small business, government support

Bibl.: 10.

Orlova Valentina Alexandrovna – Candidate of Sciences (Economics), Professor, Department of Banking, Donetsk National University of Economy and Trade named after M. Tugan-Baranovsky (vul. Shchorsa, 31, Donetsk, 83050, Ukraine)

E-mail: mybanket@ya.ru

Юридичне визнання приватної власності відновило в Україні активний розвиток малого підприємництва в різних сферах діяльності. В умовах ринкової економіки розвиток малого бізнесу є одним з найважливіших завдань економічної політики держави. Це зумовлено тими важливими функціями, які він виконує у сучасній економіці. Роль малого бізнесу може полягати не тільки у виробництві товарів і послуг, створенні робочих місць і сплаті податків, а й у здійсненні інноваційної діяльності, результати якої можуть сприяти розвитку виробничої системи країни, підвищенню конкурентоспроможності окремих галузей і регіонів. Світовий досвід доводить, що малий бізнес робить значний і різноманітний внесок у забезпечення економічного зростання. Без високого рівня розвитку такого виду підприємництва неможливо прискорити прогрес національного господарства. Це визначається не тільки активізацією конкуренції, але і тим, що малі підприємства більш активно освоюють нові сфери економічної діяльності.

Умови функціонування малих підприємств постійно ускладнюються, виникають перешкоди для активізації їх діяльності у всіх сферах економіки. Держава повинна знаходити нові шляхи підвищення активності малого бізнесу, виходячи з його об'єктивних переваг. У зв'язку з цим їх вивчення є важливим науковим завданням, що має теоретико-методологічне і практичне значення. Його вирішення дозволить підвищити якість рішень та обґрунтування заходів державної політики щодо розвитку малого бізнесу. Для України ця проблематика стоїть досить гостро, особливо у контексті наслідків економічної кризи. Практично не використовується потенціал малого бізнесу для забезпечення сталого економічного зростання.

Переваги малого бізнесу почали досліджуватись ще основоположниками економічної теорії (А. Смітом, Д. Рікардо, Ж. Б. Сеєм, А. Маршалом тощо). Великий внесок у дослідження ролі підприємця-новатора вніс Й. Шумпетер, який обґрунтував його визначальну роль в економічному прогресі [1; 2]. Погляди Й. Шумпетера суттєво доповнив американський дослідник-економіст У. Баумоль, який розглянув переваги малого бізнесу в інноваційному процесі і його функції у взаємодії з іншими учасниками (великим бізнесом та університетами) [3]. У сучасній економічній думці переваги малого бізнесу розглядаються як основа його існування і життєздатності. Виділено цілий комплекс «сильних сторін», які дозволяють малим підприємствам зайняти належне місце у структурі сучасної економіки. Слід згадати праці П. Мягкова [4] і Б. Ічітовкіна [5]. У роботах цих авторів, які опубліковані на зорі переходу колишніх соціалістичних країн до ринкової моделі господарювання, переваги малого бізнесу досліджено теоретично як передумова його становлення. І. Манцуров (зі співавторами) [6] і К. Зоїдов (зі співавторами) [7], на основі емпіричного аналізу, встановили, що переваги малих підприємств не завжди виявляються вирішальними, їх прояв вимагає додаткових обставин. Малий бізнес, який одержав певний вектор розвитку у країнах з перехідною економікою, зайняв своє місце у господарській системі, однак його переваги використовуються не повною мірою [8].

Особливо важливими є переваги малого бізнесу у сфері інноваційної діяльності, значущість яких у сучасних умовах (економіки знань) постійно зростає [9]. Проведений аналіз показав, що досі відсутній системний підхід до пояснення переваг малого бізнесу як передумови його розвитку. Вони практично не розглядаються з погляду реалізації спеціальних заходів державної політики, спрямованих на розвиток малих форм господарювання.

Мета роботи – обґрунтувати переваги малого бізнесу як основу його розвитку і запропонувати рекомендації з удосконалення державної політики у сфері підтримки малих підприємств.

Малий бізнес – це прийняте позначення невеликих приватних підприємств, які формально не входять ні в які господарські об'єднання. Граничний розмір малого підприємства визначається законодавством кожної країни. Якщо мова йде про юридичних осіб, то у більшості країн лімітується чисельність зайнятих і обсяг річного валового доходу (обороту, виручку від реалізації). Також може встановлюватись (наприклад, у Росії) граничне значення сумарної частки зовнішньої участі у статутному (складовому) капіталі (пайовому фонді). При цьому існують підходи (наприклад, Україна), у яких параметри малого підприємства (окрім фізичних осіб-підприємців) задаються незалежно від організаційно-правової форми, форми власності і виду економічної діяльності. У деяких країнах стандарти визначення малих підприємств мають більш складну структуру. Наприклад, у США критерії віднесення підприємств до категорії малого бізнесу досить сильно варіюються у залежності від галузі. Наприклад, кількість зайнятих варіюється від 50 до 1500 осіб, валовий дохід – від 750 тис. дол. до 35,5 млн дол. По суті, малий бізнес – це підприємство на основі створення малих підприємств. У сукупності вони утворюють самостійний сектор економіки, який охоплює різні галузі. Чітка ідентифікація малих підприємств важлива з точки зору держави для раціональної та адресної реалізації заходів підтримки. У наукових дослідженнях кількісні критерії малих підприємств не так важливі, більшу значущість мають сутнісні характеристики, відмінності від великого бізнесу.

Малий бізнес відрізняє не тільки розмір форм господарювання. Він, як відзначає Г. Франовська, являє собою самостійний суб'єкт ринкової економіки, соціально-економічний інститут, якому властива «...специфіка національних традицій і норм поведінки, психологічного укладу індивідуумів, які здійснюють підприємницьку діяльність, підвищений ступінь ризику, інноваційності, ініціативності» [1, с. 17]. Критерії виділення малих підприємств встановлюються формально і суб'єктивно, у рамках державної політики не релевантно враховуються його сутнісні особливості. Такі особливості важливі, тому що найчастіше саме через них і виникають малі підприємства, коли перевага саме такої форми господарювання є очевидною. У зв'язку з цим переваги малого бізнесу слід визначати як екзистенціальну характеристику та основу для його розвитку. Такі переваги слід розглядати, по-перше, з урахуванням сфери діяльності малих підприємств, яка досить широка, охоплює сферу

виробництва і сферу послуг, і, по-друге, оцінюючи не-доліки і слабкі місця малих форм господарювання, які породжують об'єктивні обмеження і змушують більш повно використовувати природні переваги.

Слід зазначити, що в економічній теорії (у рамках теорії підприємництва) пояснюється, насамперед, роль бізнесу в економіці, що по логіці включає й оцінку переваг, тому що вони дозволяють виконувати певні функції [1; 2; 3]. Однак такий «функціональний» підхід представляється дещо обмеженим і не розкриває всього набору якостей, властивостей, що вигідно відрізняють малий бізнес і дозволяють йому утримувати свої позиції. Закономірно виникає питання про те, стосовно чого слід розглядати переваги малого бізнесу. Відповідь визначається інтуїтивно – це великий бізнес, який відрізняється не тільки розмірами, але і складною структурою та рівнем усупільнення капіталу, організаційно-правовою формою, системою управління та ін.

Малий і великий бізнес мають принципові відмінності не тільки по формі, але й по змісту. Їх головна відмінність полягає у масштабі діяльності: для того, щоб виробляти великий обсяг продукції потрібні відповідні розміри підприємства. Це визначає і мету діяльності, і програму дій великих підприємств. Звідси з'являється і друга відмінність – складність організації, тобто форми цільового об'єднання ресурсів, що визначає характер будови (структури), управління та заснування. Великий бізнес виникає на основі концентрації капіталу (об'єднання індивідуальних капіталів), корпоратизації, включаючи утворення складної ієрархічної структури. Система управління великими підприємствами побудована на принципах бюрократії і спеціалізації. У малому бізнесі все прямо протилежно. Малі підприємства, найчастіше, створюються одноосібно (перебувають у власності однієї особи або членів однієї родини). Можливе утворення таких підприємств шляхом об'єднання індивідуальних капіталів, але кількість вкладників (навіть при однаковій з великими підприємствами організаційно-правовій формі) на порядок менше. Отже і механізм функціонування таких бізнес-структур буде іншим. У кожному разі підприємство управляється індивідуально або (значно рідше) декількома особами. Власник і керівник – це одна людина, яка здійснює діяльність на свій ризик і ризикує своїм капіталом. До того ж він часто поєднує управлінські функції з іншою роботою на цьому ж підприємстві [4; 5; 6].

Як було відзначено раніше, великий бізнес формується для виробництва великого обсягу продукції. В основі цього лежить, з одного боку, акумулювання великої кількості ресурсів, а з іншого – використання переваг економії на масштабі. Саме за рахунок останнього продукт великого підприємства практично завжди буде дешевше, ніж малого. Однак цю перевагу можна використовувати тільки у випадку масового виробництва однотипної, стандартизованої продукції. До того ж у великих підприємств у зв'язку зі збільшенням розмірів виникають об'єктивні труднощі в управлінні. Навіть на підприємствах з ефективною системою управління бюрократична структура «гальмує» багато позитивних

змін та інновації. Управління стає безсуб'єктивним. До того ж діяльність здійснюється на відстані від ринків збуту продукції (її велика кількість не може реалізовуватися на локальному ринку поблизу від самого підприємства). Ще однією важливою особливістю великого бізнесу є те, що великий обсяг основного капіталу (акумулювання ресурсів) визначає тривалий строк створення підприємства, а також складності переорієнтації його діяльності на інший напрямок при зміні кон'юнктури ринку. При цьому масштаб виробництва може бути настільки великим, що така переорієнтація може відбуватися тільки через закриття підприємства на тривалий строк та складний процес реорганізації. У той же час великому бізнесу меншою мірою загрожує банкрутство, такі підприємства можуть розраховувати на особливе ставлення з боку держави, активно освоюють віддалені зовнішні ринки збуту і т. п. Однак на деяких сегментованих, індивідуалізованих ринках переваги великого бізнесу нівелюються практично повністю.

Знедоліків великого бізнесу впливають переваги малого бізнесу. Зупинимося на їх характеристиці більш докладно, представивши їх у взаємозалежній ієрархії.

Насамперед, як впливає з вищевикладеного малий бізнес виникає за менший строк. Підвищення економічної активності призводить до виділення із соціальної маси підприємливих людей, які створюють нові підприємства невеликого розміру. Для цього немає необхідності накопичувати величезний обсяг ресурсів. Основою для створення малого підприємства є ресурси самого підприємця (час, знання, енергія, гроші), а також зайняті їм кошти на неформальному ринку капіталу (у родичів, знайомих та ін.), а також його ідеї, ініціатива та інші особисті якості. Природно, швидкість створення малого бізнесу залежить не тільки від підприємця, але і від рівня та структури адміністративних бар'єрів, які йому необхідно при цьому пройти. При відповідному характері таких перешкод дана перевага може бути практично повністю нівельована державою. Однак вона є дуже важливою для національної економіки. За рахунок швидкості народження ідеї малий бізнес проникає у нові сфери господарювання, ще не освоєні ринки і ринкові ніші. Це часто пов'язано з втіленням інноваційних ідей, що виникають шляхом усвідомлення потенційних можливостей попиту, який може виникнути.

Логічно, що малі підприємства можуть створюватись у тих областях і таких масштабах, для яких немає необхідності у значних обсягах витрат. Звідси впливає наступна перевага – готовність іти на ризик, тобто проникати в області, які характеризуються порівняно високим рівнем невизначеності. Важливо, що власник сам управляє своїм підприємством (і найчастіше є працівником), тому не виникає проблем, пов'язаних з довірою у прийнятті підприємницьких рішень та механізмом їх реалізації. Готовність прийняти виский ризик пов'язана і з тим, що діяльність може виявитись високорентабельною і через новизну, і через відсутність на даному ринку конкурентів.

Найважливішою перевагою малого бізнесу є інноваційна спроможність. Малі підприємства виникають на основі нових ідей, реалізація яких дозволяє створити нову ринкову нішу (або новий ринок) й уникнути прямої конкуренції з великим бізнесом. Такі інновації пов'язані з початком виробництва нового продукту або надання нової послуги. Малі підприємства виграють не тільки за рахунок оригінальності, але і через індивідуальний підхід до задоволення потреб конкретного споживача, враховуючи його особливі інтереси і вимоги. Це дуже складно зробити великим підприємствам. Інноваційна здатність малого бізнесу визначається низкою обставин: 1) інтелектом, талантом, ініціативністю, креативністю підприємця-власника; 2) самостійністю і незалежністю у прийнятті рішень власником підприємства (відсутність бюрократії); 3) відносно невеликими обсягами капіталу, необхідного для освоєння інновації і початку діяльності (можливі втрати будуть невеликими); 4) оперативністю, завдяки якій можна не втратити можливості реалізувати ідею інновації; 5) швидкість одержання доходу за рахунок скорочення строку створення підприємства і початку практичної діяльності. Враховуючи явні переваги у сфері інноваційної діяльності, слід зазначити, що з'явився окремий різновид малих підприємств, які займаються розробкою інноваційних продуктів і/або доведенням їх до практичного використання. Вони можуть працювати або самостійно (особливо у розробці нових продуктів), або на замовлення великих компаній (найчастіше по доведенню інновацій до практичного використання), які прагнуть знизити витрати на інноваційну діяльність і підвищити її результативність. Завдяки спроможності до інновацій малий бізнес відіграє в економіці (а саме її інноваційному розвитку) велику роль. За рахунок малих підприємств не тільки з'являються інноваційні продукти, але і відбувається поява підприємців-новаторів. Створення власних підприємств дозволяє їм, по-перше, реалізувати свою ідею, виходячи із власного бачення і, по-друге, почати практичну діяльність, роблячи свій внесок у розвиток економіки. Таким чином, втілюється у життя дух підприємця-новатора [3; 9; 10].

Швидкість виникнення, готовність іти на ризик і спроможність до інновацій пов'язані між собою і визначені такою перевагою малого бізнесу як гнучкість. Гнучкість може розумітися у декількох вимірах. Насамперед, вона означає те, що малі підприємства можуть швидко, без великих втрат переорієнтувати свою діяльність на інші напрямки та освоювати нові області діяльності. Можливість швидкого маневру дозволяє уникнути конкуренції, краще пристосовуватись до умов ринку. Гнучкість проявляється й в управлінні малими підприємствами. Керівник-власник, здійснюючи пряме управління, може легко регулювати окремі процеси, варіантно змінювати програму дії кожного працівника, якщо відчуває необхідність диференційованого підходу. До того ж власник малого підприємства найчастіше поєднує декілька професій, що дозволяє йому швидко перебудовувати структуру бізнес-процесів.

Якщо великі підприємства використовують ефект економії на масштабі, то малі підприємства досягають більш низького рівня операційних витрат. Таким підпри-

емствам немає необхідності проводити великі презентації, вони швидко і прямо укладають угоди і реалізують свої зобов'язання. Пошук і вибір партнерів, оформлення, підписання угод, контроль за їх виконанням і т. п. – практично все робить сам власник-підприємець. За рахунок цього продукт його підприємства може суттєво здешевлюватись.

Величезні переваги впливають із місця розташування малих підприємств. Близькість до локальних ринків дозволяє їм краще реагувати та адаптуватися до змін запитів споживачів, індивідуалізувати свою пропозицію. Малі підприємства, особливо індивідуальні підприємці, можуть прямо контактувати зі споживачами, оцінювати їхній настрій, заслугувати довіру і симпатії. Виникає особливий гудвіл, який дозволяє малим підприємствам утримувати своїх клієнтів [4; 5].

Переваги малого бізнесу дозволяють йому «вижити» у конкурентній боротьбі з великими компаніями. За рахунок переваг малі підприємства можуть змінювати (всупереч неокласичній теорії фірми) умови, у яких вони здійснюють економічну діяльність, змінювати структуру витрат, створювати стійкі конкурентні переваги. Тому вони повинні розглядатись як основа розвитку малих форм господарювання. Підтримка держави має бути спрямована забезпечення повного використання малими підприємствами своїх природних переваг, а також на усунення, мінімізацію або компенсацію об'єктивних їх недоліків, у тому числі розширення можливостей долати їх самостійно. Державна підтримка має забезпечувати використання малими підприємствами своїх переваг, мінімізувати і долати. При цьому упор повинен робитись на їх об'єктивних перевагах, прояв яких необхідно всіляко стимулювати. Особливо це стосується спроможності до інновацій. Інновації – це та сфера, де малі підприємства можуть одержати найбільший дохід, при цьому приносити користь національній економіці. У зв'язку з цим потрібно виділяти спеціальний напрям державної підтримки – допомога малим підприємствам у розробці і впровадженні інновацій. У цій сфері будуть переплітатись підприємницька та інноваційна політика, що вимагає відповідних механізмів державного управління.

Сектор малого бізнесу дуже різноманітний (за галузями діяльності малих підприємств, за видами підприємств та ін.), тому державна підтримка також повинна реалізовуватись на основі диференційованого підходу. Урахування галузевої і видової специфіки – це основа для розробки програм допомоги малим підприємствам. Для цього необхідно провести широкомасштабні наукові дослідження, які дозволяють встановити об'єктивну картину ролі малого бізнесу, його позицій у структурі економіки, специфічних переваг малих підприємств (різних видів) у тому або іншому секторі економіки.

ВИСНОВКИ

«Мала економіка» може бути потужним «локомотивом» підйому національного господарства за умови її стабільного і повноцінного розвитку. Основою для нього є природні переваги малого бізнесу, серед яких голо-

вними є: швидкість виникнення, готовність іти на ризик, здатність до інновацій, гнучкість у переорієнтації діяльності й управлінні, низькі операційні витрати, близькість до локальних ринків. У перспективних дослідженнях у даному напрямі передбачається дослідити об'єктивні недоліки малого бізнесу як обмежувальні фактори у його діяльності та розвитку, а також визначити заходи державної підтримки, спрямовані на їх мінімізацію. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. **Франовская Г. Н.** Малий бізнес [Текст]: учеб. посібник / Г. Н. Франовская. – Воронеж: ИПЦ ВГУ, 2007. – 182 с.
2. **Fayolle F.** L'odysee d'un concept et les multiples figures de l'entrepreneur [Текст] / F. Fayolle, A. Toune // Problemes econ. – P., 2007. – № 2918. – P. 7 – 16.
3. **Baumol W. J.** Entrepreneurial enterprises, large established firms and other components of the free-market growth machine [Текст] / W. J. Baumol // Small business economics. - Dordrecht etc., 2004. – Vol. 23, № 1. – P. 9 – 24.
4. **Мягков П. А.** Мали підприємства [Текст] / П. А. Мягков. – М.: Економіка і МНПП «ЭСИ», 1992. – 140 с.

5. **Ичитовкин Б. Н.** Малые формы хозяйствования [Текст] / Б. Н. Ичитовкин. – М.: Экономика, 1991. – 204 с.

6. Развитие малых предприятий (статистичне оцінювання впливу на економічне зростання та конкурентоспроможність країни): монографія [Текст] / [І. Г. Манцуров, С. С. Вацаев, С. Г. Дрига та ін.]; за наук. ред. І. Г. Манцурова. – К.: КНЕУ, 2009. – 181 с.

7. **Зоидов К. Х.** Особенности эволюции малого и среднего инновационного предпринимательства кризисной экономики в постсоветском пространстве: монография [Текст] / К. Х. Зоидов, Е. В. Моргунов, К. В. Биджамова. – М.: ЦЭМИ РАН, 2009. – 152 с.

8. **Ивантер А.** Не роскошь, а способ развития [Текст] / А. Ивантер // Эксперт. – М., 2003. – № 12. – С. 50.

9. **Ахтямов М. К.** Инновационное развитие предпринимательства в экономике знаний: монография [Текст] / М. К. Ахтямов, О. У. Юлдашева, Н. А. Кузнецова. – М.: Креативная экономика, 2011. – 320 с.

10. **Баранова А. Ю.** Оценка эффективности функционирования предпринимательских структур в индустрии гостеприимства: монография [Текст]. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 142 с. – (Наукова думка).

УДК 331.101.262

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ: ТЕОРЕТИЧНИЙ ТА МЕТОДИЧНИЙ АСПЕКТИ

БОЛЬШЕНКО С. Ф.

УДК 331.101.262

Большенко С. Ф. Формування конкурентоздатності трудового потенціалу регіону: теоретичний та методичний аспекти

Розглянуто теоретичні та методичні положення формування конкурентоздатності трудового потенціалу регіону, уточнено її сутність та визначено основні складові елементи. Розроблено систему показників, що характеризують конкурентні переваги та конкурентні позиції трудового потенціалу регіонів.

Ключові слова: конкурентоздатність, трудовий потенціал, регіон.

Рис.: 1. **Бібл.:** 10.

Большенко Світлана Федорівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства, Харківський національний автомобільно-дорожній університет (вул. Петровського, 25, Харків, 61002, Україна)

E-mail: bolshenko7777@mail.ru

УДК 331.101.262

Большенко С. Ф. Формирование конкурентоспособности трудового потенциала региона: теоретический и методический аспекты

Рассмотрены теоретические и методические положения формирования конкурентоспособности трудового потенциала региона, уточнена ее сущность и определены основные составляющие элементы. Разработана система показателей, которые характеризуют конкурентные преимущества и конкурентные позиции трудового потенциала регионов.

Ключевые слова: конкурентоспособность, трудовой потенциал, регион.

Рис.: 1. **Библ.:** 10.

Большенко Светлана Федоровна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики предприятия, Харьковский национальный автомобильно-дорожний университет (ул. Петровского, 25, Харьков, 61002, Украина)

E-mail: bolshenko7777@mail.ru

UDC 331.101.262

Bolshenko S. F. Forming the Competitiveness of Labour Potential of Region: Theoretical and Methodical Aspects

Theoretical and methodical positions of forming the competitiveness of labour potential of region are considered, essence of labour potential and its basic elements is certain. The system of indexes are worked which characterize competitive edges and competition positions of labour potential of regions.

Key words: competitiveness, labour potential, region

Рис.: 1. **Библ.:** 10.

Bolshenko Svetlana F. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor, Department of Economy of Enterprise, Kharkiv National Automobile and Highway University (vul. Petrovskogo, 25, Kharkiv, 61002, Ukraine)

E-mail: bolshenko7777@mail.ru