

**Література**

1. Супруненко, С. А. Податкове планування на підприємствах малого бізнесу [Текст] / С. А. Супруненко // Актуальні проблеми економіки. — 2009. — № 4 (94). — С. 135–144.
2. Sumner, J. Who is Who [Text] / J. Sumner. — London: Adam & Charles Black Ltd., 1926. — 2816 p.
3. Кушнір, І. М. Розробка концептуальних засад податкового контролю суб'єктів підприємництва: зарубіжний досвід та національні аспекти [Текст] / І. М. Кушнір // Прометей. — 2013. — № 1 (40). — С. 141–145.
4. Левицька, С. О. Облікова політика підприємства в контексті економічних реформ [Текст] / С. О. Левицька // Вісник Львівської комерційної академії. Серія «Економічна». — 2011. — Вип. 35. — С. 218–221.
5. Камінська, Т. Г. Обліково-аналітичне забезпечення фінансового менеджменту в сільськогосподарських підприємствах [Текст] / Т. Г. Камінська, Л. С. Шатковська, А. М. Шиш та ін.; під ред. Т. Г. Камінської. — ЦП «Компринт», 2013. — 338 с.
6. Пушкар, М. С. Креативний облік (створення інформації для менеджерів) [Текст] / М. С. Пушкар. — Тернопіль: Карт-бланш, 2006. — 334 с.
7. Хойер, В. Как делать бизнес в Европе [Текст] / В. Хойер. — Фонд «За экономическую грамотность», 1991. — 253 с.
8. Барановська, Т. В. Облікова політика підприємств в Україні: теорія і практика [Текст]: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.06.04 / Т. В. Барановська; Національний аграрний університет. — Київ, 2005. — 21 с.
9. Гудима, О. В. Узагальнення технології бухгалтерського обліку як основи формування облікової політики підприємства [Текст] / О. В. Гудима // Сучасні питання економіки і права. — 2011. — Вип. 2. — С. 95–99.
10. Мельник, З. Ю. Викривлення інформації у звітності: помилки та фальсифікація [Текст] / З. Ю. Мельник // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». — 2015. — Вип. 10, Ч. 3. — С. 190–194.

**ИССЛЕДОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ НАЛОГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ КАК ОДНОГО ИЗ УСЛОВИЙ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Исследованы теоретические вопросы налогового планирования как условия эффективного развития отечественных

предприятий. Дано его определение и сформулировано критерии, по которым возможно определение границы между налоговым планированием и уклонением от уплаты налогов. Рассмотрена взаимосвязь налогового планирования с учетной и балансовой политикой предприятия. Указаны элементы учетной политики, которые влияют или могут влиять на налоговые обязательства. Предложено определение балансовой политики на предприятии с целью выбора необходимых рычагов налогового планирования руководством.

**Ключевые слова:** налоговое планирование, учетная политика, балансовая политика, стратегия, управление, амортизация, бухгалтерская информация, налоговый кодекс.

*Гринько Алла Павлівна, доктор економічних наук, професор, кафедра бухгалтерського обліку, аудиту та оподаткування, Харківський державний університет харчування та торгівлі, Україна, e-mail: grinko.alla@gmail.com.*

*Бочуля Тетяна Володимирівна, доктор економічних наук, доцент, кафедра бухгалтерського обліку, аудиту та оподаткування, Харківський державний університет харчування та торгівлі, Україна.*

*Волошенко Ірина Євгенівна, аспірант, кафедра бухгалтерського обліку, аудиту та оподаткування, Харківський державний університет харчування та торгівлі, Україна.*

*Гринько Алла Павловна, доктор экономических наук, профессор, кафедра бухгалтерского учета, аудита и налогообложения, Харьковский государственный университет питания и торговли, Украина.*

*Бочуля Татьяна Владимировна, доктор экономических наук, доцент, кафедра бухгалтерского учета, аудита и налогообложения, Харьковский государственный университет питания и торговли, Украина.*

*Волошенко Ирина Евгеньевна, аспирант, кафедра бухгалтерского учета, аудита и налогообложения, Харьковский государственный университет питания и торговли, Украина.*

*Grinko Alla, Kharkiv State University of Food Technology and Trade, Ukraine, e-mail: grinko.alla@gmail.com.*

*Bochulia Tetiana, Kharkiv State University of Food Technology and Trade, Ukraine.*

*Voloshenyuk Irina, Kharkiv State University of Food Technology and Trade, Ukraine*

УДК 657

DOI: 10.15587/2312-8372.2016.87122

**Карпенко А. В.,  
Коляда Ю. Г.**

**ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕГО ИННОВАЦИОННОСТЬ**

Исследовано значение корпоративной культуры в развитии предприятия. Обобщена сущность и выделены основные направления влияния культуры на персонал. Проанализированы успешные зарубежные компании, активно развивающие корпоративную культуру и определены основные приоритеты в ее управлении. Охарактеризовано типологию корпоративных культур, влияющих на активизацию инновационных процессов на предприятии. Обоснованы мероприятия по развитию и укреплению корпоративной культуры.

**Ключевые слова:** корпоративная культура, ценности, развитие, персонал, творчество, инновационность.

**1. Введение**

В современных условиях усиления внимания к социальному фактору экономических отношений возникает проблема готовности кадров ассоциировать себя

с предприятием, непонимание и отчуждение философии и ценностей, принятых предприятием, или вообще их отсутствие. Это негативно влияет как на мотивацию персонала, так и на экономическую деятельность предприятия, в частности на ожидаемые результаты. То есть

в процессе развития и ориентации на социализацию экономики, именно персонал стал залогом успеха любого производства, а корпоративную культуру признали как основной фактор конкурентоспособности предприятия.

Соответственно возникает необходимость исследовать влияние корпоративной культуры на эффективность деятельности предприятия и его инновационность, используя теоретические обобщения и материалы успешных зарубежных предприятий.

## **2. Объект исследования и его технологический аудит**

С целью выявления инструментов эффективного управления развитием корпоративной культуры проведено исследование успешных на мировом рынке зарубежных компаний, таких как Facebook [1], The Southwest Airlines [2], Twitter [3], которые ежегодно расширяют свой штат сотрудников на тысячи рабочих мест. Эти компании являются наглядным примером ведения активной инновационной политики и повышения уровня корпоративной культуры.

## **3. Цель и задачи исследования**

*Цель исследования* — определение роли корпоративной культуры в деятельности предприятия и обоснование приоритетных ее направлений для повышения производительности и инновационности персонала.

Для достижения поставленной цели определены такие задачи:

1. Обобщить теоретические подходы к пониманию сущности корпоративной культуры и оценить влияние корпоративной культуры на сотрудников предприятия и их инновационную активность.
2. Исследовать корпоративную культуру ДП «Запорожский облавтодор».
3. Обосновать рекомендации по развитию корпоративной культуры.

## **4. Анализ литературных данных**

Теоретической основой для изучения сущности, особенностей и направлений развития корпоративной культуры предприятия являются работы ряда ученых, в которых рассмотрены: вопросы лидерства на предприятии [4]; процессы создания эффективной команды через механизм корпоративной культуры [5]; корпоративная культура как механизм мотивационной системы на предприятии [6]; особенности формирования и эффективного использования потенциала корпоративной культуры [7]; определения, особенности формирования и оценка корпоративной культуры [8]; особенности влияния корпоративной культуры на инновационное развитие предприятия [9, 10]. Однако четко не определена роль развития корпоративной культуры как основы нематериального конкурентного преимущества предприятия.

## **5. Материалы и методы исследования**

Для решения поставленных задач были использованы следующие методы: анализа и синтеза, логического обобщения, аналогий, сравнительного сопоставления, выявления положительных сторон и недостатков.

## **6. Результаты исследований**

Сегодня в условиях развития социально-экономических отношений ученые и практики пришли к пониманию, что основной ценностью любого предприятия являются человеческие ресурсы и сформированная ими корпоративная культура, охватывающая систему ценностей и норм поведения, приемлемая и признанная всеми членами коллектива.

Проектирование высокого уровня культуры для создания конкурентоспособной организации, имеющей как индивидуальность поведения, так и общие ценности, возможно только в результате последовательного формирования целостной системы взглядов, убеждений и норм такого профессионального поведения (концепции культуры) у каждого сотрудника.

В работе [5] корпоративная культура определена как основной инструмент в достижении организационных целей, повышении эффективности организации и управлении инновациями. После прохождения персоналом испытательного срока она формирует у носителей уникальную психологию, вносит в них определенные поведенческие нормы и отношение к окружающей среде [4]. То есть после признания персоналом, культура начинает влиять на их подсознание и заставляет действовать именно определенным образом, в зависимости от направления движения всего предприятия.

В понятие культуры включается значительный набор инструментов, через которые происходит воздействие на персонал: система коллективно разделяемых ценностей, убеждений, традиций и норм поведения сотрудников [6]. Культуру строит именно персонал, который приносит свои ценности, защищает их и делится ими с окружающими для того, чтобы эти ценности были приняты всеми другими членами коллектива. Соглашаясь с мнением в работе [7] считаем организацию сложным организмом, в котором взаимодействуют сотрудники, с помощью ценностей, норм, верований и т. п., которые полностью принимаются и уважаются всеми членами коллектива.

По мнению авторов данной работы, корпоративная культура — это инструмент влияния на экономическую эффективность деятельности предприятия через его персонал, который включает в себя все многообразие психологических и социальных рычагов (философия и миссия предприятия, традиции и верования, ценности и убеждения), способных увеличить значимость предприятия в «глазах» персонала, повысить конкурентоспособность и обеспечить инновационное развитие.

Формирование и развитие корпоративной культуры преследует цель — обеспечение лояльного поведения у персонала к предприятию, создание и распространение общепринятых для всех философии и ценностей, а также максимальное привлечение творческого потенциала персонала для создания благ всему предприятию. Именно поэтому развитие корпоративной культуры должно быть в стратегическом планировании и охватывать все сферы деятельности предприятия, от производства продукции, через управление персоналом до его сбыта и получения прибыли. Об этом свидетельствует формирование доходности и инновационное развитие мировых компаний-лидеров, таких как: Facebook, Southwest Airlines, Twitter.

В компании Facebook изначально создали самодостаточную и сильную, открытую и коллективную культуру, которая с первых дней используется для набора

и удержания наиболее талантливых сотрудников данной отрасли. Каждый сотрудник чувствует себя способным на вдохновенный труд и изменение мира, благодаря захватывающей окружающей среде, гибкости в работе и свободе действий [1]. Facebook имеет очень прочную и выразительную корпоративную культуру, что подчеркивается свободой и автономией в компании, творческой и веселой средой.

В Southwest Airlines все считаются большой семьей — сотрудники, клиенты и общество ради которого все работают. Уникальность корпоративной культуры заключается в предоставлении новым сотрудникам лучшего их первого рабочего места. Основные парадигмы развития корпоративной культуры в Southwest Airlines:

- выдающееся руководство бизнесом;
- построение отношений с поставщиком;
- партнерство с профсоюзами;
- особенно гибкие должностные инструкции;
- использование широких показателей производительности;
- инвестирование в передовых лидеров;
- создание позиций для охвата границ;
- «строительство моста» между работой и семьей;
- использование конфликтов для построения отношений;
- наем и тренировки для оттачивания совершенства [2].

Соответственно такая корпоративная культура формирует у персонала гордость, страсть, целеустремленность и многообразие точек зрения на перспективы развития обслуживания клиентов.

Корпоративная культура Twitter построена в соответствии с целями персонала и способствует успеху компании, а ее персонал настроен поддерживать эту культуру во время роста и развития, чтобы не потерять инновации, творческую и коллективную работу [3].

Именно использование инновационной корпоративной культуры позволяет многим украинским предприятиям быть лидерами на рынке. Они рассматривают своих сотрудников как стратегический ресурс, для деятельности которого применяют эффективную систему мотивации и достоверные оценки вклада каждого в общее дело. Формирование инновационной корпоративной культуры на данных предприятиях предполагает непрерывное совершенствование методов управления персоналом на основе новых персонал-технологий и постоянной оценки состояния развития их потенциала, а также использование сотрудничества с учебными заведениями по подготовке специалистов и научным разработкам [9]. Соответственно заинтересованность менеджмента предприятий в повышении прибыли должна сопровождаться стимулированием заинтересованности в качественном и постоянном развитии своего персонала.

В формировании корпоративной культуры есть взаимозависимость: персонал формирует культуру, а затем культура формирует и порождает необходимые качества в сотрудниках. Именно персонал является носителем культуры, следовательно, он имеет определенное влияние на развитие ее элементов, а корпоративная культура — мощным механизмом стратегической ориентации всех ее носителей на общие цели.

Формирование определенного типа корпоративной культуры отображается на силе мотивации сотрудников к труду и инновационной активности. Мотивацию пер-

сонала к участию и разработке инноваций следует рассматривать как важную составную часть корпоративной культуры, ведь неразвитая корпоративная культура влечет за собой сдерживание инновационных процессов [10].

Используемая в данной работе модель оценки корпоративной культуры позволяет оценить текущее состояние культуры, проверить и выявить ее отклонения от реализации долгосрочных целей. Континуум этого измерения тянется от организационной сплоченности и согласованности на одном краю к организационной разобщенности и независимости на другом. В ней выделяют четыре альтернативы соответствующие определенным типам корпоративной культуры, которые характеризуют ситуацию на предприятии [8]:

- адхократическая культура (А) характеризуется адаптивным характером, гибкостью, творческим подходом к ситуации, сотрудники способны к риску и полной отдаче, а лидер характеризуется как новатор, предприниматель, умеет предвидеть и всегда готов к изменениям;
- клановая культура (В) характеризует внутреннюю среду организации как сплоченную и доброжелательную с разделенными общими ценностями, целями и традициями, где лидер — воспитатель и помощник команды;
- рыночная культура (С) свидетельствует о том, что организация функционирует как рынок с ориентацией на внешнее окружение, поддерживает высокий уровень конкурентоспособности и производительности благодаря контролю, а лидер — производитель и жесткий надзиратель, соперник, который пытается победить конкурентов;
- иерархическая культура (D) объединяет людей формальными правилами, но официальной политикой и процедурами, влияющих на деятельность персонала, а лидер — организатор и координатор стабильного функционирования и положительной динамики рентабельности.

Выполненная оценка корпоративной культуры государственного предприятия «Запорожский облавтодор», осуществляющего ремонтно-строительные работы на дорогах, свидетельствует об ее определенных недостатках. У предприятия достаточно разветвленная организационная структура (включая 13 филиалов), аппарат управления сосредоточен в 9 отделах и состоит из 31 сотрудника. Существенные сложности развития корпоративной культуры на предприятии связаны с формой собственности, поскольку отсутствует достаточный уровень мотивации формирования и развития культуры, улучшения условий труда персонала, повышения их квалификационного и карьерного роста.

Определено, что в текущем состоянии корпоративной культуры предприятия доминантной является иерархическая культура (D), набравшая 32 балла из 100 и наименее существенной — адхократическая (А) с 11 баллами, а желаемое состояние корпоративной культуры — доминирование рыночной культуры (С), о чем свидетельствует 41 балл и несущественность клановой (В) с 16 баллами. Это характеризует предприятие как таковое, что фокусируется на внутренней среде, стабильности и контроле рабочего процесса, предпочтение отдается повышению рентабельности, а не состоянию культуры и развитию персонала. Соответственно, исследуемое предприятие имеет доминанту иерархического типа культуру,

что проявляется в формализованных и четко структурированных рабочих местах и управлении персоналом с помощью формализованных процедур. Руководители мало внимания уделяют потребностям персонала и их ценностным ориентациям, что мешает почувствовать единство коллектива с предприятием и полноценно вовлекаться в рабочий процесс и выполнять свои обязанности, иметь желание оказывать влияние на обстановку на предприятии, проявлять творческую инициативу.

Для эффективного управления корпоративной культурой и для достижения желаемых результатов необходимо планировать и проводить учет затрат на мероприятия по совершенствованию культуры, ведь это имеет принципиальное значение при расчетах экономической выгоды корпоративной культуры на предприятии. Для развития корпоративной культуры предприятия необходимо:

- разработать бизнес-план развития с учетом возможных затрат и выгод от инвестиций в корпоративную культуру;
- пересмотреть формальные правила и процедуры, качественное и количественное их изменение;
- уменьшить «забюрократизированность» структуры и ориентировать ее на выполнение поставленных задач, достижение высоких результатов;
- инициировать обсуждение и формулирование миссии предприятия, определить стратегию, основные цели и ценности;
- организовывать на постоянной основе систему подачи предложений и проводить специальные конкурсы креативных идей для оптимизации рабочего места и выполняемой деятельности;
- использовать регулярно и повсеместно комплекс приемов реализации корпоративной культуры (информационное отражение и ретрансляция ценностей, целей, правил и лозунгов; вдохновение сотрудников; обучение персонала профессиональным привычкам, лидерству, личной эффективности и настрою на успешность; прозрачная система мотивации персонала и формирование его самомотивации);
- выработать четкую нормативную базу по корпоративной культуре (кодекс корпоративного управления, правила поведения сотрудников, положения партнерства, а также имеющуюся «философию»).

Важнейшим шагом для повышения лояльности персонала к руководству должно быть фокусирование внимания на сохранении ценностей коллективного духа, здорового психологического климата и развития личности каждого сотрудника, поощрения высшим руководством инновационности, новаторства, личной инициативы и свободы персонала предприятия, а также направленности коллектива на динамичное, новое, инновационное направление работы.

## 7. SWOT-анализ результатов исследований

Сильной стороной проведенного исследования является обоснование фактов непосредственного влияния корпоративной культуры на деятельность предприятия и взаимодействие в коллективе: мотивационный механизм, активизацию инновационной деятельности, развитие творческого потенциала сотрудников, улучшение качества работы, повышение удовлетворенности сотрудников работой и продуктивности труда.

Слабой стороной является отсутствие достаточного массива данных, которые требуют статистической обработки. Низкая информационная обеспеченность руководителей украинских предприятий о необходимости развития корпоративной культуры, недоступность и ограниченность информации по возможностям, которые открывает корпоративная культура для сотрудников и всего предприятия, отсутствие экспертных оценок уровня культуры, которые можно было бы в полной мере применить для оценки и разработки обоснованных мероприятий.

Возможностями для дальнейших исследований является зарубежный опыт и огромная база иностранных крупных компаний-лидеров на мировом рынке развивающих корпоративную культуру и получающих значительную отдачу.

Угрозами для результатов исследований является несоответствия в среде развития украинских и иностранных предприятий, что затрудняет возможности качественной и объективной оценки корпоративной культуры, ментальное сдерживание прямого перенесения зарубежного опыта всеми уровнями управления ценности развития корпоративной культуры.

## 8. Выводы

1. Обобщены подходы и определено, что корпоративная культура является инструментом (психологическим и социальным) влияния на деятельность предприятия и его инновационное развитие через персонал. На основе управления культурой зарубежных компаний выделено инструментальный механизм ее воздействия. Надлежащая оценка состояния корпоративной культуры предприятия и своевременное выявление недостаточного ее развития являются важными факторами контроля и отправной основой для повышения ее уровня. Она положительным образом влияет на гармонию в коллективе, лучшее исполнение сотрудниками своих обязанностей и повышение доходности предприятия в целом.

2. Проанализирована корпоративная культура ДП «Запорожский облавтодор» и выявлены причины сдерживающие ее развитие: громоздкая структура и невысокий уровень менеджмента, низкая и неиндивидуализированная мотивация, формальное отношение к труду из-за отсутствия собственника (государственное предприятие), низкая инвестиционная обеспеченность предприятия, формализованная деятельность.

3. Предложено изменение направленности корпоративной культуры с использованием инструментов оценки индивидуальных потребностей персонала и их ценностных ориентаций для эффективного использования имеющихся ресурсов и привлечения новых. Консолидация персонала и вовлечение его в командную работу по формулированию и выполнению миссии, целей, задач, стратегий позволит повысить ответственность, результативность и инновационную активность. Использование совокупности принятых принципов (партнерства, результативности, ответственности, смелости, творчества и открытости, а также демократичности и справедливости) и приемов позволит сотрудникам считать компанию уникальной и полноценно выполнять свои обязанности, заниматься творчеством. Для таких изменений необходимо инвестировать в корпоративную культуру, применять современные методики и комплексный подход для решения задач, связанных

с виділенням ціннісних орієнтацій підприємства, загальної місії та філософії, які панували в колективі.

### Література

1. Qumer, S. M. Facebook: Balancing Growth and Preserving Corporate Culture [Electronic resource] / S. M. Qumer, D. Purkayastha // Center for Management Research. — 2011. — P. 42–57. — Available at: \www/URL: http://faculty.mu.edu.sa/download.php?fid=47709. — 23.10.2016.
2. Gittel, J. The Southwest Airlines Way: Using the Power of Relationships to Achieve High Performance [Electronic resource] / J. Gittel // Choice Reviews Online. — 2003. — Vol. 41, № 01. — P. 1–9. — Available at: \www/URL: http://www.theclci.com/resources/thesouthwestairlinesway.pdf. doi:10.5860/choice.41-0404
3. Form 10-K [Electronic resource]: Annual Report / Twitter, Inc. — Filed 02/29/16 for the Period Ending 12/31/15. — San Francisco: EDGAR Online, Inc., 2016. — Available at: \www/URL: http://files.shareholder.com/downloads/AMDA-2F526X/1616177182x0xS1564590-16-13646/1418091/filing.pdf. — 08.10.2016.
4. Вейл, П. Б. Лідерство, ґрунтоване на виденні [Текст] / П. Б. Вейл. — Москва: Альпіна Паблишерз, 2009. — 507 с.
5. Галкіна, Т. П. Соціологія управління: ґрунт з команди [Текст]: учеб. посібник / Т. П. Галкіна. — Москва: Финансы и статистика, 2001. — 224 с.
6. Гращенко, І. С. Корпоративна культура як основа формування мотиваційного механізму у стратегічному управлінні підприємством [Текст] / І. С. Гращенко, І. П. Гуца, С. Є. Лавринюк // Економіка: реалії часу. — 2012. — № 3-4 (4-5). — С. 46–51.
7. Дмитренко, М. Й. Особистісний потенціал корпоративної культури [Текст] / М. Й. Дмитренко // Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Філософія. Психологія. Педагогіка. — 2011. — № 3. — С. 18–23.
8. Cameron, K. S. Diagnosing and Changing Organizational Culture [Text] / K. S. Cameron, R. E. Quinn. — Ed. 3. — Jossey-Bass, 2011. — 288 p.
9. Шевчук, О. А. Формування інноваційної корпоративної культури підприємства для досягнення стратегічних цілей розвитку [Текст] / О. А. Шевчук // Науковий вісник Національного гірничого університету. — 2015. — № 1. — С. 132–137.

10. Беляк, Т. О. Корпоративна культура: доцільність якісних змін з урахуванням пріоритетів інноваційного розвитку [Текст] / Т. О. Беляк // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. — 2014. — Вип. IV (56). — С. 129–136.

### ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА І ЙОГО ІННОВАЦІЙНІСТЬ

Досліджено значення корпоративної культури в розвитку підприємства. Узагальнено сутність і виділені основні напрямки впливу культури на персонал. Проаналізовано успішні закордонні компанії, що активно розвивають корпоративну культуру й визначені основні пріоритети в її управлінні. Охарактеризовано типологію корпоративних культур, що впливають на активізацію інноваційних процесів на підприємстві. Обґрунтовано заходи щодо розвитку й зміцнення корпоративної культури.

**Ключові слова:** корпоративна культура, цінності, розвиток, персонал, творчість, інноваційність.

*Карпенко Андрій Володимирович, кандидат економічних наук, доцент, кафедра управління персоналом і економіки праці, Запорізький національний технічний університет, Україна, e-mail: a.v.karpenko@meta.ua.*

*Коляда Юлія Григорівна, провідний інженер, планово-економічний відділ, Дочірнє підприємство «Запорізький обласний автодор», ПАТ «ДАК «Автомобільні дороги України», Запоріжжя, Україна.*

*Карпенко Андрей Владимирович, кандидат экономических наук, доцент, кафедра управления персоналом и экономики труда, Запорозький національний технічний університет, Україна.*

*Колыда Юлия Григорьевна, ведущий инженер, планово-экономический отдел, Дочернее предприятие «Запорожский обл. автодор», ПАО «ГЭК «Автомобильные дороги Украины», Запорожье, Украина.*

*Karpenko Andrii, Zaporizhzhya National Technical University, Ukraine, e-mail: a.v.karpenko@meta.ua.*

*Kolyada Yulia, Subsidiaries «Zaporozhyskyi Oblavtodor», PJSC «SJS «Roads of Ukraine», Zaporizhzhya, Ukraine*

УДК 336.648

DOI: 10.15587/2312-8372.2016.87240

**Нікітін Ю. О.,  
Мельник М. В.,  
Хвалінський С. О.,  
Невмержицький В. М.**

## ДОСЛІДЖЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ЄС ЩОДО ФІНАНСОВОЇ ПІДТРИМКИ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ

*Представлено аналіз міжнародного досвіду та проблеми доступу до фінансування малих та середніх підприємств (МСП) Європейського Союзу (ЄС). Визначено особливості та проблеми доступу до фінансування інноваційних МСП ЄС. Визначено переваги, недоліки та можливості застосування існуючих інструментів фінансування до інноваційних МСП ЄС.*

**Ключові слова:** інноваційні підприємства, малі та середні підприємства (МСП), фінансові інструменти розвитку МСП.

### 1. Вступ

Інноваційні підприємства відіграють життєво важливу роль у інноваційному розвитку країн Європи та світу, пропонуючи більш ефективне використання капіталу для створення та розвитку інновацій, високої мобільності та гнучкості, створення робочих місць. У Європейському

Союзі 94–98 % всіх інноваційних підприємств є малі та середні підприємства (МСП) [1].

Проте, МСП можуть розвинути свій потенціал тільки за умови доступу до фінансування, необхідного для початку й розвитку бізнесу. Саме тому актуальною проблемою є визначення та аналіз інструментів фінансової підтримки інноваційних МСП, враховуючи особливості етапів їх розвитку.