

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «КИЄВО -МОГИЛЯНСЬКА АКАДЕМІЯ»
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
COMRAT STATE UNIVERSITY**

**МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ ЯК ФАКТОРИ РОЗВИТКУ
БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ ВІДНОВЛЕННЯ»**

18 -19 квітня 2023 р.

**Київ
Видавничий дім «Києво-Могилянська академія»
2023**

Рекомендовано до друку
Рішенням Вченої ради Факультету економічних наук
Національного університету «Києво-Могилянська академія»
(протокол № 3 від 27 квітня 2023 року)

Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу в умовах економіки відновлення: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 18-19 квітня 2023 р [Електронне видання] у 2 т. / відп. ред. та упоряд. В. В. Храпкіна, К. В. Пічик – Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2023. Т.1. – 378 с.

У виданні представлені тези доповідей учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу в умовах економіки відновлення», яка відбулася 18-19 квітня 2023 року, підготовлені за такою науковою проблематикою: іновітні парадигми розвитку менеджменту та маркетингу; стратегічний менеджмент і маркетинг в умовах змін; інновації та підприємництво як основа економічного зростання країни; сучасні стратегії та інструментарій управління персоналом; тренди інноваційно-інвестиційного розвитку бізнесу в умовах економіки відновлення; корпоративна культура та соціальна відповідальність бізнесу в умовах трансформацій; логістичний та проєктний менеджмент: інструментарій сучасності; менеджмент міжнародного бізнесу в умовах економіки відновлення; Digital-маркетинг; цифрові інструменти ефективного функціонування бізнесу.

Матеріали друкуються в авторській редакції. В матеріалах максимально зменшено втручання в обсяг та структуру матеріалів. Автори несуть відповідальність за достовірність інформації.

ISBN 978-966-518-814-8

© Національний університет
«Києво-Могилянська академія», 2023 р.

Бренд-маркетинг як інноваційний напрям підвищення конкурентоспроможності продукції	
<i>Левицька О. М., Полівода О. А.</i>	232
Суть та значення управлінських рішень	
<i>Мангушев Д. В., Коверга А. С.</i>	235
Культурні конотації в рекламі та їх особливості в умовах війни в Україні	
<i>Матукова Г. І., Матукова-Ярига Д.Г., Прохонюк А. Р.</i>	238
Оцінка ефективності діяльності медичної установи: економічний і соціальний аспекти	
<i>Махаммедова К. Ж.</i>	242
Маркетингові заходи збільшення обсягів збуту	
<i>Метеленко Н. Г., Івакін В. Ю., Сілін А. І.</i>	242
Інструментарій формування інноваційних екосистем в умовах глобалізації	
<i>Молодовець А. А.</i>	248
Причини виникнення та етапи розвитку кризи на підприємстві	
<i>Мусієнко В. А.</i>	250
Маркетингові стратегії інноваційних продуктів	
<i>Нечипоренко А. В.</i>	252
Значення корпоративного податкового менеджменту в системі управління підприємством	
<i>Нікітюк М. М.</i>	255
Бенчмаркінг моделей сталого управління відходами	
<i>Новік А. В.</i>	258
Маркетингові заходи збільшення обсягів збуту	
<i>Оглобліна В.О., Юхименко К.М., Уханьов О.О.</i>	261
Енергокооперація як інструмент економічної безпеки в умовах воєнного стану та відбудови економіки України	
<i>Орлова О. І.</i>	264
Основні аспекти менеджменту онлайн репутації	
<i>Павлюченко Г. О.</i>	266
Особливості управління маркетингом підприємства роздрібною торгівлі в кризових умовах	
<i>Пальчевський В. А.</i>	268
Антикризове управління підприємством в умовах дестабілізації зовнішнього соціально-економічного середовища	
<i>Піднебесна П. Ю.</i>	270
Підвищення ефективності управління віддаленою роботою компанії	
<i>Popomarev V.D., Kobieliava T.O., Pererva P.G.</i>	273
Control system for automation of technical and economic calculations at the enterprise	

забезпечити успіх на ринку інноваційних продуктів [3]. Саме тому забезпечення актуальності маркетингових стратегій, а також їх адаптація під умови змінного та інноваційного ринку є вкрай важливим.

Список використаних джерел

1. Kotler, P., & Keller, K. L. *Marketing management. Pearson Education Limited, 2016. - 812 с.*
2. Ries, A., & Trout, J. *Positioning: The battle for your mind. McGraw-Hill Education, 2001. - 224 с.*
3. Winer, R. S. *New product development: Managing and forecasting for strategic success. John Wiley & Sons, 1993. - 368 с.*

УДК 336.6

Нечипоренко А.В.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри фінансів

Київський університет імені Бориса Грінченка

ЗНАЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОГО ПОДАТКОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Податки виступають як важливий чинник впливу на ефективність фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання. Система податкових відносин певною мірою формує частину виробничих витрат на усіх стадіях розвитку корпоративної структури, а в деяких випадках й впливає на її напрями. В таких умовах набуває важливого значення податковий менеджмент як елемент механізму фінансового управління підприємством.

Зміни в податковому законодавстві значно ускладнюють функціонування механізму оподаткування господарюючих суб'єктів в країні. Крім того, надмірне та нерівномірне податкове навантаження на платників податків не стимулює до розвитку підприємницької діяльності [1, с. 352].

Сучасні вимоги до підвищення ефективності управління податковими відносинами суб'єктів господарювання потребують всебічного осмислення та введення в практику їхньої управлінської

діяльності такої підсистеми, як корпоративний податковий менеджмент [2, с. 322].

Корпоративний податковий менеджмент – це система управління податками суб'єктів-платників податків, яка регулює їхні фінансові взаємовідносини з державою при перерозподілі доходів підприємств та формуванні доходної частини бюджету.

Податковий менеджмент підприємства як складова фінансового менеджменту передбачає розробку управлінських рішень. Отже, метою корпоративного податкового менеджменту є розробка управлінських рішень, які спрямовані на формування фінансового потенціалу суб'єкта господарювання та підвищення його ефективності, активний вплив на максимізацію чистого прибутку при заданих параметрах податкового середовища і ринкової кон'юнктури.

У сучасних умовах господарювання основними завданнями корпоративного податкового менеджменту є: розробка загальної політики оподаткування для підприємства; визначення податкових пільг і можливостей їх застосування на підприємстві; розрахунок можливої виробничої диверсифікації підприємства та зміни при цьому податкових платежів; прогнозування обсягів податкових платежів на середньострокову перспективу на основі прогнозних розрахунків зміни економічних оборотів; розробка планів податкових платежів у цілому по підприємству; вибір вигідніших варіантів оподаткування [3].

Управління процесами оподаткування на підприємстві є складовою частиною загальної системи корпоративного управління. Найбільш повно сутність управління розкривається в його функціях, тобто певних видах діяльності в управлінні, що відокремлюються в процесі спеціалізації управлінської праці [4, с.333]. Сутність корпоративного податкового менеджменту також найкраще виявляється у його функціях, що базуються на принципах оподаткування й реалізуються в процесі податкової діяльності суб'єкта господарювання.

Функціональними елементами корпоративного податкового менеджменту виступають такі [4; 5]:

– податкове планування, що являє собою процес розробки податкових планів, виходячи з нормативів і ставок, які затверджені на законодавчому рівні. Податкове планування підприємства включає оптимізацію виробничих альтернатив з урахуванням податкового

навантаження, бюджетування податкових витрат. Розрізняють стратегічне, поточне та оперативне планування;

– податковий моніторинг господарських операцій – це постійний оперативний аналіз джерел витрат, податкова експертиза проєктів, договорів, а також розробка податкових схем проведення розрахунків, що дозволяє впливати на базу оподаткування, легально мінімізувати податкові зобов'язання підприємства в конкретних ситуаціях;

– податковий облік і звітність, що в сукупності створюють інформаційну базу податкового менеджменту;

– податковий контроль – процес, який спрямований на забезпечення достовірності обліку об'єктів оподаткування, правильності зіставлення податкових розрахунків, дотримання термінів сплати податків і зборів, усунення виявлених помилок до перевірок контролюючих органів.

Таким чином, корпоративний податковий менеджмент відіграє важливу роль у сучасних умовах ведення бізнесу при здійсненні управління податковою діяльністю підприємства й відповідно займає чільне місце в системі управління підприємством. Впровадження на підприємстві корпоративного податкового менеджменту уможливило оптимізувати його податкові платежі й нині виступає об'єктивною необхідністю в ринкових умовах господарювання. Водночас ефективне функціонування корпоративного податкового менеджменту можливе лише при належній організації та взаємодії усіх його функціональних елементів.

Список використаних джерел:

1. Нечипоренко А. В., Панченко І. В., Мороз Л. О. Стан і перспективи розвитку податкової політики України. *Бізнес Інформ*. 2021. №5. С. 348–354.

2. Безкровний О.В., Арестов О.О., Гончар М.О. Корпоративний податковий менеджмент: сутність, функції та необхідність розвитку. *Приазовський економічний вісник*. 2018. Випуск 5(10). С. 322–326.

3. Кужелєв М.О. Корпоративне управління в системі корпоративних відносин: методологічний аспект. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2014. Вип. 23.13. С. 199–203.

4. Ткачик Л. П. Особливості функціонування корпоративного податкового менеджменту. *Бізнес Інформ*. 2013. № 12. С. 333–338.

5. Кужелєв М.О. Корпоративний контроль: методологія дослідження, фінансовий аспект та моделі формування. *Фінанси, облік, банки: збірник наукових праць*. 2012. Вип. 1 (18). С. 24–34.