

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



МАТЕРІАЛИ
студентської наукової конференції

15-16 травня 2023 року

Том I



Полтава

Редакційна колегія:

Олег Горб, проректор з науково-педагогічної, наукової роботи, доцент;

Станіслав Ковальчук, голова Ради молодих вчених, професор кафедри будівництва та професійної освіти, доцент;

Ілона Яснолоб, начальник науково-дослідного сектору, доцент кафедри підприємництва і права, доцент;

Світлана Козина, завідувач відділу з питань інтелектуальної власності;

Олександра Біловод, декан інженерно-технологічного факультету, доцент;

Людмила Дорогань-Писаренко, декан факультету обліку та фінансів, професор;

Сергій Кулинич, декан факультету ветеринарної медицини, професор;

Микола Маренич, директор навчально-наукового інституту агротехнологій, селекції та екології, професор;

Алла Світлична, директор навчально-наукового інституту економіки, управління, права та інформаційних технологій, доцент;

Анатолій Шостя, декан факультету технології виробництва та переробки продукції тваринництва, старший науковий співробітник;

Віктор Радочін, начальник редакційно-видавничого відділу.

Відповідальність за зміст і редакцію матеріалів несуть автори та наукові керівники.

Матеріали студентської наукової конференції Полтавського державного аграрного університету, 15-16 травня 2023 року. Том I. – Полтава: РВВ ПДАУ, 2023. – 206 с.

132. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0132555-01#Text> (дата звернення 04.05.2023).

2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 31.12.1999 р. № 318. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text> (дата звернення 04.05.2023).

3. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо облікової політики підприємства та внесення змін до деяких наказів Міністерства фінансів України: Наказ Міністерства фінансів України від 27.06.2013 р. № 635. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0635201-13#Text> (дата звернення 04.05.2023). →

БЕНЧМАРКІНГ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ПІДХІД ДО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

П. І. Морозова
polina.morozova@st.pdaa.edu.ua

Науковий керівник:
О. В. Єгорова, к.е.н., доц.

Термін «бенчмаркінг» (benchmarking) є англomовним та не має однозначного перекладу, у загальному сенсі під ним розуміють позначку яку, використовують як стандарт або еталон для порівняння з іншими об'єктами.

В системі управління підприємствами під бенчмаркінгом розуміють безупинний, систематичний пошук, вивчення кращої підприємницької практики як у власній, так і у будь-яких інших сферах підприємницької діяльності з метою отримання інформації, корисної для удосконалення власного бізнесу, та на її основі створення і підтримка системи безупинних покращень результативності та вдосконалення бізнесу.

Головним завданням бенчмаркінгу є виведення компанії на інноваційний рівень, її здатність до конкуренції [1]. Методики бенчмаркінгу допомагають дізнатись про нові ринкові спрямування, визначити переваги, досягти бажаного рівня продуктивності, а також проаналізувати та збільшити власний вплив на ринок [3]. Проте, бенчмаркінг – це не лише зовнішній або конкурентний порівняльний аналіз, добре відомий багатьом підприємцям. Хоча він дійсно вийшов саме з цих напрямів аналітичної роботи, його об'єкти та предмети його дослідження набагато ширші.

Бенчмаркінг може здатися подібним до конкурентного аналізу, але у дійсності він є набагато деталізованим, формалізованим та упорядкованим, аніж просто застосування конкурентного аналізу [4].

Переважаючо виділяють два основні види бенчмаркінгу це внутрішній і зовнішній, які зводяться до спільного функціоналу – аналіз та зіставлення компанії із конкурентами.

Розглядаючи внутрішній бенчмаркінг, варто вказати на те, що його використовують у великих компаніях, де деякі області функціонують краще ніж

інші. Крім того тут аналізуються поточні стандарти ефективності бізнесу. Однак, зовнішній бенчмаркінг потребує значного часу та зусиль, але позитивні наслідки можна буде побачити у найближчому майбутньому. У процесі оцінюється поточний стан компанії, що допоможе покращити показники та встановити цілі для удосконалення. Для обох видів бенчмаркінгу можна застосувати SWOT-аналіз власного бізнесу та суперників: такий метод здійснюється задля виявлення сильних та слабких сторін підприємства, а також його можливості та загрози [3].

У процесі бенчмаркінгу аналізується ряд наступних показників:

– продукт компанії або послуги: параметри товару, вибір асортименту, конкурентоспроможність продукту на ринку;

– ціноутворення: цінова політика, витрати на виробництво і збут, реакція ринку на зміну цін;

– організаційна частина робочого процесу: швидкість обертання кадрів, соціальні гарантії, актуальність робочих місць;

– своєрідний стиль компанії: дизайн продукту, якість товару, робота з покупцями, рейтинг компанії, фідбек [2].

Головний принцип бенчмаркінгу – для того, щоб бути ефективним необхідно вивчати та використовувати досвід кращих підприємств, які досягли успіху в різних видах діяльності, незалежно від видів діяльності, масштабів та місцязростаювання. У 1979 р. цей дослідницький підхід було використано американською корпорацією Ксерокс, у проекті «Бенчмаркінг конкурентоспроможності» (аналіз витрат та якості продукції компанії порівняно з японськими аналогами).

Нажаль на сьогоднішній день для більшості малих і середніх підприємств України слово «бенчмаркінг» є невідомим словом, оскільки він часто сприймається як аналіз конкурентів або маркетингове дослідження. В Україні бенчмаркінг є не поширеним методом. Однак такий метод користується великою популярністю у колі малих та середніх бізнесів за кордоном, зокрема у Японії та США, за рахунок інтенсивної державної підтримки [4]. Для України бенчмаркінг може слугувати як новітній інструмент для ведення бізнесу, який призведе до змін у підприємницькій діяльності.

Першим прикладом в Україні вважається сертифікація системи якості підприємства відповідно до стандартів Міжнародної організації зі стандартизації (ISO), що допомагає підвищенню конкурентоспроможності української продукції, яка виходить на міжнародний ринок. Найвідомішим та успішним прикладом сертифікації українських компаній за системою ISO є пивзавод «Оболонь», «Славутич», Луцький підшипниковий завод Ambulance. Система ISO застосовується для ідентифікації «критичних місць», у яких і вводяться часткові покращення [4].

Також одним із не менш цікавих прикладів застосування методології бенчмаркінгу в Україні є КП ПОР «Полтававодоканал». На початку 2015 року в Україні проводився проект «Бенчмаркінгу» у якому прийняли участь вісім водоканалів, з урахуванням і КП ПОР «Полтававодоканал». У тодішні роки

проводилося дослідження ефективності фінансової діяльності підприємства й технологічність процесу. Отож у працівників КП ПОР «Полтававодоканал» випала корисна нагода порівняти показники своєї діяльності з водоканалами України та Європи [4]. Подібна участь у проектах дає можливість виявити свої недоліки у діяльності та стати кращим задля майбутніх інвесторів.

Бенчмаркінг часто використовують в аналізі конкурентів. Вивчивши досвід інших компаній, потрібно відкинути неефективні методи та залишити індивідуально підібрані працюючі інструменти ведення бізнесу. До того ж в основу бенчмаркінгу покладений порівняльний характер не тільки підприємств-конкурентів, але й фірм інших галузей.

Отже, бенчмаркінг це чудовий аналіз для компаній, що проводиться задля розуміння власної ніші на ринку і дозволяє оцінити всі переваги найкращого досвіду підприємств-конкурентів. На основі здійсненого розбору створюється план подальшого розвитку, який допоможе фірмі вийти на новий рівень, а також оцінити продуктивність роботи та підвищити свій рівень конкурентоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Бенчмаркінг простими словами. EDI NETWORK. URL: <https://edin.ua/benchmarking-prostimi-slovami/>.
2. Ветлянчук Ірина. Що таке бенчмаркінг простими словами? Район. 2020. URL: <https://rayon.in.ua/news/331858-shcho-take-benchmarking-prostimi-slovami>.
3. Сомова Ольга. Бенчмаркінг. Як робити аналіз конкурентів? Webpromo. 2022. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/benchmarking-kak-delat-analiz-konkurentov/#sho-take-benchmarking>.
4. Христенко О. В., Манжос С. А. Застосування бенчмаркінгу в системі управління підприємством. Фінансовий простір. Полтава. 2018. URL: <https://ofp.cibs.ubs.edu.ua/files/1801/18hovsup.pdf>.

УДК 657

МЕТОДИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА

*Т. С. Павловська
tetiana.pavlovska@st.pdaa.edu.ua*

*Науковий керівник:
С. В. Тютюнник, к.е.н., доц.*

Логістика як наука здійснює вирішальний вплив на господарську діяльність як на макро-, так і на мікрорівнях. Застосування різних логістичних методів і моделей сприяє оптимізації системи виробництва, скороченню витрат, випуску високоякісної продукції, дотримання строків виробництва тощо. Логістика є одним із факторів підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників. З логістикою у своїй повсякденній діяльності стикаються як великі міжнародні компанії, так і представники малого бізнесу.