

**В. Р. Палєєва**, здобувачка вищої освіти

Науковий керівник: **К. В. Гнедіна**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту

Національний університет «Чернігівська політехніка», м. Чернігів, Україна

### ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ БЕНЧМАРКІНГУ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ

**Ключові слова:** стратегічний управлінський облік, бенчмаркінг, ефективність діяльності, конкурентоспроможність.

У період сучасного розвитку суспільства під впливом двох значущих процесів: глобалізації та інформатизації особливого значення набуває процес удосконалення системи ведення обліку на підприємствах, його зміна та адаптація відповідно до вимог мінливого зовнішнього середовища. Крім того, посилення конкуренції змушує підприємство постійно шукати нові методи підвищення його конкурентоспроможності, як одного з основних елементів досягнення стратегічних цілей [1]. Одним із таких інструментів є доволі новий для вітчизняної практики метод стратегічного аналізу як бенчмаркінг. Аналіз останніх досліджень і публікацій показує, що поняття «бенчмаркінгу» та доцільність його впровадження у систему управлінського обліку висвітлювали у своїх працях такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як І. П. Кравчук [2], О. С. Білоус [2], Т. С. Морщенок [3], Г. С. Панченко [4], Р. Кемп, Р. Рейдер та інші. Класичне визначення бенчмаркінгу наведено автором цього методу Робертом Кемпом у праці «Benchmarking. The Search for Industry Best Practices That Lead to Superior Performance»: «бенчмаркінг – це пошук та впровадження найкращих бізнес-практик, які ведуть до поліпшення діяльності» [5]. Як показує закордонна практика, для підвищення ефективності управління підприємством та його стратегічного розвитку можна використовувати не лише механізми розроблені саме цим підприємством (внутрішній бенчмаркінг), а й застосовувати вдалий досвід конкуруючих фірм чи організацій зі схожими бізнес-процесами, адаптувавши його до власного [1] (зовнішній бенчмаркінг). У зв'язку з цим виникає необхідність проведення порівняльного аналізу, що є дуже важливим інструментом у стратегічному управлінні, оскільки він показує, наскільки ефективно підприємство працює порівняно з конкурентами.

У практиці бухгалтерського обліку інструменти бенчмаркінгу можуть застосовуватися підприємствами переважно для оцінки прибутковості, порівняння витрат і ключових показників ефективності та покращення їх результатів [4]. Найчастіше цей метод використовують з метою порівняння з підприємствами-лідерами та переймання їхнього позитивного досвіду саме стосовно оптимізації витрат, оскільки зниження витрат виробництва є важливим інструментом підвищення конкурентоспроможності підприємства та збільшення прибутку [1]. Це особливо доцільно для вітчизняних підприємств, у яких витрати на виробництво продукції значно вищі, ніж у розвинених країнах. Після того як підприємство визнало необхідність впровадження змін, з метою покращення результатів своєї діяльності та здобуття конкурентних переваг, обравши при цьому метод бенчмаркінгу, йому слід реалізувати етапи, наведені в таблиці 1.

Таблиця 1

#### Основні етапи бенчмаркінгу

№	Назва етапу	Характеристика
1.	Визначення об'єкта бенчмаркінгу	Здійснюється оцінка поточних результатів діяльності підприємства, аналізуються його сильні та слабкі сторони та визначаються сфери, що потребують вдосконалення. Однак, варто обирати лише ті продукти, послуги чи процеси, які працюють погано на цьому підприємстві, адже зі зростанням їх кількості – витрати на бенчмаркінг зростають, а результати стають поверховими [4].
2.	Вибір партнера за бенчмаркінгом	Визначається, яким буде бенчмаркінг (зовнішнім чи внутрішнім). У разі першого здійснюється пошук еталонного підприємства, з яким буде проведено порівняння обраних процесів; налагодження зв'язків із ним; встановлення критеріїв для подальшого аналізу [3].
3.	Пошук інформації	Здійснюється збір інформації про своє підприємство та підприємство – лідера, необхідної для проведення бенчмаркінгу [3].

№	Назва етапу	Характеристика
4.	Аналіз	Відбувається оцінка та систематизація отриманої інформації. Зіставлення результативності бізнес-процесів фірми з еталонним підприємством та аналіз відхилень.
5.	Впровадження позитивного досвіду	Використання успішної практики еталонних підприємств та її модифікація та адаптація відповідно до потреб досліджуваного підприємства з метою нейтралізації виявлених у ході бенчмаркінгу слабких місць та досягнення стратегічних цілей [2].
6.	Контроль впровадження результатів аналізу	Здійснення постійного порівняння бажаних змін та результатів аналізу. Оцінюється ступінь досягнення цілей підприємства та виконання стратегії [4].

*Джерело: узагальнено автором на основі [2-4].*

Застосовуючи цей метод, особливу увагу слід звертати на дотримання основних принципів бенчмаркінгу, оскільки від цього залежатиме, яким буде результат. До них належать наступні:

- аналогія (означає, що усі бізнес – процеси повинні бути порівнюваними);
- достовірність інформації (вона повинна бути актуальною та з перевірених джерел);
- вимір та порівняння характеристик (для того щоб можна було встановити відхилення та провести аналіз цих розходжень);
- взаємна погодженість в обміні даних між підприємствами (тобто проводити бенчмаркінг тільки за згодою сторін) [3].

Отже, можна стверджувати, що метод бенчмаркінгу ще недостатньо поширений у вітчизняній практиці, але у зарубіжних країнах він користується з великою прихильністю, допомагаючи іноземним підприємствам залишатися конкурентоспроможними, що є ключовим фактором успіху на ринку. Основною перевагою бенчмаркінгу є значна економія часу та коштів на заходи з підвищення ефективності управління підприємством, оскільки дає можливість використовувати інноваційні підходи, вже створені іншими підприємствами. Бенчмаркінг сприяє формуванню нового стилю роботи, стимулюючої формування внутрішньої культури ведення бізнесу.

**Список використаних джерел:** 1. Гришкевич П. М. Обґрунтування застосування бенчмаркінгу як інструменту удосконалення обліку суб'єктами підприємницької діяльності. *Студентський вісник Національного університету водного господарства та природокористування*. 2015. № 2(4). С. 130-133. URL: <http://ep3.nuwm.edu.ua/4111>. 2. Кравчук Н. В., Білоус О. С. Роль та необхідність застосування бенчмаркінгу в системі бухгалтерського обліку. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/161260406.pdf>. 3. Морщенок Т. С. Бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємницьких структур. *Економіка та суспільство*. 2017. № 9. С. 533–540. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/15>. 4. Панченко Г. С. Удосконалення механізму застосування бенчмаркінгу у системі управлінського обліку. URL: <http://ea.donntu.edu.ua/bitstream>. 5. O. Jurevicius. Benchmarking. 2018. URL: <https://strategicmanagementinsight.com/tools/benchmarking.html>.

УДК 657

**Я. М. Пилипенко**, здобувачка вищої освіти

Науковий керівник: **О.О. Сидоренко**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту

Національний університет «Чернігівська політехніка», м. Чернігів, Україна

### **НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБЛІКУ ЕКСПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ**

**Ключові слова:** облік, експорт, нормативна база, регулювання.

Перехід економіки України до ринкових відносин суттєво підвищив роль зовнішньоекономічної діяльності в розвитку країни. Посилення зовнішньоекономічного чинника об'єктивно диктується ринковими перетвореннями, які відбуваються, що формують якісно нові взаємозв'язки з іншими країнами світу.

Зовнішньоекономічні відносини, основу яких становлять експортно-імпорتنі операції, дають змогу найбільш повно реалізувати переваги міжнародного розподілу праці, відкривають доступ до передової технології, управлінського досвіду, істотно впливають на темпи економічного зростання та сприяють зростанню національного доходу держави.