

- Вартість придбання
 - Гудвіл (негативний гудвіл)
- За наслідками об'єднання інтересів:
- Опис та кількість акцій випущених/ обмінаних
 - Активи та зобов'язання внесені
 - Доходи, чистий прибуток/збитки до дати об'єднання, які були включені в комбіновану фінансову звітність.

Список використаних джерел

1. Голов С. Ф., Костюченко В. М. Бухгалтерський облік і фінансова звітність за міжнародними стандартами Харків : Фактор, 2013. 1072 с.
2. Міжнародний стандарт фінансової звітності 3 «Об'єднання бізнесу»
https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_006#Text

УДК 658.511:005.336.6-021.477/.-057.13

ПАРХОМЕНКО Р.П., магістрант

Науковий керівник – **БАТАЖОК С.Г.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

БЕНЧМАРКІНГ У МОЛОЧНОМУ ВИРОБНИЦТВІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВИЗНАЧЕННЯ ВНУТРІШНІХ ПРОБЛЕМ ТА ПОШУКУ РЕЗЕРВІВ ОПТИМІЗАЦІЇ

Бенчмаркінг, або порівняльний економічний аналіз, широко використовують як інструмент для оцінки стану бізнесу й підвищення його ефективності, особливо в складних економічних умовах.

Ключові слова: бенчмаркінг, порівняльний економічний аналіз, структура собівартості, вартість кормодня, прибутковість виробництва.

Зростаюча конкуренція вимагає від підприємств шукати можливості та методи для зниження собівартості продукції: поступове впровадження заходів із покращення показників ресурсоефективності, комплексна модернізація, однак у будь-якому випадку необхідно орієнтуватися на певну ціль, яку підприємство прагне досягти. Одним із інструментів, який дозволить встановити таку мету є бенчмаркінг (порівняльна оцінка). Бенчмаркінг – це порівняльний аналіз, який може бути виконаний як усередині підприємства чи організації (в такому разі він передбачає порівняння між собою окремих структурних підрозділів), так і шляхом порівняння результатів діяльності обраного підприємства з результатами подібних [1].

Бенчмаркінг дає можливість порівняти ефективність ведення бізнесу, співставляти результати різних підходів, технологій та проаналізувати їх. В результаті є можливість прийняти найкращі рішення для удосконалення виробництва, дати оцінку збалансованості структури операційної собівартості та конкуренто-спроможності. Порівняльний економічний аналіз широко використо-

вують як інструмент для оцінки стану бізнесу й підвищення його ефективності, особливо в складних економічних умовах.

Метою бенчмаркінгу є:

– Ідентифікувати/визначити резерви оптимізації собівартості та власної конкурентоспроможності; порівняти підприємство з середніми показниками по галузі та з найкращими господарствами.

– Оцінити збалансованість структури собівартості — частку різних витрат у структурі собівартості.

– Через аналіз операційних показників у поєднанні з фінансовими і прийняття оперативних управлінських рішень досягти максимальної операційної маржі.

Для порівняльного економічного аналізу використовується методологія обліку:

– зернофураж власного виробництва рахується по ринковій ціні, а не по собівартості;

– витрати на вирощування молодняка за поточний період включаються у собівартість молока як основної продукції молочної ферми, а прирости молодняка вважаються додатковим не грошовим доходом ферми;

– порівнюється лише операційна (виробнича) собівартість і не враховується амортизація, загальновиробничі, адміністративні та фінансові витрати.

Аналіз здійснюється: в абсолютних величинах, тис. грн.; на основну виробничу одиницю, (грн) / фуражну корову; на одиницю реалізованої продукції, грн. / кг молока; частка в структурі собівартості, %.

До ключових показників бенчмаркінгу належать: собівартість та операційний прибуток в абсолютному вираженні на фуражну корову, кілограм реалізованого молока та % маржі до реалізації; точка безбитковості та її чутливість до зміни вартості раціонів і закупівельної ціни на молоко, операційний прибуток кормодня в перерахунку на фуражну корову, конверсія кормового раціону в молоко в грошовому еквіваленті, як показник економічної ефективності годівлі і технології утримання тварин [2].

Алгоритм проведення бенчмаркінгу (порівняльного економічного аналізу) в молочному виробництві:

1. Визначаємо рейтинг підприємства за обсягом виробництва молочної продукції та продуктивністю у перерахунку на базові показники серед виробників (кг на дійну корову, уміст молочного жиру та білка).

2. Порівнюємо виробничу собівартість молока з іншими господарствами.

3. Розраховуємо операційну маржу як результат співвідношення закупівельних цін та собівартості.

4. Структуру собівартості підприємства зіставляємо з середніми значеннями адекватними ринку.

5. Враховуємо вартість кормодня та відповідність витрат продуктивності, порівнюємо з іншими підприємствами.

6. Аналізуємо ефективність раціону – конверсія грошової одиниці (віддача через молоко в грошовій одиниці на гривню, вкладену в раціон).

Прибутковість виробництва молочної сировини залежить від таких ключових чинників: рівня закупівельних цін, ефекту масштабу, продуктивності, собівартості, управління стадом та менеджмент годівлі; відтворення стада та здоров'я; інвестицій в якісну генетику; умов утримання; організаційної структури.

Усереднена структура собівартості молока представлена наступним чином: витрати на годівлю 60–65%, оплата праці – 16%, паливно-мастильні матеріали – 4%, ветеринарні витрати – 4%, комунальні витрати – 2%, осіменіння – 1%, інші витрати — 11%.

Ключовими факторами успіху є якісні грубі корми з низькою собівартістю: кукурудзяний силос і люцерновий сінаж, які мають високу конверсію сухої речовини та стимулюють високе споживання. Щоб собівартість такого корму була низькою, необхідна: висока врожайність, рівнозначні витрати на гектар і низькі втрати при збиранні та зберіганні. Основним завдання є – отримати більше молока з дешевого основного корму, яким балансують раціон, щоб досягти максимальної продуктивності. Інвестиції в заготівлю якісних основних кормів швидко повертаються та мають найвищу віддачу [3].

Головним у бенчмаркінгу є ідентифікація «вузьких» місць в порівнянні з іншими підприємствами галузі та пошук конкретних причин. Правильний та своєчасний аналіз створює платформу для прийняття альтернативних управлінських рішень.

Список використаних джерел

1. Бенчмаркінг для молочної галузі: споживання енергії та води. К.: Центр ресурсоефективного та чистого виробництва, 2020. 12 с. URL: http://www.recpc.org/wp-content/uploads/2020/07/Benchmarking_dairy.pdf
2. Бенчмаркінг у молочному бізнесі. URL: <http://milkua.info/uk/post/benchmarking-u-molocnomu-biznesi>
3. Молочна математика. URL: <http://milkua.info/uk/post/molocna-matematika1>

УДК: 364.3:343.72

ПАШКОВСЬКИЙ В.О., студент 3 курсу

Науковий керівник – **ТКАЧЕНКО К.В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

СТРАХОВЕ ШАХРАЙСТВО: ПРОБЛЕМИ ТА ВИКЛИКИ

Страхова галузь під впливом трансформаційних змін, технологічного прогресу інновацій InsurTech в останні роки набуває змін. Проте одна річ залишається незмінною - шахрайство, збитки від якого послаблюють фінансовий стан страховика та підривають його здатність пропонувати конкурентоспроможні ставки та гарантувати авторитетний і потенційно прибутковий бізнес.

Ключові слова: шахрайство, страхові компанії, обман.

Страхове шахрайство - це навмисний обман, що здійснюється проти або за страховою компанією або агентом за фінансову вигоду. Нині уряди багатьох країн запровадили нові правила боротьби з шахрайством. Страхові компанії створили