

Слід зазначити, що, крім способів оцінки конкуруючих інвестицій, виділяють показники ефективності інвестицій. Основними критеріями для прийняття рішення щодо вибору конкуруючих інвестиційних проєктів, є такі показники:

1. Чиста приведена вартість (NPV) – являє собою величину грошових коштів, яку інвестор хоче й очікує отримати від проєкту, після того, як грошові притоки окуплять початкові інвестиційні витрати і періодичні грошові відтоки, які пов'язані з цим проєктом.

2. Індекс рентабельності (PI) – характеризує ефективність використання капіталу інвестицій.

3. Внутрішня ставка доходності (IRR) – показує очікувану норму рентабельності інвестицій або максимально допустимий рівень інвестиційних витрат в оцінюваний проєкт.

4. Модифікована внутрішня ставка доходності (MIRR) – використовується для випадків, коли грошові потоки нестандартні, тобто є як позитивні, так і негативні потоки в період реалізації проєкту. Для того щоб вибрати інвестиційний проєкт, MIRR повинен бути більше ніж ставка дисконтування – г.

Перевагою MIRR є також облік реінвестування грошових потоків у процесі реалізації інвестиційного проєкту, що вирішує проблему IRR [3].

4. Період окупності (PB) – час, необхідний для того, щоб інвестиції, які були вкладені в проєкт, повернулись у формі грошових потоків, генерованих інвестиційним проєктом.

Отже, можна сказати, що оцінка конкуруючих інвестицій є одним із головних елементів інвестиційного аналізу, який є основним інструментом правильного вибору з декількох інвестиційних проєктів найбільш ефективного, вдосконалення інвестиційних програм і мінімізації ризиків.

Запропоновані методики вирішують деякі можливі конфлікти між ранжируванням взаємовиключних проєктів за різними критеріями ефективності та мінімізуються можливі помилки при ухваленні інвестиційних рішень. Однак у процесі оцінювання ефективності інвестицій необхідно пам'ятати про можливість виникнення помилок і не покладатися на впорядкування проєктів лише за одним критерієм. Кожний із критеріїв підкреслює будь-який особливий аспект стану проєкту, а загалом вони надають достатньо повну картину ефективності ухвалення інвестиційних рішень [1].

Список використаних джерел: 1. Карпов В. А., Павлова Т. В. Методи порівняння альтернативних проєктів з використанням програми порівняння проєктів. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2012. Вип. 2 (45). С. 101-107. 2. Староверова Г. С. Экономическая оценка инвестиций. Москва: Кнорус, 2006. 155 с. 3. Жданов И. Ю. Показатель внутренней нормы доходности (irr, internal rate of return) и модифицированная норма доходности (mirr, modified internal rate of return). *Школа финансового анализа и инвестиционной оценки Жданова Василия и Жданова Ивана*. URL: <http://www.beintrend.ru/irr-internal-rate-of-return-mirr-modified-internal-rate-of-return>. 4. Оценка инвестиционных проектов. Рационализация капитала. *Финансовые инвестиции – образовательный центр*. URL: <https://allfi.biz/racionirovanie-kapitala/#>.

УДК 658.65

М. В. Сологуб, здобувач вищої освіти

В. С. Крєтова, здобувач вищої освіти

Науковий керівник: **М. В. Дубініна**, д-р екон. наук, професор

Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв, Україна

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

Ключові слова: економічний аналіз, маркетинговий аналіз, стратегія, оцінка ефективності.

Нині, незважаючи на безліч способів дослідження, економічний аналіз є найбільш досконалою методикою оцінки ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств. За його допомогою можна не тільки проаналізувати фінансовий стан підприємства, а і спрогнозувати розвиток у майбутньому, детально оцінити резерви виробництва, запобігти зайвим витратам, уникненню прорахунків, обґрунтувати прийняття управлінських рішень, виявити напрями підвищення ефективності діяльності тощо.

Питання дослідження економічного аналізу вивчались у працях багатьох науковців. Серед них: Б. Є. Грабовецький, Ю. М. Дерев'янка, Н. М. Заварихин, Б. Г. Литвак, Є. В. Мних, О. О. Ходарева, А. Д. Шеремет та ін. Проте тема й надалі залишається актуальною та до кінця не розкритою, потребує подальших досліджень.

Завдання економічного аналізу в управлінні підприємством є різним залежно від етапів управління. Перед прийняттям рішення інформація, отримана з економічного аналізу, повинна уможливити оцінку ступеня використання засобів і позицій підприємства на ринку й ефективності господарювання.

Сьогодні вагоме місце посідає маркетинговий аспект діяльності підприємств, що втілюється у формуванні стилю мислення керівника з пріоритетною орієнтацією на запит споживача, у підтримці конкурентоспроможних позицій, максимальному використанні сприятливих умов участі на ринку тощо. Це зумовлює розширення сфери аналітичних досліджень, зміну їхньої цільової орієнтації, трансформацію загальної моделі комплексного економічного аналізу. Маркетингова діяльність передбачає вирішення багатьох аналітичних завдань, пов'язаних із дослідженням ринку, його кон'юнктури тощо. Маркетингові дослідження дають змогу сформувавши виробничу програму, визначити сферу та механізми ділового партнерства в ресурсозабезпеченні та ресурсовикористанні [1].

На наш погляд, економічний аналіз в поєднанні з маркетинговим аналізом дозволяють більш точно та з мінімальними похибками дослідити зовнішній ринок, адже їх «тандем» дає можливість підприємству швидко адаптуватись до змін ринкової кон'юнктури, передбачити можливі зміни поведінки конкурентів, уникнути невиправданого економічного ризику та завчасно розробити заходи щодо покращення діяльності підприємства.

За допомогою маркетингового аналізу проводять постійний моніторинг нових ринків, нових споживачів, розширення асортименту, нових сфер реалізації продукції, іншими словами розробляють стратегію управління підприємством.

Стратегія – це безперервний процес цілеспрямованих кількісних і якісних змін, зумовлених трансформацією зовнішнього і внутрішнього середовища, що формують загальний напрям діяльності підприємства у довгостроковій перспективі, спрямований на досягнення поставлених цілей [2].

Для реалізації стратегій необхідно, щоб підприємство функціонувало в так званому «стратегічному режимі», тобто притримуватись стратегії. Адже якщо господарська діяльність неналагоджена та на підприємстві неефективно діє маркетингова діяльність, то в сукупності призводить до отримання збитку, а згодом – занепаду підприємства.

До найбільш ефективних видів аналізу господарської діяльності щодо виявлення резервів економії матеріальних, трудових і грошових ресурсів на виробництво продукції належить функціонально-вартісний аналіз.

Висока ефективність функціонально-вартісного аналізу підтверджується практикою, оскільки цей вид аналізу є не тільки засобом зниження витрат, але також інструментом удосконалення прийняття управлінських рішень. Розширення сфери застосування функціонально-вартісного аналізу в управлінській діяльності актуальне в сучасних економічних умовах [3].

Сьогодні економічний аналіз являє собою динамічно розвинену систему, яка містить у собі комплекс різноманітних функцій для швидкого втручання в процес виробництва та забезпечення безперервної та ефективної роботи підприємства. Адже за його допомогою можливо здійснити своєчасну перевірку, наскільки обґрунтованими є планові завдання, чи повною мірою вони використовуються чи, можливо, необхідне впровадження виробничих потужностей – збільшення обсягів виробництва й реалізації продукції, зниження собівартості, покращення фінансових результатів і фінансового стану підприємства. Проте питання щодо перспектив розвитку економічного аналізу суб'єкта господарювання потребує подальшого дослідження.

Список використаних джерел: 1. Мних Є. В. Економічний аналіз: підручник. Київ: Знання, 2011. 630 с. 2. Meier G. M. Leading Issues in Economic Development. Oxford University press, 2005. 672 p. 3. Ходарева О. О., Шульга Л. О. Функціонально-вартісний підхід до управлінської діяльності: аналіз і контроль складних систем. *Економіка промисловості*. 2011. № 1. С. 85–89.