

характеру внаслідок об'єктивного процесу розвитку економічних систем. Крім того, вагомим показником необхідності вивчення даного питання є потреба самого працівника як об'єкту та суб'єкту системи управління персоналом.

Можемо визначити декілька підходів до розуміння вказаної економічної категорії – «управління кадровим потенціалом»: як процес, як діяльність, як функція управління, як сукупність заходів та підхід, який увібрав інші визначення, що не можна віднести до визначених підходів.

Відмітимо, що управління кадровим потенціалом є необхідною умовою існування, ефективної діяльності та розвитку будь-якого підприємства в ринковому середовищі господарювання.

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ, КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОКАЗАТЕЛЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Коваленко И. В., студент

Научный руководитель: Стогул О. И., к.э.н., доцент

Харьковский национально автомобильно-дорожный университет

Актуальность выбранной темы обусловлена экономической ролью прибыли в процессе воспроизводства, ее традиционному определению как основной цели деятельности любого коммерческого предприятия.

Рентабельность – относительный показатель экономической эффективности. Рентабельность предприятия комплексно отражает степень эффективности использования материальных, трудовых и денежных и др. ресурсов. Коэффициент рентабельности рассчитывается как отношение прибыли к активам или потокам, её формирующим.

В общем смысле рентабельность продукции подразумевает, что производство и реализация данного продукта приносит предприятию прибыль. Нерентабельное производство - это производство, не приносящее прибыли. Отрицательная рентабельность - это убыточная деятельность. Уровень рентабельности определяется с помощью относительных показателей - коэффициентов. Показатели рентабельности можно условно разделить на две группы (два вида): рентабельность продаж и рентабельность активов [1].

Рентабельность продаж — коэффициент рентабельности, который показывает долю прибыли в каждом заработанном рубле. Обычно рассчитывается как отношение чистой прибыли (прибыли после налогообложения) за определённый период к выраженному в денежных средствах объёму продаж за тот же период. Формула рентабельности:

$$\text{Рентабельность продаж} = \text{Чистая прибыль} / \text{Выручка}$$

Рентабельность продаж является индикатором ценовой политики компании и её способности контролировать издержки. Различия в конкурентных стратегиях и продуктовых линейках вызывают значительное разнообразие значений рентабельности продаж в различных компаниях. Часто используется для оценки операционной эффективности компаний [2].

Помимо приведенного выше расчета (рентабельность продаж по валовой прибыли; англ.: Gross Margin, Sales margin, Operating Margin), существуют и другие вариации расчета показателя рентабельности продаж, но для расчета всех их используются только данные о прибылях (убытках) организации (т.е. данные формы № 2 "Отчет о прибылях и убытках", не затрагивая данных Баланса). Например:

- рентабельность продаж по ЕВІТ (величина прибыли от продаж до уплаты процентов и налогов в каждом рубле выручки);
- рентабельность продаж по чистой прибыли (чистая прибыль на рубль выручки от продаж (англ.: Profit Margin, Net Profit Margin);
- прибыль от продаж на рубль, вложенный в производство и реализацию продукции (работ, услуг) [3].

Рентабельность активов.

В отличие от показателей рентабельности продаж, рентабельность активов считается как отношение прибыли к средней стоимости активов предприятия. Т.е. показатель из формы №2 "Отчет о финансовых результатах" делится на среднее значение показателя из формы № 1 "Бухгалтерский баланс". Рентабельность активов, как и рентабельность собственного капитала, можно рассматривать в качестве одного из показателей рентабельности инвестиций [4].

Рентабельность активов (англ. return on assets, ROA) — относительный показатель эффективности деятельности, частное от деления чистой прибыли, полученной за период, на общую величину активов организации за период. Один из финансовых коэффициентов, входит в группу коэффициентов рентабельности. Показывает способность активов компании порождать прибыль.

Рентабельность активов — индикатор доходности и эффективности деятельности компании, очищенный от влияния объема заемных средств. Применяется для сравнения предприятий одной отрасли и вычисляется по формуле:

$$R_{\alpha} = P/A$$

где R_{α} — рентабельность активов;

P — прибыль за период;

A — средняя величина активов за период.

Рентабельность собственного капитала (англ. return on equity, ROE) — относительный показатель эффективности деятельности, частное от деления чистой прибыли, полученной за период, на собственный капитал организации. Показывает отдачу на инвестиции акционеров в данное предприятие [5].

Нужный уровень рентабельности достигается с помощью организационно-технических и экономических мероприятий. Повысить рентабельность - значит получить больший финансовый результат при меньших расходах. Порог рентабельности - это точка, отделяющая прибыльное производство от убыточного, точка, в которой доходы предприятия покрывают его переменные и условно-постоянные затраты.

Литература.

1. Негашев Е.В. Методика финансового анализа. – М.: ИНФРА-М, 1999.
2. Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент. – М.: Финансы и статистика, 1999.
3. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 1997.
4. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – Мн.: ИП «Экоперспектива», 1997; и др.
5. Любушин Н.П., Лещева В.Б., Дьякова В.Г. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. Учебное пособие для вузов / Под ред. проф. Н.П. Любушина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999.

**АНАЛІЗ ТА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ІНВЕСТИЦІЙ
ТА ІННОВАЦІЙ**

Кравченко К. І., студентка

Науковий керівник: Машилякевич А. О. к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

В умовах ринку основними компонентами інноваційної діяльності виступають нововведення, інвестиції та інновації.

Ринок нововведень утворюється за умов невизначеності, які впливають із характеру інноваційних процесів, та взаємовідносин учасників ринку у специфічному середовищі. Становлення ринку нововведень слід розглядати у зв'язку з розвитком підприємництва у сфері інновацій. На початку цього шляху довелося відмовитися від прямого управління виробництвом на користь підприємництва, адаптуватися до нових, ринкових умов господарювання. Нарешті, з'явилися активні незалежні суб'єкти ринку, які здійснюють інноваційну політику, суть якої полягає у безперервному пошуку нововведень, диверсифікації виробництва, активному залученні у цей процес фінансового капіталу і інтелектуального потенціалу [1].

Інновація – це нововведення, яке пов'язане з науково-технічним розвитком і полягає в упровадженні результатів нової якості через заміну на сучасні або модернізацію основних фондів і технологій, в удосконаленні управління та поліпшенні економічних результатів підприємства. У такому розумінні інновацією можуть бути усі нові рішення, методичні підходи до вирішення трудових (виробничих) завдань. Крім того, інновація передбачає реальний прорив, відчутний перехід від старого до нового. Інновації є кінцевим підсумком інноваційної діяльності, яка за своєю природою є творчою інтелектуальною діяльністю, спрямованою на одержання якісно нового продукту та позитивного соціально-економічного ефекту від його впровадження. Новизна інновацій оцінюється за технологічними параметрами, а також виходячи з ринкових позицій [2].

Здійснення інноваційної діяльності потребує формування специфічного соціально-економічного середовища, характеристиками якого є: