

Стагфляція – це одночасне збільшення темпів інфляції і рівня безробіття, що супроводжується економічним спадом. Термін «стагфляція» походить від поєднання двох слів: стагнація, або застій, та інфляція. Графічно це відбивається зрушенням короткострокової кривої Філіпса вправо по відношенню до початку координат [1].

В даний час більшість економістів сходяться на думці щодо того, що в короткостроковому періоді існує зворотній взаємозв'язок між безробіттям і інфляцією. Що стосується довгострокового періоду, то така залежність відсутня. Тому зусилля уряду зі стимулювання сукупного попиту для збільшення обсягу ВВП в умовах повної зайнятості призводять тільки до зростання темпів інфляції [4].

Спираючись на розглянутий матеріал, очевидним є зв'язок між безробіттям і інфляцією. Різними вченими розроблені свої теорії цього взаємозв'язку і спроби стримувати ці процеси, застосовуючи теорію на практиці. Викорінити виникнення даних явищ абсолютно неможливо, що доводить багаторічна економічна практика різних держав. Але є певні методи регулювання зростання рівня інфляції та безробіття, за допомогою спеціально розроблених державних інструментів регулювання, заснованих на законодавчій базі.

Література:

1. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2007.
2. Самуэльсон П. Макроэкономика. – М.: «Алгон». 1992. – Т.1
3. Экономика [Электронный ресурс] / Материалы сайта. Режим доступа: <http://economics.wideworld.ru>.
4. Экономическая теория [Электронный ресурс] / Материалы сайта. Режим доступа: <http://economictheory.narod.ru/index.htm>.

АНАЛІЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ АТП ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Кайда К.В.

*Науковий керівник: Максимюк Г.М., асистент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Рентабельність – це відносний показник прибутковості, що характеризує ефективність господарської та фінансової діяльності підприємства. Показники рентабельності розраховуються як відношення різноманітних показників прибутку до вкладеного капіталу, обсягу продажу, використаних ресурсів, здійснених витрат, тощо [1].

Для аналізу рентабельності АТП Харківської області було розраховано показники рентабельності сукупного капіталу та рентабельності операційної діяльності (табл. 1).

Таблиця 1 – Показники рентабельності АТП Харківської області за 2012–2015 рр.

Показники	Рік	АТП № 16363	АТП №16350	АТП № 16327
Рентабельність сукупного капіталу (>0,5)	2014	65%	50%	84%
	2015	37%	105%	23%
	2016	169%	100%	-206%
Рентабельність операційної діяльності (>0, збільшення)	2013	3%	70%	45%
	2014	5%	1%	-4%
	2015	5%	32%	2%
	2016	7%	51%	-37%

Джерело: розроблено автором за даними фінансової звітності підприємств

Рентабельність сукупного капіталу характеризує, наскільки ефективно підприємство використовує свої активи для отримання прибутку [2]. Цей коефіцієнт показує, який прибуток приносить кожна гривня, вкладена в активи [3].

В свою чергу, рентабельність операційної діяльності визначається як відношення прибутку від операційної діяльності до величини операційних витрат і характеризує прибутковість операційної діяльності. Показує, скільки прибутку припадає на 1 гривню понесених операційних витрат, тобто вигідність для підприємства виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, продажу товарів, понесених інших витрат операційної діяльності та являє собою витратний показник рентабельності [4].

Галузеві рівні рентабельності операційної діяльності за роками представлені в табл. 2.

Таблиця 2 – Середньогалузева рентабельність операційної діяльності підприємств транспорту

Рік	2013	2014	2015	2016
Рівень рентабельності	5,4%	3,5%	-1,7%	1,1%

Джерело: [5].

На АТП № 16363 у 2015 р. спостерігається погіршення рентабельності сукупного капіталу, але у 2016 р. він значно збільшився і перевищив своє значення у 2014 р., що є позитивним явищем. Рентабельність операційної діяльності також зростає протягом досліджуваного періоду та є вищою за середньогалузевий рівень у 2014-2016 рр.

На АТП № 16350 рентабельність сукупного капіталу значно зросла у 2015 р., та дещо зменшилась у 2016 р., що не є критичним після великого зростання. Показники рентабельності операційної діяльності у всі роки, окрім 2014 р., значно перевищують загальногалузеву рентабельність.

На АТП № 16327 спостерігається погіршення показників рентабельності, що вказує на погіршення фінансових результатів діяльності, а у 2016 р. підприємство понесло збитки.

Література:

1. Нестеренко В.Ю., Токар І.І. Економіка виробництва. Конспект лекцій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://buklib.net/books/37292>.
2. Тимченко О. І. Особливості аналізу фінансових результатів діяльності малих підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2106>.
3. Фаріон В. Я. Аналітична оцінка ділової активності та рентабельності підприємств / В. Я. Фаріон. // Інноваційна економіка. – 2013. – № 10. – С. 27-33.
4. Поняття, сутність та показники рентабельності [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.uaeconomic.com/ulens-1637-5.html>.
5. Рентабельність операційної діяльності підприємств за видами економічної діяльності [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/fin/rodp/rodp_ed/rodp_ed_u/arh_rodp_ed15_u.htm.

ОСОБЛИВОСТІ СКЛАДАННЯ РЕЙТИНГІВ

Катамадзе Е.З.

*Науковий керівник: Максимюк Г.М., асистент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Рейтинги в різних областях застосування мають загальні принципи побудови, схожі тенденції та вимоги до їх змісту, а також до цільової аудиторії. Як правило, загальний кінцевий рейтинг складається із субрейтингів, кожен з яких враховує декілька показників

Кожний рейтинг є складною системою оцінювання, що зазвичай, складається з декількох підсистем – субрейтингів.

Існують дистанційні методи формування рейтингів, засновані на публічній інформації та бухгалтерській звітності, та інсайдерські (очні), що передбачають доступ до дослідження внутрішньої діяльності суб'єкту.

Формування системи рейтингів передбачає розробку та публікацію методологічних та технологічних особливостей рейтингових підходів. Перш за все мають бути визначені цільова направленість конкретного рейтингу, сукупність його суб'єктів, а також методологічні основи його побудови: процедури дослідження та показники, структуровані за регіональним та предметно-галузевим ознакам, припущення та обмеження, форма надання та правила поширення, комерційні основи [1, с. 18].

В основі методології проведення рейтингового дослідження лежить класифікація існуючих факторів та визначення кількісних оцінок факторів ризику, притаманних суб'єкту оцінювання.