

## Література

1. Берчак Н.О. Лізинговий ринок України: проблеми функціонування та стратегія регулювання // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://libfor.com/index.php?newsid=1063>
2. Онищук Я.В. Розвиток лізингу в Україні / Я.В. Онищук // Фінанси України. – 2012 р. – № 7. – С. 106-113.
3. Штефан Л.Б. Оцінка забезпеченості молокопереробних підприємств фінансовими ресурсами / Л.Б. Штефан, В.Л. Сачок // Сталий розвиток економіки. – Хмельницький. – 2014. – № 1(23). – С. 235-241.
4. Українське об'єднання лізингодавців: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.uul.com.ua/stat/leasing\\_market/](http://www.uul.com.ua/stat/leasing_market/)
5. Кущик А.П. Сучасний стан та проблеми розвитку лізингу в Україні / А.П. Кущик., Гергель Є.І. // Вісник Запорозького національного університету. – 2012. – №1. – С. 153-158.

УДК 658.155

## РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

Потерлевич А. – ст. 3 курсу, гр. Ф<sub>вн</sub>-32

Науковий керівник – к.е.н., ст. викладач Волощук Р.Є.

*Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ*

У сучасних умовах рентабельність являється узагальнюючим показником, який характеризує ефективність функціонування підприємства. Рентабельність характеризує потенціал підприємства у діловому співробітництві, будучи гарантом ефективної реалізації економічних інтересів всіх учасників господарської діяльності як самого підприємства, так і його контрагентів. Аналіз та пошук шляхів підвищення рентабельності дозволяє суб'єкту господарювання виявити тенденції розвитку та резерви розширення діяльності, що дозволяє підприємству ефективно функціонувати.

Рентабельність є відносним показником інтенсивності виробництва, який характеризує зростання обсягів діяльності та ефективність використання наявних ресурсів, а також відображає норму відшкодування на всю сукупність джерел, використовуваних підприємством для ведення своєї діяльності. Даний показник комплексно відображає використання матеріальних, трудових і грошових ресурсів і розраховується як відношення прибутку до активів, ресурсів або грошових потоків [1, с.68].

Підвищення рентабельності – одне з основних завдань діяльності підприємства. Тому на кожному підприємстві зазвичай передбачаються певні заходи щодо її збільшення. Заходи також повинні збільшувати ефективність і покращувати рентабельність підприємства. Зазначені заходи повинні враховувати специфіку виробництва та безліч факторів серед яких [2, с.115].

1) внутрішні фактори:

– матеріально-технічні фактори (розширення, модернізація, технічне переозброєння та реконструкція матеріально-технічної бази підприємства);

– організаційно-управлінські фактори (стратегія і тактика діяльності та розвитку підприємства, інформаційне забезпечення процесу прийняття управлінських рішень);

– фінансові фактори (страхування, оподаткування, інвестування, фінансове планування діяльності підприємства);

– кадрові фактори (кваліфікація працівників, умови праці, організація оздоровлення та відпочинку працівників);

2) зовнішні фактори:

– ринкові фактори (конкурентоспроможність

продукції, організація маркетингу та реклами);

– адміністративні фактори (нормативно-правові акти та методично-інструктивні документи, що регламентують діяльність підприємства, державне регулювання тарифів і цін);

– зовнішньоекономічні фактори (зміна тарифів і цін електроенергії та паливно-мастильні речовини).

У практиці господарювання традиційно до заходів, які підвищують рентабельність підприємства, відносять [3, с.121-122]:

1) збільшення обсягів реалізації продукції – за високої частки постійних витрат у собівартості продукції зростання обсягів реалізації призведе до збільшення рентабельності за рахунок зниження частки постійних витрат, що припадають на одиницю продукції;

2) зростання цін на продукцію – у період високих темпів інфляції підвищення рентабельності продукції можна забезпечити за рахунок цінового фактора;

3) зниження собівартості продукції – скорочення витрат без негативного впливу на якість продукції позитивно відображається на її рентабельності;

4) реновація асортименту та номенклатури продукції, як рушійної сили оновлення засобів виробництва, тягне за собою зростання рентабельності виробництва.

Крім традиційних, уже перерахованих заходів, вважаємо за необхідне звернути увагу також на непрямі заходи із підвищення рентабельності підприємства, кількісний вплив яких неможливо розрахувати безпосередньо. До них належать: [4, с.19]:

1) результативна логістика (оптимізація каналів розподілу та стимулювання збуту);

2) впровадження сучасних ІТ-технологій;

3) ефективна реклама, яка підтримує репутацію продукцію, формує довіру споживачів до неї, допомагає у завоюванні ринків;

4) ефективна організація управління (організаційна структура, система управління, культура, імідж підприємства).

Запропоновані заходи дозволяють збільшити прибуток підприємства, знизити собівартість виробленої продукції, підвищити ефективність використання трудових і матеріальних ресурсів,

поповнити власний капітал і досягти оптимальної фінансової структури балансу, підвищити репутацію та імідж підприємства, залучити нових покупців,

збільшити частку ринку і, в результаті, поліпшити показники рентабельності.

#### Література

1. Блажевич О. Г. Рентабельность предприятия – важнейший показатель эффективности деятельности предприятия / О. Г. Блажевич, А. Л. Сулейманова // *Фінанси, банки, інвестиції*. – 2015. – №4. – С.67-75.
2. Танцюра М. Ю. Стратегия обеспечения рентабельности предприятия / М. Ю. Танцюра, Д. Л. Шихмамбетова // *Економіка Крима*. – 2012. – №2(39). – С.113-116.
3. Перчикова А. А. Исследование факторов, влияющих на рентабельность предприятия, и разработка рекомендаций по ее повышению / А. А. Перчикова // *Економіка и управление: новые вызовы и перспективы*. – 2015. – №8. – С.120-122.
4. Новиков Н. А. Резервы роста рентабельности товаров промышленных предприятий / Н. А. Новиков // *Инновационная экономика*. – 2014. – №4-5. – С.17-19.

УДК 336.711.65

### ВАРІАЦІЯ КІЛЬКОСТІ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ В УКРАЇНІ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА БАНКІВСЬКУ СИСТЕМУ

Проказін Б. – ст. 4 курсу, гр. Ф<sub>вн</sub>-41

Науковий керівник – к.е.н., доцент Штефан Л.Б.

*Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ*

Комерційні банки в банківській системі відіграють вагомий роль, а саме акумулюють грошові кошти населення, виступають основним перерозподільчим фінансовим інститутом в економіці та обслуговують діяльність як фізичних так і юридичних осіб.

За останні роки суттєво скоротилась кількість комерційних банків, причинами чого стали економічна та банківська кризи, державна реформа банківської системи, що направлена на скорочення кількості комерційних банків та інші причини.

Метою даного дослідження є визначення міри впливу варіації кількості комерційних банків на банківську систему в цілому та визначення основних

механізмів впливу.

Дослідженням питань впливу комерційних банків на банківську систему займалися такі вчені: О.І. Барановський, Т.А. Васильєва, З.М. Васильченко, О.Д. Вовчак, О.В. Дзюблюк, І.Б. Івасів, В.М. Кочетков, С.В. Леонов, Б.Л. Луців, А.М. Мороз, Л.Б. Штефан, Л.О. Примостка, І.В. Сало та інші.

Станом на 01.02.2017 р. кількість комерційних банків складала 93 установи, причому станом на 01.01.2009 р. їхня кількість складала 184 установи, що майже у два рази більше. Для детального аналізу впливу зміни кількості комерційних банків на банківську систему розглянемо рис.1.

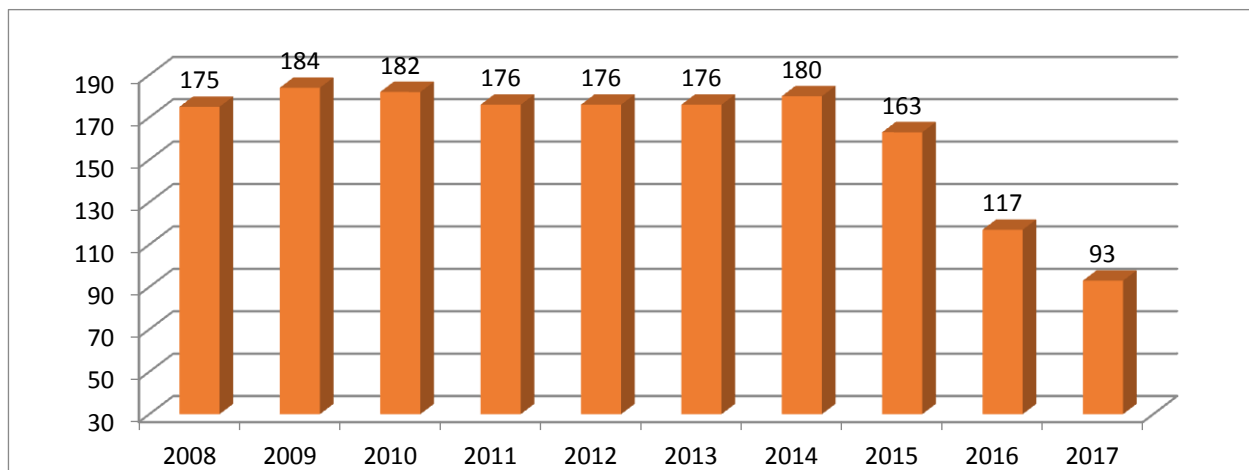


Рис. 1. Кількість комерційних банків в Україні 2008-2017 рр. [1]

За даними рис.1.1 ми можемо зробити такі висновки, що найбільша чисельність комерційних банків була у 2009 р., а саме 184. У період з 2009 р. по 2014 р. кількість комерційних банків залишалась майже незмінною. Чисельність банків почала суттєво скорочуватись у період з 2015 по 2017 рр. У 2015 році кількість банків скоротилась на 17 установ, у 2016 на 46, а у 2017 на 24 установи. Проте нас цікавить питання впливу даних змін на банківську та економічну системи [1].

За рахунок фонду збереження вкладів фізичні особи, майже не відчували негативних змін для себе, проте підприємства, які мали великі кошти на поточних та депозитних рахунках втратили свої ресурси.

Зменшення кількості комерційних банків призвело до того, що в банках, які функціонують на ринку збільшився притік капіталу, у наслідок співпраці та обслуговування нових клієнтів (юридичних та фізичних осіб). За рахунок даних змін деякі банки