

забезпечує максимальний рівень доходності. В разі вирішення такої задачі в процесі фінансового менеджменту має бути сформована така структура активів підприємства, яка забезпечить максимальну величину доходності або віддачі з кожного елементу активу при всіх інших рівних умовах.

**Список використаних джерел:**

1. Бланк І. О. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник / І. О. Бланк. – К.: Эльга-Н. – 2008.— 724 с.
2. Ковальчук Н.О. Узагальнення та систематизація наукових підходів до визначення поняття активи / Н.О. Ковальчук // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuu.gov.ua/portal>.
3. Шинкаренко О. М. Проблемні питання оптимізації структури активів та пасивів / О. М.Шинкаренко // Збірник наукових праць ЧДТУ. – 2011. – № 21. – С.45-49.

**УДК 339.137.2**

**Костюк Аліна, магістр**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  
м. Тернопіль, Україна*

**ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА З  
ВИКОРИСТАННЯМ ДИФЕРЕНЦІАЛЬНОГО МЕТОДУ**

**Kostiuk Alina, Master**

**ASSESSMENT OF ENTERPRISES COMPETITIVENESS WITH USING OF  
DIFFERENTIAL METHOD**

Конкуренція, як прагнення до першості, є однією із рушіїв прогресу, адже завдяки їй розробляють та вдосконалюють нові технології, покращують виробництво, з'являється різноманітна продукція тощо.

Оцінювання конкурентоспроможності продукції ПАТ «ТерА» та його основних конкурентів здійснимо за допомогою диференціального методу за наступними категоріями: ціна, упаковка+смак (5 – відмінно, 1 – незадовільно) та доступність (наявність в торгових точках: 5 – у кожній, 1 – дуже рідко). Основними асортиментними позиціями, за якими буде здійснено оцінювання, є: цукерки «Ромашка», вафлі «Артек», печиво «Вівсяне» та пряник.

Як свідчать дані таблиці, ціна на даний вид продукції є нижчою, порівняно із конкурентами, що дає змогу говорити про конкурентні переваги досліджуваного підприємства.

Таблиця 1.

Порівняльна характеристика продукції ПАТ «ТерА» (цукерки «Ромашка») та його основних конкурентів за показниками «ціна», «упаковка+смак» і «доступність»

Цукерки «Ромашка»			
Виробник	Ціна, грн. за 1 кг	Упаковка+смак	Доступність
«ТерА»	80	4	2
«Рошен»	81	5	5
«Світоч»	86	5	4
«Конті»	88	4	4

Смакові якості також є високими, проте не найкращими серед основних конкурентів. Негативною є ситуація із доступністю даної продукції ПАТ «ТерА» для споживачів, наявність її в торговельних точках є низькою.

Таблиця 2.

Порівняльна характеристика продукції ПАТ «ТерА» (вафлі «Артек») та його основних конкурентів за показниками «ціна», «упаковка+смак» і «доступність»

Вафлі «Артек»			
Виробник	Ціна, грн. за 1 кг	Упаковка+смак	Доступність
«ТерА»	56	4	3
«Рошен»	58	5	5
«АВК»	56	5	4
«ХБФ»	60	4	4

Що стосується цієї категорії продукції ПАТ «ТерА», то доступність аналізованого товару є найнижчою серед конкурентів, смакові якості хороші, проте не найкращі, за показником «ціна» продукція досліджуваного підприємства є конкурентоспроможною.

Таблиця 3.

Порівняльна характеристика продукції ПАТ «ТерА» (печиво «Вівсяне») та його основних конкурентів за показниками «ціна», «упаковка+смак» і «доступність»

Печиво «Вівсяне»			
Виробник	Ціна, грн. за 1 кг	Упаковка+смак	Доступність
«ТерА»	32	5	3
«Союз-Кондитер»	34	5	4
«ХЗПТ»	44	4	3
«НХЗ»	30	5	3

За даною позицією знову спостерігаємо низьку доступність продукції для споживача. Щодо таких показників, як «ціна» й «упаковка+смак», то можемо стверджувати про те, що досліджувана продукція ПАТ «ТерА» не поступається конкурентним товарам і має досить високі показники.

Порівняльна характеристика продукції ПАТ «ТерА» (пряник) та його основних конкурентів за показниками «ціна», «упаковка+смак» і «доступність»

Пряник			
Виробник	Ціна, грн. за 1 кг	Упаковка+смак	Доступність
«ТерА»	30	4	3
«Союз-Кондитер»	29	5	4
«НХЗ»	28	4	3
«Оржицький оксамит»	33	4	2

Аналізуючи результати, представлені у таблиці, можемо зробити висновок про те, що пряник від ПАТ «ТерА» характеризується достатнім рівнем конкурентоспроможності.

Здійснений аналіз дає змогу стверджувати, що основним слабким місцем для усіх досліджуваних асортиментних позицій ПАТ «ТерА» є критерій «доступність», тобто наявність продукції досліджуваного підприємства у достатній кількості торговельних точок, адже цей показник є найнижчим серед конкурентів. Що стосується смакових якостей, то вони на достатньо високому рівні, ціна за деякими позиціями є нижчою, ніж у конкурентів.

Порівняємо категорії «Упаковка+смак» та «Доступність» (визначимо середнє арифметичне по продукції ПАТ «ТерА»):

$$\text{«Упаковка+смак»} = (4+4+5+4)/4 = 4,25; \text{«Доступність»} = (2+3+3+3)/4 = 2,75.$$

Здійснивши оцінювання за шкалою від 1 до 5, можемо зробити висновок про те, що конкурентоспроможність досліджуваного підприємства дорівнює 3. Прибутковість також є низькою, оскільки, як було відзначено вище, доступність продукції у середньому дорівнює 2,75 із 5, що свідчить про низький рівень продаж.

У ПАТ «ТерА» є перспективи підвищення своєї конкурентоспроможності, зокрема, за допомогою покращення політики розподілу продукції, зробивши її більш доступною для споживачів.