

3. Вибір і використання диференційованих методів інвестування заощаджень, водночас критично оцінюючи очікувані результати та можливі ризики.

Вважаємо, для забезпечення домогосподарствами ефективного управління власними фінансовими ресурсами, прийняття ними обґрунтованих фінансових рішень, адаптації до економічних змін в державі, до умов конкурентного середовища та досягнення фінансової впевненості й стійкості в майбутньому важливим є підвищення рівня фінансової культури та грамотності населення.

Список використаних джерел:

1. Klochko A.M., Politova A.S., Khankevych A.M., Havrik R.O. Financial literacy as the basis of the culture of Ukraine's population. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2021. № 1 (32). P. 463-469.
2. Фінансова грамотність, фінансова інклюзія та фінансовий добробут в Україні у 2021. Звіт за результатами дослідження. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Research_Financial_Literacy_Inclusion_Welfare_2021.pdf?v=4.
3. Вплив війни на фінанси українців: результати нової хвилі опитування URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/09/27/704816/> (дата звернення 15.02.2024).

Д-р екон. наук Семенча І. Є., Гутирчик І. Ю.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СИСТЕМА МЕТОДІВ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Тема оцінювання конкурентної позиції підприємства надзвичайно важлива в сучасних умовах глобалізації та посилення конкуренції на ринках. Підприємства, незалежно від галузі, повинні постійно вдосконалювати свої стратегії, адаптуватися до змін в економічному середовищі та ефективно конкурувати з іншими гравцями. Система методів оцінювання конкурентної позиції дозволяє об'єктивно визначити сильні та слабкі сторони підприємства порівняно з конкурентами, аналізувати ринкові тенденції, виявляти можливості для підвищення конкурентоспроможності та розробляти ефективні стратегії розвитку. Це допомагає підприємствам зберігати та зміцнювати свої позиції на ринку, забезпечуючи стабільність та успішну конкуренцію в умовах постійних змін. Отже, узагальнення відомостей про методи оцінювання конкурентної позиції є важливим завданням для дослідження.

На сьогодні розроблені різні методики для оцінки конкурентоспроможності продукції, що вже успішно використовуються підприємствами багато десятиліть, починаючи з 1980-х рр. З оцінкою конкурентної позиції підприємства справи складніші. Незважаючи на те, що цей напрямок постійно досліджується, універсальної та загальноприйнятої методики комплексної оцінки конкурентних переваг підприємства економістами нині не вироблено.

У роботі [1] автори досліджують стратегічне управління та конкурентоспроможність підприємств. «Організація економічного співробітництва і розвитку» (OECD) [2] в дослідженнях та звітах розміщують аналіз конкурентоспроможності різних країн та рекомендації щодо поліпшення конкурентоспроможності. У журналах «Strategic Management Journal» [3], «Journal of International Business Studies» [4], «Journal of Competitiveness» [5], інших публікуються нові дослідження та методики оцінки конкурентоспроможності. Інститути та центри досліджень, такі як Competitiveness Institute, Institute for Strategic Management, займаються дослідженням та розробкою нових методів оцінки конкурентоспроможності. Ці джерела надають різнобічний погляд на проблематику оцінювання конкурентної позиції підприємства з різних наукових та практичних підходів.

Відомо, що конкурентні переваги – це результат системної діяльності підприємств щодо формування своєї здатності не просто зайняти певну позицію на ринку, а й здобути її за допомогою унікальних, створених з врахуванням власних особливостей, стратегій, що дозволяють бути лідером в одному чи у багатьох аспектах економічної діяльності по відношенню до конкурентів. Для отримання такого результату підприємство повинно набути забезпечуючу конкурентоспроможність у всіх напрямках та видах діяльності – достатність запасів та грошових ресурсів, компетентність персоналу, готовність керівного складу компанії до змін та ефективного просування, забезпечення просування та ефективних продажів готової продукції чи товарів. Крім того, потребує постійного аналізу стану конкурентів, виявлення їх сильних та слабких сторін, співставлення з поточним станом підприємства, розробку заходів щодо стратегії випередження. Все це потребує коректного підбору методів оцінювання.

Але система методів оцінювання конкурентної позиції підприємства є складною і детальною структурою, яка включає в себе різноманітні інструменти та

підходи для аналізу рівня конкурентоспроможності. Вона повинна охоплювати різноманітні кількісні та якісні за змістом оцінювання методи: якісні, матричні, графічні, індексні, інтегральні, багатокomпонентні, стратегічні, поточні, методи порівняння. І є вже багато альтернативних методів, наприклад, серед матричних методів є SWOT-аналіз, матриця Boston Consulting Group, Матриця GE McKinsey, матриця Competitive Position Matrix та низка інших.

Можна зробити висновки, що на зараз не існує єдиного стандарту або універсального методу оцінки конкурентних переваг підприємств, оскільки кожне підприємство має свої особливості, цілі і фактори впливу, а ринок є багатозоровою складною системою.

Таким чином, проведений аналіз показав, що різноманітність методів оцінки конкурентних переваг підприємства надає їм багатий вибір і можливість виділити для себе той метод, який найкраще відповідає їхнім потребам і умовам. Важливо також підкреслити, що оцінка конкурентних переваг повинна бути системною та систематичною, враховувати не лише внутрішні аспекти підприємства, але і зовнішні фактори, такі як економічне середовище, ринкова конкуренція, а також технологічні тенденції, для розробки ефективних стратегій розвитку та забезпечення стійкої конкурентоспроможності на цільовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Porter, Michael E., Jan Rivkin, Mihir Desai, Katherine M. Gehl, William R. Kerr, and Manjari Raman. Report, U.S. Competitiveness Project, Harvard Business School, December 2019. URL: <https://www.hbs.edu/competitiveness/Documents/a-recovery-squandered.pdf> (дата звернення 19.03.2024).
2. Організація економічного співробітництва і розвитку: офіційний веб-сайт. URL: <https://www.oecd.org/> (дата звернення 19.03.2024).
3. Strategic Management Journal: офіційний веб-сайт. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/journal/10970266> (дата звернення 19.03.2024).
4. Journal of International Business Studies: офіційний веб-сайт. URL: <https://www.palgrave.com/gp/journal/41267> (дата звернення 19.03.2024).
5. Journal of Competitiveness: офіційний веб-сайт. URL: <https://www.cjournal.cz/> (дата звернення 19.03.2024).