

DOI: 10.55643/fcaptr.5.64.2025.4841

Сергій Мельник

к.е.н., фізична особа-підприємець,
Київ, Україна;

e-mail: smelnuk@gmail.com

ORCID: [0009-0004-5812-0758](https://orcid.org/0009-0004-5812-0758)

КОМПЛЕКС КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ: БАЗОВІ ПОНЯТТЯ, СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ, АНАЛІТИЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ

АНОТАЦІЯ

Метою дослідження є розроблення теоретико-методичних основ аналітичного оцінювання комплексної конкурентоспроможності підприємств, що має сприяти узгодженню їхніх управлінських дій на базових конкурентних ринках, де вони відчують активний вплив суперників. Задля цього запропоновано визначення поняття предмета конкуренції як базової ознаки змісту конкурентоспроможності, що слугує мірилом її рівня. Доведено, що носієм конкурентоспроможності є суб'єкти ринку, а реалізується вона не лише на товарному, а на й кадровому та інвестиційних ринках, де підприємства виступають покупцями ресурсів в умовах реальної конкуренції. Конкурентоспроможність підприємств досліджено з позицій секторального й циклічно-статусного компонентів комплексу конкурентоспроможності, який має продуктово-ресурсну структуру й відповідає числу видів конкурентних ринків, де представлена діяльність цих суб'єктів. До циклічно-статусного компонента віднесено реалізовану, потенційну та функціональну конкурентоспроможність. Складовими секторального компонента є товарна, кадрова та інвестиційна конкурентоспроможність, які в поєднанні з елементами циклічно-статусного компонента формують комплекс конкурентоспроможності підприємств.

Доведено, що елементи циклічно-статусного компонента перебувають у постійній взаємодії, а саме: результат конкурентоспроможності досягається завдяки засобам визначеного функціоналу з тим чи тим рівнем залучення наявного потенціалу. У свою чергу потенціал конкурентоспроможності наступного циклу залежить від попередньо отриманого результату. Зазначене дає підстави вважати їх об'єктами аналітичного дослідження й управлінського впливу.

На основі визначених предметів конкуренції на відповідних ринках обрано базові оціночні показники, які слугують основою розрахунку рівня реалізованої, функціональної й потенційної конкурентоспроможності на товарному, кадровому та інвестиційному конкурентних ринках.

Здійснені апробаційні розрахунки та аналітичне оцінювання складових комплексу конкурентоспроможності підприємств-виробників сухих будівельних сумішей, дозволили дійти висновку, що збалансованість показників конкурентоспроможності, за певних їх конфігурацій, сприяє позитивній динаміці обсягу чистого прибутку. Тому запропонований інструментарій аналітичного оцінювання комплексу конкурентоспроможності підприємств має прикладне значення, слугуючи інформаційною базою для ухвалення управлінських рішень, які мають вплив на зростання фінансових результатів діяльності досліджуваних підприємств.

Ключові слова: конкуренція, ринок, предмет конкуренції, конкурентоспроможність, види конкурентоспроможності, показники конкурентоспроможності, збалансованість показників

JEL Класифікація: L1, M21, D22, C44, O31

ВСТУП

Конкурентоспроможність є ключовою наслідковою ознакою конкурентних дій суб'єктів ринку, що працюють в умовах конкурентної боротьби в регіонально ви-

Received: 20/05/2025

Accepted: 30/09/2025

Published: 31/10/2025

© Copyright
2025 by the author(s)



This is an Open Access article
distributed under the terms of the
[Creative Commons CC-BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

значених товарних сегментах. Утрата конкурентної здатності призводить до неможливості продовження виробничого процесу внаслідок неповернення коштів, укладених у виробництво товарів, які не були реалізовані споживачам. Тому оцінювання та постійний аналіз стану й динаміки рівня конкурентоспроможності підприємств і їхніх конкурентів повинні бути предметом аналітичної уваги з боку управлінських підрозділів, що визначають напрям і зміст конкурентних дій.

Особливої актуальності набуває проблема аналітичного оцінювання конкурентоспроможності підприємств в умовах невизначеності змін зовнішнього середовища й неможливості їх прогнозування. Війна в Україні, що триває більше трьох років, фактично перекроїла ринки й склад їх учасників. Водночас конкурентні відносини між підприємствами не зникли, проте набули ознак непередбачуваного динамізму. Це обумовлено нестабільністю складу безпосередніх конкурентів, що ускладнює реалізацію незаперечного порівняльного характеру рівня конкурентоспроможності як визначальної оціночної ознаки.

Крім того, конкурентні відносини між однопрофільними підприємствами вийшли за межі ринків реалізації готової продукції. В умовах активної мобілізації військовозобов'язаних підприємства почали відчувати нестачу робочої сили, перемістивши рекрутинг працівників у конкурентну царину діяльності. Те саме стосується й ринку інвестицій. Нестача фінансових ресурсів для розвитку бізнесу в умовах воєнних дій породжує суперництво підприємств за доступ до відповідних джерел фінансування.

Зазначене суттєво змінює традиційне уявлення про конкуренцію підприємств як економічне суперництво суб'єктів на товарних ринках. Їхня конкурентоспроможність набуває комплексного характеру, що потребує дослідження конкурентних спроможностей підприємств на інших конкурентних ринках.

У науковій і прикладній літературі представлено багато варіантів оцінювання рівня конкурентоспроможності суб'єктів ринку, що ґрунтуються на суперечливому виборі показників і методів їх комплексного застосування. Причиною цього є відсутність концептуального бачення змісту конкурентоспроможності й ознак її прояву, які можуть мати кількісний вимір.

Прикладна царина формування аналітичної інформації про конкурентоспроможність має ускладнений характер і з причини термінологічної варіабельності трактування конкурентних спроможностей досліджуваних об'єктів і спірності визначення носіїв конкурентоспроможності. Такі поняття як конкурентоспроможність продукції чи економіки регіону мають умовний характер з огляду на проблематичність їхніх конкурентних спроможностей.

Зазначене свідчить про теоретичну й прикладну актуальність дослідження змісту конкурентоспроможності підприємств, ознак її прояву та формування методів аналітичного оцінювання з огляду на комплексний характер її реалізації.

ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ

У наукових і прикладних виданнях, особливо американських і європейських, широкого вжитку набули терміни «конкурентна позиція» (Ансофф, 2008, 1979), (Аакер, 2014), «конкурентна життєздатність» (Томпсон & Стрікленд, 2011), «конкурентний статус» (Портер, 1997), «ключові (стійкі) конкурентні переваги» (Портер, 1997, 2008, 2011), «конкурентна сила» (Портер, 2011), «конкурентний успіх» (Портер, 2008), «конкурентний профіль об'єкта» (Ансофф, 2008). Їхнє змістове наповнення не відзначається конкретикою формулювань і часто використовується без належного методологічного супроводу, особливо з огляду на те, що їх застосовували в поєднанні зі словами: країна, економіка, галузь, підприємство (фірма, компанія), товар, бізнес.

У сучасній науковій літературі термінологічне різноманіття в проблематиці конкурентоспроможності поступово набуває ознак системності на основі ідентифікації носія цієї ознаки. Модальними термінами стали «конкурентоспроможність підприємства, товару, економіки країни». Проте, по-перше, їхній зміст здебільшого має суперечливий характер з огляду на відсутність концептуального бачення конкурентоспроможності, по-друге – проблематичним є саме застосування терміна конкурентоспроможності по відношенню до товару та країни, які не мають ознак суб'єкта ринкових відносин, притаманних безпосереднім учасникам ринку.

Крім того, конкурентоспроможність підприємств часто ототожнюють із їхньою ефективністю, що суперечить доцільності існування двох споріднених термінів, а в прикладній царині – породжує зайву неоднозначність у визначенні оціночних показників діяльності підприємств.

Одним із перших, хто використав термін «конкурентоспроможність», щоправда, по відношенню до характеристики успішності нації, був М. Портер. У роботі «Конкуренція» вчений писав, що конкурентоспроможність конкретної нації

залежить від здатності її промисловості вводити новачії та модернізуватись (2008). Із суто наукових позицій навряд чи можна вважати націю суб'єктом економічної конкуренції, а її «конкурентоспроможність» – результатом конкурентних дій.

Далі термін «конкурентоспроможність» М. Портер поєднав зі словами «держава» й «територія», зазначивши, що вивчення конкурентоспроможності націй і держав фокусувалось на економіці в цілому під тим кутом зору, що національна економічна політика здійснює основний вплив на процеси, що відбуваються. Зазначене стало основою його теорії національної, державної та місцевої конкурентоспроможності в контексті світової економіки (2008).

Пізніше цю позицію М. Портер уточнив, зазначивши, що єдиними носіями конкурентоспроможності є саме підприємства, оскільки на міжнародному ринку конкурують фірми, а не країни (2011). Це дуже важливий висновок, який дозволяє окреслити царину коректного застосування терміна «конкурентоспроможність». Тільки суб'єкт ринку має можливість ухвалювати управлінські рішення, а, отже, і демонструвати певні спроможності в досягненні визначених цілей, у тому числі й спроможності у веденні конкуренції й отриманні відповідного результату.

Те саме стосується й коректності терміна «конкурентоспроможність продукції». Продукція є одним із головних чинників конкурентоспроможності підприємства, яка має той чи той рівень придатності до конкуренції, але не є носієм спроможності до конкуренції. Тому правильним буде використання терміна «конкурентопридатність продукції», що визначається собівартістю й рівнем якості. Ціна, яка часто фігурує у визначенні конкурентоспроможності продукції, не є перманентною її ознакою, оскільки може змінюватись у результаті поточних маркетингових рішень. Зазначимо, що поширене поняття співвідношення ціни та якості визначає не конкурентний рівень продукції, а слугує показником попиту на неї.

Наведена термінологічна варіативність пов'язана з невизначеністю змісту конкурентоспроможності та її складових, які дозволяють конкретизувати форми прояву конкурентних характеристик суб'єктів ринку. Ця проблема стала предметом уваги багатьох учених, зокрема В. Герасимова і Е. Резанов (2020) вважають конкурентоспроможність результатом слідування певними управлінським рішенням, спрямованим на забезпечення спроможності підприємств розвиватися, конкуруючи своєю продукцією з іншими учасниками ринку. Таке визначення конкурентоспроможності далеке від царини реалізації конкурентних відносин суб'єктів ринку й не дозволяє навіть окреслити можливий перелік відповідних оціночних показників. Близької позиції дотримуються О. Виноградова та ін. (2021), ототожнюючи конкурентоспроможність зі спроможністю підприємств здійснювати виробництво конкурентоспроможної продукції, використовуючи свій потенціал краще, ніж конкуренти. Зазначимо, що виробництво «конкурентоспроможної» продукції не гарантує конкурентного успіху підприємств у разі логістичних, цінових, територіальних прорахунків. Загалом, тезу про потенційний характер конкурентоспроможності підтримує багато дослідників, що дозволяє пропонувати замінити широке поняття конкурентоспроможності частковим аналогом – потенціал конкурентоспроможності підприємств.

У науковому середовищі модальним є розуміння конкурентоспроможності як комплексного системного поняття, складної багатоаспектної економічної категорії, багатогранної комплексної порівняльної характеристики (Кузьмін, 2011). При цьому багатогранність і комплексність конкурентоспроможності не знаходять конкретизованих форм прояву. Певна частина авторів усупереч цьому демонструє невиправдано спрощене трактування конкурентоспроможності, вказуючи на спроможність підприємств протистояти дестабілізуючому впливу факторів зовнішнього середовища порівняно з конкурентами (Тищенко та ін., 2007), досягати бажаного рівня безпеки (Жалдак & Мамаджанов, 2022).

Існуючі підходи до з'ясування змісту конкурентоспроможності підприємств тісно пов'язані з визначенням основних її ознак, до яких відносять: ефективність використання ресурсів (Бутко, 2021), ресурсного потенціалу (Євтушенко & Варницький, 2021); ефективну господарську діяльність (Балабанова, 2021), (Шуміло та ін., 2020), задоволення потреб споживачів продукції (Шульга, 2020). І. Смолін і Ю. Опанасюк (2013) поширили дію цього твердження й на інші ринки, де представлені виробники продукції. Це значно розширило царину формування й реалізації конкурентоспроможності суб'єктів ринку. Кожна з цих ознак має відношення до конкурентоспроможності, але деякі з них суперечать одна одній. Так, задоволення потреб споживачів зростатиме при зниженні ціни реалізації продукції й зниженні ефективності діяльності підприємств.

Визначення ознак конкурентоспроможності безпосередньо впливає на вибір оціночних показників і порядку їх використання. Від об'єктивного вибору показників залежить об'єктивність оцінювання рівня конкурентоспроможності, що є вирішальним фактором виживання підприємств (Діас та ін., 2020) у складних умовах середовища.

У науковому середовищі не так багато прибічників оцінювання конкурентоспроможності за обмеженим числом показників. Зокрема, О. Шуміло та ін. (2020) пропонують здійснювати це за значенням частки ринку, Т. Бондарєва й

А. Сариева (2016) – на основі конкурентоспроможності товарів і частки цих товарів у загальному обсязі виробництва підприємств. За такої позиції обґрунтоване розуміння конкурентоспроможності як комплексної характеристики конкурентного положення підприємств буде не реалізованим.

Деякі вчені вважають за доцільне враховувати, хто й з якою метою здійснює відповідні розрахунки. Так, С. Савченко (2019) вважає доцільним вибір показників із позицій зацікавлених суб'єктів: власників підприємств, його керівників, окремих підрозділів підприємств, державних органів, органів місцевого самоврядування, конкурентів, контрагентів, інвесторів, інформаційно-консалтингових підприємств, ЗМІ, наукової спільноти. Такий підхід суперечить розумінню конкурентоспроможності як об'єктивної оціночної категорії та породжує суперечності її аналітичного оцінювання. Інші пропонують алгоритми на базі врахування напрямів діяльності підприємств (Богацька, 2020), (Архієреєв & Мешкова, 2019), або за агрегованого підходу – підсистемами фінансової, організаційно-економічної та соціально-економічної стійкості підприємств (Котеловець, 2017). А. Суханова (2021) вважає, що необхідна комплексність оцінювання конкурентоспроможності досягається використанням різних методичних підходів, які засновані на життєвому циклі товару, частці ринку, ефективній теорії конкуренції, конкурентній перевазі, оцінці конкурентоспроможності товару тощо. При цьому способи й методи реалізації проголошеного залишаються поза увагою автора.

Частина вчених небезпідставно бачать пріоритетність оцінювання конкурентоспроможності підприємств за показниками маркетингової діяльності, які акумулюють результативність інших галузей діяльності підприємств. З цього приводу Чікан (2022) відзначає, що конкурентоспроможність фірми – це спроможність фірми стабільно виконувати свою подвійну мету: задоволення попиту клієнтів з отриманням прибутку. Це відповідає змістові концепції маркетингу в прикладному форматі її реалізації.

Комплексне бачення змісту конкурентоспроможності й пов'язаного з ним варіативного вибору оціночних показників обумовлюють різні підходи до отримання розрахункових рівнів конкурентоспроможності. Алгоритми комплексного оцінювання конкурентоспроможності розрізняються за складністю використаних розрахунків: від спрощеного ранжування з елементами балової оцінки й графічного представлення результатів за методом бенчмаркінгу (Шапурова, 2018), об'єднаних у групи за принципом розподілу функціональних царин діяльності підприємств та використання апарата нечіткої логіки методом аналізу ієрархій, який дозволяє побудувати багатопараметричну модель, що відображає інтегральний рівень конкурентоспроможності суб'єктів ринку (Котенко & Швіндіна, 2018). При цьому вказують, що в сучасних умовах дослідження конкурентоспроможності підприємств неможливе без сучасних ІТ-технологій. Слід підкреслити, що інтегральне оцінювання конкурентоспроможності має обмежену царину прикладного використання, оскільки висока агрегація отриманих результатів не дозволяє розглядати їх як об'єкт управління.

Багатоваріантність тлумачення змісту, вибору показників і методів оцінювання конкурентоспроможності залежить від інтерпретації різних економічних теорій, покладених в основу розуміння змісту конкурентоспроможності.

Авторське бачення змісту конкурентоспроможності ґрунтується на визначенні предмета конкуренції, заволодіння яким є свідченням результативності конкуренції із суперниками на відповідному ринку. Відсутність цього поняття в наукових розробках обумовлює концептуальну невизначеність змісту конкурентоспроможності, придатного для обґрунтованого вибору відповідних оціночних показників.

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ

Метою дослідження є розроблення теоретико-методичних основ аналітичного оцінювання комплексної конкурентоспроможності підприємств, що має сприяти узгодженню їхніх управлінських дій на базових конкурентних ринках, де вони відчують активний вплив суперників.

Досягнення визначеної мети передбачає виконання перелічених нижче дослідницьких завдань.

1. Визначити зміст поняття конкурентоспроможності, що дозволить ідентифікувати основні передумови й ознаки конкурентних можливостей суб'єктів ринку, придатні для прикладного оцінювання та аналізу.
2. Реалізувати аналітичний підхід щодо виявлення складових елементів конкурентоспроможності як комплексного об'єкта дослідження, що визначається системою оціночних показників, придатних для відображення видових характеристик прояву конкурентних результатів діяльності підприємств.
3. Здійснити прикладну апробацію розробленого методичного підходу до оцінювання комплексної конкурентоспроможності підприємств, який дозволяє отримати аналітичні результати, що слугуватимуть інформаційною базою для ухвалення відповідних управлінських рішень.

МЕТОДИ

Теоретичною та науково-методичною основою дослідження стали методи наукового пізнання, загальнонаукові принципи та досягнення в царині конкурентного аналізу. Для реалізації визначеної мети й виконання сформульованих завдань використано сукупність загальнонаукових і спеціальних методів дослідження, зокрема: методи наукової абстракції та логічного узагальнення – для з'ясування змісту поняття конкурентоспроможності; методи аналізу та синтезу – для обґрунтування визначення складових комплексної конкурентоспроможності підприємств; причинно-наслідкового, структурно-функціонального та структурно-логічного аналізу – при виокремленні статусних компонентів конкурентоспроможності (реалізованого, потенційного й функціонального). При визначенні рівнів конкурентоспроможності досліджуваних підприємств використано метод коефіцієнтів із відповідним арифметичним усередненням показників по конкурентному ринку.

Інформаційну базу дослідження становлять праці вітчизняних і закордонних науковців, у т. ч. з інтернет-ресурсів, результати власних досліджень, а також інформаційна технологія Excel for Windows.

Порівняльний характер оцінювання конкурентоспроможності підприємств передбачав обґрунтований вибір об'єктів аналізу, які перебувають в активних конкурентних відносинах, з огляду на їхню продуктну спрямованість і територіальну зосередженість на споживачах продукції. Для апробації розробленого методичного підходу до оцінювання комплексної конкурентоспроможності було обрано найбільші підприємства-виробники сухих будматеріалів-сумішей: ТОВ «Хенкель Баутехнік (Україна)», ТОВ «Крайзел-Будматеріали», ПРАТ «Термінал-М», ТОВ «Бауміт Україна», ТОВ «Аскон-південь», ТОВ «Фомальгаут-Галичина», ТОВ «Фомальгаут-Полімін». Сумарний обсяг їхнього річного виробництва за 2024 рік склав 5795,1 млн грн, що становило 87,8% від загального обсягу ринку сухих будівельних сумішей України. Асортиментна різноманітність досліджуваних підприємств на перевищувала 25%, що свідчить про конкурентну порівняльність умов і результатів їхньої діяльності. Тому репрезентативність отриманих результатів розрахунків конкурентоспроможності є незаперечною. Первинну інформацію про господарчу діяльність зазначених підприємств отримано з їхніх вебсайтів.

РЕЗУЛЬТАТИ

Серед сучасних дослідників і практикуючих менеджерів небезпідставно панує думка, що «... коли системи ШІ стануть новим операційним стандартом, їх вміння оцінювати ситуації та приймати рішення будуть справжньою конкурентною перевагою для організацій» (Балабанова, 2021). Справді, технологія штучного інтелекту суттєво покращує якість управлінських рішень, але за умови, коли закладені в неї концептуальні узагальнення й методологічна варіативність є науково обґрунтованими й об'єктивно правильними.

Проблема ідентифікації предмета конкуренції є вирішальною не лише з теоретичних позицій усвідомлення суті конкурентоспроможності, аналітичних – задля кількісного оцінювання рівня конкурентних спроможностей окремих підприємств, але й структурних, що дозволить диференціювати види конкурентоспроможності й форми її прояву.

Конкурентоспроможність як прикладна оціночна характеристика суб'єктів товарного ринку відображає рівень їхньої спроможності заволодівати грошовими ресурсами – купівельними коштами споживачів, необхідними для фінансування відтворювального процесу в підприємствах. Заволодіння купівельними коштами споживачів має циклічний характер і відображається в показниках конкурентного результату, потенціалу й функціоналу:

- конкурентний результат підприємств на товарному ринку характеризується обсягом реалізованої продукції, який сумарно відповідає величині коштів, сплачених споживачами за задоволення їхніх товарних потреб;
- конкурентний потенціал являє собою резерв можливого зростання обсягу реалізації продукції за умови зниження ціни до рівня собівартості. Величину цього потенціалу вимірюють показником чистого прибутку за відповідний період діяльності;
- конкурентний функціонал поєднує маркетингові засоби впливу на процес заволодіння предметом конкуренції на товарному ринку – купівельними коштами споживачів. Основними з них є ціна товару, яка безпосередньо впливає на обсяг реалізації продукції, а також інші засоби стимулювання реалізацій: реклама, позиціонування підприємств, цільове сегментування споживачів тощо.

Зазначені показники перебувають у постійній взаємодії, а саме: конкурентний результат формується завдяки засобам визначеного функціоналу з тим чи тим рівнем залучення наявного потенціалу. У свою чергу конкурентний потенціал наступного виробничого циклу залежить від попередньо отриманого результату. Зміни значень будь-якого показника викликають структурну трансформацію з детермінованою послідовністю дій (Рис. 1).

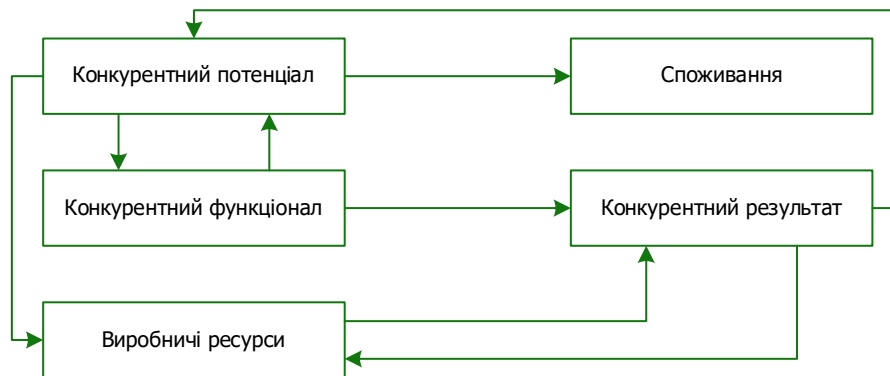


Рис. 1. Циклічність зміни конкурентного результату, потенціалу й функціоналу підприємств.

Основним джерелом поточного фінансування початкового етапу відтворювального процесу в підприємстві – закупівлі ресурсів є виручка від реалізації продукції. У контексті визначених показників, вона являє собою конкурентний результат діяльності підприємств. За умов розширеного виробництва збільшення закупівлі ресурсів може відбуватися за рахунок частини конкурентного потенціалу, сформованого за попередній період. У поточному режимі взаємодії конкурентного потенціалу й функціоналу підприємства отримують відповідний конкурентний результат, який передує початкові нового виробничого циклу.

Показники конкурентного результату, потенціалу й функціоналу є базовими для розрахунку рівня реалізованої, потенційної та функціональної конкурентоспроможності, що дає підставу стверджувати про комплексний характер конкурентоспроможності підприємств.

Комплексність конкурентоспроможності підприємств має й інший вимір. Їхня конкурентна діяльність відбувається на всіх ринках, де вони вступають в обмінні відносини (товар – гроші; гроші – товар / ресурс) як продавці своєї продукції й покупці необхідних ресурсів:

- на товарному ринку підприємства вони є продавцями своєї продукції, де предметом конкуренції є грошові кошти споживачів;
- на ринках матеріальних, трудових і фінансових ресурсів підприємства вони є покупцями економічних ресурсів, конкуренція відбувається не тільки між виробниками подібної товарної номенклатури, а й з представниками інших галузей, які споживають однотипні ресурси;
- прояв конкурентоспроможності підприємств як продавців і покупців має різний характер і виявляється в спроможності обміняти: товар на грошові кошти (продавець продукції); грошові кошти на ресурси в необхідному обсязі та бажаної якості (покупець ресурсів). В обох випадках цільовою функцією є отримання необхідного (за обсягом і якістю) предмета конкуренції при мінімізації обсягів обмінюваного еквівалента (товарів чи грошових коштів).

Конкурентоспроможність підприємств як продавців продукції й покупців ресурсів на різних ринках формує секторальний компонент комплексу конкурентоспроможності, який має продуктно-ресурсну структуру й відповідає числу видів конкурентних ринків, де представлена діяльність цих суб'єктів. Значимість конкурентоспроможності підприємств на товарному ринку є визначальною цариною конкуренції виробників, а результат конкуренції за окремі види ресурсів не має диференційованої значимості. Нестача будь-якого ресурсу повністю зупиняє господарську діяльність.

Отже, комплекс конкурентоспроможності підприємств – це сукупність інтегрованих конкурентних спроможностей, що виявляють свою дію на цільових конкурентних ринках і спрямовані на реалізацію наявних можливостей заволодіння відповідними предметами конкуренції, які формують ресурсне забезпечення відтворювального процесу в підприємствах. Основними його складовими є товарна, кадрова та інвестиційна конкурентоспроможність підприємств, диференційовані за ознакою циклічної статусності. Конкурентна здатність підприємств на ринках матеріальних і кредитних ресурсів не потребує систематичного аналітичного супроводу з причини їхньої обмеженої конкурентності й недетермінованості складу учасників, необхідного для коректного розрахунку рівня конкурентоспроможності.

Складові комплексу конкурентоспроможності підприємств представлені на Рис. 2.

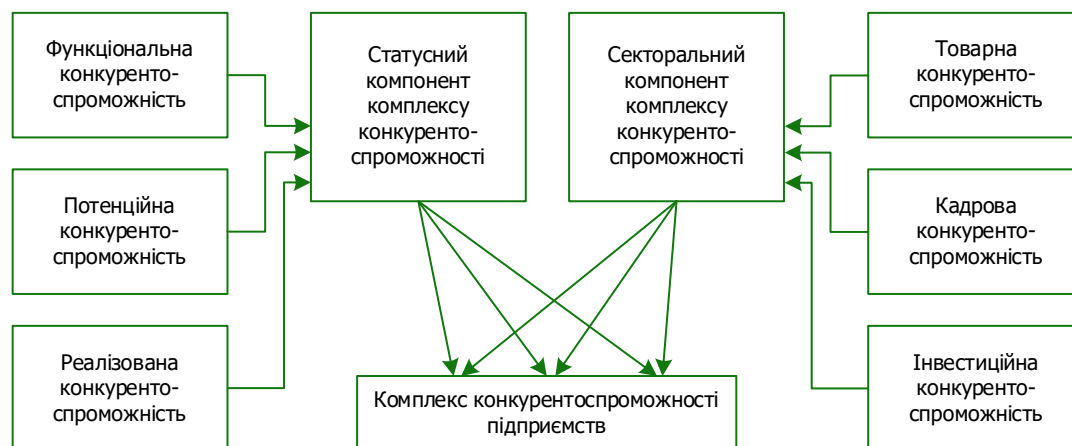


Рис. 2. Склад комплексу конкурентоспроможності підприємств.

Визнання предмета конкуренції змістовою основою конкурентоспроможності підприємств дозволяє уніфікувати алгоритм розрахунку рівня будь-якого з її видів. Відносний характер рівня конкурентоспроможності ґрунтується на зіставленні базового оціночного показника з його середнім значенням за досліджуваною сукупністю прямих конкурентів:

$$K_{pi} = B_{pi} : B_{pс}$$

де: K_{pi} – конкурентоспроможність i -го підприємства (реалізована, функціональна, потенційна на товарному, кадровому, інвестиційному ринках); B_{pi} – базовий оціночний показник i -го підприємства за відповідним видом конкурентоспроможності й ринку діяльності; $B_{pс}$ – середнє значення базового оціночного показника за досліджуваною сукупністю підприємств.

Базові оціночні показники за видами конкурентоспроможності підприємств на товарному, кадровому та інвестиційному ринках представлені в Табл. 1.

Таблиця 1. Базові оціночні показники за видами конкурентоспроможності підприємств на основних ринках діяльності.

Конкурентоспроможність секторальна	Конкурентоспроможність статусна		
	Реалізована	Функціональна	Потенційна
Товарна	Обсяг реалізованої продукції, (Pп)	Ціна продукції, (Ц)	$\Delta Pп(P=0)$
Кадрова	Розрахунково-продуктивна кількість персоналу, (Чр)	Середня заробітна плата, (Зп)	$\Delta Чр (P=0)$
Інвестиційна	Обсяг власного капіталу, (Кв)	Рівень підприємницького доходу, (Дп.р.)	Чистий прибуток, (П)

Певна складність стосується визначення розрахунково-продуктивної кількості персоналу, яка є здобутком фактичної кількості й коефіцієнта продуктивності праці, що представлений відношенням продуктивності праці окремого підприємства до середнього значення цього показника за досліджуваним колом конкурентів. Це дає змогу одночасного врахування двох чинників конкурентоспроможності підприємств на кадровому ринку – кількості працівників і їхньої виробничої якості.

За певних обставин базовий показник функціональної товарної конкурентоспроможності може потребувати інтегрального розрахунку, що враховує вплив інших чинників, зокрема витрати на рекламу, безоплатну доставку товарів, відтермінування строків оплати за товари тощо. У результаті базовий інтегральний показник буде характеризувати комплекс стимулюючих чинників зростання обсягів реалізації продукції.

Визначення потенціалу конкурентоспроможності підприємств на товарному, кадровому та інвестиційному ринках потребує системного рішення.

На товарному ринку цей потенціал обмежується рівнем беззбитковості підприємств. Тобто підприємства можуть дозволити собі знижувати ціну реалізації продукції, стимулюючи тим самим товарну конкурентоспроможність, за рахунок прибутку: $\Delta P_p (P=0)$. У разі виходу за межі наявного прибутку, підприємства стануть збитковими, що поставить під сумнів можливість конкурентних дій у майбутньому, а отже, і збереження їхньої конкурентоспроможності.

Визначення потенціалу кадрової конкурентоспроможності ґрунтується на тих самих принципах: потенціалом стимулювання зростання заробітної плати як ознаки збільшення функціональної кадрової конкурентоспроможності слугує обсяг прибутку: $\Delta Ч_p (P=0)$. У разі, коли додаткові витрати на оплату праці призведуть до збитковості підприємства, виникають аналогічні ризики втрати конкурентоспроможності.

Потенціал інвестиційної конкурентоспроможності взагалі залежить від обсягу отриманого прибутку, який може бути реінвестовано в капітал підприємства, що є свідченням фактичного зростання базового показника визначення досягнутої інвестиційної конкурентоспроможності, а отже, і прямою ознакою реалізації наявного потенціалу.

Отож, товарна, кадрова та інвестиційна потенційна конкурентоспроможність мають спільне джерело фінансування – прибуток підприємств. Тому на етапі їх оцінювання неможливо здійснити розподіл прибутку між ними, оскільки кожна може бути профінансована на повну суму наявного прибутку, якщо буде визнано її незаперечний пріоритет. За цих обставин розрахунок потенціалу товарної, кадрової та інвестиційної конкурентоспроможності необхідно здійснювати з урахуванням такої умовності:

$$P_i \rightarrow \{K_{пт_i}; K_{пк_i}; K_{пі_i}\},$$

де: $K_{пт_i}; K_{пк_i}; K_{пі_i}$ – конкурентоспроможність потенційна товарна, кадрова, інвестиційна i -го підприємства; P_i – обсяг прибутку i -го підприємства.

Запропонований методичний інструментарій визначення рівня реалізованої, функціональної й потенційної конкурентоспроможності підприємств на основних конкурентних ринках дозволяє здійснити їх аналітичне оцінювання, що має практичне значення для ухвалення конкурентних рішень на комплексній основі.

Слід зазначити, що конкурентоспроможність як відносна оціночна характеристика має перманентну змінюваність, що обумовлено впливом динамічних зовнішніх умов, пов'язаних із діяльністю основних конкурентів. Крім того, конкурентоспроможність підприємств безпосередньо залежить від якісних характеристик бізнесу, здатності до інновацій, гнучкості, довгострокової стійкості та інших чинників, ретельне вивчення яких дозволить визначити перспективні напрями її зростання. Кількісний вимір конкурентоспроможності в реалізованому, потенційному й функціональному форматах дозволяє оцінити наслідки впровадження якісних змін у конкурентній діяльності суб'єктів та, за необхідності, скоригувати їх відповідно до змінюваних умов середовища.

Важливою умовою збереження й розвитку комплексної конкурентоспроможності підприємств є досягнення збалансованості її елементів, що сприятиме стійкому зростанню прибутку в довгостроковій перспективі. Зазначена збалансованість має управлінський характер і має на меті забезпечити врівноважений розвиток конкурентоспроможності підприємств на основних конкурентних ринках, що дозволить ефективно використовувати конкурентний потенціал при формуванні секторального конкурентного результату.

Здійснені розрахунки складових комплексної конкурентоспроможності найбільших виробників сухих будматеріалів-сумішей в Україні свідчать про суттєвий рівень варіативності отриманих результатів за окремими підприємствами* (Табл. 2).

Таблиця 2. Аналітичне оцінювання комплексу конкурентоспроможності підприємств-виробників сухих будматеріалів-сумішей в Україні за 2024 р. Примітка: Розрахунки конкурентоспроможності підприємств здійснено автором на основі запропонованого методичного інструментарію. (Джерело: *author's development based on Henkel Bautechnik (Ukraine) LLC (n.d.), Krayzel-Budmaterialy LLC (n.d.), Terminal-M PJSC (n.d.), Baumit Ukraine LLC (n.d.), Askona-Pivden LLC (n.d.), Fomalhaut-Halychyna LLC (n.d.), and Fomalhaut-Polimin LLC (n.d.)*)

Показники	Підприємства					
	ТОВ «Хенкель Баутехнік»	ТОВ «Крайзель-Будматеріали»	ПРАТ «Термінал-М»	ТОВ «Фомаль-гаут-Полімін»	ТОВ «Аскона-південь»	ТОВ «Бауміт Україна»
Конкурентоспроможність товарна						
▪ реалізована	2,52	0,86	0,75	0,72	0,59	0,57
▪ функціональна	0,88	0,80	1,08	1,05	1,10	1,10
▪ потенційна	2,31	1,38	0,35	0,86	-	0,11
Конкурентоспроможність кадрова						
▪ реалізована	2,66	2,01	0,65	0,39	0,21	0,09
▪ функціональна	1,36	1,31	0,89	0,76	0,65	1,02
▪ потенційна	2,32	1,67	0,25	0,73	-	0,03
Конкурентоспроможність інвестиційна						
▪ реалізована	3,06	0,42	0,21	0,28	1,52	0,50
▪ функціональна	1,25	1,23	0,74	1,10	-	0,68
▪ потенційна	3,26	1,14	0,11	0,45	-	0,04
Середнє квадратичне відхилення, (σ)						
▪ реалізованої конкурентоспроможності, (σ_p)	0,229	0,670	0,235	0,187	0,550	0,212
▪ реалізованої й потенційної конкурентоспроможності, ($\sigma_{p, n}$)	0,359	0,520	0,234	0,209		0,223
▪ складових комплексу конкурентоспроможності, ($\sigma_{p, n, \phi}$)	0,785	0,448	0,320	0,268		0,395
Обсяг чистого прибутку, млн грн, (П)	250,7	87,4	8,7	34,3	-7,1	2,9
Індекс чистого прибутку, (Іп)	0,97	1,31	1,23	68,6	-	0,65

Низка досліджених підприємств, особливо ті, які мають значні обсяги діяльності, відрізняється більшою варіативністю рівнів конкурентоспроможності, що свідчить про обмеженість відповідного управлінського впливу на конкурентну діяльність на ринках діяльності.

Завданням здійснених розрахунків була не лише апробація придатності отриманих результатів для аналітичного оцінювання складових комплексу конкурентоспроможності для формування відповідних управлінських рішень. Автор сформулював гіпотезу щодо негативного впливу розбалансованості складових комплексу на прибутковість діяльності підприємств.

Рівень збалансованості показників визначали на основі розрахунку середнього квадратичного відхилення (σ) при різних їх конфігураціях, а ступінь впливу на прибутковість – визначенням коефіцієнтів кореляції з показниками обсягу чистого прибутку і його динаміки.

У результаті перевірки рівня впливу варіації показників конкурентоспроможності на обсяг прибутку досліджуваних підприємств було виявлено пряму залежність (значення R_1), що суперечить логіці взаємодії цих показників. Причиною цього є поява так званої хибної кореляції, обумовленої впливом на обсяг прибутку більш значимих чинників, ніж варіація значень конкурентоспроможності. Обсяг прибутку багато в чому залежить від рівня концентрації виробництва, представленого обсягом реалізованої продукції, що й підтвердили дані Табл. 2.

$$R_1 (\sigma_p / П = 0,087; \sigma_{p, n} / П = 0,490; \sigma_{p, n, \phi} / П = 0,945)$$

Рівень збалансованості показників конкурентоспроможності є досить варіативним у часі, тому його вплив краще оцінювати на основі динамічних значень прибутку. Розрахунок коефіцієнта кореляції (R_2) між показниками варіації й індексами зміни обсягу прибутку за окремими підприємствами засвідчив помірний характер впливу при логічній формі зв'язку – більшій варіації відповідає менший індекс прибутку (значення R_2 є від'ємними).

$R_2 (\sigma_p / I_p = - 0,323; \sigma_{p,l} / I_p = - 0.418; \sigma_{p,l, \phi} / I_p = - 0,483)$

При розрахунках кореляції використовували дані не всіх підприємств із причини збитковості 2024 року ТОВ «Аскона-південь» і неможливості коректного врахування від'ємних значень його прибутку при розрахунку індексу зміни. Але дані цього підприємства підтверджують негативний вплив високої варіації складових комплексу конкурентоспроможності на прибутковість його діяльності.

Розроблений методичний інструментарій оцінювання комплексної конкурентоспроможності дозволяє отримати аналітичну інформацію щодо результативності, функціональності й потенціалу конкурентоспроможності підприємств на основних ринках діяльності, яка слугуватиме основою формування обґрунтованих конкурентних рішень щодо управління обсягом реалізації продукції, забезпечення персоналу й залучення капіталу. Збалансований підхід до управління складовими комплексу конкурентоспроможності сприятиме ефективному розподілові наявних фінансових ресурсів і зростанню обсягу прибутку підприємств.

ДИСКУСІЯ

Новизна дослідження полягає в запропонованому методичному підході до оцінювання конкурентоспроможності підприємств, заснованому на визначенні предмета конкуренції. У науковій літературі не розглядають поняття предмета конкуренції, що ускладнює вибір показників конкурентоспроможності. У більшості публікацій спірним є обґрунтування такого вибору, що пов'язано з варіативністю розуміння ознак конкурентоспроможності підприємств.

Дискусійним є питання обмеження дослідження конкурентоспроможності підприємств її товарним форматом, широко представленим у науковій літературі. Запропонований комплексний підхід до розуміння конкурентоспроможності, що передбачає виокремлення її реалізованої, потенційної й функціональної складової на товарному, інвестиційному та кадровому ринку, значно розширює царину аналітичного оцінювання конкурентоспроможності підприємств і дозволяє досліджувати дію більшого числа чинників зростання конкурентних можливостей суб'єктів конкурентних ринків.

У статті підтверджена доцільність збалансування складових комплексу конкурентоспроможності, що сприяє позитивній динаміці прибутку підприємств. Це дозволить ухвалювати обґрунтовані управлінські рішення щодо пріоритетної динаміки реалізованої, функціональної й поточної конкурентоспроможності підприємств на досліджуваних конкурентних ринках з урахуванням структурних пріоритетів.

Потребує подальшого вдосконалення вибір адекватних базових показників функціональної конкурентоспроможності, від динаміки яких залежить збалансованість конкурентного результату діяльності підприємств і потенціалу.

Певним обмеженням запропонованого підходу щодо комплексного аналітичного оцінювання конкурентоспроможності є нестабільність складу конкуруючих підприємств в умовах воєнних дій, що ускладнює розрахунки рівня конкурентоспроможності підприємств, які мають ґрунтуватися на показниках діяльності прямих конкурентів. Та сама обставина зменшує можливості здійснення динамічного аналізу конкурентоспроможності, необхідного для управління перспективою конкурентного розвитку суб'єктів ринку.

ВИСНОВКИ

Визнання предмета конкуренції базовим положенням у розумінні змісту конкурентоспроможності дозволило визначити змістову основу конкурентоспроможності, що слугує мірилом її рівня. Уперше категорію конкурентоспроможності було поширено не тільки на товарний ринок, де підприємства виступають продавцями продукції й конкурують із суперниками, задовольняючи попит споживачів. Конкуренція між суб'єктами ринку має місце й на ринках ресурсів, де вони виступають у ролі покупців. Це свідчить про доцільність оцінювання конкурентоспроможності підприємств на ринках трудових і фінансових ресурсів, де конкуренція має свої особливості прояву. Зокрема це стосується широкого конкурентного середовища діяльності підприємств різного товарного спрямування, що, зрозуміло, ускладнює процес оцінювання рівня їхньої конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність підприємств як продавців продукції й покупців ресурсів на різних ринках формує секторальний компонент комплексу конкурентоспроможності, який має продуктно-ресурсну структуру й відповідає числу видів конкурентних ринків, де представлена діяльність цих суб'єктів. Основними з них є товарний, кадровий та інвестиційний ринок.

Було доведено, що заволодіння предметом конкуренції відбувається в певній циклічній послідовності, що виявляється в поєднанні конкурентного результату, потенціалу й функціоналу. Зазначені компоненти перебувають у постійній взаємодії, а саме: результат конкурентоспроможності досягається завдяки засобам визначеного функціоналу з тим чи тим рівнем залучення наявного потенціалу. У свою чергу потенціал конкурентоспроможності наступного циклу залежить від попередньо отриманого результату.

У результаті виокремлення секторальних і статусних компонентів конкурентоспроможності було зроблено висновок про її комплексний характер.

Визначення предмета конкуренції на відповідному ринку дозволило запропонувати базові оціночні показники, які слугують основою розрахунку рівня реалізованої, функціональної й потенційної конкурентоспроможності на товарному, кадровому та інвестиційному конкурентних ринках.

Здійснений розрахунок і аналітичне оцінювання складових комплексу конкурентоспроможності підприємств-виробників сухих будівельних сумішей дозволило зробити висновок, що збалансованість показників за певних їх конфігурацій сприяє позитивній динаміці обсягу чистого прибутку. Тому запропонований інструментарій аналітичного оцінювання комплексу конкурентоспроможності має прикладне значення для аналітичних підрозділів підприємств, слугуючи інформаційною базою щодо ухвалення управлінських рішень, які мають вплив на зростання фінансових результатів діяльності досліджуваних об'єктів.

Виявлений помірний рівень залежності динаміки прибутку від секторальної збалансованості конкурентоспроможності підприємств свідчить про необхідність подальшого дослідження збалансованості її статусних компонентів та вивчення механізму управлінського збалансування складових комплексу конкурентоспроможності залежно від поточних і перспективних завдань розвитку підприємств. Це дозволить визначити необхідний склад функціональних засобів і доцільну активність їх застосування задля зростання узгодженої результативності діяльності підприємства в довгостроковому періоді.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

ФІНАНСУВАННЯ

Автор не отримувал фінансування для цього рукопису.

КОНФЛІКТ ІНТЕРЕСІВ

Автор заявляє про відсутність конфлікту інтересів.

REFERENCES / ЛІТЕРАТУРА

1. Aaker, D., & McLoughlin, D. (2014). *Strategic Market Management. Global Perspectives*. Wiley.
2. Ansoff, I. H. (1979). *Strategic Management*. Macmillan.
3. Ansoff, I. H. (2008). *New Corporate Strategy*. Macmillan.
4. Arkhiereiev, S. I., & Meshkova, V. V. (2019). Methodology for Step-by-Step Evaluation of the Competitiveness of a Trade Enterprise. *Business Inform*, 11, 210–221. https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2019-11_0-pages
5. Askona-Pivden LLC. (n.d.). Product catalog. <https://anserglob.ua/ru/catalog/>
6. Balabanova, L. V., Kholod, V. V., & Balabanova, I. V. (2021). *Strategic Marketing: Textbook*. Kyiv: Tsentр uchbovoi literatury.
7. Baumit Ukraine LLC. (n.d.). Price list March 2025. https://baumit.ua/files/ua/quicklink/2025/Price_Baumit_Mar ch25.pdf
8. Bohatska, N. M. (2020). Features of Assessing the Competitiveness of an Enterprise. *Effective Economy*, 4. http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2020/75.pdf
9. Bondarieva, T. I., & Sariieva, A. B. (2016). Assessment of Enterprise Competitiveness Based on the Taxonomy Method. *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University*, 4(1), 42–44. http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/6_1_2016ua/12.pdf
10. Butko, M. P., et al. (2021). *Strategic Management*. Kyiv: Tsentр uchbovoi literatury.
11. Chikán, A. (2022). Firm Competitiveness: A General Model and a Manufacturing Application. *International Journal of Production Economics*, 243, 21–32. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2021.108316>
12. Dias, A. T., de Sousa, E. J. R. G., & Silva, W. A. C. (2020). Analysis of the Effects of Rivalry and Dynamism on the Firm's Competitive Position. *Brazilian Business Review*, 17(4), 364. <https://doi.org/10.15728/bbr.2020.17.4.1>

13. Fomalhaut-Polimin LLC. (n.d.). Price list. https://polimin.ua/wp-content/uploads/2024/04/PRAJS-Obiektnyi_RRTs_01.04.20241.pdf
14. Henkel Bautechnik (Ukraine) LLC. (n.d.). Product catalog. <https://www.ceresit.ua/catalog/vnutrisne-ozdoblenija.html>
15. Herasymova, V. O., & Rezanov, E. O. (2020). Enterprise Competitiveness: Essence and Influence Factors in Modern Conditions. *Economic Space*, 154, 93–97. <https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/482/470>
16. Kotelevets, D. O. (2017). Assessment of the Competitiveness of Processing Enterprises in the Agro-Industrial Complex. *Economy and the State*, 6, 115–118. http://www.economy.in.ua/pdf/6_2017/24.pdf
17. Kotenko, S. I., & Shvindina, H. O. (2018). Problems of Assessing Enterprise Competitiveness as an Indicator of Strategic Development. *Problems of Economy*, 3(37), 104–110. https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2018-3_0-pagesy
18. Krayzel-Budmaterialy LLC. (n.d.). Company information. <https://cdnxit-holding.com/assets/api/914c5c56-91f5-4568-a591-a907f99eb554/original>
19. Kuzmin, O. Ye., Melnyk, O. H., & Romanenko, O. P. (2011). Enterprise Competitiveness: Planning and Diagnostics: Monograph. Ivano-Frankivsk: IFNTUNG.
20. Porter, M. (1997). *Competitive Strategy: Methods for Analyzing Industries and Competitors*. Kyiv: Osnovy.
21. Porter, M. E. (2008). On competition (Updated and expanded edition). Harvard Business Review Press. <https://ereader.perlego.com>
22. Porter, M. E. (2011). *The Competitive Advantage of Nations: With a New Introduction*. Free Press. <https://ereader.perlego.com>
23. Savchenko, S. M. (2019). Methodological Foundations for the Study of Enterprise Competitiveness. *Effective Economy*, 6. http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2019/54.pdf
24. Shapurova, O. O. (2018). Methods for Assessing the Competitiveness of Industrial Enterprises. *Scientific Bulletin of Kherson State University*, 31, 152–155. <https://ejournal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/390/387>
25. Shulha, M. O. (2020). Development of Directions for Increasing Enterprise Competitiveness. *Entrepreneurship and Innovation*, 12, 135–141. <http://ejournal.in.ua/index.php/journal/article/view/321/315>
26. Shumylo, O. S., Rudas, D. S., & Sukulskyi, V. M. (2020). Principles and Methods for Assessing Enterprise Competitiveness. *Business Inform*, 6, 291–297. https://mail.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2020-6_0-pages-291_297.pdf
27. Smolin, I. V., & Opanasiuk, Yu. I. (2013). Three-Dimensional Competitiveness of an Economic Organization and Applied Aspects of Its Implementation. *Strategy of Economic Development of Ukraine*, 32, 3–17. http://nbuv.gov.ua/UJRN/seru_2013_32_3
28. Sukhanova, A. V. (2021). Methodological Approaches to Assessing Enterprise Competitiveness. *Economy and Society*, 26. <https://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PoltNTU/13649/2027.11.21.pdf>
29. Terminal-M PJSC. (n.d.). Product catalog. https://siltek.ua/wp-content/uploads/2023/01/Siltek_catalogue_2022.pdf
30. Tompson, A. A., & Strickland, A. J. Jr. (2011). *Strategic Management* (12th ed.). McGraw-Hill Companies, Inc.
31. Tyshchenko, A. N., Ivanov, Yu. B., & Kizim, N. A. (2007). Formation of the Competitive Position of the Enterprise in Crisis Conditions. Kharkiv: ID "INZHEK".
32. Vynohradova, O. V., Asan, A. Zh., & Charna, O. O. (2021). Enterprise Competitiveness as an Economic Category. *Economics. Management. Business*, 3(37), 4–11. <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2674>
33. Yevtushenko, N. O., & Varnytskyi, V. V. (2021). Enterprise Competitiveness: Concepts, Approaches, and Assessment Methods. *Economics. Management. Business*, 3(37), 12–17. <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2675/2568>
34. Zhaldak, H. P., & Mamadzhanov, A. R. (2022). Directions and Methods for Assessing the Level of Enterprise Competitiveness. *Economic Bulletin of NTUU "Kyiv Polytechnic Institute"*, 22, 52–59. <https://doi.org/10.20535/2307-5651.22.2022.259813>

Serhii Melnyk

COMPETITIVENESS COMPLEX OF ENTERPRISES: BASIC CONCEPTS, COMPONENTS, ANALYTICAL ASSESSMENT

The purpose of the study is to develop theoretical and methodological foundations for analytical assessment of the complex competitiveness of enterprises, which should contribute to the coordination of their management actions in basic competitive markets, where they feel the active influence of rivals. For this purpose, a definition of the concept of the subject of competition is proposed, as a basic feature of the content of competitiveness, which serves as a measure of its level. It is proved that the bearer of competitiveness is market entities, and it is realized not only in commodity, but also in personnel and investment markets, where enterprises act as buyers of resources in conditions of real competition. The competitiveness

of enterprises is studied from the standpoint of the sectoral and cyclical-status components of the competitiveness complex, which has a product-resource structure and corresponds to the number of types of competitive markets where the activities of these entities are represented. The cyclical-status component includes realized, potential and functional competitiveness. The components of the sectoral component are commodity, personnel, and investment competitiveness, which, in combination with elements of the cyclical-status component, form a complex of enterprise competitiveness.

It is proven that the elements of the cyclical-status component are in constant interaction, namely, the result of competitiveness is achieved through the means of a certain functionality with a certain level of involvement of the available potential. In turn, the potential for competitiveness of the next cycle depends on the previously obtained result. This gives grounds to consider them as objects of analytical research and managerial influence.

Based on the identified subjects of competition in the relevant markets, basic evaluation indicators were selected, which serve as the basis for calculating the level of realized, functional, and potential competitiveness in the commodity, personnel, and investment competitive markets.

The carried-out approbation calculations and analytical assessment of the components of the competitiveness complex of enterprises-manufacturers of dry building mixtures allowed us to conclude that the balance of competitiveness indicators, under certain configurations, contributes to the positive dynamics of the volume of net profit. Therefore, the proposed toolkit for analytical assessment of the competitiveness complex of enterprises has applied value, serving as an information base for making management decisions that have an impact on the growth of financial results of the studied enterprises.

Keywords: competition, market, subject of competitiveness, competitiveness, types of competitiveness, competitiveness indicators, balance of indicators

JEL Classification: L1, M21, D22, C44, O31