

## **ВИЗНАЧЕННЯ ТА СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ФАКТОРІВ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА**

*Суска А.А. д.е.н., член-кор. АЕН України, Харківського національного технічного університету сільського господарства ім. Петра Василенка*

*Павличенко В.В., магістр, Харківського національного технічного університету сільського господарства ім. Петра Василенка*

Визначаючи фактори, які формують конкурентний потенціал підприємства, потрібно враховувати, що основою його конкурентних переваг є внутрішні можливості підприємства, до яких належать: виробництво, фінанси, кадри, маркетинг, збутова діяльність тощо. Ці складові є і в конкурентному потенціалі підприємства лісового господарства, але специфіка полягає в тому, що ступінь впливу кожного з них на сукупні внутрішні можливості відрізняється від підприємств інших галузей господарства.

Багато дослідників схиляються до думки, що центральне місце в системі конкурентоспроможності і конкурентного потенціалу посідає маркетинг. Але в практичній діяльності потрібно враховувати, що сучасні інструменти маркетингу дозволяють вирішити багато проблем пов'язаних з конкурентоспроможністю підприємства. Разом із цим для сучасного ринку деревини – основної продукції підприємств лісового господарства – де систему розподілу контролює державою, де домінує тендер під час продажу продукції, маркетинг за своєю значущістю під час формування конкурентних позицій поступається виробництву, кадрам, фінансовим аспектам.

Для підприємств лісового господарства важливим фактором, який визначає можливості підприємства щодо конкурентного становища, є лісові ресурси підприємства. Це особливий вид ресурсів, який має властивість відтворення і перебуває в державній власності.

Тому під час визначення і систематизації факторів, які формують конкурентний потенціал підприємств лісового господарства, потрібно враховувати ступені важливості факторів. Центральне місце у внутрішній структурі конкурентного потенціалу як системи займають лісові ресурси, на другому рівні знаходиться виробництво, фінанси і кадри, треті позиції займають перспективні підсистеми маркетингу й інновацій .

Систему конкурентного потенціалу підприємства лісового господарства як цілісну систему не можливо уявити без факторів зовнішнього середовища, особливо тих, з якими підприємство безпосередньо взаємодіє. До основних факторів безпосереднього оточення підприємства, як правило, відносять споживачів, конкурентів, постачальників. Враховуючи те, що підприємство лісового господарства, з одного боку має свою ресурсну базу, а з іншого має значні потреби в інвестиціях, рекомендовано таку підсистему основних факторів безпосереднього оточення – споживачі, конкуренти, інвестори. Ці фактори, з погляду ступеня управлінського впливу не рівнозначні з факторами внутрішнього середовища підприємства, але управлінські дії щодо них можливо проводити опосередковано через стратегії конкуренції, комунікаційну політику, сприятливий інвестиційний клімат.

Потрібно розуміти, що принциповою відмінністю між сучасним поняттям конкурентоспроможності підприємства і конкурентним потенціалом є те, що ця економічна категорія не тільки пов'язує наявні переваги щодо функціонування підприємства і впливу на споживачів і постачальників (інвесторів), а і визначає можливі переваги щодо перспектив розвитку, в першу чергу, в плані вибору раціональних конкурентних стратегій. Тобто в систему факторів, які формують конкурентний потенціал необхідно включати підсистему факторів щодо можливості вибору адекватної конкурентної поведінки в швидкоплинному зовнішньому середовищі. Це може визначатися такими факторами, як: рівень інформаційного забезпечення, наявність систем обробки інформації, компетенціями керівного складу підприємства.

Тобто, обираючи систему факторів, які формують конкурентний потенціал підприємств лісового господарства, потрібно розуміти, що така система являє собою сукупність об'єднаних в єдине ціле завдань зі створення, підтримання і розвитку конкурентних переваг в довгостроковій перспективі і пов'язаних між собою підсистему факторів внутрішнього середовища, підсистему факторів зовнішнього середовища безпосереднього впливу, а також підсистему факторів, які дозволяють визначитися з оптимальними конкурентними стратегіями.