

політики, рівень залучення управлінського потенціалу ТОС до управління економічним і соціальним розвитком регіону, наявність та дієвість територіальних асоціацій органів місцевого самоврядування;

4) *муніципальним*, що безпосередньо визначає ефективність муніципальної економічної політики, яка формується й реалізується територіальною громадою та сформованими нею органами місцевого самоврядування. Критеріями цього зрізу ефективності є абсолютний та відносний рівень валового продукту місцевої економічної системи, в т.ч. на душу населення, рівень економічної активності територіальної громади, підприємницький клімат в ТОС, наявність муніципальної стратегії економічного розвитку та тактичних інструментів з її реалізації, рівень модерності місцевої економічної політики, рівень використання технологій муніципального менеджменту;

5) *мікроекономічним і соціальним*, що визначає ефективність управлінської діяльності організацій, які здійснюють свою економічну діяльність в ТОС. Її критеріями є показники фінансово-економічного стану суб'єктів господарської діяльності, узгодженість стратегій та бізнес-планів організацій з муніципальними стратегічними документами, участь підприємницького сектору в реалізації місцевої економічної політики, частка податків і зборів, що сплачують суб'єкти місцевої економічної системи в місцевий бюджет, в загальному обсязі бюджету, рівень конкурентоздатності продукту організацій, розташованих в ТОС.

Бар'єрами визначення інтегрованої економічної ефективності ТОС є недосконалість загальнодержавної статистики щодо ТОС та безпосередньо муніципального статистичного моніторингу, низький рівень економічної грамотності суб'єктів управління місцевим економічним і соціальним розвитком, відсутність державної муніципальної політики та точковість й хаотичність економічної політики органів місцевого самоврядування.

Список літератури:

1. Монастирський Г. Теоретико-методологічні засади модернізації технологій управління економічним і соціальним розвитком територіальних спільнот базового рівня / Г. Монастирський // Вісник ТНЕУ. – 2008. - № 4. – С. 36-48.

Наталія ГАЛИШ

Тернопільський національний економічний університет

ФОРМУВАННЯ ВИРОБНИЧОЇ СТРАТЕГІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ З ВИРОБНИЦТВА ДЕРЕВНИХ ПЕЛЕТ

У сучасних умовах розвитку економічної системи нашої держави, виробничим підприємствам стає все важче відстоювати свої конкурентні позиції на ринку товарів та послуг. В зв'язку з тим, що реальний сектор економіки на сьогодні все більше витісняється комерційними підприємствами та посередницькими структурами, а ринок України переповнений порівняно дешевими (хоча й не завжди якісними) імпортними товарами, перед вітчизняними виробниками постає гостра проблема реформування власних виробничих процесів на основі стратегічного управління [1].

Стратегічне управління – багатоплановий, формально-поведінковий управлінський процес, який допомагає формулювати та виконувати ефективні стратегії, що сприяють балансуванню відносин між організацією та зовнішнім середовищем, а також досягненню визначених цілей [2]. Основна ціль стратегічного управління підприємством полягає у формуванні головної стратегії управління, що включає ряд функціональних стратегій та комплекс управлінських рішень, які забезпечують успішну реалізацію у довгостроковій перспективі.

Відтак, виробничу стратегію будь-якого підприємства, в тому числі і підприємств, що спеціалізуються на виготовленні деревних пелет та гранул, доцільно формувати враховуючи наявні у підприємства ресурси (фінансові, матеріальні, інформаційні, технічні та

технологічні, трудові та ін.), рівень виробництва та існуючий виробничий потенціал, обсяги необхідних капіталовкладень, рівень підготовки та кваліфікації персоналу, можливості одержання необхідної сировини [3, с. 162].

Варто відмітити, що на думку провідних експертів, з виробництва твердого біопалива, Україна має усі шанси стати європейським лідером із виробництва деревних пелет. Нажаль існують і певні складнощі, які стримують розвиток даної галузі. Однією із визначальних умов забезпечення ефективного розвитку пелетного виробництва в Україні є забезпеченість біоенергетичною сировиною, без якої не можливо здійснити виробничий процес. Все частіше вітчизняні виробники стикаються з проблемою наявності відповідної сировини (тирса, солома, стружка, відходи лісопильної та деревообробної промисловості). Зважаючи на це, оптимальним вирішенням даної проблеми може бути створення власних спеціалізованих ферм з виращування енергетичної біомаси.

На сьогоднішній день, багато великих деревообробних та меблевих підприємств все більше запроваджують систему економії та збереження витрат та самі використовують відходи виробництва. Ці заводи сьогодні самостійно виробляють деревні пелети на продаж, отримуючи високий додатковий прибуток, або спалюють відходи у власних модернізованих котельнях для отримання тепла та електроенергії, що дозволило підприємствам відмовитися від дорогого газу і підвищити енергоефективність[4].

У цілому, передумовою формування виробничої стратегії є наявність чіткої та достовірної інформації про стан ринку. Сучасні ринки досить динамічні і підприємства-виробники продукції на їх зміну не впливають. Вони лише повинні мати здатність швидко пристосовуватися до таких змін. Прогнозувати на далеку перспективу появу певних змін – досить складна справа для менеджменту організації. Тому виробнича стратегія будується на реальній поведінці споживача на ринку. Виявити таку реальність підприємство може лише з портфеля замовлень на продукцію [5].

Як свідчать дані, український ринок пелет, в основному, орієнтований на європейських споживачів - до 85% української продукції експортується. На даний момент, щорічне виробництво деревних пелет в Україні складає близько 400 тис т., така ж кількість пелет виготовляється з соломи та соняшнику. Поки що ринок знаходиться на початковому етапі розвитку та щорічно зростає на 15-20%. Більше того, теоретично існує значний потенціал зростання - близько 2 млн. куб.м деревних відходів залишаються невикористаними. З врахуванням всіх можливих існуючих джерел сировини, Україна могла б виробляти 3,5-4 млн.т на рік. Збільшенню виробництва також сприятиме використання енергетичної лози, що дасть змогу розширити сировинну базу [4].

Отже, виробнича стратегія являється однією із ключових складових корпоративної стратегії підприємства, та у свою чергу, повинна підпорядковуватись усім стратегічним цілям його діяльності. Важливою умовою формування виробничої стратегії є врахування усіх внутрішніх та зовнішніх чинників, що можуть впливати на підприємство у ході його звичайної діяльності.

Список літератури:

1. Виробнича стратегія – стратегія управління підприємством : [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://sophus.at.ua/publ/2012_12_11_12_kampodilsk/sekcija_7_2012_12_11_12/virobnicha_strategija_strategija_upravlinnja_pidpriemstvovom/17-1-0-364
2. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: Підручник. – 2-ге видо., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с. с. 27.
3. Сумець О.М. Стратегії сучасного підприємства та його економічна безпека: Навч. посібник / О.М. Сумець, М.Б. Тумар. – К.: „Хай- Тек Прес”, 2008. – 400 с.
4. Деревні пелети – характеристика, ринок, сировина: [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://сахара.ua/informaciya/blog/derevni-peleti-harakteristiki-rinok-sirovina-chastina-1>
5. Мартиненко М.М. Стратегічний менеджмент: Підручник. – К.: Каравела, 2006. – 320 с. с. 267.