Міністерство освіти і науки України
ВСП « Ковельський промислово-економічний фаховий коледж
Луцького національного технічного університету»

Економіка, організація та планування виробництва

Конспект лекцій

(Розділ І. Економічні основи виробничо-господарської діяльності підприємства)

для здобувачів освітньо-професійного ступеня
фаховий молодший бакалавр
спеціальності 133 Галузеве машинобудування
денної форми здобуття освіти

Ковель 2024

УДК 330.3
Е___
Затверджено до видання методичною радою ВСП «КПЕФК ЛНТУ»,
протокол №___від « ____» _____ 2024 року
Голова методичної ради ВСП «КПЕФК ЛНТУ»
_____ Ігор ІЛЮШИК

Розглянуто і схвалено на засіданні циклової комісії з галузевого машинобудування ВСП «КПЕФК ЛНТУ»,

протокол № 7 від «28» червня 2024 року

Голова циклової комісії _____ Денис РУСАКОВ

Електронна копія друкованого видання передана до книжкового фонду бібліотеки ВСП «КПЕФК ЛНТУ»

Завідувачка бібліотеки _____ Неля ТЕЛЮЧИК

Укладач: _____ Олена ГОНЧАРЕНКО, викладач-методист ВСП «КПЕФК ЛНТУ»
Рецензент: _____ Володимир ПИЦ, к.е.н., викладач-методист ВСП «КПЕФК ЛНТУ»
Відповідальний за випуск: _____Леся ПРОКОПЧУК, методист ВСП «КПЕФК ЛНТУ»

Економіка, організація та планування виробництва [Текст]: Конспект лекцій (Розділ І. Економічні основи виробничо-господарської діяльності підприємства) для здобувачів освітньо-професійного ступеня фаховий молодший бакалавр зі спеціальності 133 Галузеве машинобудування денної форми здобуття освіти/уклад. Олена Гончаренко. – Ковель: ВСП «КПЕФК ЛНТУ», 2024. – 48с.

Видання містить конспект лекцій з освітнього компонента Економіка, організація та планування виробництва для здобувачів освіти спеціальності Галузеве машинобудування, які направлені на формування спеціальних компетентностей. Призначене для здобувачів освітньо-професійного ступеня фаховий молодший бакалавр спеціальності 133 Галузеве машинобудування денної форми здобуття освіти.

© О.Гончаренко, 2024

ЗМІСТ

Вступ…….…….….. 4
1. Підприємство як суб’єкт господарювання…….4
2. Економічний механізм діяльності підприємства……15
3. Види економічної діяльності та основні напрямки їх розвитку……19
4. Промислове підприємство та мета його діяльності……22
5. Структура управління підприємством…….23
6. Внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства…….27
7. Форми об’єднання підприємств в Україні……29
8. Виробнича програма……..……30
9. Показники обсягів випуску продукції підприємства……..……33
10. Життєвий цикл продукції та виробництва…….……34
11. Методи організації виробництва…….……37
12. Визначення типу та організаційно-технічного рівня виробництва..……...39
Список рекомендованої літератури……..44

Вступ

Основною ланкою економіки держави завжди є підприємство. Саме з підприємства розпочинається створення соціально-економічного потенціалу держави, на підприємстві здійснюється процес виготовлення продукції, підприємство створює робочі місця для працездатного населення, на підприємстві розкриваються здібності, творчий потенціал працівника.

Для підтримання належного рівня конкурентоспроможності власники, керівники, усі працівники підприємства мають піклуватися про ефективне використання трудових, матеріальних, фінансових, інформаційних ресурсів, застосовувати високопродуктивне обладнання, прогресивні технології, дбати про конкурентоспроможність продукції. Основну роль у створенні потужного економічного потенціалу держави відіграють підприємства машинобудівного комплексу, оскільки їх продукція призначається для технічного оснащення усіх галузей економіки та задоволення зростаючих потреб населення. Усе це потребує глибоких економічних знань інженерів для створення, виробництва і експлуатації нових зразків приладів, обладнання, ліній, машин.

1. Підприємство як суб’єкт господарювання

Основною виробничо-господарською ланкою національної економіки є **підприємство**.

Визначення поняття підприємства та правові засади його функціонування сформульовано у главі 7 Господарського кодексу України (далі - ГКУ) №436-IV від 16.01.2003 р., чинного з 01.01.2004 р.

ГКУ встановлює відповідно до Конституції України правові основи господарської діяльності (господарювання), яка базується на різноманітності суб'єктів господарювання різних форм власності.

Його метою є забезпечення зростання ділової активності суб'єктів господарювання, розвитку підприємництва і на цій основі підвищення ефективності суспільного виробництва, його соціальної спрямованості відповідно до вимог Конституції України, утвердження суспільного господарського порядку в економічній системі України, сприяння гармонізації її з іншими економічними системами. Загальна структура ГКУ представлена на рис. 1.1.

ЗМІСТ ГОСПОДАРСЬКОГО КОДЕКСУ УКРАЇНИ

РОЗДІЛ 1. ОСНОВНІ ЗАСАДИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ГЛАВА 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ
ГЛАВА 2. ОСНОВНІ НАПРЯМИ ТА ФОРМИ УЧАСТІ ДЕРЖАВИ І МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ У СФЕРІ ГОСПОДАРЮВАННЯ
ГЛАВА 3. ОБМЕЖЕННЯ МОНОПОЛІЗМУ ТА ЗАХИСТ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ І СПОЖИВАЧІВ ВІД НЕДОБРОСОВІСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ
ГЛАВА 4. ГОСПОДАРСЬКА КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ (ПІДПРИЄМНИЦТВО)
ГЛАВА 5. НЕКОМЕРЦІЙНА ГОСПОДАРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ

РОЗДІЛ 2. СУБ'ЄКТИ ГОСПОДАРЮВАННЯ

ГЛАВА 6. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ
ГЛАВА 7. ПІДПРИЄМСТВО
ГЛАВА 8. ДЕРЖАВНІ ТА КОМУНАЛЬНІ УНІТАРНІ ПІДПРИЄМСТВА
ГЛАВА 9. ГОСПОДАРСЬКІ ТОВАРИСТВА
ГЛАВА 10. ПІДПРИЄМСТВА КОЛЕКТИВНОЇ ВЛАСНОСТІ
ГЛАВА 11. ПРИВАТНІ ПІДПРИЄМСТВА. ІНШІ ВИДИ ПІДПРИЄМСТВ
ГЛАВА 12. ОБ'ЄДНАННЯ ПІДПРИЄМСТВ
ГЛАВА 13. ГРОМАДЯНИН ЯК СУБ'ЄКТ ГОСПОДАРЮВАННЯ. ОСОБЛИВОСТІ СТАТУСУ ІНШИХ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

РОЗДІЛ 3. МАЙНОВА ОСНОВА ГОСПОДАРЮВАННЯ

ГЛАВА 14. МАЙНО СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ
ГЛАВА 15. ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ У СФЕРІ ГОСПОДАРЮВАННЯ
ГЛАВА 16. ВИКОРИСТАННЯ У ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ
ГЛАВА 17. ЦІННІ ПАПЕРИ У ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ
ГЛАВА 18. КОРПОРАТИВНІ ПРАВА

РОЗДІЛ 4. ГОСПОДАРСЬКІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ

ГЛАВА 19. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ ПРО ГОСПОДАРСЬКІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ
ГЛАВА 20. ГОСПОДАРСЬКІ ДОГОВОРИ
ГЛАВА 21. ЦІНИ І ЦІНОУТВОРЕННЯ У СФЕРІ ГОСПОДАРЮВАННЯ
ГЛАВА 22. ВИКОНАННЯ ГОСПОДАРСЬКИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ. ПРИПИНЕННЯ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ
ГЛАВА 23. ВИЗНАННЯ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦТВА БАНКРУТОМ

РОЗДІЛ 5. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОРУШЕННЯ У СФЕРІ ГОСПОДАРЮВАННЯ

ГЛАВА 24. ЗАГАЛЬНІ ЗАСАДИ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ УЧАСНИКІВ ГОСПОДАРСЬКИХ ВІДНОСИН
ГЛАВА 25. ВІДШКОДУВАННЯ ЗБИТКІВ У СФЕРІ ГОСПОДАРЮВАННЯ
ГЛАВА 26. ШТРАФНІ ТА ОПЕРАТИВНО-ГОСПОДАРСЬКІ САНКЦІЇ
ГЛАВА 27. АДМІНІСТРАТИВНО-ГОСПОДАРСЬКІ САНКЦІЇ
ГЛАВА 28. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ЗА ПОРУШЕННЯ АНТИМОНОПОЛЬНО-КОНКУРЕНТНОГО ЗАКОНОДАВСТВА

РОЗДІЛ 6. ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ В ОКРЕМИХ ГАЛУЗЯХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

ГЛАВА 29. ГАЛУЗІ ТА ВИДИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ГЛАВА 30. ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ГОСПОДАРСЬКО-ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ГЛАВА 31. КОМЕРЦІЙНЕ ПОСЕРЕДНИЦТВО (АГЕНТСЬКІ ВІДНОСИНИ) У СФЕРІ ГОСПОДАРЮВАННЯ
ГЛАВА 32. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕВЕЗЕННЯ ВАНТАЖІВ
ГЛАВА 33. КАПІТАЛЬНЕ БУДІВНИЦТВО
ГЛАВА 34. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ГЛАВА 35. ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ГЛАВА 36. ВИКОРИСТАННЯ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАВ ІНШИХ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ (КОМЕРЦІЙНА КОНЦЕСІЯ)

РОЗДІЛ 7. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ

ГЛАВА 37. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ
ГЛАВА 38. ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ

РОЗДІЛ 8. СПЕЦІАЛЬНІ РЕЖИМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ

ГЛАВА 39. СПЕЦІАЛЬНІ (ВІЛЬНІ) ЕКОНОМІЧНІ ЗОНИ
ГЛАВА 40. КОНЦЕСІЇ
ГЛАВА 41. ІНШІ ВИДИ СПЕЦІАЛЬНИХ ВИДІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

РОЗДІЛ 9. ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ

Рис. 1.1. **Основні положення Господарського Кодексу України**

У практиці господарювання кожне підприємство представляє собою складну економічну систему, що здійснює багато видів діяльності.

Основним завданням діяльності підприємства є забезпечення потреб суспільства товарами (послугами) відповідного асортименту та належної якості. Виконання основного завдання підприємства вимагає вирішення таких окремих завдань:

- постійне підвищення ефективності виробництва;
- своєчасне і термінове впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво;
- постійне зростання культурно-технічного та професійно-кваліфікаційного рівня працівників підприємства і залучення їх до творчої діяльності (винахідництво, раціоналізаторство, новаторство).

Глава 7 ПІДПРИЄМСТВО (Господарський кодекс України)

Стаття 62. Підприємство як організаційна форма господарювання

1. Підприємство - самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому цим Кодексом та іншими законами.

2. Підприємства можуть створюватись як для здійснення підприємництва, так і для некомерційної господарської діяльності.

3. Підприємство, якщо законом не встановлено інше, діє на основі статуту або модельного статуту. Підприємства незалежно від форми власності, організаційно-правової форми, а також установчих документів, на основі яких вони створені та діють, мають рівні права та обов'язки.

4. Підприємство є юридичною особою, має відокремлене майно, самостійний баланс, рахунки в установах банків та може мати печатки.

5. Підприємство не має у своєму складі інших юридичних осіб.

Стаття 63. Види та організаційні форми підприємств

1. Залежно від форм власності, передбачених законом, в Україні можуть діяти підприємства таких видів:

- приватне підприємство, що діє на основі приватної власності громадян чи суб'єкта господарювання (юридичної особи);

- підприємство, що діє на основі колективної власності (підприємство колективної власності);

- комунальне підприємство, що діє на основі комунальної власності територіальної громади;

- державне підприємство, що діє на основі державної власності;

- підприємство, засноване на змішаній формі власності (на базі об'єднання майна різних форм власності);

- спільне комунальне підприємство, що діє на договірних засадах спільного фінансування (утримання) відповідними територіальними громадами - суб’єктами співробітництва.

В Україні можуть діяти також інші види підприємств, передбачені законом.

2. У разі якщо в статутному капіталі підприємства іноземна інвестиція становить не менш як 10 відсотків, воно визнається підприємством з іноземними інвестиціями.

Підприємство, в статутному капіталі якого іноземна інвестиція становить 100 відсотків, вважається іноземним підприємством.

3. Залежно від способу утворення (заснування) та формування статутного капіталу в Україні діють підприємства унітарні та корпоративні.

Унітарний (єдине, що становить одне ціле)

4. Унітарне підприємство створюється одним засновником, який виділяє необхідне для того майно, формує відповідно до закону статутний капітал, не поділений на частки (паї), затверджує статут, розподіляє доходи, безпосередньо або через керівника, який призначається (обирається) засновником (наглядовою радою такого підприємства у разі її утворення), керує підприємством і формує його трудовий колектив на засадах трудового найму, вирішує питання реорганізації та ліквідації підприємства. Унітарними є підприємства державні, комунальні, підприємства, засновані на власності об'єднання громадян, релігійної організації або на приватній власності засновника.

5. Корпоративне підприємство утворюється, як правило, двома або більше засновниками за їх спільним рішенням (договором), діє на основі об'єднання майна та/або підприємницької чи трудової діяльності засновників (учасників), їх спільного управління справами, на основі корпоративних прав, у тому числі через органи, що ними створюються, участі засновників (учасників) у розподілі доходів та ризиків підприємства.

Корпоративними є

- кооперативні підприємства,

- підприємства, що створюються у формі господарського товариства,

- інші підприємства, в тому числі засновані на приватній власності двох або більше осіб.

6. Особливості правового статусу унітарних і корпоративних підприємств встановлюються цим Кодексом, іншими законодавчими актами.

{Частину сьому статті 63 виключено на підставі Закону № 4618-VI від 22.03.2012}

8. У випадках існування залежності від іншого підприємства, передбачених статтею 126 цього Кодексу, підприємство визнається дочірнім.

9. Для підприємств певного виду та організаційних форм законами можуть встановлюватися особливості господарювання.

Стаття 64. Організаційна структура підприємства

1. Підприємство може складатися з виробничих структурних підрозділів (виробництв, цехів, відділень, дільниць, бригад, бюро, лабораторій тощо), а також функціональних структурних підрозділів апарату управління (управлінь, відділів, бюро, служб тощо).

2. Функції, права та обов'язки структурних підрозділів підприємства визначаються положеннями про них, які затверджуються в порядку, визначеному статутом підприємства або іншими установчими документами.

3. Підприємство самостійно визначає свою організаційну структуру, встановлює чисельність працівників і штатний розпис.

Організаційна структура підприємства, яке є резидентом Дія Сіті, визначається ним самостійно з урахуванням положень Закону України "Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні".

4. Підприємство має право створювати філії, представництва, відділення та інші відокремлені підрозділи, погоджуючи питання про розміщення таких підрозділів підприємства з відповідними органами місцевого самоврядування в установленому законодавством порядку. Такі відокремлені підрозділи не мають статусу юридичної особи і діють на основі положення про них, затвердженого підприємством. Підприємства можуть відкривати рахунки в установах банків через свої відокремлені підрозділи відповідно до закону.

5. Діяльність розташованих на території України відокремлених підрозділів підприємств, що знаходяться за її межами, регулюється цим Кодексом та іншими законами.

Стаття 64-1. Кінцевий бенефіціарний власник (контролер) підприємства

1. Підприємства, крім державних та комунальних підприємств, зобов’язані встановлювати свого кінцевого бенефіціарного власника (контролера), регулярно оновлювати і зберігати інформацію про нього та надавати її державному реєстратору у випадках та в обсязі, передбачених законом.

Термін "кінцевий бенефіціарний власник (контролер)" розуміється у значенні, що вживається в Законі України "Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення".

Стаття 65. Управління підприємством

1. Управління підприємством здійснюється відповідно до його установчих документів на основі поєднання прав власника щодо господарського використання свого майна і участі в управлінні трудового колективу.

2. Власник здійснює свої права щодо управління підприємством безпосередньо або через уповноважені ним органи відповідно до статуту підприємства чи інших установчих документів.

3. Для керівництва господарською діяльністю підприємства власник (власники) безпосередньо або через уповноважені органи чи наглядова рада такого підприємства (у разі її утворення) призначає (обирає) керівника підприємства, який є підзвітним власнику, його уповноваженому органу чи наглядовій раді. Керівник підприємства, головний бухгалтер, члени наглядової ради (у разі її утворення), виконавчого органу та інших органів управління підприємства відповідно до статуту є посадовими особами цього підприємства. Статутом підприємства посадовими особами можуть бути визнані й інші особи.

4. У разі найму керівника підприємства з ним укладається договір (контракт), в якому визначаються строк найму, права, обов'язки і відповідальність керівника, умови його матеріального забезпечення, умови звільнення його з посади, інші умови найму за погодженням сторін.

5. Керівник підприємства без доручення діє від імені підприємства, представляє його інтереси в органах державної влади і органах місцевого самоврядування, інших організаціях, у відносинах з юридичними особами та громадянами, формує адміністрацію підприємства і вирішує питання діяльності підприємства в межах та порядку, визначених установчими документами.

6. Керівника підприємства може бути звільнено з посади достроково на підставах, передбачених договором (контрактом) відповідно до закону.

7. На підприємствах, які використовують найману працю, укладається колективний договір, яким регулюються виробничі, трудові, соціально-економічні відносини між роботодавцем і працівниками, їх представниками. Питання укладення колективних договорів регулюються законодавством про колективні договори.

Соціальні та інші відносини гіг-спеціалістів та підприємств, що є резидентами Дія Сіті, пов’язані з виконанням робіт (наданням послуг) за гіг-контрактами, регулюються гіг-контрактами, укладеними згідно із Законом України "Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні".

Це особлива форма цивільно-правового договору між IT-фахівцем і компанією, яка входить до простору Дія City. Можливість укладати гіг-контракти з'явилася після запуску Дія City на початку 2022 року.

8. Трудовий колектив підприємства становлять усі громадяни, які своєю працею беруть участь у його діяльності на основі трудового договору (контракту, угоди) або інших форм, що регулюють трудові відносини працівника з підприємством. Повноваження трудового колективу щодо його участі в управлінні підприємством встановлюються статутом або іншими установчими документами відповідно до вимог цього Кодексу, законодавства про окремі види підприємств, закону про трудові колективи.

9. Рішення з соціально-економічних питань, що стосуються діяльності підприємства, виробляються і приймаються його органами управління за участі трудового колективу і уповноважених ним органів.

10. Особливості управління підприємствами окремих видів (організаційних форм підприємств) встановлюються цим Кодексом та законами про такі підприємства.

Стаття 66. Майно підприємства

1. Майно підприємства становлять виробничі і невиробничі фонди, а також інші цінності, вартість яких відображається в самостійному балансі підприємства.

2. Джерелами формування майна підприємства є:

- грошові та матеріальні внески засновників;
- доходи, одержані від реалізації продукції, послуг, інших видів господарської діяльності;
- доходи за фінансовими інструментами;
- кредити банків та інших кредиторів;
- капітальні вкладення і дотації з бюджетів;
- майно, придбане в інших суб'єктів господарювання, організацій та громадян у встановленому законодавством порядку;
- інші джерела, не заборонені законодавством України.

3. Єдиний майновий комплекс підприємства визнається нерухомістю і може бути об'єктом купівлі-продажу та інших угод, на умовах і в порядку, визначених цим Кодексом та законами, прийнятими відповідно до нього.

4. Реалізація майнових прав підприємства здійснюється в порядку, встановленому цим Кодексом, іншими законодавчими актами України.

5. Володіння і користування природними ресурсами підприємство здійснює в установленому законодавством порядку за плату, а у випадках, передбачених законом, на пільгових умовах.

6. Підприємство випускає, реалізує та придбаває цінні папери відповідно до законодавства України.

7. Держава гарантує захист майнових прав підприємства. Вилучення державою у підприємства майна, що ним використовується, здійснюється лише у випадках і порядку, передбачених законом.

Стаття 67. Господарські відносини підприємства з іншими підприємствами, організаціями, громадянами

1. Відносини підприємства з іншими підприємствами, організаціями, громадянами в усіх сферах господарської діяльності здійснюються на основі договорів.

2. Підприємства вільні у виборі предмета договору, визначенні зобов'язань, інших умов господарських взаємовідносин, що не суперечать законодавству України.

3. Підприємство має право реалізовувати самостійно всю продукцію на території України і за її межами, якщо інше не передбачено законом.

4. Державні підприємства, у тому числі господарські товариства (крім банків), у статутному капіталі яких державі належить 50 та більше відсотків акцій (часток, паїв), здійснюють залучення внутрішніх довгострокових (більше одного року) та зовнішніх кредитів (позик), надають гарантії або є поручителями за такими зобов'язаннями за погодженням з центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну фінансову політику, здійснюють залучення внутрішніх короткострокових (до одного року) кредитів (позик), надають гарантії або є поручителями за такими зобов'язаннями - за погодженням з органом виконавчої влади, який здійснює функції управління державною власністю. Порядок таких погоджень встановлюється Кабінетом Міністрів України.

Стаття 68. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства

1. Підприємство самостійно здійснює зовнішньоекономічну діяльність, яка є частиною зовнішньоекономічної діяльності України і регулюється законами України, іншими прийнятими відповідно до них нормативно-правовими актами.

2. Порядок використання коштів підприємства в іноземній валюті визначається цим Кодексом та іншими законами.

3. Підприємство, яке здійснює зовнішньоекономічну діяльність, може відкривати за межами України свої представництва, філії та виробничі підрозділи, утримання яких здійснюється за кошти підприємства.

Стаття 69. Соціальна діяльність підприємства

1. Питання щодо поліпшення умов праці, життя і здоров'я, страхування працівників підприємства та їх сімей, а також інші питання соціального розвитку вирішуються трудовим колективом за участі власника або уповноваженого ним

органу відповідно до законодавства, установчих документів підприємства, колективного договору.

2. Підприємство забезпечує підготовку кваліфікованих робітників та спеціалістів, їх економічне і професійне навчання як у власних навчальних закладах, так і в інших навчальних закладах за відповідними угодами. Підприємство надає пільги відповідно до закону своїм працівникам, які навчаються без відриву від виробництва.

3. Пенсіонери та особи з інвалідністю, які працювали до виходу на пенсію на підприємстві, користуються нарівні з його працівниками наявними можливостями медичного обслуговування, забезпечення житлом, путівками в оздоровчі та профілактичні заклади, іншими соціальними послугами і пільгами, що передбачені статутом підприємства.

4. Власник, органи управління підприємства зобов'язані забезпечити для всіх працівників підприємства належні і безпечні умови праці. Підприємство несе відповідальність в установленому законом порядку за шкоду, завдану здоров'ю та працездатності його працівників.

5. Підприємство зобов'язане забезпечити сприятливі умови праці жінок та неповнолітніх, забезпечувати їх роботою переважно в денний час; жінок, які мають малолітніх дітей, вагітних жінок переводити на легшу роботу з нешкідливими умовами праці, надавати їм інші пільги, передбачені законом. Підприємство із шкідливими умовами праці створює окремі цехи, дільниці для надання жінкам, неповнолітнім та окремим категоріям працюючих більш легкої роботи.

6. Підприємство самостійно встановлює для своїх працівників додаткові відпустки, скорочений робочий день та інші пільги, а також має право заохочувати працівників інших підприємств, установ, організацій, які його обслуговують.

7. Підприємство має право забезпечувати додатковою пенсією, незалежно від розмірів державної пенсії, працівника, який став особою з інвалідністю на даному підприємстві внаслідок нещасного випадку або професійного захворювання. У разі смерті працівника підприємства при виконанні ним службових обов'язків власник, підприємство добровільно чи за рішенням суду забезпечують сім'ю працівника допомогою відповідно до закону.

8. Підприємство з правом найму робочої сили забезпечує визначену відповідно до закону кількість робочих місць для працевлаштування неповнолітніх, осіб з інвалідністю, інших категорій громадян, які потребують соціального захисту. Відповідальність підприємства за невиконання даної вимоги встановлюється законом.

9. Соціальна діяльність підприємств, що є резидентами Дія Сіті, щодо гіг-спеціалістів визначається підприємствами самостійно з урахуванням положень Закону України "Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні" та укладених з такими гіг-спеціалістами гіг-контрактів.

Стаття 70. Об'єднання підприємств

1. Підприємства мають право на добровільних засадах об'єднувати свою господарську діяльність (виробничу, комерційну та інші види діяльності) на умовах і в порядку, встановлених цим Кодексом та іншими законами.

2. За рішенням Кабінету Міністрів України або органів, до повноважень яких належить управління державними або комунальними підприємствами, можуть утворюватися об'єднання підприємств на умовах і в порядку, встановлених цим Кодексом та іншими законами.

3. Види об'єднань підприємств, їх загальний статус, а також основні вимоги щодо здійснення ними господарської діяльності визначаються цим Кодексом, інші питання їх діяльності регулюються законодавством України.

Стаття 71. Облік і звітність підприємства

1. Облік і звітність підприємства здійснюються відповідно до вимог статті 19 цього Кодексу та інших нормативно-правових актів.

2. Відомості, не передбачені законом, підприємство надає органам державної влади, органам місцевого самоврядування, іншим підприємствам, установам, організаціям на договірній основі або в порядку, передбаченому установчими документами підприємства.

Стаття 72. Законодавство про підприємства

1. Підприємства в Україні здійснюють свою діяльність відповідно до вимог статей 62-71 цього Кодексу, якщо інше щодо підприємств окремих видів не передбачено цим Кодексом та іншими законами, прийнятими відповідно до цього Кодексу.

2. Якщо чинним міжнародним договором України, згоду на обов'язковість якого надано Верховною Радою України, встановлено правила інші, ніж ті, які передбачені законодавством про підприємства, то застосовуються правила міжнародного договору.

Отже, **підприємство** — це організаційно відокремлена і економічно самостійна ланка виробничої сфери народного господарства, що спеціалізується на виготовленні продукції, виконанні робіт і наданні послуг. Головне завдання

підприємства полягає в задоволенні потреб ринку в його продукції або послугах з метою одержання прибутку.

Основними законодавчими актами, які регулюють діяльність підприємств в Україні, є

Господарський кодекс України;

Закон України: "Про підприємництво" та інші.

Діяльність підприємства також регулюється його статутом та колективним договором.

Статут підприємства — це зібрання обов'язкових правил, що регулюють його взаємовідносини з іншими суб'єктами господарювання, а також індивідуальну діяльність.

Колективний договір — це угода між трудовим колективом в особі профспілки та адміністрацією або власником, яка щорічно переглядається і регулює їх виробничі, економічні і трудові відносини.

Підприємства мають такі основні ознаки:

- виробничо-технічна єдність;
- організаційно-соціальна єдність;
- фінансово-економічна самостійність.

Виробничо-технічна єдність підприємства визначається спільністю призначення продукції (послуг) або спільністю процесів її виробництва. Вона визначає єдину систему технічної документації, загальну технічну політику окремих ланок підприємства тощо.

Організаційно-соціальна єдність підприємства передбачає наявність єдиного колективу, єдиної адміністрації і управління виробництвом, загальної системи їх обслуговування, що визначає спільну відповідальність за здійснювану діяльність.

Фінансово-економічна єдність підприємства проявляється в єдності плану, обліку, спільності матеріальних, технічних і фінансових ресурсів, економічних результатів роботи та єдиної системи стимулювання.

Використані джерела:

1. Господарський кодекс України Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text
2. https://library.if.ua/book/20/1617.html

2. Економічний механізм діяльності підприємства

У практиці господарювання кожне підприємство здійснює безліч різних операцій, які за ознаками спорідненості можна об'єднати в окремі напрямки.

Основним напрямком діяльності кожного підприємства є вивчення конкурентного середовища і ринку.

Це маркетингова діяльність, до якої входить:

- дослідження ринку товарів (послуг);
- розробка та впровадження ефективних заходів товарообігу;
- здійснення рекламних кампаній;
- формування обґрунтованої цінової політики;
- формування платоспроможного попиту та системи стимулювання збуту;
- розробка досконалої асортиментної політики;
- вибір каналів товарообігу;
- визначення дизайну товарів (послуг);
- формування позитивного іміджу товарів (послуг);
- передбачення сервісного обслуговування тощо.

Таким чином, під **маркетинговою діяльністю підприємства** слід розуміти процес організації виробництва і збуту продукції, орієнтований на задоволення потреб окремих споживачів і отримання прибутку на основі дослідження і прогнозування ринку, вивчення внутрішнього та зовнішнього ринкового середовищ, розробки стратегії і тактики поведінки на ринку за допомогою маркетингових програм.

На підставі результатів маркетингових досліджень ринку товарів формують засади **інноваційної діяльності** для забезпечення безперешкодного та успішного виходу на нові ринкові сегменти з інноваційною продукцією.

Інноваційна діяльність підприємства включає:

- реалізацію науково-технічних розробок і випробовувань;
- ефективну технологічну і конструкторську діяльність;
- впровадження технічних, організаційних та інших нововведень;
- розробку нових корисних моделей щодо удосконалення організації, управління і регулювання діяльності підприємства.
- формування ефективної інноваційно-інвестиційної політики підприємства.

Таким чином, під **інноваційною діяльністю підприємства** слід розуміти процес, здійснюваний на основі реалізації інвестицій з метою виконання обґрунтованих науково-технічних програм з гарантованими строками окупності витрат і впровадження нових науково-технічних досягнень у виробництво.

Запорукою успішного функціонування підприємства в конкурентному ринковому середовищі є ефективна **виробнича діяльність підприємства**, яка включає:

- розробку програми випуску товарів (послуг) в поточному періоді і на перспективу;
- збалансування виробничих потужностей підприємства;
- обґрунтування обсягу виготовлення продукції (послуг) певної номенклатури й асортименту відповідно до потреб ринку;
- безперебійне матеріально-технічне забезпечення виробництва необхідними ресурсами;
- розробку узгоджених у часі і просторі оперативно-календарних графіків виготовлення продукції (надання послуг);
- впровадження оптимізаційних програм щодо раціонального використання наявних у підприємства ресурсів.

Ефективність попередніх видів діяльності доцільно визначати за результатами **комерційно-збутової діяльності**, від масштабів і якості якої залежить фінансова результативність виробництва.

Під **комерційно-збутовою діяльністю** слід розуміти сукупність комерційних і торговельно-технологічних заходів підприємства з доведенням виготовленої ним продукції до споживачів. Вона повинна включати:

- активний пошук ринків збуту товарів (послуг);
- знаходження потенційних клієнтів;
- вибір каналів розповсюдження товарів (послуг);
- встановлення тривалих добропорядних взаємин з клієнтами;
- документальне оформлення господарських зв'язків з укладенням договорів постачання.

Найважливішими в цій діяльності є технологічні операції фізичного переміщення товарів від виробників до споживачів.

Невід'ємним атрибутом прихильності споживачів до виготовленої підприємством продукції (наданих послуг) є забезпечення післяпродажного сервісу за фактом реалізації продукції, що передбачає надання наступних послуг:

- забезпечення гарантійного технічного обслуговування реалізованого товару (наданої послуги) протягом визначеного умовами експлуатації терміну;
- експлуатаційне супроводження впродовж нормативного строку служби реалізованого товару (наданої послуги) (монтажні чи пусконалагоджувальні роботи, комп'ютерна та інформаційна підтримка, постачання запасних частин, ремонтне обслуговування, консультаційне забезпечення тощо).

Всі перераховані вище напрямки діяльності підприємства є основою **економічної діяльності підприємства**, тому що мають забезпечити досягнення позитивного результату - отримання гарантованого прибутку за рахунок задоволення якомога більшої кількості споживачів.

До економічної діяльності також буде доцільним віднесення таких видів операцій, як:

- стратегічне, тактичне і операційне планування діяльності підприємства;
- складення бізнес-планів та формування бізнес-портфелів;
- здійснення належного обліку всіх виробничо-фінансових операцій;
- оформлення звітності за результатами господарської діяльності у визначеному періоді;
- вибір методу та стратегії ціноутворення;
- вибір адекватної умовам господарювання системи оплати праці і формування належної системи стимулювання працівників;
- достеменне ресурсне обґрунтування виробничої програми підприємства;
- забезпечення належної підготовки персоналу та створення відповідної техніко-технологічної бази підприємства;
- здійснення ефективної зовнішньоекономічної діяльності тощо.

Економічна діяльність підприємства нерозривно пов'язана із його **соціальною діяльністю**, яка передбачає створення безпечних умов праці, забезпечення соціальних гарантій в межах норм чинного законодавства, отримання соціальних виплат відповідними категоріями працівників, створення сприятливого клімату в колективі. До неї також відносяться будівництво житла для всіх категорій працівників, утримання дитячих садків, ясел, спортивних комплексів, баз і будинків відпочинку, профілакторіїв, поліклінік тощо.

Особливості функціонування підприємства в ринковому середовищі згідно з напрямками здійснюваних ним видів діяльності можна зобразити у вигляді схеми, наведеної на рис. 1.2.

Виробнича структура підприємства — це склад, кількісне співвідношення і розміри внутрішніх підрозділів, форми їх побудови та взаємозв'язку.

На виробничу структуру підприємства впливають такі фактори:
- масштаб виробництва;
- складність конструкції виробу;
- характер технологічного процесу.

Якщо головним виробничим підрозділом підприємства є **цех** (адміністративно відокремлена частина підприємства, в якій виконується комплекс робіт відповідно до внутрішньозаводської спеціалізації), то така **виробнича структура називається цеховою.**

Цехи поділяються на:
- основні (заготівельні, обробні, складальні);
- допоміжні (інструментальні, ремонтні, енергетичні);
- побічні (утилізації, відновлення деяких сировинно-матеріальних ресурсів);
- обслуговуючі (складське і транспортне господарства);

- підсобні (виробництво тари, відгодівельне і тепличне господарства тощо).

Рис. 1.2. **Схема діяльності підприємства в конкурентному ринковому середовищі**

При **безцеховій виробничій структурі** основою її побудови є **виробнича дільниця** (сукупність робочих місць, на яких виконуються технологічно однорідні роботи або виготовляється однотипна продукція).

Корпус як об'єднання однотипних цехів є основним структурним підрозділом корпусної виробничої структури.

Підприємства (крім бюджетних установ) можуть належати до таких **категорій підприємств:**

- мікропідприємства,
- малі підприємства,
- середні підприємства,

- великих підприємства.

Чинне законодавство України передбачає ряд правових форм для створення господарчих товариств:

- товариство з повною відповідальністю;
- товариство з обмеженою відповідальністю;
- товариство з додатковою відповідальністю;
- акціонерне підприємство.

Також є ще один вид форми власності. Це індивідуальний підприємець (фізична особа-підприємець — ФОП).

Найбільш поширеними в Україні є форми власності **ФОП та товариство з обмеженою відповідальністю.**

Підприємницькі структури мають право на добровільних засадах об'єднувати свою інноваційну, виробничу, маркетингову, постачальницько-збутову, фінансову та соціальну діяльність. Такими об'єднаннями можуть бути: асоціації, корпорації, концерни, консорціуми, трести, синдикати, картелі, холдинги, фінансові групи.

В Україні найбільш поширеними **формами об'єднання підприємств** є:

— асоціація;
— корпорація;
— консорціум;
— концерн;
— холдинг.

Кожна з цих форм має свої переваги і недоліки і може використовуватись в залежності від умов внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства.

Використані джерела:

1. Господарський кодекс України https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text
2. https://library.if.ua/book/20/1617.html
3. https://pidru4niki.com/14170120/e/pidpriyemstvo_subyekt_gospodaryuvannya
4. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні ЗУ https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text
5. https://online.novaposhta.education/blog/klasifikaciya-pidpriemstv

3. Види економічної діяльності та основні напрямки їх розвитку

Головна характеристика підприємства — це можливість здійснювати будь-які види діяльності, що передбачені статутом. За умови, що вони не заборонені законодавством та спрямовані на задоволення попиту споживача.

Усі суб'єкти господарювання здійснюють діяльність у рамках обраної сфери. Встановлюють її відповідно до **класифікатора видів економічної**

діяльності (КВЕД). Без нього не може обійтись жодне підприємство. Класифікатор містить інформацію про всі можливі напрямки роботи.

Зазвичай КВЕД обирають під час реєстрації компанії. Але бувають випадки, коли підприємство змінює чи розширює сферу діяльності. Тоді класифікатори підбирають для фірми, яка вже працює.

Класифікатор складається з цифрових кодів, кожен з них означає один напрямок діяльності. Якщо підприємство працює одразу в декількох напрямках, потрібно обирати код для кожного.

Законодавчо обмеження на кількість сфер діяльності не існує. Але на практиці зазвичай обирають від 1 до 6 різних кодів.

Для зручності використання класифікатори розподілено на 17 секторів, кожен з яких позначено буквою англійського алфавіту:

Класифікація видів економічної діяльності (КВЕД-2010) складається з таких секцій:

Секція	Назва
A	Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство
B	Добувна промисловість і розроблення кар'єрів
C	Переробна промисловість
D	Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря
E	Водопостачання; каналізація, поводження з відходами
F	Будівництво
G	Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів
H	Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність
I	Тимчасове розміщування й організація харчування
J	Інформація та телекомунікації
K	Фінансова та страхова діяльність
L	Операції з нерухомим майном
M	Професійна, наукова та технічна діяльність
N	Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування
O	Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування
P	Освіта
Q	Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги
R	Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок
S	Надання інших видів послуг

T	Діяльність домашніх господарств
U	Діяльність екстериторіальних організацій і органів

Кожен сектор розділений ще на групи та коди. Він може вміщати від одного до декількох підкласів, що визначають сферу діяльності.

Наприклад:

Секція С Переробна промисловість

Розділ 25 Виробництво готових металевих виробів, крім машин і устаткування

Група 25.5 Кування, пресування, штампування, профілювання; порошкова металургія

КВЕД-2010: Група 25.5

Група	Назва видів економічної діяльності та пояснення до них
25.5	Кування, пресування, штампування, профілювання; порошкова металургія *Ця група включає* діяльність загального характеру з оброблення металів, таку як кування або пресування, яку зазвичай виконують за винагороду чи на основі контракту.

включає класи:

Клас	Назва
25.50	Кування, пресування, штампування, профілювання; порошкова металургія

Чинні КВЕДи України відповідають Міжнародній стандартній галузевій класифікації, що своєю чергою затверджена ООН. Вона забезпечує уніфікацію видів економічної діяльності у світовому масштабі.

Характеристика діяльності підприємства за сферою праці — один з головних параметрів, що використовуються під час заповнення податкових та фінансових звітів.

Використана література:

1. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010 https://ips.ligazakon.net/document/FIN61334

2. https://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10_i.html

4. Промислове підприємство та мета його діяльності

Головна мета підприємства — виготовлення та реалізація продукції для отримання прибутку. Для цього підприємство повинне:

— розвивати основне виробництво і підвищувати його ефективність;

— забезпечувати зростання продуктивності праці та ресурсозбереження;

— створювати умови для високопродуктивної праці;

— забезпечувати самоврядування трудового колективу;

— створювати умови для зацікавленості працівника в забезпеченні ефективної діяльності.

Важливими ознаками діяльності підприємства є:

— самостійність і незалежність суб'єктів, що господарюють, у рамках правових норм;

— економічна зацікавленість в отриманні максимально можливого прибутку;

— господарський ризик і відповідальність.

Рис. 3.1. **Види діяльності підприємства**

Виробництво є основним видом діяльності підприємства: зокрема здійснюється виробництво продукції, товарів, робіт, надаються послуги, створюються духовні цінності. Однак саме ця сфера діяльності під час переходу до ринкової економіки зазнала найбільш негативних змін: порушилося матеріально-технічне забезпечення, різко зменшився збут продукції, погіршився фінансовий стан підприємств.

Комерційна діяльність отримала найбільший розвиток за розвитку ринкових відносин. Вона характеризується операціями й угодами з купівлі-продажу товарів і послуг і дає змогу швидше отримати віддачу, рентабельність цієї діяльності вища, ніж у виробництві.

Сферою фінансової діяльності є обіг, обмін коштів. Фінансова діяльність проникає й у виробничу, і в комерційну, однак вона може бути і самостійною: банківською, страховою справою та ін.

Використана література:

1. https://pidru4niki.com/15970122/ek/promislove_pidpriyemstvo_obyekt_organizatsiyi

5. Структура управління підприємством

Структурна побудова управління організацією є передумовою виконання управлінських рішень, оскільки за відсутності виконавців рішення втрачають сенс.

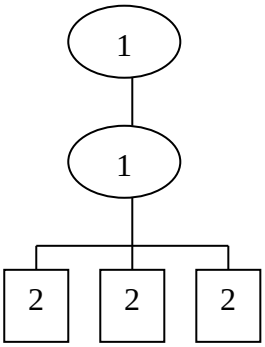
Структурну побудову управління організацією можна порівняти із скелетом підприємства. Вона формується з рівнів та виконавчих органів, які функціонують відповідно до змісту виробничої діяльності організації та управлінських рішень.

Невиконання обов'язків мають своїми наслідками відповідальність у формі управлінського впливу щодо органу управління чи посадових осіб. Обсяг та зміст повноважень, ступінь відповідальності залежать від позиції органу в рівні управління, масштабів і території його діяльності.

Основними типами структурної побудови управління організаціями є:

- лінійна
- функціональна
- лінійно-функціональна
- лінійно-штабна
- секційна (дивізіональна)
- матрична
- організація, орієнтована на колектив.

Лінійна – це найпростіша форма взаємозв’язків в управлінні господарськими процесами.



де: 1- лінійний керівник;

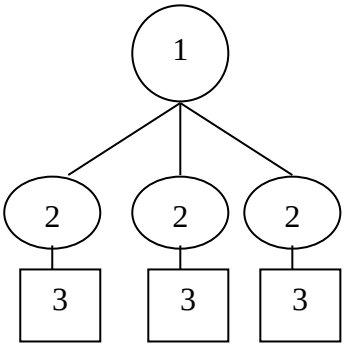
2 – виконавець.

Сутність: кожний виробничий колектив очолює керівник, який здійснює всі функції управління. Колектив і організація загалом підзвітні вищому керівникові. Обов'язком є виконання розпоряджень тільки свого керівника. Тому керівник вищого рангу не має права віддавати розпорядження працівникам (виконавцям), обминаючи їх безпосереднього керівника.

Переваги: ланки лінійного управління відповідають ланкам виробництва, між якими встановлені чіткі відносини і зв'язки. Отримання підлеглими несуперечливих взаємопов'язаних завдань і розпоряджень. Цілковита відповідальність кожного керівника за результати роботи.

Недоліки: потребує менеджерів з універсальними знаннями і навичками, без чого не можливе ефективне керівництво певним об'єктом. В організації немає фахівців з реалізації окремих функцій менеджменту. Його використання не відповідає вимогам сучасного виробництва.

Функціональна - забезпечує виконання кожної функції управління на всіх рівнях.



1- керівник організації

2 – функціональний керівник

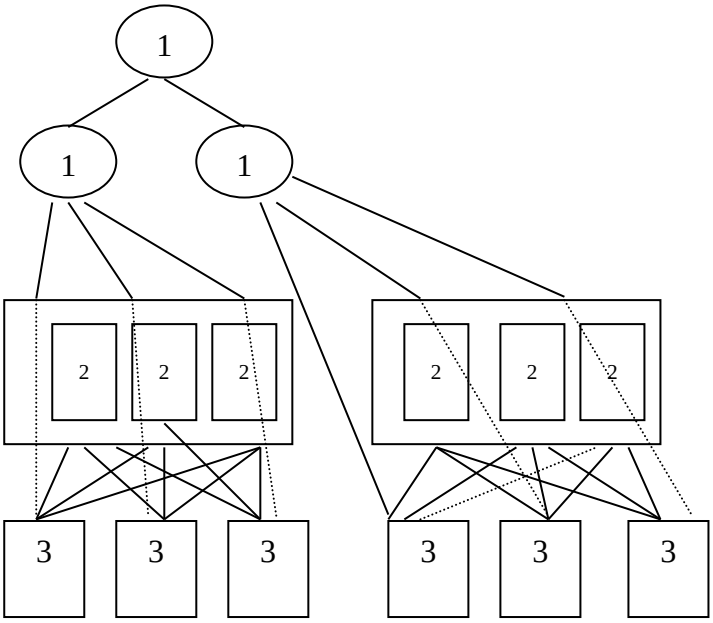
3 - виконавці

Сутність: Працівники формуються у самостійні підрозділи, беручи до уваги подібність робіт, які вони виконують, чи видів діяльності, які закріплені за ними.

Переваги: Підвищує ефективність менеджменту завдяки залученню кваліфікованих фахівців, які добре знають конкретні сфери виробництва.

Недоліки: Є проблеми порушення єдності розпорядництва, зниження відповідальності за роботу, оскільки підлеглі можуть отримувати вказівки від різних функціональних керівників.

Лінійно-функціональна



де: 1- лінійний керівник організації

1а, 1б – лінійний керівник структурного виробничого підрозділу

2- керівник функціонального відділу

3 - виконавець

Сутність: Поєднання лінійного управління з функціональним. Діють групи фахівців, об'єднаних у відділи за функціональною ознакою

Переваги: Позбавлена недоліків лінійного та функціонального управління

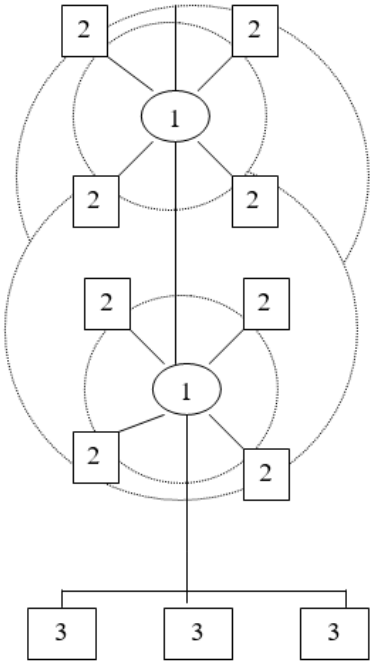
Недоліки: Призводить до розростання апарату управління, його відриву від виробництва, збільшення витрат на управління.

Лінійно-штабна

Сутність: Потребує створення спеціальних колегій (рад), де лінійні менеджери з експертами та функціональними менеджерами (фахівцями) погоджують свої дії та рішення. Погоджене рішення доводиться до нижчого рівня управління тільки за згодою і від імені лінійного менеджера.

Переваги: Функціональні підрозділи вищого рівня не мають права віддавати розпорядження нижчим без відома лінійного менеджера цього рівня.

Недоліки: Призводить до розростання апарату управління, його відриву від виробництва, збільшення витрат на управління.



де 1 – лінійний керівник;
2 – функціональний підрозділ;
3 – виконавець.

Секційна (дивізіональна)

Сутність: Створення в організації однорідних дільниць (“підприємство у підприємстві”). Придатна для поділу великих неоднорідних організацій на однорідні, якими зручно управляти.

Переваги: Кожна дільниця несе власну відповідальність за прибуток, виробництво, збут.

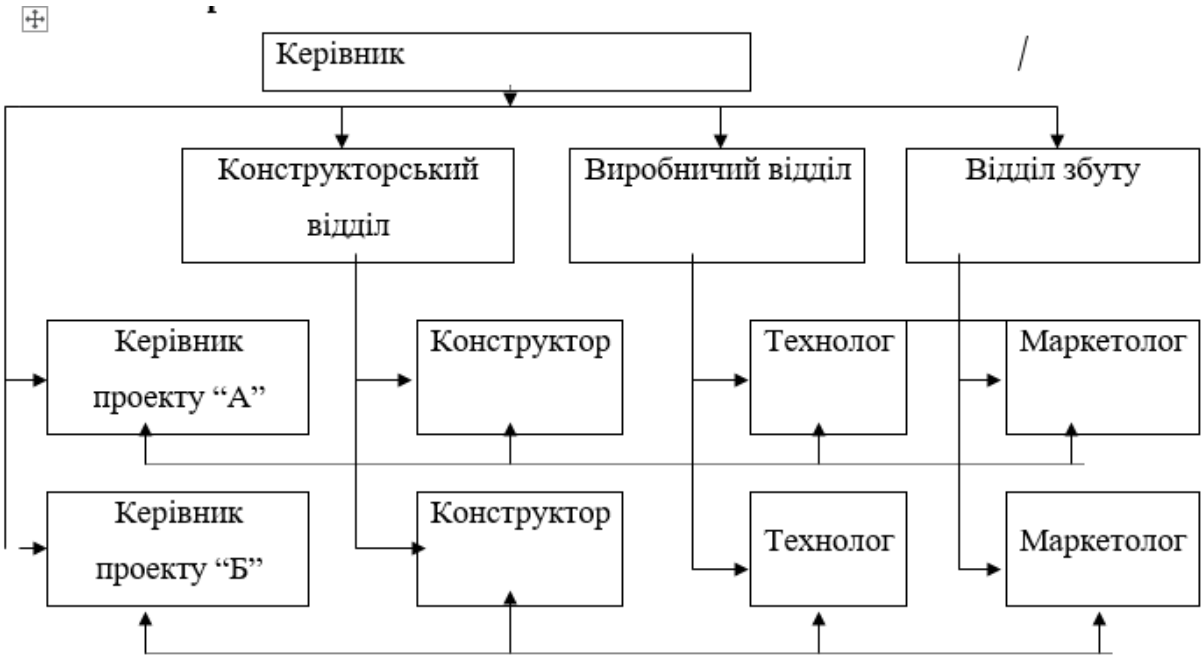
Недоліки: “Егоїзм дільниць”.

Матрична

Сутність: Використовується для управління новими видами або підвидами діяльності, новими проектами.

Переваги: Учасники відповідатимуть за всі етапи. Рухомість у горизонтальному напрямі

Недоліки: розподіл компетенцій. Виконавці схильні нехтувати вказівками, так як перебувають в подвійному підпорядкуванні.



Організація, орієнтована на колектив.

Сутність: Передавання повноважень щодо рішень групі, а не окремій особі. Проте керівники тільки тоді відмовляються від своєї компетенції, коли їх співробітники наділені необхідними відповідальністю, професіоналізмом і можуть брати повноцінну участь у процесі прийняття рішень. Використовується у науково-творчих колективах і майже не застосовується у організаціях.

Кожна організація обирає таку внутрішню побудову, яку вважає найефективнішою.

6. Внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства

Найважливіша характеристика організації – її взаємозв'язок із **зовнішнім середовищем**. Жодна організація не може існувати сама по собі. Організації повністю залежать від навколишнього світу, від зовнішнього середовища відносно як своїх ресурсів, так і споживачів, користувачів тими результатами, яких вона намагається досягти.

Організації також мають **внутрішнє середовище**, яке складається з її цілей, завдань, технології, структури організації (власників, ради директорів, персоналу) а також, фізичного середовища для роботи та культури організації.

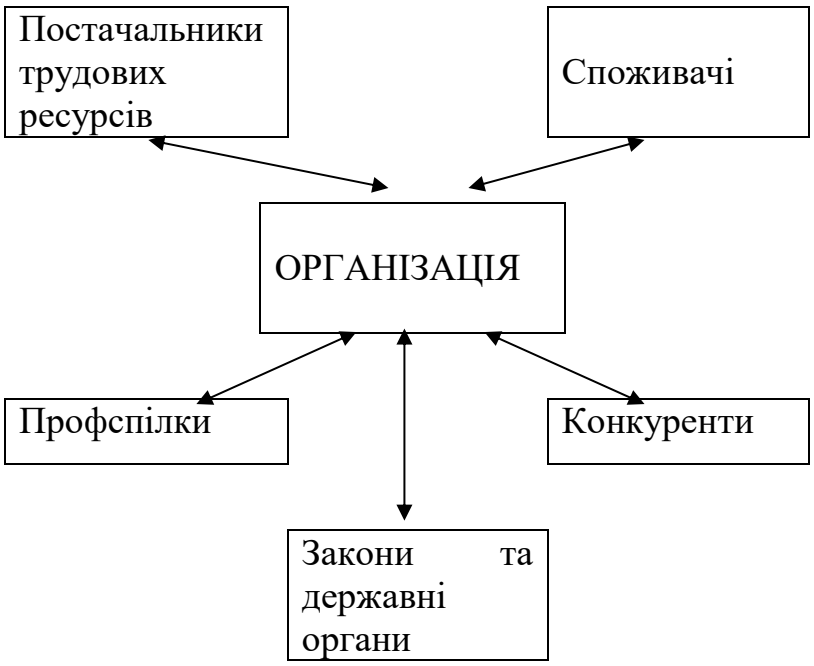


рис. Середовище прямого впливу на організацію.

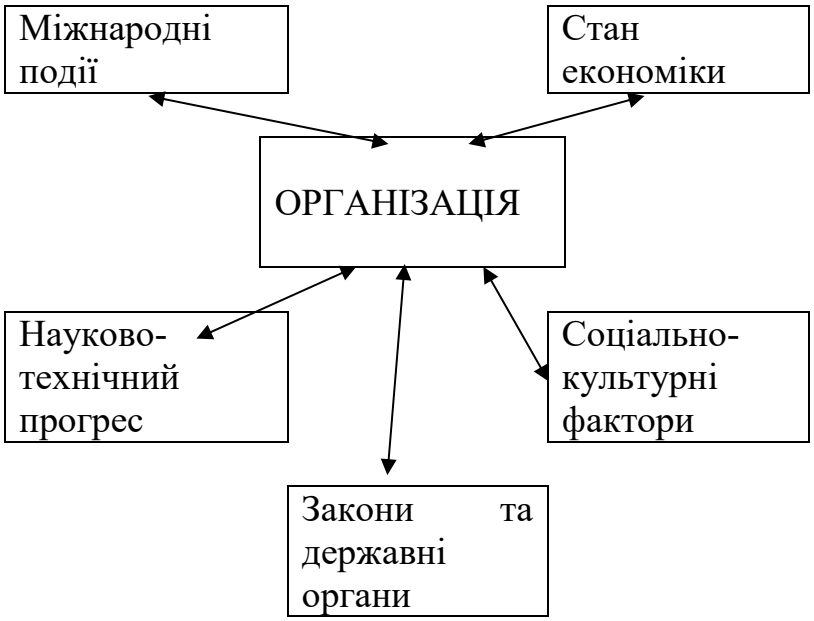


рис.. Середовище непрямого впливу на організацію.

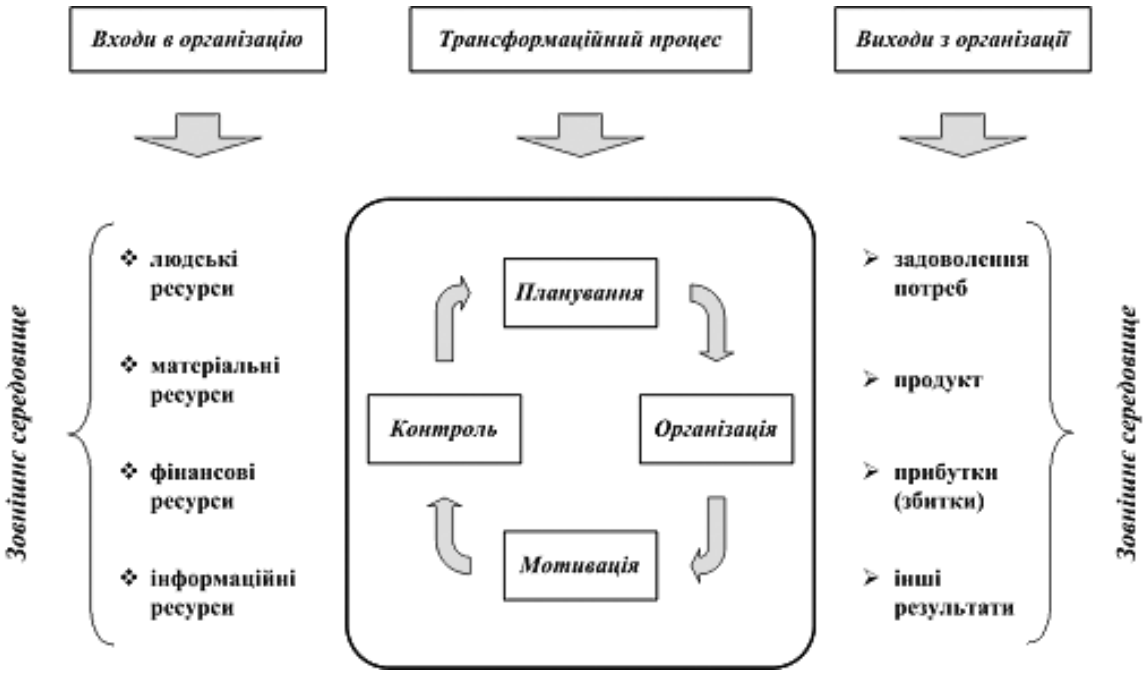


Рис. Загальна системна модель організації

У процесі управління організацією необхідно враховувати стан її внутрішнього й зовнішнього середовища.

7. Форми об’єднання підприємств в Україні

Виділяють такі основні форми об'єднань підприємств:

- асоціації,
- корпорації,
- консорціуми,
- концерни,

при цьому Господарський кодекс передбачає можливість утворення і інших форм об'єднань підприємств, передбачених законом.

Асоціація – найпростіша форма договірного об'єднання підприємств (фірм, компаній, організацій) з метою постійної координації господарської діяльності. Асоціація не має права втручатися у виробничу і комерційну діяльність будь-якого з її учасників (членів);

Корпорація – договірні об'єднання господарюючих суб'єктів на основі інтеграції їх науково-технічних, виробничих та комерційних інтересів, з делегуванням окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників;

Консорціум – тимчасові статутні об'єднання промислового і банківського капіталу для досягнення загальної мети (наприклад, здійснення спільного

великого господарського проекту). Учасниками консорціуму можуть бути державні і приватні фірми, а також цілі держави (наприклад, Міжнародний консорціум супутникового зв'язку);

Концерн – форма статутних об'єднань підприємств (фірм), що характеризується єдністю власності і контролю; об'єднання відбувається найчастіше за принципом диверсифікації, коли один концерн інтегрує підприємства (фірми) різних галузей економіки (промисловість, транспорт, торгівля, наукові організації, банки, страхова справа). Після створення концерну господарюючі суб'єкти втрачають свою самостійність, підпорядковуються звичайно фінансовим структурам. В сучасних умовах значно розширюється мережа міжнародних концернів;

Холдинг – специфічна організаційна форма об'єднання капіталів; державницьке інтегроване товариство, що само безпосередньо не займається виробничою діяльністю, а використовує свої фінансові кошти для придбання контрольних пакетів акцій інших підприємств, які є учасниками концерну або другого добровільного об'єднання. Завдяки цьому воно здійснює контроль за діяльністю таких підприємств. Об'єднувані у холдингу суб'єкти мають юридичну і господарську самостійність. Проте вирішення основних питань їх діяльності належить холдинговій фірмі;

Фінансові групи – об'єднання юридичне та економічно самостійних підприємств (фірм) різних галузей народного господарства. На відміну від концерну фінансові групи очолюють один або декілька банків, які розпоряджаються капіталом підприємств (фірм, компаній), що входять до них, координують усі: сфери їх діяльності.

Використана література

1. https://pidru4niki.com/80381/ekonomika/formi_obyednan_pidpriyemstv

8. Виробнича програма

Метою діяльності підприємства є виробництво і реалізація продукції для забезпечення потреб населення за умови одержання прибутку. Досягнення запланованих цілей підприємства повинно забезпечуватись науково-обґрунтованими підходами до розробки виробничої програми підприємства.

Виробнича програма – це система завдань з виробництва і доставки продукції споживачам відповідно до номенклатури, асортименту, належної якості і у встановлені терміни згідно з договорами поставок.

До складу виробничої програми мають бути включені ті вироби і послуги, які здатні задовольнити поточні і майбутні потреби потенційних замовників та споживачів.

Основним завданням виробничої програми є максимальне задоволення потреб споживачів у високоякісній продукції, яка випускається підприємствами при найкращому використанні їх ресурсів та отриманні максимального прибутку.

Виробнича програма є планом виробництва та реалізації продукції, виступає основним та вихідним розділом складання плану фінансової діяльності, матеріально-технічного забезпечення, технічного розвитку і організації виробництва, праці та кадрів.

Результати розробки виробничої програми ґрунтуються на основі досліджень ринку та конкурентів. Підґрунтям (вихідними даними) формування виробничої програми є результати досліджень:

– поведінки на ринку споживачів товарів підприємства та конкурентів;

– перспектив розвитку товарів та послуг, що випускаються та надаються підприємством, оцінювання форм і методів збуту;

– можливостей просування товарів на інші ринки;

– вдосконалення механізму ціноутворення на підприємстві.

Розробка науково-обґрунтованої виробничої програми

передбачає вирішення наступних **задач:**

• забезпечення високих і стійких темпів зростання випуску продукції в натуральних і вартісних показниках;

• формування номенклатури та асортименту виробів відповідно від стадії їх життєвого циклу;

• максимальне використання виробничих потужностей та ресурсного потенціалу підприємства;

• підвищення якості, надійності, поліпшення дизайну виробу з урахуванням попиту та дій конкурентів.

Виробнича програма визначає: обсяг випуску продукції; номенклатуру та асортимент виробництва; кількість, якість, строки та вартість виготовлення продукції.

В основу розробки виробничої програми має бути покладена реальна потреба в конкретній продукції за визначеною номенклатурою та асортиментом товарів.

Номенклатура – це перелік назв окремих видів продукції.

Асортимент – це різновидність виробів у межах даної номенклатури

Номенклатура виробів підприємства за об'єктом формування може бути:

– **централізованою –** формується шляхом укладання державних контрактів і державних замовлень.
– **децентралізованою** – формується підприємством самостійно на основі вивчення ринкового попиту на свою продукцію та встановлення прямих контактів зі споживачами шляхом укладання договорів поставок.

Формування виробничої програми підприємства базується на таких **елементах**:

1. **угоди** зі споживачами-покупцями на постачання та реалізацію певних видів продукції; які укладаються підприємством на основі аналізу та перспектив розвитку ринкового попиту;

2. **державні контракти** є засіб забезпечення потреб споживачів, що фінансуються за рахунок Державного бюджету, та поновлення державного резерву (при цьому держава гарантує оплату поставок продукції та забезпечує її виробництво найважливішими ресурсами);

3. **державні замовлення** є прийом стимулювання збільшення виробництва у пріоритетних галузях, впровадження нових технологій, випуску дефіцитних видів продукції, державної підтримки важливих наукових досліджень (держава може надавати пільги підприємствам-виробникам, але не забезпечує їх фінансовими ресурсами);

4. **портфель замовлень** на продукцію інших споживачів формується на основі контрактів між підприємствами-виробниками і підприємствами-споживачами та відображає його постійні прямі господарські зв'язки (такі контракти періодично переглядаються та поновлюються);

5. **обсяг власних потреб** – частина продукції підприємства, яка споживається безпосередньо самим підприємством (у виробничій програмі повинні враховуватися потреби підприємства, які визначаються на основі балансів матеріальних ресурсів, що відображають потребу у них та джерела її покриття).

Розробка виробничої програми здійснюється **за етапами**:

1. визначається обсяг поставок у натуральному вираженні за номенклатурою й асортиментом згідно укладених договорів;

2. складається план продажу продукції споживачам в натуральній формі;

3. обліковуються залишки нереалізованої продукції зі складу на початок та кінець року;

4. розраховується обсяг виробництва продукції за номенклатурою та асортиментом в натуральних показниках з календарним розподілом планового періоду;

5. обґрунтовуються розрахунки та узгоджуються з розмірами виробничих потужностей структурних підрозділів;

6. розраховуються вартісні показники товарної та реалізованої продукції;

7. складається календарний графік продажу продукції згідно укладених договорів;

8. планується виробнича програма структурних підрозділів підприємства.

Використана література:
https://pidru4niki.com/82201/ekonomika/virobnicha_programa_pidpriyemstva

9. Показники обсягів випуску продукції підприємства.

Основними показниками обсягу виробництва є товарна, валова та реалізована продукція.

Продукція — матеріальний результат праці, отриманий у конкретному виробничому процесі та призначений задовольняти суспільні та особисті потреби.

Продукція, що протягом певного часу перебуває на різних стадіях технологічного процесу, називається незавершеним виробництвом чи напівфабрикатом, по закінченні — **готовою продукцією.**

Валова продукція – це вартість усієї виготовленої продукції, виконаних робіт і наданих послуг, включаючи незавершене виробництво та внутрішньогосподарський оборот.

Товарна продукція — вартість всієї продукції, виробленої підприємством і призначеної для реалізації на сторону або для власних невиробничих потреб.

Реалізована продукція - продукція відвантажена покупцям і оплачена ними в даному періоді.

Номенклатура продукції — це перелік найменувань виробів, завдання з випуску яких передбачено планом виробництва продукції.

Асортимент — це певна сукупність товарів, яка відрізняється відповідними техніко-економічними показниками (за типорозмірами, потужністю, продуктивністю, дизайном тощо) і відповідає в цілому профілю діяльності підприємства, задовольняючи найбільш повно вимоги певних категорій споживачів.

Найважливішим показником виробничої програми є **товарна продукція** (ТП), якою вважають продукцію, що призначена для реалізації споживачам.

До складу товарної продукції включають готову продукцію, послуги, ремонтні роботи, капітальний ремонт свого підприємства, напівфабрикати і запчастини на сторону, капітальне будівництво для непромислових господарств свого підприємства, роботи, пов’язані з освоєнням нової техніки, тару, що не входить в гуртову ціну виробу.

У **валову продукцію** включають всю продукцію у вартісному виразі, незалежно від ступеня її готовності.

Реалізована продукція — це продукція, яка відвантажена споживачеві і за яку надійшли кошти на розрахунковий рахунок підприємства-постачальника або мають надійти у зазначений термін. Обсяг реалізованої продукції відрізняється від обсягу товарної продукції на різницю залишків готової продукції на складі на

кінець та початок періоду. Мається на увазі обсяг проданої продукції, за яку підприємство вже отримало кошти від покупця.

Вирішальним фактором комерційного успіху продукції на розвинутому конкурентному ринку є її **конкурентоспроможність**. Конкурентоспроможність продукції відображає відповідність товару умовам ринку, конкретним вимогам споживачів не лише за своїми якісними, технічними, економічними, естетичними характеристиками, а й за комерційними та іншими умовами його реалізації (ціна, термін поставки, канали збуту, сервіс, реклама)

Використана література:

1. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 700 с.

10. Життєвий цикл продукції та виробництва

Кожен продукт, майже як людина, має свій життєвий цикл. Він починається запуском товару, продовжується з його розвитком та спадом і закінчується виходом з ринку. Розуміння ключових етапів життєвого циклу продукції допомагають спеціалістам з маркетингу та продажів визначати фазу розвитку свого виробу та зробити правильні дії для досягнення успіху.

Життєвий цикл продукту — це модель, яка описує етапи, якими проходить виріб від створення до припинення випуску. Ця модель важлива для маркетологів, оскільки вона допомагає їм зрозуміти, як змінюється попит на продукт з часом, і приймати рішення про його оновлення.

Життєвий цикл продукту складається з п'яти етапів:

1. Розробка.
2. Вихід на ринок.
3. Зростання.
4. Зрілість.
5. Спад.

Щоб краще зрозуміти концепцію та визначити її важливість, розглянемо реальний приклад життєвого циклу продукту.

Смартфони були винайдені в 1990-х роках, але вони не стали масово популярними до початку 2000-х років. На етапі зародження ці гаджети були дорогими та складними у використанні.

У 2007 році компанія Apple випустила перший iPhone. Цей смартфон виявився більш доступним і водночас простішим у застосуванні в порівнянні з минулими моделями. Це призвело до зростання попиту на смартфони та початку їх масового поширення.

У 2010-х роках смартфони стали невід'ємною частиною життя людей у всьому світі. На етапі зростання це був основний засіб зв'язку, розваг та роботи.

Сьогодні смартфони знаходяться на етапі зрілості. Ринок мобільних гаджетів насичений, і конкуренція між виробниками дуже жорстка. На етапі зрілості виробники смартфонів зосереджуються на інноваціях і диференціації своїх продуктів.

Життєвий цикл смартфонів міг бути значно коротшим — вони могли зникнути ще на етапі прототипу чи запуску на ринку, але постійна робота над актуальністю товару призвела до того, що ці гаджети залишаються в попиті навіть через десятиліття існування. Невідомо, коли смартфони досягнуть етапу спаду. Деякі вважають, що iPhone залишаться популярними ще багато років, а інші впевнені, що їх незабаром замінять нові технології, такі як розумні окуляри або еластичні дисплеї. Усе залежить від того, чи вдасться виробникам техніки успішно адаптувати товар до потреб сучасної аудиторії.

Отже, модель життєвого циклу продукту важлива, тому що допомагає:

- зрозуміти, як змінюється попит на товар з часом;
- визначити, які маркетингові стратегії є найбільш ефективними на кожному етапі;
- продовжити життя продукту на ринку.

Модель життєвого циклу продукту описує п'ять основних етапів його розвитку. Розглянемо їх детальніше та визначимо, що потрібно робити компанії на кожному з них:

1. Розробка

- На цьому етапі проводиться дослідження ринку та конкурентів і відбувається розробка продукту, який відповідатиме актуальним потребам цільової аудиторії. У цей час попит на товар низький або взагалі відсутній. Прибутку також немає — всі кошти йдуть в розробку, виробництво та просування. Особливо важливо на початку інвестувати в стратегічний аналіз та розробку гіпотез.
- Етап продовжується інформуванням потенційних клієнтів про новий товар з використанням інструментів реклами, PR та соціальних медіа. Далі компанії створюють попит за допомогою знижок, промоакцій та партнерства з іншими брендами.

2. Вихід на ринок

- Тепер товар доступний для продажу. При правильній підготовці введення на ринок супроводжується зростанням попиту і зменшенням витрат на реалізацію. У цей час компанії важливо розширювати канали збуту, стимулювати попит за допомогою просування та вдосконалювати виріб.

- На цьому етапі маркетинг надзвичайно важливий, і більшість фінансів вкладається саме в нього. У цей момент важливо точно сформувати позиціювання продукту та розподілити інвестиції в правильні канали для просування.

3. Зростання

- Стадія зростання визначається популярністю продукту та зменшенням витрат на просування. У цей час попит на товар досягає свого піку. Під час зростання продукту компанія повинна зосередитися на зміцнення позиції продукту на ринку, розширенні асортименту та стимулюванні повторних продажів.
- Зростання продукту означає і зріст конкуренції. Тож маркетинг на цьому етапі важливий, але більше не відіграє ключову роль. Зараз компанії важливо зосередитися на покращенні продукту та випередженні конкурентів.

4. Зрілість

- У цей час товар досягає піку популярності та продажів. Попит починає поступово знижуватися, коли як конкуренція лише зростає. У цей час слід зрозуміти, що розвиток продукту припинився і більше не досягне минулих результатів. Тому важливо максимально продовжити цю фазу, аби не перейти до стрімкого спаду.
- Маркетинг і доопрацювання продукту тепер будуть малоефективні, адже привернути увагу нової аудиторії навряд чи вдасться. Тому важливо змістити фокус на укріплення лояльності наявних клієнтів і закриття їхніх потреб. На цьому етапі бренду також варто замислитися над пошуком можливостей для запуску та реалізації нових продуктів, поки наявний не досягнув фази спаду.

5. Спад

- Стадія спаду відрізняється різким зменшенням попиту та популярності продукту. У цей момент компанія має вибір: або сегментувати аудиторію та спробувати утримати конкретні групи або швидко згорнути продаж товару. Яким би не було ваше рішення, слід зрозуміти, що рухатися далі не вийде, тому варто зосередитися увагу на нових товарах, які ви встигли розробити та запустити на відносно стабільному етапі зрілості попереднього продукту.

Відстеження життєвого циклу продукту допомагає досягти таких цілей:

1. **Ефективний запуск продукту.** Ефективно запускати нові товари як на етапі розвитку бренду, так і при наявності вже популярних товарів. Це також дозволить залишатися конкурентоспроможними або досягти лідерських позицій на ринку.
2. **Розробка маркетингової стратегії.** Кожна стадія розвитку продукту потребує різних рішень і стратегій. Аналіз товару допоможе визначити етап його життєвого циклу та прийняти важливі рішення для того, щоб зберегти хороші показники.

3. **Запобігання занепаду продукту.** Щоб уникнути занепаду, необхідно вчасно визначити стадію зрілості та максимально продовжити її, аби відтягнути момент неминучого спаду. Це також допоможе вчасно розпочати розробку та запуск нових товарів, поки поточна продукція ще має попит і приносить стабільні прибутки.

4. **Ціноутворення.** Зазвичай на етапах виходу на ринок і спаду товар коштує менше, ніж на момент зрілості. Це обумовлено кількістю попиту та обізнаністю клієнтів про товар.

Отже, життєвий цикл продукту — це модель, яка дозволяє компаніям зрозуміти, як змінюється попит на товар з часом. Розуміння її етапів допомагає знайти рішення, які допоможуть досягти цілей у конкретний момент.

На кожному етапі життєвого циклу продукту бренди повинні використовувати різні маркетингові стратегії. Наприклад, на етапі зародження важливо зосередитися на стратегічному аналізі, а в момент зрілості зберегти лояльність існуючої бази клієнтів та почати інвестувати в нові розробки.

Використана література:

https://web-promo.ua/ua/blog/5-etapiv-zhittyevogo-ciklu-produktu-pro-yaki-vi-povinni-znati/

11. Методи організації виробництва

Методи організації виробництва - це сукупність прийомів і операцій виготовлення продукції або надання послуг, які виконуються при певному поєднанні елементів виробничого процесу.

Методи організації виробничого процесу можна розділити на три види: одиничні, партіями і потокові. На вибір методів організації виробництва впливають такі чинники: номенклатура і масштаби своєї продукції, періодичність випуску продукції, трудомісткість і характер технологічної обробки продукції. Вибір та умови застосування методу залежать від типу виробництва.

При **одиничному методі** організації виробництва випуск продукції здійснюється одиничними екземплярами виробів або невеликими партіями, які не повторюються. Застосовується при виготовленні складного обладнання (прокатні стани, турбіни), спеціального оснащення для умов одиничного, дрібносерійного і дослідного виробництва.

Характеризується широкою номенклатурою продукції, використанням універсального устаткування, робітників високої кваліфікації з широкою спеціалізацією, складною системою організації матеріально-технічного забезпечення, високими витратами на виробництво і реалізацію продукції.

При **гуртовому методі** організації виробничого процесу виготовлення продукції здійснюється партіями, номенклатура продукції, що випускається обмежена, обробляється одночасно продукція декількох найменувань, за робочим місцем закріплюється виконання декількох операцій, поряд зі спеціалізованим широко застосовується універсальне устаткування, характерне використання кадрів широкої спеціалізації з високою кваліфікацією.

Найбільшого поширення методи партіями організації отримали в серійному і дрібносерійному виробництвах. Часта зміна номенклатури продукції, що виготовляється і пов'язана з цим переналагодження обладнання, великі запаси незавершеного виробництва погіршують фінансово-економічні результати діяльності підприємства.

Напрямком підвищення ефективності методу партіями вважається впровадження гнучких автоматизованих виробництв на основі гнучких виробничих систем. Гнучка виробнича система має властивості автоматизованої переналагодження у встановлених межах значень характеристик виробів, що випускаються. Але впровадження гнучких автоматизованих виробництв вимагає значних одноразових витрат. Тому прийняття рішення про впровадження таких систем вимагає ретельного обгрунтування економічної доцільності їх використання в конкретних виробничих умовах.

При **потоковому методі** масштаби випускається великі, її випуск здійснюється обмеженою номенклатурою із заданою періодичністю, виробничий процес розділений на операції з чіткою спеціалізацією робочих місць на виконання певних технологічних операцій, паралельним виконанням операцій на всіх робочих місцях.

Основною структурною одиницею потокового виробництва є потокова лінія, яка являє собою сукупність робочих місць, розташованих по ходу технологічного процесу і пов'язаних між собою спеціальними видами міжопераційних транспортних засобів. Найбільш часто застосовуються приводні транспортні засоби - конвеєри.

Поточний метод організації виробничого процесу характеризується високою ефективністю, забезпечує реалізацію всіх найбільш важливих принципів організації виробництва. Потокові методи організації характерні для масового і великосерійного виробництв. Поширення вони одержали в легкій і харчовій промисловості, машинобудуванні, металообробці.

До недоліків потокової організації виробництва відносяться монотонна, одноманітна робота на конвеєрах; вся потокова лінія може зупинитися через поломку верстата на одній ділянці або вибуття одного робітника. Ключовими напрямами підвищення соціально-економічної ефективності потокового виробництва визнаються впровадження напівавтоматичних і автоматичних

потокових ліній, застосування роботів і автоматичних маніпуляторів для виконання монотонних операцій.

Використана література:

https://stud.com.ua/22945/ekonomika/metodi_organizatsiyi_virobnitstva

12. Визначення типу та організаційно-технічного рівня виробництва

Основним показником поділу на типи виробництва є спеціалізація робочих місць.

Тип виробництва - це комплексна характеристика організаційно-технічного рівня виробництва, що охоплює номенклатуру продукції, обсяг виробництва, випуск однотипної продукції, характер завантаження робочих місць, кваліфікацію робітників, собівартість продукції.

Під типом виробництва розуміють ступінь постійного завантаження робочих місць однаковою роботою і пов'язані з нею особливості в економіці.

Залежно від ступеня завантаження робочих місць, який обумовлюється масштабом та трудомісткістю виробництва, розрізняють такі **типи виробництва:**

- одиничне;
- серійне;
- масове;
- змішане.

У свою чергу, серійне виробництво поділяється на дрібно-, середньо- та великосерійне. Прикладом одиничного виробництва може бути дослідне або експериментальне виробництво.

Віднесення підприємства до того чи іншого типу виробництва не виключає можливості організації в його підрозділах виробничого процесу за іншими типами.

Тип виробництва, як правило, характеризується коефіцієнтом спеціалізації робочих місць або коефіцієнтом серійності (Кс).

Для масового виробництва цей коефіцієнт дорівнює від 1 до 3; для середньосерійного - від 11 до 20 та для дрібносерійного - понад 20.

Одиничне виробництво характеризується широким асортиментом продукції і невеликим обсягом випуску однакових виробів. При цьому зразки ніколи не повторюються або повторюються нерегулярно. За кожним робочим місцем не закріплені певні деталеоперації, тобто відсутня глибока спеціалізація. Як правило, обладнання унікальне, універсальне та розміщене за однорідними групами. При одиничному типі виробництва застосовується послідовний вид пересування предметів праці та існує відносно велика питома вага ручної праці.

Одиничне виробництво характеризується наявністю значного незавершеного виробництва та відсутністю закріплення операцій за робочими місцями. Характеризується одиничне виробництво високою собівартістю продукції, що випускається, і тривалим виробничим циклом.

Різноманітна номенклатура робить одиничне виробництво більш мобільним та швидко пристосовуваним до умов сучасного ринку.

Як правило, одиничне виробництво характерне для суднобудування, верстатобудування та виробництва іншого унікального обладнання (автоматні реактори, потужні електронні машини).

Таким чином, відмітними рисами одиничного виробництва є:

- переважання технологічної спеціалізації цехів, дільниць та відсутність закріплення за ними певних виробів;
- використання універсального обладнання та його розміщення за однотипними групами;
- відносно велика питома вага ручної праці;
- наявність робітників високої кваліфікації.

Серійне виробництво характеризується тим, що виготовляється обмежений асортимент продукції. Предмети праці до робочого місця надходять не штуками, як при одиничному виробництві, а періодично певними партіями.

Залежно від розміру партії розрізняють дрібно-, середньо- та великосерійне виробництво.

Для серійного типу виробництва характерна велика номенклатура виробів, однак значно менша, ніж за одиничного типу виробництва. Як правило, виготовлення значної частини продукції в умовах серійного виробництва періодично повторюється протягом року або ряду років, що дає можливість організувати цей випуск на технологічно спеціалізованих дільницях (передусім це стосується організації середньо- та великосерійного виробництва).

У виробництвах серійного типу рівень собівартості продукції знижується за рахунок спеціалізації робочих місць, широкого залучення робітників середньої кваліфікації, зменшення, порівняно з одиничним виробництвом, витрат на заробітну плату.

Відмітними рисами серійного виробництва є:

- за кожним робочим місцем закріплюється від однієї до 20 періодично повторюваних операцій;
- номенклатура продукції не стійка, одна й та сама продукція виготовляється кілька разів;
- частина обладнання спеціалізована, розміщується за технологічною та частково за предметною ознакою;
- застосовується паралельно-послідовний вид пересування предметів праці;

- значне застосування механізації праці при незначному використанні ручної праці.

Продукція серійного виробництва, як правило, стандартна. До неї можуть належати насоси, компресори, машини встановленого типу, обладнання хімічної та харчової промисловості тощо.

Масове виробництво характеризується виготовленням окремих видів продукції у великій кількості на вузькоспеціалізованих робочих місцях протягом тривалого періоду.

Головною ознакою масового типу виробництва є виготовлення великого обсягу однорідної продукції. Для цього тину виробництва характерна незмінна номенклатура продукції, що виготовляється, спеціалізація робочих місць на виконанні однієї постійно закріпленої операції, застосування спеціального обладнання та незначна довжина виробничого циклу, висока механізація та автоматизація виробничих процесів.

Собівартість продукції масового виробництва, порівняно з одиничним та серійним, значно менша. Таким чином, цей тип виробництва створює передумови для поглиблення спеціалізації та підвищення продуктивності праці. Усе це веде до збільшення ефективності виробництва. Як правило, собівартість дослідного зразка одиничного виробництва у 20-30 разів вища, ніж масового.

Необхідною умовою масового виробництва є постійний рівень попиту на продукцію. Для масового виробництва характерне таке:

- за кожним робочим місцем закріплено одну-дві операції;
- постійна номенклатура продукції;
- використовуються автоматичні лінії;
- застосовується паралельний вид пересування предметів праці.

Отже, збільшення масовості та серійності виробництва має низку позитивних рис: збільшується продуктивність праці за рахунок поглиблення виробничих навичок та кращого оснащення робочих місць; знижується собівартість продукції і поліпшується використання обладнання, скорочується час виробництва виробу.

Разом з тим масове та серійне виробництво має ряд **недоліків**. Головними з них є орієнтація не на конкретного споживача і його вимоги, а на середні стандарти та труднощі перебудування виробництва, пов'язані із застосуванням значної кількості спеціального обладнання.

Щоб усунути недоліки масового та серійного виробництва, необхідно поєднувати методи великосерійного та масового виробництва. Отже, змішаний метод є найбільш перспективним методом організації виробничих процесів.

Характеристика типів виробництва

Характеристика	Одиничне	Серійне	Масове
Номенклатура виробів	Необмежена	Обмежена серіями	Один або декілька виробів
Повторюваність випуску продукції	Не повторюється	Періодично повторюється	Постійно повторюється
Постійність номенклатури виробництва	Не постійна	Періодично повторюється	Постійна
Тип виробництва	Одиничний	Серійний	Великий
Виробнича спеціалізація	Технологічна	Змішана	Предметна
Обладнання, що використовується	Універсальне	Універсальне, частково спеціальне	Переважно спеціальне
Розташування обладнання	Групове	Групове та послідовно за технологічним процесом	Послідовно за технологічним процесом
Планування технологічного процесу	Збільшений метод (на виріб, на вузол)	Подетальний	Подетально-пооопераційний
Інструмент, що застосовується	Універсальний, незначною мірою спеціальний)	Універсальний та спеціальний	Переважно спеціальний
Закріплення операцій за робочими місцями та обладнанням	Спеціально не закріплені	Певні операції закріплені за робочими місцями та обладнанням	На кожному робочому місці виконується одна й та сама операція над одним і тим же предметом праці
Кваліфікація робітників	Висока	Середня	Переважно невисока, але є робітники із високою кваліфікацією (налагоджувальними, інструментальники та ін.)
Можливість взаємозаміни робітників	Низька	Неповна (часткова)	Повна
Собівартість одиниці продукції	Висока	Середня	Низька

Рух предметів праці по робочих місцях може бути:

- у часі - безперервним та перервним;
- у просторі - прямоточним та не прямоточним.

Якщо робочі місця розташовані у порядку послідовності операцій, що виконуються, тобто за ходом технологічного процесу оброблення предмету праці, це відповідає прямоточному руху, і навпаки.

Залежно від типу виробництва застосовують різні методи організації основного виробництва, а саме:

- одиничний;
- гуртовий;
- потоковий.

Ці методи відрізняються рівнем спеціалізації робочих місць та видом руху предметів праці по робочих місцях.

Одиничний метод організації виробництва характеризується побудовою процесу організації основного виробництва з виготовлення унікальних

нестандартних виробів, які не повторюються. В цьому разі робочі місця, на яких обробляються предмети праці - універсальні. У харчовій промисловості даний метод використовується для виготовлення дослідних зразків нової продукції.

Гуртовий метод - це метод побудови основного виробництва з виготовлення партії виробів, який забезпечує оброблення всієї партії послідовно за операціями технологічного процесу шляхом передавання виробів до робочих місць, без розподілу на одиниці. При цьому методі організації основного виробництва застосовується послідовний вид руху предметів праці. Робочі місця в цьому разі спеціалізовані.

Потоковий метод - це метод організації виробничого процесу, при якому сировина та матеріали безперервно (або з короткими інтервалами) у встановленому ритмі, у технологічній послідовності та одночасно по всіх операціях переробляються в готову продукцію. Головною умовою цього методу організації виробництва виступає застосування принципу паралельності при достатньому обсязі робіт. При цьому передбачається поділ технологічного процесу на операції з рівними тактами. що забезпечить пропорційність процесу та звезе де мінімуму утворення запасів між операціями. Потоковий метод сприяє покращенню та удосконаленню організації виробничого процесу.

Використані джерела:

https://osvita.ua/vnz/reports/econom_theory/21669/

https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/e7dafbc5-3044-435d-9c76-9653ab27b0e4/content

Список рекомендованої літератури:

Базова

1. Бойчик І.М. Економіка підприємства. Навчальний посібник.[Електронний ресурс] – К.: Кондор -Видавництво, 2016. – 378 с. Режим доступу: http://dspace.tneu.edu.ua

2. Економіка підприємств: Навч. посібник. [Електронний ресурс] / За ред. П.С. Харіва. – Т.: Економічна думка, 2002. – 450 с. Режим доступу: http://library.tneu.edu.ua

3. Економіка та організація виробництва: Підручник/ За заг. ред. В.Г. Герасимчука, А.Е. Розенплентера. – К.: Знання, 2007. – 678 с.

4. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. [Електронний ресурс] – К.: Центр навчальної літератури, 2010. – 488 с. Режим доступу: http://flightcollege.com.ua

5. Петрович Й.М., Захарчин Г.М. Організація виробництва: Підручник. – Львів: «Магнолія плюс», 2004. – 400 с.

Допоміжна

6. Володькіна М.В. Економіка промислового підприємства. Навч. посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. 280 с.

7. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С.Ф. Покропивного. - Вид. 2-ге, перероб. та доп. - К.: КНЕУ, 2000. – 528 с.

8. Єгупов Ю.А. Організація виробництва на промисловому підприємстві. Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 488 с.

9. Іванова В.В. Планування діяльності підприємства: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 472 с.

10. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 700 с.

11. Економіка і організація виробництва: навчальний посібник для здобувачів ступеня бакалавра за технічними та інженерними спеціальностями / Петренко К. В., Скоробогатова Н. Є. - К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. – 177 с.

12. Онищенко В.О., Редкін О.В., Старовірець А.С., Чевганова В.Я.. Організація виробництва. Практикум: Навч. посібник. – К.: Лібра, 2005. – 376 с.

13. Організація виробництва: Навч. посіб. / В.О. Онищенко, О.В. Редкін, А.С. Старовірець, В.Я. Чевганова. — К.: Лібра, 2005. — 336 с.

14. Організація виробництва : практикум [для студентів спеціальностей Економіка та публічне управління та адміністрування] / С. М. Савченко, А.

Д. Кухарук, К. Ю. Редько. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 96 с. Режим доступу: https://ela.kpi.ua/handle/123456789/48146
15. Організація та планування виробництва в курсових та практичних роботах для інженерів-механіків та інженерів-економістів: Навч.посібн. – Львів: «Новий світ – 2000», 2017. – 232 с.
16. Організація виробництва : підручник / за ред. А.І. Яковлєва, С.П. Сударкіної, М.І. Ларки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – 436с. Режим доступу: https://core.ac.uk/download/pdf/79662998.pdf
17. Петрович Й.М., Захарчин Г.М. Організація виробництва : навч. посібник / В. В. Прохорова, О. Ю. Давидова. – Х. : Вид-во Іванченка І.С., 2018. – 275 с.
18. Подвігіна В.І., Гулевич В.О. Організація виробничого процесу в часі та просторі. Потокове виробництво. Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 136 с.
19. Цал-Цалко Ю.С. Витрати підприємства: Навч. посібник. – Житомир, ЖІТІ, 2002. – 647 с.
20. Швайка Л.Н. Планування діяльності підприємства: Навчальний посібник. – Львів: «Новий світ – 2000», 2004. – 268 с.

Інтернет-ресурси:

www.nbuv.gov.ua	Національна бібліотека України ім. І.І. Вернадського
http://econa.at.ua/	Збірник електронних праць «Економічний план»
http://www.kmu.gov.ua/	Урядовий портал
http://www.rada.gov.ua/	Верховна рада України
http://www.ukrstat.gov.ua/	Державна служба статистики України
http://www.me.gov.ua/	Міністерство економічного розвитку і торгівлі України
https://www.msp.gov.ua/	Міністерство соціальної політики
https://tax.gov.ua/	Державна податкова служба

Економіка, організація та планування виробництва [Текст]: Конспект лекцій (Розділ І. Економічні основи виробничо-господарської діяльності підприємства) для здобувачів освітньо-професійного ступеня фаховий молодший бакалавр зі спеціальності 133 Галузеве машинобудування денної форми здобуття освіти/уклад. Олена Гончаренко. – Ковель: ВСП «КПЕФК ЛНТУ», 2024. – 48 с.

Комп'ютерний набір і верстка: Олена ГОНЧАРЕНКО

Редактор: Олена ГОНЧАРЕНКО

Підп. до друку «___»_____2024. Формат 60х84/16. папір_офіс.
Гарн.Таймс. Ум.друк. арк. ____ Обл.-вид. арк. ___ Зам. ___
Тираж ____ прим.

ВСП «КПЕФК ЛНТУ»
45000 м. Ковель, вул. Заводська, 23
Друк – ВСП «КПЕФК ЛНТУ»