

Романова А.И., Экономическая устойчивость предприятий//Вестник ТИСБИ. – 2005. - №4. – С. 25-28 4. *Гречаный В.В., Экономическая устойчивость предприятия и факторы ее стабилизации //Вестник ХАГХ. – 2005. – С. 157-159.*

В.В. ЦАРЬ, студ., ЗакДУ

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА ТА МАРКЕТИНГ

Будь-яке суспільство для забезпечення нормального (достатньо комфортного) рівня своєї життєдіяльності здійснюється безліч видів конкретної праці. З цією метою люди створюють певні організації (трудові колективи), які спільно виконують ту чи ту місію (реалізують програму або мету) і діють на засаді певних правил і процедур. За ознакою їх можна поділити на дві групи: підприємницькі (комерційні), що функціонують і розвиваються за рахунок власних коштів, і непідприємницькі (некомерційні).

Підприємство — це організаційно виокремлена та економічно самостійна основна (первинна) ланка виробничої сфери народного господарства, що виготовляє продукцію (виконує роботу або надає платні послуги).

Кожне підприємство має історично сформовану конкретну назву — завод, фабрика, шахта, електростанція, майстерня, ательє тощо; може включати кілька виробничих одиниць — заводів або фабрик (комбінат, виробниче об'єднання). У більшості країн з розвинутою ринковою економікою такі виробничі одиниці називають фірмами. Під словом «фірма» розуміють підприємства, що здійснюють господарську діяльність у різних галузях з метою одержання кінцевого фінансового результату — прибутку.

Генеральну (головну) мету підприємства, тобто чітко окреслену причину його існування, у світовій економіці заведено називати місією. Здебільшого місією сучасного підприємства (фірми) вважають виробництво продукції (послуг) для задоволення потреб ринку та одержання максимально можливого прибутку.

На основі загальної місії підприємства формулюються і встановлюються загальнофірмові цілі, які мають відповідати певним вимогам:

по-перше, цілі підприємства мають бути конкретними і піддаватися вимірюванню;

по-друге, цілі підприємства мають бути орієнтованими в часі. Цілі звичайно встановлюються на тривалі або короткі проміжки часу;

по-третє, цілі підприємства мають бути досяжними і забезпечувати підвищення ефективності його діяльності. Недосяжні або досяжні частково цілі спричинюють негативні наслідки;

по-четверте, з огляду на динаміку ефективності виробництва множинні цілі підприємства повинні бути взаємно підтримуючими, тобто дії і рішення, що необхідні для досягнення однієї мети, не можуть не перешкоджати реалізації інших цілей.

У практиці господарювання кожне підприємство (фірма), що є складною виробничо-економічною системою, здійснює багато конкретних видів діяльності.

Ефективність інноваційно-виробничих процесів, постійно здійснюваних на кожному підприємстві, визначається рівнем її комерційної діяльності, значущість якої за умов ринку істотно зростає.

Важливим напрямком діяльності підприємства (фірми), який завершує послідовний цикл відтворювального процесу, слід вважати післяпродажний сервіс багатьох видів товарів — машин та устаткування, автомобілів, комп'ютерної, розмножувальної, медичної, складної побутової техніки, інших виробів виробничо-технічного й споживчого призначення. Післяпродажний сервіс охоплює пусконаладжувальні роботи у сфері експлуатації (використання) куплених на ринку товарів, їхнє гарантійне технічне обслуговування протягом певного терміну, забезпечення необхідними запасними частинами і проведення ремонтів під час нормативного строку служби тощо. Він є важливим джерелом інформації для продуцентів про надійність і довговічність виготовлених технічних засобів, а також про потрібні експлуатаційні витрати.