**РОЗДІЛ 1. Загальна характеристика підприємства**

***1.1. Економіко-географічне розміщення підприємства, зв’язки з іншими підприємствами, партнерами.***

 Швейна фабрика організована як відкрите акціонерне товариство “Бориспільська швейна фабрика”. Вона була заснована відповідно до наказу Регіонального відділення Фонду державного майна України по Київській області від 30 грудня 1996 року №1314 як орендне підприємство і перетворене згідно рішення орендарів у ВАТ, відповідно до Закону України “Про господарські товариства”. Діяльність підприємства буде регламентуватися Законами України “Про підприємства в Україні”, “Про зовнішньоекономічну діяльність”, “Про власність”, а також статутом підприємства.

Предметом діяльності ВАТ є:

1. виробництво трикотажних, суконних, шкіряних та інших швейних виробів, їх реалізація юридичним та фізичним особам;
2. оптова та роздрібна торгівля, включаючи створення торгівельної мережі для реалізації продукції;
3. охорона і покращення навколишнього середовища;
4. бартерний обмін продукції;
5. науково-дослідницька діяльність та інша діяльність, пов’язана з виробництвом науково-технічної продукції та її реалізація;
6. торгівельно-посередницька, комерційна діяльність;
7. надання послуг фізичним та юридичним особам;
8. випуск цінних паперів, здійснення їх купівлі та продаж на внутрішньому ринку;
9. інші види діяльності, не заборонені діючим законодавством України.

Управління товариством здійснюють: вищий орган товариства, Спостережна Рада, Правління товариства, ревізійна комісія. Вищим органом управління є загальні збори акціонерів, які скликають не рідше одного разу на рік.

Організаційна структура управління ВАТ “Бориспільська швейна фабрика” зображена на рис.1.

На підприємстві є президент, який обирається згідно рішення загальних зборів акціонерів та рекомендацій правління ВАТ. Йому підпорядковуються 7 заступників. Президент має свій штаб. На підприємстві є основне і допоміжне виробництво. До основного виробництва входять два цехи – по виробництву основної (осінні куртки) та супутньої (жіночі плаття) продукції.

Контролює діяльність підприємства спостережна Рада і ревізійна комісія.

Отримані висновки зведемо в таблицю.

Таблиця 1.

**Загальна характеристика ВАТ “Бориспільська швейна фабрика”**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Параметр, який характеризується | Зміст та особливості | Основні відмінності від інших організацій | Законодавча база заснування та функціонування організації | Участь у зовнішньо-економічній діяльності |
| 1 | Форма підприємства | Середнє | Чисельність до 1600 чоловік | ЗУ “Про підпри-ємства в Україні”, ЗУ “Про влас-ність”, ЗУ “Про господарські товариства” | Не приймає участі |
| 2 | Профіль | Легка промисловість | – |
| 3 | Види діяльності | Пошиття осінніх курток та жіночих костюмів | – |
| 4 | Форма власності | Акціонерне товариство | Статутний фонд поділений на акції |

**1.2. Характеристика органів управління**

**Рис.1. Організаційно-управлінська структура ВАТ "Бориспільська швейна фабрика"**

Відділ кадрів

Бухгалтерія

Планово-екон. відділ

Заступник з економічної частини

Заступник з виробництва

Заступник з реалізації та збуту

підготовчий розкрійний цех

Швейний цех

Торговий відділ

**Рис.1. Організаційно структура ВАТ "Бориспільська швейна фабрика"**

Розглянувши схему, можна зробити висновок, що директору підпорядковується 3 заступники, яким, в свою чергу, є підпорядкованими ще декілька підрозділів.

Призначення цих підрозділів:

* Планово – економічний відділ займається плануванням та організацією виробництва, розрахунком різних економічних показників.
* Бухгалтерія веде облік фінансово – господарської діяльності підприємства.
* Відділ кадрів призначений для підбору необхідного для підприємства персоналу, а також для ведення документації та складання звітності, пов’язаної з кадрами.
* Незамінною ланкою виробництва є швейний цех. В ньому відбувається основний процес виробництва – пошиття готового одягу (чоловічих сорочок та жіночих блузок).
* Торговий відділ є завершальною ланкою управління виробництвом. Основним його завданням є реалізація та збут продукції. Це, в свою чергу, включає в себе пошук нових клієнтів, розширення ринку збуту, доставку продукції по торгових точках.