**ТОО «Колледж Хекслет»**

**План учебного занятия № 5**

|  |  |
| --- | --- |
| **Тема занятия** | Характеризовать понятие и сущность предприятия как организации. |
| **Наименование модуля /дисциплины** | Применение базовых знаний экономики и основ предпринимательства. |
| **Подготовил педагог** | Светенко М.С. |
| **Дата** | 07.10.2024 |
| **Курс, группа** | 21 ТИС, 22 ТИС, I ТИС |
| **Тип занятия** | комбинированный урок |
| **Цель** | Уметь характеризовать понятие и сущность предприятия как организации. |
| **Задачи** | Углубить знания студентов по теме.  Развить у студентов способности анализировать несложные реальные ситуации. Способствовать в понимании студентами данной темы. |
| **Ожидаемые результаты** | Анализировать и оценивать экономические процессы, происходящие на предприятии |
| **Необходимые ресурсы** | Электронный материал, презентации. |
| **Ход занятия**   1. Организационный период (5 мин.)   Приветствие, отметка присутствующих студентов в журнале. Проверка подготовленности к паре.   1. Повторение (15 мин.)   Вопросы по предыдущей теме:  1. Что такое спрос?  2. Что такое предложение?  3. Назовите факторы спроса.  4. Назовите факторы предложения.  5. Что такое эластичность спроса и предложения?   1. Формирование новых знаний и способов действий (40 мин.)   **Организация** – это объединение совместно работающих людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения определенных общих целей.  Под организацией следует понимать предприятие, фирму, учебное заведение и т. п. трудовые формирования. При всем различии масштабов, сфер и видов деятельности различных организаций, у них существует несколько общих признаков:  1. Наличие конечных целей или, по крайней мере, одной цели у совместно работающих людей;  2. Существование устойчивых связей между членами организации и правил, определяющих порядок этих взаимоотношений, выраженных через организационную структуру и культуру поведения;  3. Постоянное взаимодействие с внешней средой;  4. Использование всех видов ресурсов для достижения целей организации.  По отношению к прибыли организации подразделяются на коммерческие и некоммерческие. Первые преследуют в качестве своей цели достижение определенной прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ и оказания услуг, вторые не стремятся извлекать или распределять полученную прибыль между участниками, но могут осуществлять предпринимательскую деятельность, если это способствует достижению целей, ради которых они созданы.  **Предприятие** – это самостоятельный хозяйствующий субъект, коммерческая организация, созданная в соответствии с действующим законодательством для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения на этой основе прибыли.  В общих чертах цели любой организации включают преобразование ограниченных ресурсов для достижения результатов. Основные ресурсы, используемые организацией – это люди (человеческие ресурсы), деньги, материалы, технология и информация, а также предпринимательский талант.  Предприятие имеет собственное название, фирменный знак (марку), самостоятельный баланс, расчетный счет в банке. Предприятие является юридическим лицом, т. е. несет имущественную ответственность по своим обязательствам.  Одной из самых значимых характеристик любой организации является ее взаимосвязь с внешней средой. Организации зависимы от внешней среды – как в отношении своих ресурсов, так и в отношении потребителей, пользователей их результатами.  Термин "**внешняя среда**" в отношении предприятия включает потребителей, поставщиков, правительственные акты, законодательство, конкурирующие организации, технику и технологию, международное окружение и другие составляющие.  Помимо целей у каждой организации, в том числе и у предприятия, которое стремится к развитию в долгосрочном периоде, должна быть миссия.  **Миссия организации** выражает причину ее существования в интересах общества. Обычно она обозначается понятием "миссия". Миссия трактуется как утверждение, раскрывающее социальный смысл существования организации.  В качестве примера можно привести формулировку миссии компании «Автоваз» как предоставление людям транспорта, доступного по цене.  Миссия не должна зависеть от текущего состояния организации, форм и методов ее работы, так как в целом она выражает устремление в будущее, показывая, на что будут направляться усилия и какие методы будут при этом приоритетными. Поэтому в миссии не принято указывать в качестве главной цели получение прибыли, так как миссия может существенно ограничить спектр рассматриваемых организационных путей и направлений развития и, в конечном счете, приведет к неэффективной работе.  **Жизненный цикл организации**. Жизненный цикл организации подобен жизни человека. И неслучайно некоторые авторы, при рассмотрении стадий развития организации, называют такие этапы, как рождение, детство, отрочество и т. д. Как и люди, организации зарождаются, развиваются, добиваются успехов, ослабевают и либо обновляются и процветают, либо прекращают свое существование.  **Основные функции предприятия и их значение**  **Производственная.** Производство товаров, услуг, работ для удовлетворения потребностей общества, поставка их на рынки товаров (работ, услуг).  **Реализационно-маркетинговая.** Маркетинг и реализация произведенной продукции.  **Ресурсно-спросовая.** Предприятие обеспечивает спрос на трудовые, материальные, финансовые, информационные и интеллектуальные ресурсы, технологии и способы организации производства, а также выплачивает владельцам ресурсов соответствующие доходы (заработную плату, проценты, дивиденды, лицензионные платежи и пр.).  **Финансово-инвестиционная.** Генерация финансовых потоков, в т. ч. связанных с взаимным кредитованием, инвестированием, приобретением, владением и эмиссией ценных бумаг.  **Бюджетно-налоговая.** Наполнение доходов местного, регионального бюджета.  **Градообразующая.** Участие в формировании и развитии городской экономики, местной инфраструктуры, обеспечение занятости жителей данного населенного пункта.  **Социальная** функция. Предоставление гражданам работы в соответствии с образованием и склонностями, обеспечение работников и нетрудоспособных членов их семей средствами к существованию, медицинским обслуживанием.  **Познавательно-образовательная.** Изучение в процессе деятельности особенностей рынков товаров и ресурсов, технологий, технических систем, наиболее эффективных способов организации производства и взаимодействия с рынком, акционерами и т. п. Закрепление, накопление и передача следующим поколениям ϲᴏᴏᴛʙеᴛϲᴛʙующих знаний.  **Воспитательная.** Воспитание навыков коллективной работы. Реализация потребности в принадлежности к коллективу, в социальной оценке личности посредством создания, закрепления и развития корпоративной культуры.  **Инновационная.** Генерация, фильтрация, инкубация и распространение инноваций среди предприятий, связанных партнерскими и/или конкурентными отношениями.  **Институциональная.** Генерация, фильтрация и инкубация социально-экономических институтов. Например, институтов поддержки развития предпринимательства.  **Информационно-сигнальная.** Распространение информации об особенностях тех или иных секторов и фрагментов рынка с помощью формирования цен предложения и др.  **Консолидирующая.** Обеспечение единства экономики.  **Стабилизационная, антикризисная**. Обеспечение бескризисного поступательного (направленного вперед, в будущее) социально-экономического развития путем создания «островков стабильности».  Для реализации вышеуказанных функций руководство предприятий находится в непрерывном процессе принятия решений (текущих и стратегических). Эффективное управление предприятием подразумевает, что эти решения принимаются на высоком профессиональном уровне и являются оптимальными с точки зрения развития предприятия в долгосрочной перспективе.  В современных условиях экономическая жизнь общества немыслима без предприятий. Чем больше успешных, устойчивых предприятий создается в стране, тем стабильнее ее экономика.  Кустанайская кондитерская фабрика (ныне АО «Баян Сулу») была введена в эксплуатацию в декабре 1974 года проектной мощностью 24560 тонн кондитерских изделий в год.  В сентябре 1993 года Кустанайская кондитерская фабрика преобразована в АО «Баян Сулу» в соответствии с Указом президента РК от 05.09.93 г. № 1136 «Об организационных мерах по преобразованию госпредприятий в акционерные общества». Юридический адрес Компании: Республика Казахстан 110006, г. Костанай, улица Бородина 198.  Компания, с целью привлечения средств для осуществления своей деятельности, выпускает акции, имеет своё имущество, обособленное от имущества своих акционеров, самостоятельный баланс, банковские счета. От своего имени приобретает и осуществляет имущественные и личные неимущественные права, несёт обязанности, а также имеет иные права и несёт связанные с её деятельностью обязанности, необходимые для осуществления деятельности.  Основными задачами АО «Баян Сулу» считает достижение лидирующих позиций на рынке Казахстана и постоянное укрепление; развитие маркетингового имиджа, а также укрепление доверия клиентов и потребителей.  Компания имеет структурные подразделения (филиалы). Филиалом Компании является обособленное структурное подразделение, расположенное вне места её нахождения и осуществляющее все или часть её функций, в том числе функции представительства.  Основной операционной деятельностью Компании является производство и оптовая продажа кондитерских изделий. Компания имеет более чем 40-летний опыт работы п данной отрасли, производит более 350 наименований кондитерских изделий, таких как карамель, ирис, драже, мармелад, конфеты, шоколад, печенье, вафли.  Предприятие состоит из шести цехов основного производства: шоколадный цех №1 и шоколадный цех №2, бисквитный цех №1 и бисквитный цех №2, карамельный цех, конфетный цех. Производственные мощности позволяют выпускать более 85 000 тонн кондитерских изделий в год.  АО «Баян Сулу» занимает одну из лидирующих позиций на товарном рынке Казахстана среди отечественных компаний - производителей кондитерских изделий. На территории Казахстана реализацию осуществляет официальный дистрибьютор – компания ТОО «Sweet City», которая имеет развитую торговую сеть в виде 16 филиалов в разных регионах страны: Алматы, Актау, Актобе, Астана, Атырау, Караганда, Кокшетау, Костанай, Кызылорда, Павлодар, Петропавловск, Семей, Тараз, Уральск, Усть-Каменогорск, Шымкент.  Ежегодно Компания наращивает и экспортный потенциал, расширяя географию сбыта продукции: Россия, Беларусь, Украина, Азербайджан, Грузия, Армения, Узбекистан, Кыргызстан, Монголия, Туркмения, Таджикистан, Китай, Германия.  Действующая структура корпоративного управления Компании, построенная на основах справедливости, честности, ответственности, подотчетности, прозрачности, профессионализма и компетентности, является эффективной, так как предполагает уважение прав и интересов всех заинтересованных в деятельности Компании лиц.  АО «Баян Сулу» активно участвует в социальном развитии региона, способствуя развитию профессионально - технического образования, спорта, благоустройству города, оказывая поддержку деятелям науки, культуры, искусства, семейному детскому дому, малообеспеченным семьям, ветеранам войны и труда.  Стратегия развития Компании ориентирована на׃  - увеличение объёмов производства,  - достижение лидирующих позиций на внутреннем рынке Казахстана и расширение географии продаж в странах ближнего и дальнего зарубежья, за счёт повышения качества продукции, узнаваемости продукции, укрепления имиджа добросовестного производителя качественных и здоровых продуктов,  - модернизацию производства, замену изношенного и устаревшего оборудования,  - внедрение новых видов продукции,  - сбалансированную кадровую политику, включающую повышение компетентности персонала, формирование системы мотивации сотрудников всех уровней,  - увеличение прибыли предприятия,  - участие в государственных программах.  Повышение доходности предприятия влечет за собой увеличение сумм налоговых отчислений в бюджет государства, что благоприятно отразится на экономике региона и страны в целом.  Основным направлением деятельности Компании является производство и реализация кондитерских изделий, в связи с чем заинтересованными сторонами выступают рынок сбыта и поставщики сырья, отбор которых осуществляется в строгом соответствии с прописанными процедурами в рамках системы менеджмента. Ответственными за процесс взаимодействия являются отделы сбыта, экспорта, материально-технического снабжения, маркетинга, а также коммерческий директор и директор по продажам. Механизмы получения вопросов, жалоб, обращений осуществляются как посредством письменного обращения на бумажном носителе, так и посредством электронных массовых коммуникаций (интернет-сайт, приложения, электронная почта), ответы на которые предоставляются в сроки, предусмотренные внутренними документами и законодательством РК.  АО «Баян Сулу» может столкнутся с рядом внешних и внутренних рисков, препятствующих реализации Стратегии развития. Рассмотрим эти риски в таблице ниже.  Таблица 1  Внутренние и внешние риски   |  |  | | --- | --- | | Внутренние риски׃ | Внешние риски׃ | | -нехватка квалифицированных трудовых ресурсов; | - отмена специальных защитных мер на единой таможенной территории Таможенного союза;  - введение специальных защитных мер на ввозимую продукцию в странах ближнего и дальнего зарубежья;  - снижение покупательского спроса, за счет низкой платежеспособности населения;  - увеличение тарифов на транспортные услуги;  - увеличение цен на сырье в связи с неблагоприятными погодными условиями (засушливое лето);  - мода на диетические продукты, ограничивающая потребление кондитерских изделий;  - валютные риски (курсовая разница). |   Из таблицы 1 видно, что внутренние риски заключаются в нехватке квалифицированных трудовых ресурсов, а внешние – в увеличении цен на сырье в связи с неблагоприятными погодными условиями; снижении покупательского спроса, за счет низкой платежеспособности населения и другие.  Таблица 2  Кадровый потенциал АО «Баян Сулу»   |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | |  | 2019 | | 2020 | | 2021 | | | Общая численность работников | 1622 человека | | 1598 человек | | 1385 человек | | | 1080 ч. | 542 ч. | 1069 ч. | 529 ч. | 915 ч. | 470 ч. | | Возрастная категория работников | | | | | | | | от 18 до 25 лет | 204 человека | | 197 человек | | 85 человек | | | от 25 до 40 лет | 612 человек; | | 584 человека | | 474 человека | | | от 40 до 50 лет | 354 человека | | 362 человека | | 331 человек | | | от 50 до 63 лет | 435 человек | | 438 человек | | 480 человек | | | старше 63 лет | 17 человек | | 17 человек | | 15 человек | | | Общий набор | 24,3 % | | 31,2 % | | 25,3 % | | | Процент текучести | 20,2% | | 20,9% | | 24,6% | | | Причины сменяемости кадров | | | | | | | | Переход на другую работу | 26,2% | | 18,4% | | 29,8% | | | Смена места жительства | 10,2 % | | 15,9 % | | 19,7% | | | Состояние здоровья | 7,5% | | 19,9% | | 17,1% | | | Примечание – Составлена на основе годового отчёта АО «Баян Сулу» | | | | | | |   В таблице 2 представлены данные кадрового потенциала компании АО «Баян Сулу» за 2019-2021 года. Общая численность работников в 2019 году составила 1622 человека, в 2020 году – 1598 человек, в 2021 году – 1385 человек. Также в таблице представлены данные по возрастной категории работников. Основными причинами сменяемости кадров стали: переход на другую работу, смена места жительства, состояние здоровья.  Компания стремится создать максимально комфортные условия труда для долговременной и продуктивной работы. Социальный пакет работников включает в себя: лечебное пособие к ежегодному трудовому отпуску для поддержания здоровья, ежегодные медицинский и профессиональный осмотр, услуги терапевта, гинеколога, оказание медицинских услуг в имеющихся процедурном и физио – кабинетах, удешевление затрат работников на питание (продукция отпускается по себестоимости), бесплатный проезд на работу и с работы. Также производится оплата в размере 50 % от стоимости лечения работников в организациях здравоохранения, 70 % стоимости путевок в летний оздоровительный лагерь для детей работников. Производятся поощрения работников к юбилеям (50, 55, 60 лет).  Большое внимание руководство Компании уделяет молодым специалистам, перспективные сотрудники обучаются за счет фабрики в средне-специальных и высших учебных заведениях. Оказывается поддержка работникам в вопросах создания и укрепления семьи, путем выплаты материальной помощи в сумме 75 000 тенге при регистрации первого брака. За высокие производственные показатели и добросовестное отношение к труду, работникам – выпускникам политехнического высшего колледжа и колледжа сферы обслуживания выдаётся пособие в размере 50 000 тенге, по истечении одного года после заключения трудового договора.  Социальные льготы и гарантии предоставляются всем работникам предприятия.  Уведомление сотрудников о каких-либо изменениях в трудовых отношениях производится в соответствии со сроками Трудового кодекса Республики Казахстан.  Компания создаёт условия для успешного прохождения обучения, производственной практики в цехах основного производства. Предприятие за счет собственных средств обучает перспективных сотрудников в высших и средне-специальных учебных заведениях. Таким сотрудникам производится оплата учебного отпуска.  В целях повышения дохода сотрудников в 2020-2021 годах было произведено повышение заработной платы до 15 %.  Интересы работников компании, в пределах делегированных им полномочий, представляют выборные представители работников.  Предприятием большое внимание уделяется обучению сотрудников, продолжает функционировать кабинет профессиональной подготовки кадров, где обучение проводится без отрыва от производства.  Для определения профессиональной подготовки работников и соответствия занимаемой должности проводится аттестация персонала с периодичностью 1 раз в три года.  Продукция Компании соответствует всем требованиям действующего законодательства РК, а также технических регламентов Таможенного союза, относительно качества производимых товаров. В Компании внедрены и успешно функционируют система СМ Менеджмента, Система ХАССП (HACCP, от англ. «Hazard Analysis and Critical Control Points» - «Анализ рисков и критические точки контроля»). Товаров, запрещенных на некоторых рынках, вызывающих вопросы у заинтересованных сторон или являющихся предметом публичного обсуждения, Компания не реализует. Отзывов дефектной продукции за 2019-2021 года не производилось.   1. Формирование умений и навыков (15 мин.)   Студенты записывают в тетради конспект по данной теме пары.   1. **Этап информирования домашнего задания (5 мин.)**   **Подготовиться к устному опросу.**  **На сайтах крупных предприятий (акционерных обществ) подберите три разноплановые миссии, которые, по Вашему мнению, сформулированы наиболее интересно и полно. Провести анализ.**  **Проанализировать жизненный цикл компании в IT-сфере на выбор.**   1. Подведение итогов урока / оценка (5 мин.)   Итог урока, озвучивание оценок студентов.   1. Рефлексия (5 мин.)   -Что вы узнали нового на нашей паре?  - Возникли ли у вас трудности на паре?  - Имеются ли у вас дополнительные вопросы? | |