**ПЛАН**

1. Производственная практика на базе предприятия ОАО "ВЭЛТ-К" 1

1.1. Сферы деятельности предприятия, состав и назначение производимых товаров. 1

1.2. Основные технико-экономические показатели работы предприятия. 2

1.3. Организационная структура управления предприятием и его производственная структура. 2

1.4. Положение об отделе продаж и отделе внешних закупок. 2

1.5. Должностная инструкция ведущего специалиста по учету производственных затрат. 4

1.6. Основные связи предприятия по кооперированию. 6

1.7. Состав и структура факторов производства (ресурсов). 6

1.8. Состав рынков сбыта товара. 7

1.9. Рынок конкретного товара, производимого на предприятии, доля предприятия на рынке, наличие и доля конкурентов. 7

1.10. Вывод о типе рынка. 8

1.11. Анализ ценовой и перекрестной эластичности спроса на данный товар; факторы, влияющие на колебания эластичности спроса. 8

1.12. Наличие компьютерной техники, формы ее использования. 10

1.12. Оценка состояния предприятия в сфере производства, снабжения и реализации товара. 10

# Производственная практика на базе предприятия ОАО "ВЭЛТ-К"

# 1.1. Сферы деятельности предприятия, состав и назначение производимых товаров.

Дата создания ОАО "ВЭЛТ - КИНЕСКОП", как дочернего предприятия
ОАО "ВЭЛТ" - 25.05.99г.

Воронежское предприятие по выпуску кинескопов цветного изображения ведет свою историю с 1965г. когда Правительством страны было принято решение о строительстве завода.

Предприятие занимается производством и реализацией кинескопов для цветных телевизоров, комплектующих изделий для кинескопов, электронно-оптических систем, электронной аппаратуры, производством иных товаров народного потребления, а также продукции, предназначенной для технических, промышленных и научных целей.

В настоящее время ОАО "ВЭЛТ - КИНЕСКОП" является единственным в России действующим предприятием по выпуску цветных электронно-лучевых трубок. Предприятие производит кинескопы с размером по диагонали экрана 37 и 51 см. ОАО " ВЭЛТ - КИНЕСКОП" располагает производственными мощностями, оснащенными прогрессивным оборудованием, по изготовлению комплектующих изделий для кинескопов, в том числе электронно-оптических систем (ЭОС) и магнитостатических устройств (МСУ).

# 1.2. Основные технико-экономические показатели работы предприятия.

Потенциал завода – свыше 1,5 млн. цветных кинескопов в год. Однако из-за отсутствия спроса на данный продукт приходится сокращать производство.

Таблица 1 "Технико-экономические показатели ОАО "ВЭЛТ-К" (2003)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатели | Ед. изм. | Месяцы 2003 года |
| январь | Февраль | март | 1кв. | апрель | Май |
| Объем | тыс.руб. | 12160,8 | 20187,9 | 15530 | 47878,7 | 1871,2 | 5631,8 |
| Средняя численность | чел. | 1016 | 1020 | 1026 | 1021 | 970 | 907 |
| Среднемесячная выработка | руб. | 11969,3 | 19792 | 15136,5 | 15636,4 | 1929,07 | 6209,26 |
| ФЗП | тыс.руб. | 2749,6 | 3131,8 | 3054,7 | 8936,1 | 2443,8 | 2127,1 |
| Ср. з/плата | руб. | 2706,3 | 3070,4 | 2977,29 | 2977,29 | 2519,38 | 2345,2 |
| Затраты з/пл. на 1 руб. вып. прод. | руб. | 0,226 | 0,155 | 0,155 | 0,197 | 0,025 | 0,023 |

# 1.3. Организационная структура управления предприятием и его производственная структура.

Предприятие ОАО "ВЭЛТ-Кинескоп" имеет линейно-функциональную организационную структуру управления (см. Приложение 1).

На предприятии работает около 900 человек. Во главе предприятия стоит генеральный директор (ГД) и его заместители (так называемые "TOP-менеджеры"). Каждый заместитель ГД является руководителем подвластной ему службы со всеми исходящими из нее подразделениями. Помимо взаимосвязанных отделов в структуре предприятия присутствуют службы (юридический отдел и бухгалтерия), которые должны быть независимыми для нормальной работы предприятия.

# 1.4. Положение об отделе продаж и отделе внешних закупок.

Во время прохождения практики были проведены знакомства с коммерческими отделами: отдел внешних закупок и отдел продаж.

 Отдел внешних закупок.

 Отдел является структурной единицей, подчиняющейся заместителю ГД по коммерческим вопросам, в распоряжение которого также входят Отдел закупок и Транспортно-складской отдел. Эти три отдела взаимосвязаны между собой.

 Для нормального производства кинескопов необходимо обеспечить предприятие комплектующими. Закупками занимается отдел закупок. В последнее время российский рынок не может обеспечить предприятие всем необходимым, поэтому возникла необходимость создания Отдела внешних закупок.

 Сотрудники отдела ведут переговоры по поставкам комплектующих с Англией, Германией, Литвой ("Телебалтикос", "Арнекста"), Японией, Украиной, Францией ("Томпсон"), Голландией ("Филипс"). Также в деятельности отдела имеют место незначительные разовые контракты с предприятиями США, Польши и Чехии.

 Задача отдела - найти необходимый товар для создания продукции по наиболее низко цене. Поэтому следует учитывать фактор удаленности производителя от покупателя.

 При покупке необходимых запчастей сотрудники отдела посылают на предприятие-изготовитель заказ на закупку товара. (см. Приложение 2 "Заказ на закупку люминофора у "НИЧИЯ-КОРПОРЕЙШЕН" Япония").

После положительного ответа на заказ заключается контракт. Контракты чаще всего заключаются на английском языке. В контракте указываются как постоянные моменты, установленные международным законодательством (предмет контракта, количество и цена товара, реквизиты и юридические адреса сторон), так и особые положения, подчеркивающие особенности сделки (см. Приложение 3 "Контракт с ЗАО "Арнекста").

При заключении сделки предприятие вынуждено сотрудничать с банками, которые контролируют реализацию контракта (сроки его реализации) (см. Приложение 4 "Паспорт импортной сделки с "НИЧИЯ-КОРПОРЕЙ-ШЕН" Япония").

Далее идет стадия отгрузки. Поставка товара на предприятие оговаривается в контракте. В роли поставщика может выступать, как продавец, так и покупатель и третьи лица. Если предприятие-заказчик выступает в роли поставщика, тогда сотрудники отдела внешних закупок нанимают транспорт для поставки продукта от продавца.

Вся деятельность, связанная с поставками основывается на своде правил "Инкотермс 2000", который рассматривает условия поставки и регламентирует момент перехода рисков от покупателя к продавцу, т.е. выявляет того, кто несет убытки при нарушении правил доставки.

Во время перехода границы и на протяжении всего пути за продуктом устанавливается строгий таможенный контроль. Все начинается еще в стране-производителе, которая оформляет документы на вывоз из страны продукта (см. Приложение 5 "Экспортная декларация на вывоз люминофора от "НИЧИЯ-КОРПОРЕЙШЕН", Япония"). При переходе границы оформляются грузовые декларации, которые контролируют сроки поставки продукта до покупателя (см. Приложение 6 "Грузовая таможенная декларация на груз от ЗАО "Арнекста", Литва").

По приходу на предприятие продукция поступает на склад, и с этих пор вся ответственность с отдела внешних закупок переходит на транспортно-складской отдел.

Отдел продаж.

Отдел продаж является структурной единицей, подчиняющейся заместителю ГД по маркетингу.

В задачи маркетинга входит не только заключение сделок по продаже продукта предприятия, но и проработка рынка, т.е. дальнейшее участие товара на рынке аналогичных товаров.

Во времена планового ведения хозяйства необходимость в усовершенствовании маркетингового отдела отсутствовала, так как государство утверждало план, по которому отечественные предприятия по производству телевизоров были вынуждены закупать кинескопы "ВЭЛТ". С переходом к рыночной экономике ситуация изменилась: прежние закупщики стали обладать правом выбора партнеров, из-за чего предприятию "ВЭЛТ" пришлось искать новых клиентов самому.

Сотрудники отдела продаж рассылают потенциальным клиентам письма-предложения своей продукции, которые возвращаются заказами на определенное количество продукции. На основании этих заявок оформляются договора (см. Приложение 7 "Образец договора на поставку продукции"). Если заказчик работает по предоплате, тогда отдел выставляет свои счета, которые покупатель оплачивает. По приходу денег на счета предприятия выписываются накладные на отпуск готовой продукции на сторону (см. Приложение 8) и счета-фактуры (см. Приложение 9).

Отгрузка продукции производится железнодорожным или автомобильным транспортом. При перевозке по железной дороге снимают не целый вагон, как раньше, а арендуют контейнеры.

Сотрудники отдела изучают потребительский спрос на продукции на основе заявок, поступающих на продукцию. Отделом ведется рекламная деятельность предприятия: газеты, телевидение, Интернет.

Подробнее об отделе продаж в Приложении 10 "Положение об отеле продаж".

# 1.5. Должностная инструкция ведущего специалиста по учету производственных затрат.

1. Общие положения
	1. Основной задачей ведущего специалиста по учету производственных затрат является обеспечение правильного формирования затрат на производство.
	2. На должность ведущего специалиста по учету производственных затрат назначается лицо с высшими или специальным экономическим или бухгалтерским образованием и стажем работы по учету и финансам не менее года.
	3. Ведущий специалист по учету затрат на производство подчиняется заместителю главного бухгалтера.
	4. Ведущий специалист по учету производственных затрат в своей работе руководствуется: Федеральным законом о бухгалтерском учете; Положением по ведению бухучета и бухгалтерской отчетности в РФ; Налоговым кодексом РФ с последующими дополнениями; учетной политикой предприятия и всеми Положениями по бухучету и другими инструктивными документами; данной должностной инструкцией; указаниями заместителя главного бухгалтера.
	5. Ведущий специалист по учету производственных затрат обязан знать: систему нормативного учета производства; теоретические основы себестоимости.
2. Должностные обязанности. Ведущий специалист по учету производственных затрат:
	1. Ведет учет всех затрат на производство.
	2. Правильно отражает затраты на счета производства по отчетным периодам (месяц, квартал, год).
	3. Обеспечивает учет по балансовым счетам 20, 21, 23, 25, 26, 28, 29, 31, 65.
	4. Организует проведение инвентаризации производства и определяет остатки по незавершенному производству.
	5. Составляет отчетные калькуляции на выпускаемую продукцию.
	6. Следит за правильной оценкой сырья, материалов, топлива, списываемых на производство в отчетном периоде.
	7. Правильно отражает в затратах на производств расходы будущих периодов, а также стоимость текущих и капитальных ремонтов.
	8. Осуществляет контроль за трудовыми и материальными затратами, за достоверным списанием затрат по изделиям.
	9. Принимает и проверяет первичную документацию, поступающую из подразделений предприятия.
	10. Группирует и регистрирует первичные документы в бухгалтерских регистрах и заносит в компьютер для расчета затрат на производство.
	11. Организует и ведет учет затрат с обработкой и выдачей журнала ордера № 10 (раздел 1, 2, 3), журнала ордера № 10/1 и ведомости №12, №15.
	12. Ежемесячно определяет фактическую себестоимость отдельных видов продукции и всей товарной продукции предприятия.
	13. Производит ежемесячное разделение затрат каждого периода на часть, относящуюся к незавершенному производству и часть, образующую себестоимость готовой продукции по ПТОО.
3. Права. Ведущий специалист по учету производственных затрат имеет право:
	1. Требовать от сотрудников центральной бухгалтерии данные, связанные с формированием себестоимости по предприятию.
	2. Требовать от экономического отдела действующие нормативы на выпускаемые изделия по элементам затрат, плановые калькуляции, планы по себестоимости, сметы на списание затрат законсервированных объектов, сметы общехозяйственных и общепроизводственных расходов по предприятию.
	3. Требовать от экономистов цехов правильного оформления первичных документов на изделия и участки по списанию материальных, трудовых затрат.
4. Ответственность
	1. Ведущий специалист по учету производственных затрат несет ответственность за качественное и своевременное выполнение обязанностей, установленное настоящей инструкцией, в том числе:
		1. За несвоевременное и неправильное составление сводного отчета по себестоимости за месяц, квартал, год;
		2. За несвоевременное и неправильное составление отчетной калькуляции на все виды выпускаемой продукции.

# 1.6. Основные связи предприятия по кооперированию.

Предприятие "ВЭЛТ-Кинескоп" имеет много партнеров. Оно имеет контракты на поставку комплектующих с предприятиями Англии, Германии, Литвы ("Арнекста", "Телебалтикос"), Японии ("НИЧИЯ-КОРПОРЕЙШН"), Франция ("Томпсон"), Голландия ("Филипс"), а также имеют место контракты с Польшей, США и Чехией.

Среди покупателей продукции завода можно выделить производителей телевизоров "Видеофон" (Воронеж), "Витязь", "Горизонт" (Белоруссия), и другие телевизионные заводы России, Украины, Белоруссии, Молдавии и Румынии.

# 1.7. Состав и структура факторов производства (ресурсов).

 В идеальном понимании предприятие такого уровня как "ВЭЛТ-К" должно работать в следующем порядке: закупка комплектующих, производство продукции, продажа произведенного товара, поступление денежных средств на предприятие и их распределение на дальнейшее производство.

 Однако в связи с отсутствием покупателей отделу закупок приходится ориентироваться на отдел продаж. Если появляется заказ на товар, тогда маркетинговая служба сообщает об этом отделу закупок: что и в каких количествах необходимо для изготовления требуемого заказа.

 Отдел закупок покупает все необходимое для производства кинескопов у фирм-изготовителей комплектующих. Стекло для кинескопов закупается в Латвии, Люминофор в Японии, части электронно-лучевых трубок, магнитные экраны, и прочее техническое оборудование в Литве и Германии.

 После прихода на предприятие комплектующие поступают на склад, откуда попадают на производство. Цикл производства кинескопов делится на несколько этапов. Сначала изготавливается сам экран, состоящий из трехцветных ячеек (красный, зеленый, синий), которые при возбуждении будут менять интенсивность своего света, а, следовательно, и цвет изображения. Параллельно создаются электронно-лучевые трубки, которые и будут создавать те возмущения электронов, изображаемых на экране. Все работы по изготовлению "нестеклянных" изделий производятся в инструментальном цехе.

 После сборки готовая продукция поступает на склад, откуда распределяется между клиентами или дожидается нового заказа.

Подробности процесса закупок и продаж см. в пункте 2.4.

# 1.8. Состав рынков сбыта товара.

География рынка сбыта продукции предприятия разнообразна - в числе потребителей - производственные предприятия многих городов России, Украины, Белоруссии, Молдавии, Румынии.

В 1998 году Министерство экономики России и Министерство промышленности Белоруссии учредили межгосударственное унитарное предприятие "Электронные технологии", куда вошел белорусский "Горизонт", московские заводы "Рубин" и "Квант", нижегородская "Российская электроника", которые, собственно, и должны были воплотить в жизнь программу "Союзный телевизор". Воронежский завод вакуумных электронно-лучевых трубок (ВЭЛТ) был выбран как базовое предприятие по производству цветных кинескопов.
 Однако эта программа была несовершенной и очень скоро из нее вышли такие предприятия как "Рубин", "НиТел" (Нижний Новгород) и Саранский телевизионный завод.

ОАО "ВЭЛТ-К" является на данный момент единственным поставщиком кинескопов для предприятий, принимающих участие в программе "Союзный телевизор". Среди них белорусские "Горизонт", "Витязь" и воронежский "Видеофон".

Помимо изготовителей телевизоров предприятие поставляет кинескопы телевизионным мастерским.

# 1.9. Рынок конкретного товара, производимого на предприятии, доля предприятия на рынке, наличие и доля конкурентов.

 С момента появления программы "Союзный телевизор" проблем в поиске покупателей кинескопов у предприятия "ВЭЛТ-К" не убавилось. Многие телевизионные заводы ("Рубин", "НиТел") отказывались покупать у "ВЭЛТа" их продукцию, ссылаясь на дороговизну товара. Предложения со стороны иностранных производителей кинескопов больше устраивало телепроизводителей.

 Однако обязательным условием участия телевизионного завода в программе было использование в производстве только отечественных комплектующих, которые в России выпускает только "ВЭЛТ-К".

 Таким образом, серьезную конкуренцию предприятию составляют производители иностранных кинескопов "Филипс" (Голландия), "Томпсон" (Франция). Доверие к этим компаниям со стороны независимых телевизионных заводов гораздо больше, чем к воронежскому "ВЭЛТу".

# 1.10. Вывод о типе рынка.

На данный момент предприятие "ВЭЛТ-К" является единственным предприятием в России по производству кинескопов. Предприятия, принимающие участие в программе "Союзный телевизор" вынуждены закупать у "ВЭЛТа" кинескопы. Таким образом, ОАО "ВЭЛТ-К" является монополистом.

Однако существуют более крупные телепроизводители ("Рубин"), которые завоевали доверие покупателей своим высоким качеством во многом благодаря использованию ими при производстве импортных кинескопов, т.е. на международном рынке кинескопов предприятие "ВЭЛТ-К" является олигополией.

# 1.11. Анализ ценовой и перекрестной эластичности спроса на данный товар; факторы, влияющие на колебания эластичности спроса.

 Если рассматривать "ВЭЛТ-К" как монополистическое предприятие, тогда предприятие сможет специально завышать цену на свою продукцию, так как оно является единственным отечественным производителем. Однако на деле ситуация обстоит по-иному.

 Предприятие из-за отсутствия покупателей вынуждено накапливать запасы. Телевизионные заводы, которые, по сути, являются единственным потребителем продукции завода, не заинтересованы в покупке кинескопов именно у "ВЭЛТа". Жесткую конкуренцию предприятию составляют иностранные производители кинескопов ("Филипс", "Томпсон"). Следовательно, продукция предприятия будет иметь кривую спроса, характерную для олиголиполистических отраслей, т.е. ОАО "ВЭЛТ-К" имеет две разные стратегии поведения и соответственно две разные линии спроса при различном поведении конкурентов.

1. Стратегия реагирования - конкуренты будут следовать за изменениями цены данной фирмы.
2. Стратегия игнорирования - если они будут реагировать на изменение ее цены.

Исходя из анализа ситуации на предприятии, получается, что используется вторая стратегия, потому что иностранные фирмы не считают ОАО "ВЭЛТ-К" за серьезного конкурента.

**D**

**MR**

**P**

**Q**

**D** - кривая спроса

**MR** - предельный доход

**P** - цена товара

**Q** - объем продаж товара

Эластичность спроса - степень изменения спроса под воздействием того или иного фактора.

 Факторы, влияющие на эластичность спроса по цене:

1. Наличие товаров-субститутов (заменителей).

Предприятие ОАО "ВЭЛТ-К" изготовляет цветные кинескопы 37 и 51 см. Данный продукт можно заменить только аналогичным товаром, т.е. кинескопом другой марки. Так как предприятие по выпуску кинескопов - единственное в России, следовательно, основную конкуренцию ему составляют зарубежные производители.

1. Время приспособления к изменению цены.

Многих своих покупателей предприятие теряет в результате возникновения несоответствия между качеством изготовляемой продукции и ее ценой. Потребители кинескопов охотнее приобретают товар у иностранных производителей, чем у отечественных. Тем более, что западные фирмы предлагают за свой продукт гораздо меньшую цену, так как предприятия таких масштабов как "Филипс" или "Томпсон" могут себе это позволить.

1. Степень насыщения потребностей.

Потребителями продукции предприятия, в основном, являются телевизионные заводы. В настоящее время обстановка на российских и белорусских предприятиях, изготавливающих телевизоры, весьма нестабильная. Отечественные телевизоры не пользуются спросом у потребителей, следовательно, возникает необходимость сокращения производства, что отрицательно влияет на продажи ОАО "ВЭЛТ-К".

1. Доля потребительского бюджета, отведенного на товар.

Телевизионные заводы нуждаются в производстве кинескопов, потому что половина стоимости телевизоров является стоимость самого кинескопа. Поэтому при благоприятной ситуации (появление спроса на отечественные телевизоры у потребителей, введение пошлин на ввоз зарубежных марок кинескопов, снижение цены кинескопов ОАО "ВЭЛТ-К") предприятие сможет работать на полных своих мощностях.

1. Характер товара.

Кинескоп - товар для телепроизводителей важный и спрос на него будет всегда, так как эта самая необходимая деталь при производстве телевизоров. Колебания спроса зависят от наличия конкурентов и спроса на сами телевизоры.

# 1.12. Наличие компьютерной техники, формы ее использования.

Все административные отделы предприятия "ВЭЛТ-К" для облегчения работы служащих компьютеризированы, что позволяет вести учет поставок, продаж и другие сложные действия, от точного выполнения которых зависит успех предприятия.

Все компьютеры заводы составляют единую компьютерную сеть, которая вынуждена обеспечивать связь между отделами. Имеется выход в сеть Интернет, который необходим для поиска покупателей на изготовляемую продукцию, поставщиков необходимого оборудования, сырья и комплектующих, а также размещения рекламы продукции, производимой на предприятии. Официальный сайт предприятия: www.web.vrn.ru/velt/

Компьютеры предприятия хранят в памяти огромные массивы информации, связанные с заключением сделок.

# 1.12. Оценка состояния предприятия в сфере производства, снабжения и реализации товара.

Предприятие "ВЭЛТ-К" является единственным в России производителем цветных мониторов. Однако сама обстановка, в которой находится сегодняшняя отечественная промышленность, не позволяет использовать весь потенциал завода для производства.

Основной проблемой предприятия является отсутствие покупателей изготовляемой продукции. Весь готовый товар простаивает на складах, где ждет своих покупателей. Естественно, это сказывается на его качестве, и срок хранения необоснованно увеличивает цену.

Таким образом, отличное состояние производства, снабжения и реализации товара не влияет на создание успешной работы предприятия. Все упирается в наличие покупателей, которые будут являться движущей силой предприятия, т.е. до улучшения обстановки на телевизионном рынке нельзя говорить об улучшении деятельности предприятия "ВЭЛТ-К".

Если пытаться сделать усовершенствование производства самим, тогда следует заняться инновационными разработками: разработать новую технологию производства, заняться выпуском других аналогичных товаров (например: компьютерных мониторов) или заняться полным производством кинескопов своими собственными мощностями, что требует вложения капитала.

А пока предприятие вынуждено жить от заказа до заказа, постепенно сокращая производство (см. пункт 2.2)