1. **Краткая характеристика**

**ООО «Уральский электронный завод».**

**Уральский электронный завод (UEP)** - крупнейшее российское предприятие по производству компакт-дисков различных форматов (CD Audio, CD-ROM, Video CD, etc.). Пять лет производство успешно работает на отечественном и зарубежном рынке.



ООО "Уральский электронный завод" является правопреемником производства компакт-дисков Уральского электромеханического завода.

Уральский электромеханический завод, созданный в Екатеринбурге в 1941 году на баз эвакуированного из Ленинграда оборонного предприятия, долгие годы представлял собой крупнейший приборостроительный завод широкого профиля, обладающий высоким научно-техническим потенциалом и технологическим уровнем.

Уже в первые годы "перестройки" в рамках конверсии началась переориентация предприятия на выпуск наукоемких гражданских изделий и товаров народного потребления. Одним из выбранных для освоения направлений явилась область новых информационных технологий и сопутствующая им продукция. В результате глубоких маркетинговых исследований весной 1992 года был сделан выбор и заключен контракт с фирмой ODME (Нидерланды) на поставку новейшего оборудования по производству лазерных компакт-дисков.

ODME - известное во всем мире предприятие является дочерней фирмой Philips, одного из основателей и изобретателей компакт-дисков. Поставленное ОDME оборудование представляет собой мини-завод мощностью 6 млн. компакт-дисков в год.

5 июля 1993 года состоялась официальная презентация производства лазерных компакт-дисков (UEP-CD) на Уральском электромеханическом заводе!



За четыре года работы UEP-CD стал признанным лидером среди производителей audio- и единственным в России производством по тиражированию компакт-дисков CD-ROM и Video CD. Выпущено около 2100 наименований компакт-дисков audio, свыше 600 наименований CD-ROM и более 100 наименований Video CD. Партнерами ООО «Уральский электронный завод» стали более 200 крупнейших российских и зарубежных фирм. И это не случайно.



С первых шагов UEP-CD провозгласило и всей своей деятельностью решительно подтверждает активную антипиратскую позицию и готовность работать только с правообладателями, а с 1995 года сотрудничает с Международной организацией по защите прав производителей фонограмм

(IFPI).

UEP-CD обладает лицензией фирмы Philips на выпуск компакт-дисков.

Вся выпускаемая продукция соответствует международным стандартам фирм Philips/Sony: "Красная книга " - для CD-audio, "Желтая книга " - для СD-ROM, "Белая книга" - для Video CD. Европейское качество продукции гарантируется первоклассным оборудованием, совершенной технологией и высокой квалификацией персонала.

В апреле 1997 года производство компакт-дисков Уральского электромеханического завода было преобразовано и зарегистрировано как ООО "Уральский электронный завод". ООО «Уральский электронный завод» стал не просто правопреемником UEP-CD. Наряду с коллективом и уже хорошо известной аббревиатурой UEP-CD предприятие унаследовало лучшие традиции и стиль работы производства:



- сжатые сроки,

- отменное качество,

- разумные цены,

- безусловное выполнение обязательств перед заказчиками и

внимательное отношение к нуждам их бизнеса!

Первого января 1997 года было открыто представительство ООО «Уральский электронный завод» в городе Москве.

1. **Принципы организации и планирования хозяйственной деятельности на предприятии.**

В настоящее время предприятие представляет собой организацию с функциональной структурой. Такая организационная структура позволяет каждому подразделению решать свою определенную, конкретную задачу. Ниже представлена организационная структура ООО «Уральский электронный завод».

**ДИРЕКТОР**

# Секретарь

**Участок**

**сеткографии**

**Технологическое**

**бюро**

**Участок тех. обслуживания и ремонта**

**Участок репликации и упаковки**

**Участок**

**мастеринга**

### Отдел

**маркетинга**

##### Склады

**ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО В МОСКВЕ**

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ДИРЕКТОРА

### Производство

**Отдел перспективного планирования**

**Отдел**

материально-технического снабжения

## БУХГАЛТЕРИЯ

***Транспортная группа***

***Таможенная группа***

***Группа занимающаяся***

***контрактами***

**Участок**

**премастеринга**

Все вопросы сначала представляются заместителю директора.

Бухгалтерия выполняет следующие функции:

* Учет нематериальных активов;
* Учет финансовых вложений;
* Учет производственных запасов;
* Учет труда и его оплаты (расчеты с бюджетами);
* Учет затрат на производство продукции и калькулирование себестоимости продукции;
* Учет готовой продукции и ее реализации;
* Учет денежных средств;
* учет денежных средств и операций в иностранной валюте;
* учет финансовых результатов и использования прибыли.

Отдел маркетинга занимается поиском заказчиков, заключением с ними контрактов, а также отслеживанием скорости выполнения заказа. Также отдел маркетинга занимается рекламой ООО «УЭЗ» и сравнением конкурентов. В связи с тяжелой экономической обстановкой в стране, а так же потерей нескольких серьезных заказчиков, которые перестали существовать или обратились к зарубежным производителям, из-за более высокой цены на ООО «УЭЗ», чем у зарубежных производителей. В связи с этим руководством было принято решение усилить отдел маркетинга, а также выделить специальное подразделение, которое отслеживало бы скорость исполнения заказа. На данный момент на ООО «УЭЗ» скорость выполнения заказа в зависимости от размера тиража от одного дня до трех суток. Также руководством было принято решение, что производство будет работать круглосуточно, что, и позволило сократить скорость выполнения заказа.

Отдел материально-технического снабжения, состоящий из водительской группы, таможенной группы, группы контрактников и склада выполняет следующие функции:

* обеспечение производства всеми необходимыми расходными материалами и комплектующими:
* изучение возможных источников закупки ресурсов и переговоры с возможными поставщиками;
* размещение заказа, включая переговоры о поставках;
* контроль за поставками (своевременность, комплексность, количество и качество) с принятием необходимых мер в случае появления отклонений;
* планирование поставок;
* доставка, приемка и хранение товара;
* учет и контроль доставки;
* обеспечение ввоза материалов и вывоза готовой продукции за пределы предприятия.

Работа усложняется тем, что более 95% необходимых расходных материалов и комплектующих поступает из-за рубежа, что существенно сказывается на цене продукции, особенно сейчас при высоких темпах инфляции.

В связи с тем, что многие заказчики и большинство представителей иностранных фирм находятся в Москве, 1 января 1997 года было открыто представительство ООО «Уральский электронный завод».

Представительство выполняет следующие функции:

* проводит консультации по вопросам изготовления компакт дисков на ООО «УЭЗ»;
* принимает заказы на изготовление тиража и оформляет контракты с приложениями;
* осуществляет доставку исходных материалов из Москвы в Екатеринбург и готового тиража из Екатеринбурга на склад представительства или к самому заказчику.

Взаимодействие всех отделов осуществляется на оперативных совещаниях у директора каждую пятницу, а также с помощью служебных писем между подразделениями.

1. **Виды экономических отчетов, их содержание и анализ.**

При оценке экономического состояния предприятия используются следующие отчеты:

* Отчет доходов и расходов;
* Отчет о потоке реальных денег (поток номинальности);
* Балансовый отчет предприятия;
* Отчет о чистых доходах;
* Отчет по поступлению и отпуску материалов;
* Отчет об использовании материалов в производстве;
* Отчет о численности, заработной плате и движении работников;
* Отчет о подоходном доходе.

Информация собирается в бухгалтерии, и заносятся в компьютерную программу «БЕСТ», где и происходит ее обработка. Она помогает руководству проводить анализ финансового состояния предприятия. Постоянное сравнение фактических результатов с запланированными, позволяет руководителю предприятия оценить результативность проведения действий. Информация, получаемая из бухгалтерских счетов, используется для ежедневного планирования и контроля принятия решений. Прием и оприходование материалов, поступающих от поставщиков, оформляются складом, который составляет ордера на основании расчетных документов и таможенных деклараций.

Отчет об отпуске материалов показывает перемещение материальных ценностей. Сырье, материалы и комплектующие отпускаются в производство в том количестве, которое предусмотрено производственным планом.

1. **Издержки предприятия, метод калькуляции издержек, анализ издержек.**

Данное предприятие использует метод отнесения для учета издержек на месте: издержки всех счетов предварительного учета распределяются по счетам конечного учета без промежуточного распределения. При ведении бухгалтерского учета имеют место следующие издержки:

* Фактические издержки по фактическим ценам;
* Издержки по плановым ценам;
* Номинальные издержки.

Сравнение всех видов издержек позволяет влиять на причины ухудшения дел предприятия.

Для исчисления себестоимости отдельных видов продукции затраты предприятия группируют и указывают по статьям калькуляции. В основных положениях по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции на промышленных предприятиях установлена типовая группировка затрат по статьям калькуляции, которую можно представить в следующем виде:

1. «сырье и материалы»
2. «покупные изделия, полуфабрикаты и услуги производственного характера сторонних предприятий и организаций»
3. «топливо и энергия на технологические цели»
4. «возвратные отходы» (вычитаются)
5. «заработная плата производственных рабочих»
6. «отчисления на социальные нужды»
7. «расходы на подготовку и освоение производства»
8. «общепроизводственные расходы»
9. «общехозяйственные расходы»
10. «потери от брака»
11. «прочие производственные расходы»
12. «коммерческие расходы».

Итог первых одиннадцати статей образует производственную стоимость продукции, а итог всех двенадцати статей – полную себестоимость продукции.

Анализ калькуляции издержек позволяет определять рентабельность производства и отдельных видов продукции, выявлять резервы для снижения себестоимости продукции.

1. **Конъюнктура рынка, соотношение спроса и предложения, тенденции развития (конкуренции, параметры воздействия на сбыт).**

Наши заказчики образуют бизнес-рынок. Спрос на нашу продукцию эластичен, так как зависит от многих факторов, например, таких как экономическая обстановка в стране и уровень дохода населения и т.д.

При размещении, например, заказа на изготовление CD-ROM заказчик должен определить для себя следующее:

* Размер тиража
* Лейбл (изображение на поверхности диска методом сеткографии или офсетом).
* Необходим ли премастеринг.
* Вид упаковки (пластиковая коробка, пластиковый конверт, белый конверт с окошком и т.д.)
* Срок изготовления тиража.
* Ожидаемая стоимость тиража.

Исходя из этих факторов, заказчик выбирает то предприятие, которое предлагает наилучший вариант. Так как конкуренты отличаются от данного предприятия по ряду признаков, то заказчик выбирает, где разместить свой заказ, все больше уделяя внимания на цену, а также качество и скорость изготовления. Но выбор у заказчика ограничен, так как в нашей стране существует всего 2 конкурента нашего завода – это Московский опытный завод грамзаписи и Норд-групп, город Зеленоград. В СНГ существует три завода в городе Киеве.

Логика принятия решения о размещении заказа строиться следующим образом (на примере студии звукозаписи):

* В студии звукозаписи была произведена запись популярного исполнителя, следовательно, возникает потребность в тиражировании данной записи;
* Далее эта студия желает получить этот тираж не хуже чем оригинал, в техническом (звуковом) исполнении, то есть заказчик подбирает для себя предприятие с соответствующей Мастеринговой аппаратурой.
* Далее проводиться выбор предприятия с данной аппаратурой, но также большое внимание уделяется соотношению качества и цены.
* В процессе работы студии звукозаписи с выбранным предприятием, происходит оценка этого предприятия и решается вопрос о дальнейшем сотрудничестве с данным предприятием.

Средства воздействия на сбыт используемые ООО «Уральский электронный завод»:

* рекламно ознакомляющая информация в специализированных журналах, как в нашей стране, так и за рубежом («ONE TO ONE» и «TAPE DISK»). В последнем номере журнала «One to One» (октябрь 1998) была напечатана статья про ООО «Уральский электронный завод».
* Участие в выставках-ярмарках, как в нашей стране, так и за рубежом. Готовая продукция предприятий в первую очередь рассчитана на оптовую торговлю с себе подобными крупными заводами или посредническими фирмами. Однако в последнее время на некоторых заводах организуются свои отделы розничной торговли, которые налаживают торговлю в магазинах от этого завода. В этом случае для привлечения новых покупателей используются всевозможные виды рекламы: на телевидении, в прессе, щитовая реклама и т.д.



При работе с крупными предприятиями и фирмами их было бы трудно привлечь щитовой рекламой. В целях налаживания партнерских связей и поиска новых путей взаимодействия широкое распространение получили международные выставки. Выставки выполняют несколько функций, таких как: место для эффективной рекламной кампании, выход на международный рынок, предоставление новых поставщиков и покупателей и бесценный

* ценовое стимулирование (установление скидок с тиража свыше **50 шт**., а также дополнительно при тиражах **3000** и выше стоимость изготовления матрицы не учитывается). Если в течение **6-ти месяцев** количество допечатанных дисков в сумме с основным тиражом составляет 3000 или более, стоимость изготовления матрицы **возвращается**.

- патентная чистота изделия (СИД код).

1. **Потребность в инвестициях, основном и оборотном**

**капитале.**

Потребность в инвестициях, дополнительных источниках финансирования, пропорциональна скорости оборота денежных средств предприятия. Текущее расходование денежных средств и их поступление иногда не совпадают по времени, в результате у предприятия возникает потребность в большем или меньшем объеме финансирования в целях поддержания платежеспособности. Чем выше скорость оборота текущих активов, тем меньше потребность в финансировании. Выбор проекта и принятие решения об инвестировании производиться на основании всех показателей коммерческой эффективности, среди которых есть приоритеты. Так в этом году был взят кредит у Инкомбанка на покупку новой репликационной линии «Аркадия», с приобретением данного оборудования мощность нашего предприятия увеличилась вдвое. Также учитывается структура потока сальдо реальных денег.

Для предприятия выгодны долгосрочные инвестиции, особенно в тех случаях, когда принимается решение о расширении производства или открытии новых филиалов. Долгосрочные инвестиции оценивают исходя из стоимости приобретенных основных средств. И других долгосрочных активов.

Поскольку финансы предприятия как отношения являются частью эко­номических отношений, возникающих в процессе хозяйственной дея­тельности, принципы их организации определяются основами хозяй­ствен­ной деятель­ности предприятий. Исходя их этого, принципы органи­зации финансов можно сформулировать следующим образом: самостоятель­ность в области финансо­вой деятельности, самофинансирование, за­инте­ресован­ность в итогах финан­сово - хозяйственной деятельности, от­вет­ственность за ее результаты, контроль за финансово - хозяйственной дея­тельностью пред­приятия.

Самофинансирование - обязательное условие успешной хозяйствен­ной деятельности предприятий в условиях рыночной экономики. Этот принцип базируется на полной окупаемости затрат по производству про­дукции и расширению производственно - технической базы предприятия, он означает, что каждое предприятие покрывает свои текущие и капи­тальные затраты за счет собственных источников. При временной недо­статочности в средствах потребность в них может обеспечиваться за счет краткосрочных ссуд банка и коммерческого кредита, если речь идет о те­кущих затратах, и долгосрочных банковских кредитов, используемых на капитальные вложения.

Хозяйственная деятельность предприятия неразрывно связана с его финансовой деятельностью. Предприятие самостоятельно финансирует все направления своих расходов в соответствии с производственными планами, распоряжается имеющимися финансовыми ресурсами, вклады­вая их в производство продукции в целях получении прибыли.

Финансовые ресурсы предприятия, направляемые на его развитие, формируются за счет:

* амортизационных отчислений;
* прибыли, получаемой от всех видов хозяйственной и финансо­вой деятельности;
* дополнительных паевых взносов участников в товариществах;
* средств, получаемых от выпуска облигаций;
* средств, мобилизуемых с помощью выпуска и размещения ак­ций в акционерных обществах открытого и закрытого типов;
* долгосрочного кредита банка и других кредиторов (кроме об­лигационных займов);
* других законных источников (например, добровольных без­возмездных взносов предприятий, организаций, граждан).

1. **Управление активами.**

Существуют следующие основные направления расходования фондов на ООО «Уральский электронный завод»: закупка сырья, деталей, запасов, зарплата рабочим и служащим, процент, плата по счетам за коммунальные услуги, налоги.

Увеличение активов. Наличные деньги, выручка от реализации, запасы, оборудование, здания, земля - все это активы. Любое увеличение активов означает использование фондов.

Уменьшение пассивов. Пассив предприятия включает все, что оно должно другим: банковские займы, выплата поставщикам и налоги. Фонды, получаемые предприятием, могут пойти на уменьшение пассива, например, возврат банковских займов.

Платежи собственникам. В частных предприятиях и товариществах все, что осталось после увеличения активов и уменьшения пассивов, принадлежит владельцам. В корпорациях капитал, который предприятие не используют на себя, выплачивается владельцам в виде дивидендов.

Под текущими активами понимаются активы, которые предприятие может держать в пределах года.

Цикл оборотного капитала. Текущие активы используются в качестве оборотного капитала. Фонды, используемые в качестве оборотного капитала, проходят определенный цикл. Ликвидные активы используются для покупки исходных материалов, которые превращают в готовую продукцию; продукция продается в кредит, создавая счета дебиторов; счета дебитора оплачиваются и инкассируются, превращаясь в ликвидные активы.

Эффективное использование оборотного капитала. Любые фонды, не используемые для нужд оборотного капитала, могут быть направлены на оплату пассивов. Кроме того, они могут использоваться для приобретения основного капитала или выплачены в виде доходов владельцам. Один из способов экономии оборотного капитала заключается в совершенствовании управления материально-техническими ресурсами (запасами) посредством:

- планирования закупок необходимых материалов;

- введения жестких производственных систем;

- использования современных складов;

- совершенствования прогнозирования спроса;

- быстрой доставки.

Второй путь сокращения потребности в оборотном капитале состоит в уменьшении счетов дебиторов путем ужесточения кредиткой политики, в оценке ненужных фондов, которые могли бы быть использованы для других целей, в оценке счетов, предъявляемых к оплате.

Третий путь сокращения издержек оборотного капитала заключается в лучшем использовании наличных денег. По банковским счетам, на которых фирмы держат свои ликвидные активы, процент не уплачивается. Однако другие ликвидные активы (краткосрочные государственные ценные бумаги, депозитные сертификаты, разновидность единовременного займа, называемая перекупочным соглашением) приносят доход в виде процентов.

1. **Принципы нормирования труда и организации заработной платы.**

Основными задачами учета труда и его оплаты являются: точный учет личного состава работников, отработанного ими времени и объема выполненных работ. Правильное исчисление сумм оплаты труда и удержания из нее, учет расчетов с работниками предприятия, бюджетом, органами социального страхования, пенсионным фондом, фондом занятости населения; контроль над рациональным использованием трудовых ресурсов и оплаты труда.

При расчете заработной платы для отдельного работника используется сдельно-премиальная система оплата труда. Она предусматривает премирование за перевыполнение норм выработки и достижение определенных качественных показателей. Месячная заработная плата каждого работника предприятия вычисляется с применением коэффициента трудового участия (КТУ).

Составляется следующая таблица:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ФИО** | **Профессия** | **Разряд рабочего** | **Часовая тарифная ставка** | **Отработанное время в мес., в часах** | **КТУ** | **Тарифная заработная плата** | **Расчетная величина для определения приработка и премии** | **Приработок** | **Премия** | **За месяц** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Тарифная заработная плата рассчитывается как произведение часовой тарифной ставки и количества отработанного времени за месяц.

Расчетная величина для распределения приработка и премии получается путем умножения тарифной заработной платы и КТУ.

Приработок представляет собой произведение расчетной величины для распределения приработка и относительной величины, которая получается как отношение суммы рассчитываемой величины к сумме приработка.

Премия является результатом произведения расчетной величины для распределения приработка и коэффициента.

Таким образом, заработная плата за месяц вычисляется как сумма тарифной заработной платы, приработка и премии.

Для выяснения выявления потерь рабочего времени проводятся наблюдения, результаты которых отображаются в специальных отчетах.

Операция рассматривается как совокупность отдельных элементов, в ходе наблюдения выясняются временные затраты на каждый элемент операции. Такими элементами являются:

* Время подготовки к выполнению операции;
* Оперативное время;
* Отдых;
* Технические простои.

Расчетным периодом исчисления среднего заработка являются три полных месяца, предшествующих событию, с которым связана соответствующая выплата.

Во всех случаях для определения средней заработной платы используется средний дневной заработок.

Средний дневной заработок, кроме оплаты отпуска, определяется путем деления фактически выплаченных сумм в расчетном периоде на количество рабочих дней исходя из нормальной или сокращенной продолжительности рабочего времени, установленной законодательством.

**ВЫВОД**

Базой для прохождения производственной экономической практики являлся ООО «Уральский электронный завод». Данное предприятие занимается изготовлением и тиражированием компакт-дисков различных форматов (CD Audio, CD-ROM, Video CD и т.п.).

В ходе практики было изучено содержание и организация технико-экономического планирования, рассмотрена организация производства и труда, исследованы формы и методы учета и отчетности.

При анализе внутрифирменного планирования хозяйственной деятельности было выяснено, что предприятие прилагает большие усилия для поиска новых заказчиков и поставщиков-производителей. Так же на предприятии в этом году было закуплено новое оборудование, что позволило повысить производительность в два раза, а также снизить цену за единицу товара, за счет масштаба производства. Для привлечения новых заказчиков используются различные средства стимулирования : ценовое стимулирование, реклама, контакты на выставках и т.д.

Руководство ставит перед собой определенную цель, которая в комплексе решается всеми подразделениями, выполняющие свои отличные от других задачи.

Бухгалтерская отчетность используется руководством предприятия для анализа издержек производства, использования трудовых ресурсов и т.д.

Заказчиками ООО «Уральский электронный завод является бизнес рынок. На данный вид потребителей ориентируется в своей работе отдел маркетинга.

В ближайшее время ООО «Уральский электронный завод» планирует выпуск новых компакт дисков в формате DVD, компакт диски в данном формате в настоящее время не выпускаются на территории Российской Федерации.