**Повышение эффективности сельскохозяйственного производства**

**Введение.**

Предприятия, совхозы и колхозы приобрели широкие права в самоуправлении, планировании, организации производства и финансов. На них легла большая ответственность за конечный результат производственной и финансовой деятельности.

Для повышения эффективности сельскохозяйственного производства необходимо не только наращивать производство продукции, но и рационально использовать ее в хозяйстве и распределять по каналам реализации. В процессе реализации продукции хозяйствам перечисляется выручка, которая должна возмещать произведенные затраты и обеспечивать получение прибыли, необходимой для дальнейшего расширенного воспроизводства. Важнейшие результаты деятельности каждого предприятия - прибыль и рентабельность, которые зависят, в основном, от реализации продукции. На каждом предприятии реализация продукции должна происходить в соответствии с планом по ее объему, ассортименту и срокам.

Придание самостоятельности сельскохозяйственным предприятиям, широкое развитие арендных отношений создают возможности в будущем закупать на договорных началах те виды сельскохозяйственной продукции и в тех объемах, которые необходимы для формирования государственного продовольственного фонда. Дисциплину закупок тесно увязывают с выполнением взаимных договорных обязательств на основе экономической ответственности как производителей продукции, так и ее заготовителей. После выполнения обязательств по договору оставшуюся часть продукции производитель может реализовать по своему выбору.

Сельскохозяйственные предприятия заинтересованы в быстрой реализации своей продукции, так как это оказывает прямое влияние на финансовое состояние хозяйства, способствует укреплению его экономики, улучшению условий труда и быта работников.

**АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩЕГО ПОЛОЖЕНИЯ.**

АСХО “Красный Луч” характеризует преимущественное развитие отдельных отраслей, что ведет к обособлению производства различных видов продукции. В результате достигается максимальное увеличение производства при наименьших затратах труда и средств, обеспечивается высокая производительность труда и низкие затраты материальных ресурсов на единицу продукции.

 Реализация сельскохозяйственной продукции - основное направление расходов продукции в сельскохозяйственных предприятиях. Она определяет финансовый результат их деятельности

Для анализа сложившейся ситуации в АСХО “Красный Луч” необходимо, в первую очередь, определить уровень товарности основных видов реализуемой продукции (табл.1).

Таблица 1.

Объем производства и реализации основных видов товарной продукции.

Как видно из таблицы 1, уровень товарности продукции растениеводства и меда в 1995 году значительно возрос, что говорит о снижении потерь. В то же время их производство резко сократилось, что свидетельствует о бедственном положении хозяйства и отсутствии желания работать.

Кроме того, производство основного вида продукции АСХО “Красный Луч”- свинины сократилось более чем в 2 раза. Причины этого - в отсутствии хорошей кормовой базы (также хозяйство перестало вскармливать свиней пишевыми отходами) и плохом состоянии свинарников. Как следствие этого потери мяса увеличиваются (никому не хочется выкладываться, если отдачи все равно не последует), а уровень товарности снижается.

Также обстоит дело и с молочной продукцией: на 18 голов сократилось поголовье коров (с 340 до 322), снизились удои на 1 корову (нет денег на качественные корма). В общем, ситуация напоминает замкнутый круг: нет денег - нет кормов, нет кормов - нет повышения производства, а без этого опять-таки нет денег.

Нужно отметить, что общий объем реализации снизился по картофелю (на 66 %), мясу (на 60%) и молоку (на 6%), а по овощам - возрос (на 13%).

 Чтобы полнее проиллюстрировать создавшееся положение, необходимо рассмотреть каналы реализации сельскохозяйственной продукции (табл.2).

Таблица 2.

Объем и каналы реализации сельскохозяйственной продукции, произведенной в хозяйстве.

Из таблицы 2 видно, что уровень поставок государству снижается: если в 1994 году реализация заготовительным организациям по отношению к общему объему реализации составила по растениеводческой продукции ≈73%, по свинине - 98%, а по молоку - 48%, то в 1995 году эти показатели уже гораздо ниже: продукция растениеводства - 58%, мясо - 67%, молоко - 41%.

 Такой вид продажи, как бартер тоже себя не оправдал (слишком низки доходы, а риск высок: партнеры сейчас ненадежны).

В то же время растут объемы продаж на рынке и в магазине, что прямо пропорционально снижению поставок государству. И это вполне естественно: ведь цены на рынке гораздо выше государственных закупочных. Чтобы в этом убедиться, необходимо взглянуть на таблицу 3.

Таблица 3.

Среднесложившаяся цена реализации сельскохозяйственной продукции (1ц) по каналам реализации в сопоставимых ценах, тыс.руб.

В таблице 3 показано, что цены с 1994 года незначительно выросли, что, конечно, смешно, так как, несмотря на все рассказы правительства, инфляция не остановлена.

Кроме того, из таблицы видно, что от продажи на рынке выручка хозяйства выше, чем от продажи государству на:

 1994 1995

картофель 18 12

овощи 16 26

свинина 16 8

молоко 28 4

Теперь становится ясно, почему хозяйство предпочитает работать с рынком, а не с государством: цены на рынке выше, а деньги поступают без задержек. О своевременности же оплаты продукции государством можно даже и не говорить.

Однако, анализ создавшегося положения будет неполным, если не учесть такой фактор, как себестоимость продукции (табл.4).

Таблица 4.

Полная себестоимость 1ц. продукции в сопоставимых ценах,тыс.руб.

Как видно из таблицы 4, себестоимость продукции, несмотря на сопоставимость цен, растет. Это связано с постоянным удорожанием кормов, сырья, удобрений, семян, рабочей силы и проч.

Рост себестоимости составил по мясу и картофелю - 4-5%, по овощам и меду - 9-10%, а по молоку - 21%.

Теперь, зная себестоимость и продажную цену, можно рассчитать рентабельность продукции, что и сделано в табл.5.

Таблица 5.

Уровень рентабельности реализуемой сельскохозяйственной продукции, произведенной в хозяйстве по различным каналам.

Анализируя данные таблицы 5, делаем выводы, что реализация продукции в хозяйстве убыточна. В 1994 году рентабельной была только продажа меда (его поглощал рынок).

В то же время, убыточность в 1995 году уменьшилась. В немалой степени это связано с возросшими объемами реализации на рынке, но также необходимо отметить, что государственные цены (особенно по продукции животноводства) приблизились к ее себестоимости.

Общим итогом является то, что в 1995 году рентабельными оказались 2 вида продукции: мед - 27,92%

 свинина - 1,79%

Из всего вышесказанного следует, что у АСХО “Красный Луч” есть немалые резервы для совершенствования процесса реализации, а именно:

- необходимо стремиться повышать качество продукции и снижать ее себестоимость, хоть это и непросто в сложившейся ситуации. Это приведет к устраивающим предприятие ценам скупки продукции на мясокомбинатах и молокозаводе;

- следует и дальше развивать и совершенствовать реализацию продукции на рынке путем выхода на г.Москва (расстояние от центральной усадьбы до областного центра - 35 км., дороги заасфальтированы).

- необходимо не забывать о таком важном канале реализации продукции, как продажа своим работникам, так как люди будут заинтересованы в производстве качественной продукции. И несмотря на то, что цена реализации здесь будет невысокой (ниже рыночной), хозяйству это выгодно (деньги поступают сразу, качественную продукцию проще продать на рынке и государству, а уже цены реализации здесь будут расти прямо пропорционально качеству).

Также, зная все достоинства и недостатки реализации прошлых лет, можно спрогнозировать, как, в каком количестве и по каким каналам следует реализовывать продукции в 1996 году.

**ПРОГНОЗ НА 1996 ГОД.**

Таблица 6.

Планируемые объемы производства и реализации основных видов продукции в 1996 году.

Как видно из таблицы 6, планируется не только увеличить объем производства основных видов товарной продукции, но и повысить ее товарность путем снижения потерь при уборке и хранении растениеводческой и заготовки животноводческой продукции. Товарность в этом случае превысит 99 %.

Таблица 7.

Распределение продукции, намеченной к реализации в 1996 году по каналам реализации.

В таблице 7 показано, что реализация заготовительным организациям грубо приблизительно будет равна сумме реализаций на рынке и работникам. Это позволит хозяйству “держаться на плаву”. И хоть цены реализации спргнозировать сложно, но очевидно, что рентабельность будет расти, а насыщаемость рынка хорошей продукцией повышаться.