ОГЛАВЛЕНИЕ

[ВВЕДЕНИЕ 3](#_Toc26465282)

[ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 4](#_Toc26465283)

[ГЛАВА 1. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ И ПЛАНИРОВАНИЕ 4](#_Toc26465284)

[ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ 4](#_Toc26465285)

[1.1. Содержание, цели и методы прогнозирования 4](#_Toc26465286)

[деятельности предприятия 4](#_Toc26465287)

[1.2. Планирование деятельности предприятия 6](#_Toc26465288)

[ГЛАВА 2. ОСНОВЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ И ПЛАНИРОВАНИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ 10](#_Toc26465289)

[2.1. Сущность экономического прогнозирования и 10](#_Toc26465290)

[планирования 10](#_Toc26465291)

[2.2. Основы методологии, планирования (прогнозирования) народного хозяйства 12](#_Toc26465292)

[2.3. Народно-хозяйственное прогнозирование с/х 16](#_Toc26465294)

[производства 16](#_Toc26465295)

[ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 20](#_Toc26465296)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ 35](#_Toc26465297)

[СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 36](#_Toc26465298)

# **ВВЕДЕНИЕ**

В данной курсовой работе рассмотрена тема “Планирование и прогнозирование в условиях рынка”. Были рассмотрены следующие теоретические вопросы: содержание, цели и методы прогнозирования деятельности предприятия; планирование деятельности предприятия; основы прогнозирования и планирования народного хозяйства в современных условиях. А также в практической части был сделан прогноз и планирование реализации продукции ООО “Рассвет”.

Целью выполнения курсовой работы является закрепление полученных теоретических знаний, сопоставить теорию с практикой. Основной задачей является выработка навыков работы с учебной и научной литературой, знакомство с проблемами планирования и прогнозирования в экономической деятельности предприятий, приобретение опыта по разработке и реализации управленческих решений в сфере деятельности предприятия.

В современных рыночных условиях эффективность реализации продукции залог успешной деятельности товаропроизводителей. Особенно это сказывается в сельском хозяйстве где производство продукции имеет ряд специфических особенностей. Поэтому правильно спланировать сбыт с определением наиболее выгодных каналов реализации наиважнейшая задача стоящая перед руководством сельскохозяйственных предприятий.

Планирование на уровне хозяйствующих субъектов — это процесс планирования поступлений и использования финансовых ресурсов, установление оптимальных соотношений в распределении доходов предприятий. В рыночной экономике совершенствование планирования на микроуровне осуществляется непрерывно; оно в условиях рыночной экономики имеет качественно более существенное значение по сравнению с директивно-плановой экономикой. Без этого не может быть достигнут тот уровень управления производственно-хозяйственной деятельностью предприятия, который обеспечивает ему успех на рынке, постоянное усовершенствование материальной базы, социальное развитие коллектива.

Под прогнозированием финансового состояния предприятия принимают приведение объема и размещение финансовых ресурсов предприятия на определенный срок наперед путем изучения динамики его развития как субъекта хозяйственной деятельности на фоне реальной экономической жизни общества.

Объектом прогнозирования в первую очередь должен быть объем финансовых ресурсов, которые поступят в распоряжение предприятия за период, относительно которого составляется прогноз. Такими ресурсами являются прибыль, остающаяся у предприятия после уплаты всех налогов и обязательных платежей, а также амортизационные отчисления, которые возмещаются за счет цены на продукцию.

# **ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

# **ГЛАВА 1. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ И ПЛАНИРОВАНИЕ**

# **ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

# **Содержание, цели и методы прогнозирования**

# **деятельности предприятия**

Эффективная деятельность предприятий и фирм в условиях рыночной экономики в значительной степени зависит от того, насколько достоверно они предвидят дальнюю и ближнюю перспективу своего развития, то есть от прогнозирования.

Прогнозирование деятельности предприятий и фирм – это оценка перспектив их развития на основе анализа конъюнктуры рынка, изменения рыночных условий на предстоящий период.

Результаты прогнозирования деятельности предприятий и фирм учитываются в программах предприятий по маркетингу, при определении возможных масштабов реализации продукции, ожидаемых изменений условий сбыта и продвижения товаров.

Прогнозирование как результат маркетинговых исследований является исходным пунктом организации производства и реализации именно той продукции, которая требуется потребителю.

Основная цель прогноза – определить тенденции факторов, воздействующих на конъюнктуру рынка.

При прогнозировании обычно выделяют прогнозы краткосрочные – на 1-1.5 года, среднесрочные – на 4-6 лет и долгосрочные – на 10-15 лет.

Главный акцент при краткосрочном прогнозировании делается на количественной и качественной оценке изменений объема производства, спроса и предложения, уровня конкурентоспособности товара и индексов цен, валютных курсов, соотношений валют и кредитных условий. Здесь учитываются также временные, случайные факторы.

Среднесрочное и долгосрочное прогнозирование основывается на системе прогнозов – конъюнктуры рынка, соотношения спроса и предложения, ограничений по защите окружающей среды, международной торговли.

При среднесрочном и долгосрочном прогнозировании, как правило, не учитывают временные и случайные факторы воздействия на рынок. Если краткосрочные прогнозы нацелены на количественные оценки, прежде всего, уровня цен на рынке, то среднесрочные и долгосрочные прогнозы рассматриваются как вероятностные оценки динамики изменения цен.

В качестве инструментария прогнозирования применяются формализованные количественные методы (факторные, статистического анализа, математического моделирования), методы экспертных оценок, базирующиеся на опыте и интуиции специалистов по данному товару и рынку.

При прогнозировании деятельности предприятий по выпуску продукции производственного назначения учитывается анализ инвестиционной политики в отраслях, потребляющих соответствующие товары, тенденции развития НТП в этих отраслях, а также формирование принципиально новых потребностей и способов их лучшего удовлетворения.

При прогнозировании деятельности предприятий, выпускающих продукцию широкого потребления, обычно опираются на данные опросов потребителей и продавцов товаров. В этом случае используются такие методы изучения рынка как анкетирование, телефонные и персональные интервью.

Наибольшую сложность представляет прогнозирование внешнеэкономической деятельности предприятия и фирмы, что обусловлено высокой динамичностью, многофакторным и противоречивым характером формирования, а потому и неопределенностью, трудной предсказуемостью внешнеэкономических связей.

Поэтому применительно к прогнозированию внешнеэкономической деятельностью предприятия важно комплексное исследование целого ряда частных рынков (отдельных стран) конкретного товара, выявление специфических для каждого и общих для всех (или группы таких рынков) факторов формирования конъюнктуры рынка, анализ взаимосвязи этих рынков между собой, а также синтез частных прогнозов, учет взаимодействия и взаимовлияния в рамках мирового рынка данного товара.

Результаты прогнозирования деятельности предприятий (фирм) должны быть отражены в соответствующих разделах их бизнес-планов.

# **1.2. Планирование деятельности предприятия**

Эффективная деятельность предприятий в условиях рыночной экономики возможна лишь при условии разработки планов развития, производственных программ, бизнес-планов.

Разработка и обоснование планов развития предприятия осуществляется на основе системы прогрессивных технико-экономических норм и нормативов.

Наиболее совершенный метод разработки норм – расчетно-аналитический, при котором нормы и нормативы технически обосновываются путем всестороннего критического анализа состояния производства, возможных изменений в нем изучения влияния различных факторов. Используются также и такие методы как: хронометраж, фотография рабочего дня и др.

В основу норм закладываются технико-экономические и организационные условия работы в плановом периоде.

Технико-экономические нормы и нормативы разрабатываются по следующим основным группам:

* нормы затрат живого труда (нормы затрат рабочего времени на единицу продукции, нормы выработки продукции в единицу времени, нормы обслуживания, нормативы численности);
* нормы материальных затрат (удельные нормы затрат сырья, материалов, топлива, энергии, комплектующих изделий);
* нормативы использования орудий труда (нормативы использования машин, оборудования, механизмов, сооружений, инструментов);
* нормативы организации производственного процесса (длительность производственного цикла, объемы незавершенного производства, запасы сырья, материалов, топлива);
* нормы продолжительности освоения проектных мощностей вводимых в действие предприятий, цехов, агрегатов, установок, производств.

Назначение отдельных групп норм и нормативов различно. Нормы затрат живого труда служат в основном для определения уровня производительности труда, использования рабочего времени, установления размеров заработной платы. На основе удельных норм расходов материальных ресурсов и производственной программы определяется потребное количество отдельных видов и марок материальных ресурсов. Нормативы использования орудий труда позволяют рассчитывать уровень использования производственных мощностей. Нормы и нормативы служат для определения издержек производства (себестоимости продукции).

Показатели плана.

1. Количественные показатели выражаются абсолютными величинами. К ним относятся: объем товарной, валовой продукции, объем реализации, численность работающих, численность рабочих, фонд заработной платы, сумма прибыли, размер затрат различных производственных ресурсов (металла, топлива и т.д.).
2. Качественные показатели являются величинами относительными. Они выражают экономическую эффективность производства, его отдельных факторов. Это рост производительности труда, фондоотдачи, рентабельности производства, снижение издержек производства, качество продукции и др. Между количественными и качественными показателями существует взаимосвязь и взаимодействие.
3. Объемные показатели устанавливают абсолютные величины производства в целом, отдельных процессов и факторов, участвующих в нем. Например, объем производства в целом, объем механической обработки, сборки, объем трудовых затрат, материальных ресурсов и т.д.
4. Удельные показатели устанавливают отношение двух или нескольких взаимосвязанных показателей, например, затраты металла на единицу продукции, капитальные вложения на единицу производственной мощности и др.

Для исчисления показателей плана промышленности применяются натуральные, трудовые и стоимостные измерители.

Натуральные измерители используются при планировании объема производства, материальных ресурсов.

Для измерения объема производства однородных изделий, различных по материалоемкости или другому признаку, применяют условно-натуральный измеритель. В этом случае за условную единицу принимают одно из однородных изделий, а все остальные приравнивают к нему по одному из перечисленных выше признаков (как правило, трудоемкости). Так, условно-натуральные измерители: тракторы в 15-сильном исчислении; мыло 40 %-ной жирности и др.

Трудовой измеритель объема производства, выражаемый, как правило, в нормо-часах. Трудовые измерители в сочетании с натуральными используются для исчисления производительности труда, размера оплаты труда, определения норм выработки и др.

Стоимостные (денежные) измерители. С их помощью определяют динамику развития промышленности, темпы и пропорции, взаимоувязывают все разделы плана.

Основные разделы и показатели плана развития предприятия (фирмы).

План развития предприятия включает следующие основные разделы:

1. План производства продукции. В нем устанавливаются задания по производству отдельных видов продукции в натуральном и стоимостном выражениях, предусматривается дальнейшее повышение качества продукции. Для определения объема продукции в стоимостном выражении используются показатели реализуемой, товарной и валовой продукции.
2. План развития науки и техники. Он включает мероприятия по научно-исследовательским работам, освоению производства новых видов продукции, внедрению прогрессивных технологий и т.д.
3. Показатели плана развития науки и техники: продукция, осваиваемая производством впервые в стране; уровень механизации и автоматизации труда; относительное уменьшение численности работников; рост производительности труда; показатели качества продукции.
4. План повышения эффективности производства. В нем даются как обобщающие показатели повышения экономической эффективности производства, так и показатели повышения эффективности использования живого труда, основных фондов, капитальных вложений, материальных ресурсов и т.д.
5. Показатели: темпы роста производства чистой и товарной продукции; общая рентабельность; затраты на один рубль товарной (валовой) продукции; темпы роста производительности труда; показатели капиталоемкости и материалоемкости и др.
6. План капитального строительства предусматривает строительство новых, расширение и реконструкцию действующих предприятий, модернизацию оборудования, замену устаревшего оборудования новым и т.д.
7. Основные показатели: ввод в действие основных фондов и производственных мощностей, отдельных объектов и сооружений производственного назначения; прирост производственных мощностей на действующих предприятиях за счет их технического перевооружения; объем капитальных вложений и СРМ; объем незавершенного производства.
8. План материально-технического обеспечения представляет собой систему материальных расчетов, отражающих производство и потребление важнейших видов продукции, планов их реализации.
9. Определение потребностей производства в материальных ресурсах должно осуществляться на основе прогрессивных технически обоснованных норм расходов сырья, материалов, топлива и энергии, а также научно обоснованных нормативов использования оборудования, машин, механизмов.
10. План по труду и кадрам. При его разработке главная задача – предусмотреть систематическое повышение производительности труда. Показатель производительности труда рассчитывается как годовая выработка нормативно-чистой, товарной (валовой) продукции в сопоставимых ценах в расчете на одного среднесписочного работника промышленно-производственного персонала.
11. Другим важным показателем данного раздела является фонд заработной платы. Здесь же рассчитывается и средняя зарплата работников. Для определения потребностей предприятий в рабочей силе разрабатывается расчет дополнительной потребности в рабочих и служащих и источников ее обеспечения.
12. План по издержкам производства и реализации продукции. Главная задача этого раздела – повышение эффективности производства, рациональное использование материальных, трудовых и финансовых ресурсов, экономически обоснованные определение величины затрат на производство предусмотренной планом продукции, исчисление величины дохода, получаемого в результате производственной деятельности.
13. План по издержкам составляется на основе плана производства и реализации продукции, внедрения достижений науки и техники и других разделов плана.
14. В финансовом плане устанавливаются важнейшие финансовые показатели: расчет потребности в собственных оборотных средствах, задание по ускорению их оборачиваемости; взаимодействие предприятия с госбюджетом; создание и использование основных производственных фондов, задание по прибыли. Важной частью финансового плана является кредитный план.
15. План социального развития коллективов предприятий предусматривает мероприятия по решению наиболее актуальных для данного коллектива социальных вопросов, улучшения условий труда, отдыха и быта.
16. План мероприятий по охране природы и рациональному использованию природных ресурсов (охрана и рациональное использование водных ресурсов, охрана воздушного бассейна, охрана и рациональное использование земель, охрана и рациональное использование минеральных ресурсов).

Этот план предусматривает широкое внедрение малоотходных и безотходных технологий и др.

Планирование предпринимательской деятельности основано на бизнес-плане.

Структура и содержание бизнес-плана строго не регламентированы. Бизнес-план ориентирован на достижение успеха главным образом в финансово-экономической деятельности.

Оптимальным по структуре и содержанию считается бизнес-план, включающий следующие разделы:

1. Цели и задачи предпринимательской деятельности.
2. Обобщенное резюме, основные параметры и показатели бизнес-плана.
3. Характеристика продуктов, товаров, услуг, предоставляемых потребителю.
4. Анализ и оценка конъюнктуры рынка сбыта, спроса, объемов продаж.
5. План (программа) действий и организационные меры.
6. Ресурсное обеспечение сделки.
7. Эффективность сделки (проекта).

# **ГЛАВА 2. ОСНОВЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ И ПЛАНИРОВАНИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

# **2.1. Сущность экономического прогнозирования и**

# **планирования**

***Прогнозирование***— разработка прогнозов, это специальное научное исследование конкретных перспектив развития каких либо явлений. Оно, как одна из форм конкретизации предвидения, находится во взаимосвязи с планированием, программированием, проектированием, управлением

Прогнозирование имеет комплексный характер. Экономический прогноз охватывает проблемы развития производительных сил и производственных отношений, одновременно с этим прогнозируются и другие составляющие этого явления и процесса.

Прогнозирование разделяется на:

1. краткосрочное (1-2 года)
2. среднесрочное (5-10)
3. долгосрочное (15-20)
4. сверхсрочное (50-100)

**Методы прогнозирования**

1. экстраполяция
2. моделирование
3. экспертная оценка

**Общее**  между прогнозированием и планированием:

1. Единство объекта- н/х, отрасли, отдельные объекты и процессы
2. Единство социально -экономических условий
3. Единство методов и методологий изучения явлений и процессов и установленных закономерностей
4. Целенаправленное прогнозирование и планирование, ибо как прогнозирование, так и планирование имеет не самоцель, а средство для решения задач перед общество, перед коллективом
5. Связь между прогнозированием и планированием и результатами их реализации.

**Отличие** прогнозирования от планирования:

1. Детализация, обоснование каждого показателя плана и его увязка друг с другом (обоснованность задания плана с точки зрения обеспеченности материальными, финансовыми, трудовыми ресурсами, производственными мощностями и т.д.)
2. Жесткая привязка показателей во времени и в пространстве
3. Обязательность выполнения плана
4. Планирование как средство для государственного регулирования социально-экономического развития общества
5. Единство составления проверки организации выполнения плана.

***Планирование* —** это субъективная деятельность людей, которая на основе изучения закономерностей, каких либо явлений и процессов (сторон общественной жизни), определяют их развитие (состояние движения) в ближайшие и отдаленные периоды времени.

Планирование народного хозяйства возможно при наличии

1. политических
2. экономических
3. организационных предпосылок

Новая модель государственного регулирования выражается в следующем

1. Предприятие выступает товаропроизводителем- любые формы воздействия на предприятие, в том числе и со стороны государства должны носить экономический характер.
2. Отказ от традиционной модели государственного директивного плана.
3. Система государственного регулирования должен исходить в современных условиях из специфики рынка, характеризующегося интенсивным развитием предпринимательства различных форм собственности.
4. Государство реализует функцию собственности не распространяя свою компетенцию на функцию владения.
5. Государство осуществляет регулирование экономики на основе законов. В этих условиях закон должен оберегать хозяйственников от государственного монополизма.

В современных условиях ставятся новые задачи, связанные с централизованным планированием. В развитии экономики важное значение имеет сочетание централизованного управления с инициативой и возможностью регионов и экономических структур.

В новых условиях центральное планирование должно распространить свое действие и охватить следующие основные области плановой экономики:

1. Установление темпов и пропорций социально-экономического развития, структура общественного производства, распространение централизованных
2. Определение объемов производства важнейших видов продукции общегосударственного назначения в натуральном выражении
3. Планирование распределения постоянно сужающегося круга материально- технических ресурсов и централизованное прикрепление поставщиков и потребителей
4. Разработка и утверждение долговременных комплексных, социальных, научно-технических, региональных программ развития народного хозяйства.
5. Установление стабильных экономических нормативов, связанных с планированием производства, распределением материальных ресурсов, а также решением материальных проблем.

# **2.2. Основы методологии, планирования (прогнозирования) народного хозяйства**

Изучение предмета науки и практическое применение выводов, которые следуют в результате данного изучения, совершаются посредством соответствующих методов. Эти методы являются тем самым инструментом, при помощи которого происходят познания объективных закономерностей и использование их в практической деятельности людей. Наиболее общим методом познания закономерностей является **метод диалектического материализма.** Все положения этого метода, например рассмотрение и процессов, как органически связанных друг с другом, зависящих друг от друга, находящихся в состоянии непрерывного движения, рассмотрения явлений в х развитии полностью применимой в планировании (прогнозировании) экономических процессов.

**Метод экономического анализа** применим на всех стадиях планово-экономической работы: при выяснении исходного уровня, при анализе поставленного плана проектировок, при проверке построения планов и прогнозов. Основное содержание метода сводится к следующему:

1. Разложение исследуемого процесса на отдельные составные части;
2. Выяснение влияния отдельных, наиболее важных частей на весь процесс в целом;
3. Обобщение (синтез) отдельных причин и условий, то есть сведение их к общим причинам, определяющим процесс в целом.

Экономический анализ можно условно разделить на два вида: качественный и количественный. Предметом  **качественного анализа** является само содержание экономического процесса, а целью его является выяснение особенностей данного процесса, его связи с другими процессами. Так, в результате качественного анализа современного сельского хозяйства нашей страны можно установить:

1. Экономическое воспроизводство в с/х органически связанно с естественным воспроизводством.
2. Продукция с/х представляет в основном сырьевые средства производства для последующих предметов потребления
3. Социально-экономической основой производства является коллективно-кооперативная, государственная, групповая собственность, а также личная собственность. И эта особенность сельского хозяйства предопределяет особенности планирования с/х производствам.

Предметом **количественного анализа**  является качественные процессы в их количественной определенности. Целью его является измерение, сравнение экономических и других процессов, результатов производства и распределения, установление количественной меры и так далее. Определение этих величин и вообще всех показателей, применяемых в экономических расчетах вызывает необходимость многочисленных экономических и технико-экономических расчетах, ибо без расчетов невозможно определить и обосновать ни одно задание плана, прогноза, следовательно нельзя составить и сам план, без расчетов невозможна проверка плана и его выполнение. Все расчеты должны быть обоснованы, иначе должна быть теория расчета.

В планово экономической работе широко используется **балансовый метод**. Правильное применение балансового метода предполагает тщательный и всесторонний анализ экономических процессов.

Использование балансового метода сводится к составлению отдельных балансов.

Все экономические балансы можно разделить на 4 группы:

1. **Материальные балансы.** К ним относятся балансы топлива, электрооборудования, строительных материалов и т.д. К материальным балансам относятся также балансы производственных мощностей.
2. **Трудовые балансы**. Это баланс труда в народном хозяйстве, отраслевые и районные балансы рабочей силы.
3. **Финансовый баланс**. Балансы денежных доходов (расходов) населения, госбюджетов и т.д.
4. Баланс общественного продукта, баланс национального дохода, баланс основных фондов и другие **синтетические балансы.**

**Схема материального баланса.**

**I часть-** ресурсы, остатки на начало периода, импорт, мобилизация внутренних ресурсов.

II часть- распределение:

1. производственно- эксплуатационные нужды
2. нужды капитального строительства
3. пополнение капитального резерва
4. экспорт
5. рыночный фонд
6. прочие потребности
7. остатки на конец периода.

Многие материальные балансы охватывают не только единичную продукцию, но и целую группу однородных продуктов, или продуктов одного назначения. Такие балансы называются **сводными балансами.**

Материальные, трудовые и финансовые балансы связанные между собой. Они представляют единую балансовую систему. Эта связь существует не только внутри но и между ними. Взаимозависимость материальных трудовых, трудовых и финансовых балансов определяется тем, что все они выражают различные стороны воспроизводства совокупного общественного продукта, его вещественные, трудовые и стоимостные пропорции.

В тесной связи с балансовым методом находится **нормативный метод**. Чтобы составить любой обоснованный баланс, особенно материальный, надо применить нормативный метод. Например при составлении баланса топлива, потребность в топливе определяется на основе производства, потребления и нормы расхода топлива на единицу продукции или выполненной продукции.

Нормативный метод, как и балансовый выражает важнейшие требования планово-0расчетный работ, то есть пропорциональность развития народного хозяйства, отдельных отраслей и производств. Любая норма, применяемая в расчетах показывает соотношение, пропорциональность. Например, норма расхода железной руды выявляет пропорцию между производством чугуна и железной руды. Количественное выражение в современных условиях равна 1:2. Норма расхода топлива на 1 квт/час электроэнергии есть не что иное как пропорция между производством электроэнергии и той части топлива, которая используется на выработку электроэнергии.

Балансовый метод включает в себя нормативный, но последний имеет в известной мере и самостоятельное значение.

*Система показателей народно-хозяйственного плана.*

1. Показатели должны правдоподобно отражать сущность явлений и процессов, быть едиными и обязательными для всех
2. Показатели могут выполнить свое назначение при условии ясного и четкого выражения экономических процессов.
3. Необходимо единство показателей, применяемых для характеристики одних и тех же экономических явлений во всех планово-хозяйственных органах
4. Показатели должны обеспечивать моральную и материальную заинтересованность, коррективы предприятия хоз. организаций.
5. Система показателей не должна быть чрезмерно громоздкой и в то же время она должна обеспечивать достаточно полное и всесторонне отражение общественного производства
6. Необходимо единство показателей плана, прогноза и учета.

Система показателей народно-хозяйственного плана, прогноза является адресной, то есть в самом плане указаны исполнители (министерства, ведомства). Адресность показателей обеспечивает ответственность за выполнение заданий плана.

По экономическому содержанию показатели подразделяются на количественные и качественные. **Количественные показатели** характеризуют преимущественно количественную сторону отражаемых явлений или процессов. **Качественные показатели** используются для характеристики качественной стороны экономических явлений и процессов. Они подразделяются на:

1. технико-экономические
2. экономические

**Технико-экономические показатели** применяются для выражения степени эффективности использования отдельных средств и предметов труда, а также рабочего времени.

**Экономические показатели** характеризуют уровень затрат общественного труда, степени эффективности организации производства и хозяйствования. К ним можно отнести такие показатели, как производительность труда, рентабельность.

По форме выражения показатели делятся на натуральные и стоимостные. **Натуральные** выражают определенные физические свойства потребительной стоимости, а **стоимостные** основаны на применении закона стоимости.

По способу установления показатели делятся на утверждаемые и расчетные.

# К **утверждаемым** относятся те, которые включаются в утверждаемый народнохозяйственный план. В них выражается наиболее важные явления и процессы. **Расчетные** используются для обоснования утверждаемых показателей.

# **2.3. Народно-хозяйственное прогнозирование с/х**

# **производства**

1. Особенности и задачи прогнозирования с/х производства
2. Показатели с/х производства в н/х программе и их связи с другими

разделами

1. Планирование государственных продуктов и закупок с/х производства
2. Планирование развития земледелия и животноводства

*При планировании учитываются особенности с/х производства:*

1. с/х производство связано с различными формами собственности на землю, на другие основные средства производства, на продукцию
2. обусловлена характером производства и природно-экономическими факторами, с/х и с/х производство имеет дело с живыми организмами, то в с/х производстве существует большая зависимость хозяйственной деятельности от естественных, почвенно-климатических условий, в частности то плодородия почвы
3. связана с организацией и планированием деятельности отдельных с/х предприятий, в частности деятельности государственных с/х предприятий регулируется системой Министерства с/х и продовольствия.

При планировании с/х производства используются как натуральные так и стоимостные показатели; используются также утверждаемые и расчетные показатели.

В планировании с/х производства особое место занимают закупки с/х продуктов, для чего составляются две группы балансов: I – баланс государственных ресурсов, II – баланс валовых ресурсов. Составление баланса начинается с определения потребности народного хозяйства в целом для удовлетворения населения пищей, снабжения промышленности сырьем, создания резервов продовольствия и сельскохозяйственного сырья для экспорта и других нужд государства.

Для обоснования плана государственных закупок составляются балансы государственных ресурсов, зерна, технических культур, мяса и т.д. При помощи этих балансов обеспечивается необходимое соответствие между потребностями государства и объемом закупок. В зависимости от сырьевого назначения и использования продукции в этих балансах содержатся соответствующие статьи, характеризующие потребность в той или иной продукции с/х.

Схема баланса зерна.

В балансе государственных ресурсов зерна отражаются статьи:

1. рыночный фонд
2. промышленная переработка
3. фуражный фонд
4. закладка в государственный резерв
5. экспорт
6. остатки на конец года

В ресурсах баланса зерна определяются источники покрытия:

1. остатки на начало периода
2. государственные закупки
3. импорт
4. разбронирование резервов

Потребности определяются в натуральных видах продукции.

Рыночный фонд (объем рыночного фонда) зависит то двух показателей: численности населения и нормы потребления.

Промышленная переработка – производство спирта, использование зерна для других технических целей.

Фуражный фонд – это статья соединяет отрасли животноводства и растениеводства.

Закладка в государственный резерв – в США на 2-3 года (бедствия, катастрофы, на всякий случай).

Для обоснованных расчетов плана государственных закупок составляются балансы валовой продукции сельскохозяйственного производства.

Балансовые расчеты продукции растениеводства составляются на с/х год, а продукции животноводства – на календарный год. В приходной части баланса растениеводства определяется производство валовой продукции. В расходной части балансов отражаются распределение продукции – государственные закупки, сверхплановые закупки, расход в с/х производстве, переработка в хозяйствах.

Общая потребность состоит в государственных нуждах а внутрипроизводственных потребностях.

После определения расчетов потребностей в продукции растениеводства и животноводства производится обоснование соответствующих отраслей. Основой для расчетов является план закупок.

Основной показатель, определяющие масштабы и темпы развития растениеводства – это валовой сбор продукции, который планируется в натуральных показателях по каждой культуре. Чтобы установить объем валового сбора, необходимо определить урожайность и размеры посевных площадей по культурам. Повышение урожайности – это главный источник повышения валового сбора продукции растениеводства. Урожайность каждой культуры планируется на основе глубокого изучения отчетных материалов предприятий, районов, областей и т.д. Ввиду сильных колебаний урожайности по годам за базу принимаются средние многолетние (за 5 лет) данные урожайности. Анализируются изменения урожайности и причины, определяют темпы роста урожайности, уровень агротехники за предшествующие 5 лет. В этом году собрали 2 млн.т зерна по РБ (4 млн. т).

Вследствие повышения урожайности производится обоснование объема производства зерна со стороны обеспеченности размерами посевных площадей для чего составляются балансы земельных угодий, а также балансы посевных площадей. Задача, стоящая перед ними, - постоянное увеличение сельскохозяйственных угодий, а также расширение посевных площадей в целом и под высокоурожайные культуры.

Животноводство – отправной базой для планирования является план по государственным закупкам продукции животноводства. В состав валовой продукции животноводства в натуральном выражении входит продукция выращивания скота и птицы в живом весе, производство мыса в убойном весе, производство молока, кожевенного сырья и т.д. При расчете выращивания скота и птицы включается вес всего продуктивного скота и птицы для реализации и прирост живого веса стада продуктивного скота, т.е. разница между живым весом стада на начало и на конец года за минусом живого веса купленного скота на момент покупки. Размеры производства мяса в убойном весе исчисляется по количеству намеченного к забою голов скота и птицы по их видам. В убойный контингент включаются все поголовья, подлежащие продаже государству, скот для продажи на мясо-колхозном рынке и к забою в хозяйстве на собственные нужды. Пересчет живого веса в убойный производится по коэффициентам, установленным на основе отчетных данных мясоперерабатывающих предприятий, также проверенных органами государственной статистики и др. структур, занимающихся сельским хозяйством.

Коэффициенты:

* по крупному рогатому скоту норма выхода мяса – 43-46%
* по свиньям – 60-64%
* по мелкому рогатому скоту – 40-44%

Производство молока исчисляется по среднегодовому надою на корову и среднегодовому поголовью молочных коров. Объемы производства мяса, молока зависит от продуктивности животноводства и размеров поголовья стада того или иного вида скота. Оптимальный уровень продуктивности животных применительно к конкретным условиям каждого хозяйства определяется качественным составом животных, структурой и качеством кормовых рационов. Поэтому продуктивность животноводства планируется с учетом парного состава стада, показателей фактической продуктивности и роста за прошлые годы. При этом учитываются показатели отдельных хозяйств, добившихся наибольших результатов, а также используются данные науки. В целях обеспечения повышения продуктивности намечаются мероприятия, направленные на улучшение породности скота, создании кормовой базы, широкое внедрение механизации животноводства, организации кормления и содержания скота, а также надлежащего ухода.

Поголовье скота и птицы планируется по их видам. На конец планируемого года определяется количество голов скота, его поголовье и возрастная группа, т.е. определяется структура. Поголовье и возрастная культура? Возрастных групп скота насчитывается в соответствии с требованиями рассчитанного воспроизводства стада и выполнения намечаемого объема производства продукции животноводства. Под этим подразумеваются госзаказ и внутрипроизводственные потребности.

Размер валовой продукции животноводства и поголовье скота основываются расчетами движения поголовья путем составления баланса оборота стада по каждому виду скота. Под оборотом стада понимается движение половозрастных групп скота за определенный период. В нем отражается отбракованный контингент, источники роста поголовья и степень увеличения ее за счет естественного воспроизводства, среднегодовое поголовье скота и его состав, а также поголовье и структура стада на конец расчетного периода.

Требования, предъявляемые к этому балансу:

1. обеспечить расширение воспроизводства
2. обеспечить выполнение госзаказа

Поэтому запланированный объем производства продукции необходимо обосновать не только со стороны поголовья скота и его продуктивности, но также и обеспечения скота кормами, т.к. численность и прежде всего продуктивность зависят от состояния кормовой базы и поэтому для технико-экономического обоснования плановых показателей объема производства продукции животноводства поголовье скота и его продуктивности составляется баланс кормов на календарный год. Такой баланс показывает намечается ли обеспечение намечаемого скота и поголовья продукции и ресурсами всех видов кормов. Баланс кормов составляется по всем видам кормов включая концентраты и потому позволяет рассчитать сколько требуется на корм земли, картофеля, сколько можно посеять кормовых культур и т.д. баланс кормов служит также для определения посевных площадей под кормовые культуры и правильного соотношения между растениеводством и животноводством. Расчет баланса кормов начинается с определения кормов на расчетный период. Потребность в кормах устанавливается валовой продукции по отдельным ее видам и по нормам к кормовым единицам на единицу продукции животноводства.

# **ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

Целью практической работы является анализ реализации продукции в ООО «Рассвет» К задачам можно отнести определение эффективных каналов, прогноз и планирование реализации с наибольшей экономической отдачей, выявление резервов в получении дополнительной прибыли.

Для написания данной практической работы использовались отчеты хозяйственной деятельности ООО «Рассвет» за 2000-2002гг., а также производственно финансовые планы за аналогичный период.

При написании проекта использовались методы: экономический анализ, определение средних и относительных величин.

Краткая характеристика ООО «Рассвет»

ООО «Рассвет» расположено в центральной части Кунгурского района, входящую в состав Центральной природно-сельскохозяйственной зоны Пермской области.

Транспортные связи хозяйства с базами снабжения и пунктами сдачи сельскохозяйственной продукции осуществляются по автодорогам с твердым покрытием, которые находятся в хорошем состоянии.

Климат, в котором находится данное хозяйство умеренно- континентальный и характеризуется теплым летом и сравнительно холодной зимой. Самым холодным месяцем года является январь (средняя температура – 13 –19 С), самым теплым июль (+21+23 С). Вегетационный период в среднем продолжается 185 дней.

Почвенный покров представлен в основном черноземами. Пахотный слой черноземов слабо-структурный, склонен к коркообразованию, что несколько ухудшает их водно-воздушный режим и приводит к потребности частых рыхлений.

На территории хозяйства расположено шесть производственных ресурсов, а также имеется сельскохозяйственная мастерская, автогараж, минипекарня, сувенирный цех.

Как видно из таблицы 1 общая земельная площадь в 2000г. составила 9068га, 2001г. 8977га, 2002г. 8696га. Уменьшение общей площади.

Таблица 1

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Состав и структура земельных угодий | | | | | | |
| Виды угодий | 2000г. | | 2001г. | | 2002г. | |
|  | га | % | га | % | га | % |
| Общая земельная площадь | 9068 | 100 | 8977 | 100 | 8696 | 100 |
| Площадь, га в т.ч. с/х угодья, га | 7403 | 81,6 | 7312 | 81,4 | 7031 | 80,8 |
| *в т.ч. пашни* | 5923 | 65,3 | 5852 | 65,2 | 5644 | 64,9 |
| *сенокосы* | 112 | 1,2 | 112 | 1,2 | 112 | 1,2 |
| *пастбища* | 1361 | 15 | 1341 | 14,9 | 1268 | 14,6 |
| Многолетние насаждения | 7 | 0,1 | 7 | 0,1 | 7 | 0,1 |
| Прочие | 1665 | 18 | 1665 | 18,6 | 1665 | 19,2 |

составило 372га. Произошло это за счет уменьшения площади сельхозугодий. Так площадь пашни уменьшилась на 279га, а пастбищ на 93га. Данное уменьшение это результат того, что бывшие работники ООО забирают свои земельные паи и образуют свои фермерские хозяйства, или передают паи в аренду.

При изменении общей площади угодий так же изменились показатели характеризующие эффективность использования земли. Так производство мяса на 100га сельхозугодий уменьшилось на 5,8 ц. молоко увеличилось на 16ц.

Таблица 2

Эффективность использования земли

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2000г | 2001г | 2002г | Отклонения 2002 к 2000гг |
| Производство на 100га с/х угодий: мяса и молока, ц | 13 | 7,4 | 7,2 | -5,8 |
| Производство на 100га пашни | 123 | 101 | 139 | +16 |
| Зерна | 750,9 | 366,6 | 820,1 | 69,2 |
| Мяса свиней | 0,11 | 0,05 | 0,37 | 0,26 |
| Производство на 100га с/х угодий: валовой продукции | 20,3 | 12,9 | 17,4 | -2,9 |
| Товарной продукции | 67,8 | 43,2 | 126,0 | 58,2 |
| прибыль | -63,6 | -76,9 | -25,6 | 38,0 |

Производство зерна на 100 га пашни увеличилось на 69,2ц., мяса свиней на 0,20ц., а уменьшилось производство на 100га сельхозугодий прибыли составил 38т.р., товарной продукции 58,2 т.р. уменьшилось производство на 100га сельхозугодий валовой продукции но 2,9 т.р. при росте стоимостных показателей и изменений в большей степени в лучшую сторону натуральных можно говорить о небольшом но росте эффективности использования земли.

Наличие основных фондов и их рост залог успешной работы. Однако анализирую данные таблицы 3 мы видим, что в ООО стоимость всех фондов уменьшилась.

Таблица 3

Состав основных фондов

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 1999г | 2000г | 2001г | Отклонения 2001 к 1999гг. (+,-) |
| Здания | 14366 | 14366 | 14264 | -102 |
| Сооружения и передаточные | 17768 | 17768 | 13204 | -4564 |
| Устройства машины и оборудование | 14988 | 12824 | 10535 | -4453 |
| Транспортные средства | 1816 | 1604 | 1587 | -229 |
| Производственный и с/х инструмент | 77 | 77 | 77 | - |
| Рабочий скот | 30 | - | - | - |
| Продуктивный скот | 2571 | 2564 | 2592 | +21 |
| Многолетние насаждения | 23 | 23 | 23 | - |
| Итого | 51639 | 49226 | 42282 | -9357 |
| В т.ч производственные | 50071 | 47658 | 41022 | -9049 |
| Непроизводственные | 1568 | 1568 | 1360 | -308 |

Уменьшение всего составило 9357 т.р. в том числе производственных 9049 т.р. и непроизводственных 308т.р. Уменьшение стоимости фондов происходит при низкой эффективности их использования.

Таблица 4

Эффективность использования основных производственных фондов

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2000г | 2001г | 2002г | 2002 к 2000гг (+, -) |
| Валовая продукция т.р. | 1500 | 940 | 1220 | -280 |
| Среднегодовая стоимость ОПФ, т.р. | 69190 | 49812 | 47267 | -21923 |
| Среднегодовая стоимость ОФ, т.р. | 8876 | 9651 | 11261 | 2385 |
| Прибыль т.р. | -4711 | -5626 | -1801 | 2910 |
| Фондоотдача, руб. | 0,021 | 0,018 | 0,025 | 0,004 |
| Фондоемкость, руб. | 46,1 | 53,0 | 38,7 | -7,4 |
| Норма прибыли | -6,0 | -9,5 | -3,1 | 2,9 |

Уменьшение фондоемкости на 7,4 р., незначительный рост фондоотдачи на 0,004руб. и нормы прибыли на 2,9% при использовании ОПФ указывает на отсутствие роста эффективности анализа деятельности ООО «Рассвет». Рассмотрим данные таблицы 5 в которой отражены основные показатели работы ООО.

Таблица 5

Основные показатели работы ООО «Рассвет»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Валовая продукция т.р. | 2000г | 2001г | 2002г | 2002 к 2000гг (+,-) |
| Товарная продукция т.р. | 1500 | 940 | 1220 | -280 |
| Среднегодовая численность работников, чел | 5018 | 3158 | 8855 | 3837 |
| Всего с/х угодий, га | 298 | 258 | 252 | -46 |
| В т.ч. пашни | 7403 | 7312 | 7031 | -372 |
| Среднегодовая стоимость ОПФ, т.р. | 5923 | 5852 | 5644 | -279 |
| Себестоимость реализуемой продукции, т.р. | 6910 | 491812 | 47267 | -21923 |
| Наличие животных, голов. | 9729 | 8783 | 10656 | 927 |
| КРС всего | 1164 | 920 | 1028 | -136 |
| В т.ч. коров | 350 | 350 | 350 | - |
| Свиней | 109 | 117 | 101 | -8 |
| Получено прибыли ,т.р. | -4711 | -5026 | -1901 | 2910 |
| Рентабельность | -48,4 | -64,1 | -16,9 | 31,5 |

И мы видим, что ООО работает с убытком. Уровень убыточности составил по годам соответственно – 48,4%, -64,1%, -16,9%. Поголовье животных снижается, уменьшается стоимость основных фондов. Работники уходят из ООО забирая земельные паи. Все это влияет на итоговую производственную ситуацию в ООО «Рассвет».

**Анализ реализации сельскохозяйственной продукции.**

ООО «Рассвет» реализует различную продукцию собственного производства. Это зерно и подсолнечник, мясо свиней, мясо КРС, молоко и сахарную свеклу.

Как мы видим из таблицы 6 объем реализации различных видов продукции в 2002г. по сравнению с 2000г. изменился.

Таблица 6

Реализация продукции, ц

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Продукция | 2000г | 2001г | 2002г | 2000 к 2002 (+,-\_ |
| Зерновые | 33721 | 15892 | 33633 | -88 |
| Молоко | 6770 | 5655 | 7989 | 1219 |
| Мясо КРС | 1002 | 936 | 249 | -753 |
| Мясо свиней | 46 | 35 | 85 | 39 |
| Мясо овец | 75 | 42 | 8 | -67 |
| Шерсть | 105 | 26 | - | - |

Увеличилась реализация молока на 1219ц, мяса овец на 39ц. Уменьшилась зерна, мяса КРС, шерсти на 38ц, 753ц и 67ц соответственно.

Также изменению подверглась себестоимость реализованной продукции. По одним видам она выросла по другим уменьшилась. В целом по отрасли растениеводства себестоимость выросла на 1548 т.р., и в отрасли животноводства она уменьшилась на 915 т.р. По ООО увеличение себестоимости составило 927т.р. в разрезе культур себестоимость изменилась так.

Таблица 7

Себестоимость реализованной продукции, т.р.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Продукция | 2000 | 2001 | 2002 | 2000 к 2002 (+,-) |
| Прочая продукция растениеводства | 323 | 2327 | 1469 | 1146 |
| Продукция собственного производства | - | - | 189 | - |
| Реализованная в переработанном итого продукция | 1269 | 862 | 287 | -982 |
| растениеводства | 4782 | 3554 | 6330 | 1548 |
| Молоко | 1825 | 1668 | 2036 | 211 |
| Мясо КРС | 1324 | 1776 | 560 | -764 |
| Мясо свиней | 146 | 201 | 301 | 155 |
| Мясо овец | 121 | 218 | 59 | -62 |
| шерсть | - | - | 1 | - |
| Прочая продукция реализованная в переработанном виде | 459 | 528 | 517 | 58 |
| Итого животноводства | 4389 | 4686 | 3474 | -915 |
| Прочая продукция, работы | 558 | 543 | 852 | 294 |
| Всего | 9729 | 8783 | 10656 | 927 |

Увеличилась на 1310 т.р. зерна, молока на 211т.р., мяса свиней на 155т.р. Уменьшилась себестоимость реализации мяса КРС на 764 т.р., мяса овец на 62 т.р. Но даже такое положительное явление как уменьшение себестоимости не может повлиять на получение прибыли, т.к. выручка от реализации не превышает себестоимость реализации, хотя как видно из таблицы 8

Таблица 8

Выручка реализованной продукции, т.р.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Продукция | 2000 | 2001 | 2002 | 2000 к 2002 (+,-) |
| Зерновые | 1905 | 740 | 3604 | 1699 |
| Прочая продукция растениеводства | - | - | 147 | - |
| Продукция собственного производства | 844 | 335 | 243 | -601 |
| Реализованная в переработанном итого продукция | 3102 | 1442 | 5462 | 2360 |
| растениеводства | 636 | 614 | 1968 | 1332 |
| Молоко | 330 | 321 | 222 | -108 |
| Мясо КРС | 27 | 17 | 87 | 60 |
| Мясо свиней | 30 | 15 | 13 | -17 |
| Мясо овец | 26 | 8 | - | - |
| шерсть | - | - | 2 | - |
| Прочая продукция реализованная в переработанном виде | 289 | 273 | 351 | 62 |
| Итого животноводства | 1338 | 1248 | 2643 | 1305 |
| Прочая продукция, работы | 578 | 467 | 750 | 172 |
| Всего | 5018 | 3157 | 8855 | 3837 |

она повышается и в растениеводстве рост выручки составил 2360т.р., а животноводстве 1305т.р. а в челом по ООО рост составил 3837 т.р. Увеличение выручки от реализации произошло за счет увеличения на только объема реализации, но в большей степени цены реализации. А уменьшение за счет снижения объема реализации. Хотя цены реализации продукции выросли, что показано в таблице 9, ни остаются оптимальными.

Таблица 9

Цена реализации 1 ц. ,рубли.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Продукция | 2000 | 2001 | 2002 | 2000 к 2002 (+,-) |
| Зерновые | 56,5 | 46,5 | 107,1 | 50,6 |
| Молоко | 93,9 | 108,5 | 246,3 | 152,4 |
| Мясо КРС | 329,3 | 343 | 891,5 | 565,8 |
| Мясо свиней | 587 | 485,7 | 1023,5 | 436,5 |
| Мясо овец | 400 | 357,1 | 1625 | 1225 |
| шерсть | 247,6 | 307,6 | - | - |

и не покрывают расходы на производство и реализацию, и что в полном итоге приводит к убыточности производства.

Таблица 10

Получение прибыли (убытка) при реализации продукции

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Продукция | 2000 | 2001 | 2002 | 2000 к 2002 (+,-) |
| Зерновые | -63 | -770 | 326 | 389 |
| Прочая продукция растениеводства | - | - | 42 | - |
| Продукция собственного производства | -425 | -527 | -44 | 381 |
| Реализованная в переработанном итого продукция | -1680 | -2112 | -868 | 812 |
| растениеводства | -1189 | -1054 | -68 | 1121 |
| Молоко | -994 | -1455 | -338 | 656 |
| Мясо КРС | -119 | -184 | -214 | +95 |
| Мясо свиней | -91 | -203 | -46 | 45 |
| Мясо овец | -488 | -286 | - | - |
| шерсть | - | - | 1 | - |
| Прочая продукция реализованная в переработанном виде | -170 | -255 | -166 | 4 |
| Итого животноводства | 3051 | -3438 | -831 | 2220 |
| Прочая продукция, работы | 20 | -76 | -102 | -82 |
| Всего | -4711 | -5626 | -1801 | 2910 |

Так в ООО прибыль была достигнута лишь дважды за 2000-2002гг. Это при реализации зерна в 2002г в размере 326000руб. и в 2000г. при реализации прочей продукции, работ в размере 20000руб. По остальным реализованной продукции за три года был получен убыток. В целом по ООО в 2000г он составил 4711т. р., в 2001г. 5626 т.р., в 2002г. 1801 т.р. Следствием убыточности производства является нерентабельность производства. Причем показатели рентабельности катастрофические. Так по определенным видам продукции уровень убыточности доходит до 80-90%. В общем вся продукция имеет очень низкий уровень рентабельности.

Таблица 11

Рентабельность производства, %

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Продукция | 2000 | 2001 | 2002 | 2000 к 2002 (+,-) |
| Зерновые | -3,2 | -50,9 | 9,9 | 13,1 |
| Прочая продукция растениеводства | - | - | -22,2 | - |
| Продукция собственного производства | -33,5 | -61,1 | -15,3 | 18,2 |
| Реализованная в переработанном итого продукция | -35,1 | -59,4 | -13,7 | 21,4 |
| растениеводства | -65,1 | -63,1 | -3,3 | 61,8 |
| Молоко | -75,0 | -81,9 | -60,3 | 14,7 |
| Мясо КРС | -81,5 | -91,5 | -71,1 | 10,4 |
| Мясо свиней | -75,2 | -93,1 | -78,0 | -2,8 |
| Мясо овец | -95,0 | -97,0 | - | - |
| шерсть | - | - | 100,0 | - |
| Прочая продукция реализованная в переработанном виде | 37,0 | -48,3 | -32,1 | -69,1 |
| Итого животноводства | -69,5 | -73,4 | -23,9 | 45,6 |
| Прочая продукция, работы | 3,5 | -14,0 | -13,0 | -16,5 |
| Всего | -48,4 | -64,0 | -16,9 | 31,5 |

Так рентабельность продукции, на производстве которой специализируется ООО а именно зерно, молоко в 2000г. составила -3,2%, -65,7% соответственно. В 2001г – 50,9%, -63,1%, в 2002г. 9,9%, -3,3%. В целом по ООО рентабельность составила в 2000г – 48,4%, в 2001г. 64,0%, 2002г. – 16,9%.

Обобщая все выше сказанное, можно оценить реализацию продукции как полностью неудовлетворительную. За 2000-2002гг. реализация продукции сопровождалась значительным превышением себестоимости продукции над ценой реализации, что в конечном итоге приводит к получению убытка. Причина такого превосходства это прежде всего диспаритет цен между ценой на продукцию и ресурсами ее производства.

Получение убытка и гигантский процент убыточности привели хозяйство к катастрофической ситуации, близкую к банкротству. Но при всей катастрофической ситуации есть положительный момент. Это снижение получаемого убытка и рост рентабельности по большинству культур. Так в растениеводстве убыток снизился на 812т.р., животноводстве на 45,6% и по ООО на 31,5%. Но темпы этого процента незначительны, поэтому для скорейшего выхода и кризиса руководству ООО «Рассвет» необходимо вносить изменения в сбытовую деятельность.

На величину полученной прибыли воздействуют отдельные факторы, такие как объем реализации, цена и себестоимость реализованной продукции. Как было выше сказано в ООО идет снижение получения убытка. В таблице 12 показателем влияния объема реализации продукции, цены и себестоимости реализованной продукции на отношения прибыли (убытка), и на примере реализации зерна разберем расчет показателей. Как мы видим из таблицы 12 отношение по зерну составило 389 т.р., произошло снижение убытка с 88т.р. до получения прибыли в 2002г. в размере 326т.р.

Отношение в 389т.р произошло за счет изменения:

- цены реализации (107,1-56,5)\*33633=1701,8 т.р.

- себестоимости реализации (97,4-58,36)\*33633=1313,0 значение 1313,0 ставится с противоположным знаком, следовательно -1313,0 т.р.

- объема реализации -1,8\*(-88)=0,2 т.р.

Рост цены реализации влияет на отклонение в размере 1701,8 т.р., объема реализации на 0,2т.р. снижение отклонения на 1313,0т.р. произошло из-за увеличения себестоимости реализации продукции. В целом отклонение в получении прибыли (убытка) выглядит так 389=0,2-1313+1701,8.

Следовательно резервами в получении прибыли и выгода из того кризиса в котором находится ООО «Рассвет» является рост объема реализации, снижение себестоимости и нахождение покупателя предлагающего наивысшею цену. Подробнее остановимся на себестоимости и цели реализации. Основной причиной убыточности и неэффективности реализации продукции ООО это значительное превышение себестоимости над выручкой. Поэтому процесс поиска наиболее эффективного канала реализации, с выгодными ценами должен проходить со снижением себестоимости за счет роста урожайности или продуктивности и снижения затрат. Если руководство ООО не сможет создать условия для снижения себестоимости, то даже нахождение наиболее выгодного канала не обеспечит получение прибыли.

**Планирование и прогнозирование реализации продукции.**

В организации деятельности определенных предприятий одним из наиболее сложных вопросов является выбор каналов реализации произведенной продукции, т.к. результат условий продаж самым непосредственным образом влияет на экономическое положение предприятия.

Основными каналами реализации продукции произведенной ООО «Рассвет» является региональный и федеральный фонд, продажа на рынок и работникам, общественное питание. Рассмотрим каналы реализации определенных с/х видов продукции и сделаем прогноз сбыта той или иной продукции для выявления возможных резервов в потреблении наибольшей выручки, и получения прибыли.

Зерно ООО поставляет в региональный фонд, продает работникам и на рынке. Среди данных каналов за 2000-2002гг. не было ярко выражено лидера по объему сбыта.

За анализируемый период лишь в 2002г. была получена прибыль при реализации зерна. Прибыль была получена при сбыте в региональный фонд и продажи работникам. Сбыт на рынке принес убыток. За 2000-2002гг. Реализация была убыточна и неэффективна.

Реализация зерна в региональный фонд в 2000г. была при уровне убыточности в -7,3%, в 2001г. в -67,5%, Уровень рентабельности в 2002г. составил 32,6%. Продажа работникам была убыточна в 2000г. и 2001г при уровне убыточности -9,5% и -40.8%. 18,5% таков уровень рентабельности был на заданном канале в 2002г. Сбыт на рынке проходил на уровне убыточности в 1,91% в 2000г, в 2001г – 52,3%, в 2002г. составил -1,5%

Рассматривая уровень рентабельности (убыточности), то можно сказать что продажа работникам и в региональный фонд наиболее эффективны. Здесь наименьший уровень убыточности и сбыт в 2002г. с прибылью. Продажа на рынке за 2000-2002гг. остается наихудшим каналом реализации. Эффективность того или иного канала определяется прежде всего ценой. Именно цена реализации резерв в получении наибольшей прибыли.

Рассматривая цену реализации, то мы видим что она на протяжении трех лет наивысшей была в региональном фонде. В 2000г цена 57,9р/ц., 2001г 30,2р/ц, 2002г. 129,2р/ц. Снижение цены в 2001г. связано с малым объемом сбыта. Следующим по уровню цены идет продажа работникам. Цена здесь была 52,8р/ц, 56,1р/ц, 115,5р/ц. соответственно по годам. И самый низкий уровень цены реализации на рынке и составил 57,2р/ц, 44,6р/ц, 96,0р/ц.

Сделаем анализ темпа роста цены каналов, так же немаловажного элемента долгосрочного прогноза развития реализации продукции. Темп роста в региональном фонде составил 223,1%, при продаже на рынке 167,8% и работникам 218,7%. Обобщая все выше сказанное можно сделать вывод что именно региональный фонд и продажа работникам с их наивысшими ценами и темпом роста цены перспективные рынки реализации продукции, где возможен рост сбыта и получение прибыли. А продажа на рынке должна была быть снижена до минимума. Однако такое положение вещей неприемлемо. Реализация на рынке, в странах с рыночной экономикой, где возможность работы по выявлению наилучшего покупателя не ограничена должна быть наивысшей. К тому же продажа работникам с завышением цены и сбыт в региональный фонд, где цену определяют государственные органы не может быть постоянно наилучшей. Но сразу сбрасывать со счетов данные каналы нельзя. И увеличение сбыта на рынке на должно идти с гарантированным получением выручки с данных каналов. При реализации подсолнечника складывается иная ситуация чем при реализации зерна.

Здесь самый наилучший канал эта продажа работникам, а показатель характеризующий сбыт на рынке и поставке в региональный фонд находятся на одинаковом уровне.

Так при реализации работникам наименьший уровень убыточности в 2000г. – 16,2%, 2001г. 3,5%, 2002г. 18,3% Наивысшая цена реализации которая соответственно по годам составила 91,6р/ц, 100р/ц, 362р/ц. Также темп роста цены здесь наибольший и составил 395,2%. Рентабельность реализации подсолнечника в региональный фонд и на рынке в 2000г. наохотится в приделе 68% в 2001г.-57%. В 2002г. уровень убыточности при сбыте в региональный фонд составил -43,3%, при продаже на рынке -76,1%. Цена реализации по данным полагает так же находится на одинаковом уровне и находится в пределах 80р/ц в 2000г. 81р/ц в 2001г и 250р/ц в 2002г. Темп роста цены также одинаков и составляет 321,%.

При планировании реализации и нахождении наиболее эффективного канала необходимо рассматривать все плюсы и минусы каждого канала.

Реализация работникам самый эффективный канал но объем сбыта здесь ограничен. Поэтому основная масса подсолнечника должна реализоваться на рынке и в региональный фонд.

По эффективности данные каналы находятся на одном уровне. Менее предпочтительный им реализация на рынке. На рынке товаропроизводитель имеет больше возможностей для работы по определению и нахождению наиболее выгодного покупателя. К тому же именно на рынке ООО продает большую часть своей продукции, увеличивая объем сбыта на нем. Так в 2000г. сбыт 866ц. в 2002г. 3043ц. Увеличение реализации на рынке идет со снижением объема сбыта в региональный фонд с 500ц. в 2000г до 56ц в 2002г. Но полностью сбрасывать со счетов региональный фонд нельзя. Гарантированные цены и гарантия реализации привлекательные для товаропроизводителя. Поэтому для ООО необходимо сбалансировать объемы реализации по данным каналам, так что бы это было наиболее эффективно.

Молоко ООО «Рассвет» реализует в региональный и федеральный фонд., продает на рынке и работникам. В целом продажа молока в данные каналы убыточна лишь в 2002г. есть незначительное покрытие прибыли и рентабельности производства. Сбыт дифференцирован и нет явного лидера по объемам продаж.

Характеризуя рентабельность реализации, то можно отметить что уровень убыточности в 2002г по всем каналам колеблется в пределах 65-70%. А в 2000г. в пределах 45-65 % В 2002г. уровень рентабельности при реализации на рынке 4,2% работников 3,6%. А реализация в региональный и федеральный фонд была с уровнем убыточности 27,5% и 2,64%.

При незначительном отклонении уровня рентабельности (убыточности) заметен разброс цены реализации. Так в 2000г. повышались цены при продажи на рынке 149,3р/ц. цена продажи работникам 101,6р/ц. и в фонд 86,5р/ц. В 2001г. молоко реализовывали в федеральный фонд с ценой 105,5р/ц. на рынке по 126р/ц. и работникам по 90,7р/ц. реализация в 2002г характерна значительным повышением цены. В региональном фонде она составила 184,7р/ц. в федеральном 248,2р/ц . при сбыте на рынке 165,5р/ц. и продаже работникам 164,4р/ц.

Наивысший рост цены в 235% в федеральном фонде в региональном фонде темп роста 213%, на рынке 177% и при реализации работникам 270%.

Проанализировав уровень рентабельности, цену и темп роста цены можно сделать вывод, что наиболее эффективные каналы при реализации молока это федеральный фонд и рынок. Именно эти каналы должны быть использованы при реализации. Данные каналы предлагают наивысшую цену, при возможности получать прибыль. Не уступает данным каналам и реализация работникам ООО. Но здесь каналы как и при сбыте подсолнечника ограничены объемами сбыта. Следовательно именно продажа на рынке и в федеральный фонд при увеличении поставки в данные каналы резерв в получении прибыли, на что указывает и 2002г. когда именно эти каналы были наиболее эффективны при сбыте.

Реализация мяса имеет аналогичные каналы как и молоко, а именно федеральный и региональный фонды, реализация на рынке и работникам. Причем основным каналом реализации является продажа работникам. В 2000-2002гг. на долю данного канала приходилось наибольшая доля при реализации. В 2002г объемы реализации по каналам одинаковы. Реализация мяса за анализируемый период полностью убыточна. Причем уровень убыточности имеет очень высокие показатели. Так в 2000г. уровень убыточности реализации в региональный фонд -84,4% на рынке 75,5% работникам 71,1%. В2001г уровень убыточности увеличился и составил в федеральном фонде -89,3%, на рынке -81,9% и при сбыте работникам 83,1%. 2000г. характеризуется повышением уровня рентабельности, уровень убыточности низкий до 69,2% в федеральном фонде, на рынке до 57% а при продаже работникам до 68,8%.

Рассматривая цену реализации мяса мы видим, что наибольшая цена при реализации на рынке и составила в 2002г. 1156,5р/ц. при темпах роста 334%,Цена в федеральном фонде и при продаже работникам в 2002г. имеет одинаковые значения и составляет 827,6р/ц. и 837.8р/ц. Темп роста в фонде 356% а при реализации работникам 205%. Отсюда следует что реализация мяса должна изменить свои приоритеты. Наибольший объем должен быть реализован на рынке что обеспечен наибольший объем выручки, а не работникам хозяйства. Именно реализация на рынке обеспечивается наивысшей ценой и темпом ее роста. Так же часть продукции, но значительно меньше чем на рынке можно реализовать работникам и в фонд если на рынке не удалось сбыть весь объем.

Шерсть ООО реализует на рынке. Уровень убыточности данного вида продукции в 2000г. составил 95% в 2001г. 97% , что вынуждало уничтожить поголовье овец.

Если делать окончательные выводы по реализации продукции ООО «Рассвет» в разрезе различных каналов реализации, то можно отметить такой канал как продажа на рынке имеет низкие показатели. Данный канал недостаточно развит. Значительную часть ООО реализует в фонды и работникам. А ведь реализация на рынке дает возможность для его изучения и нахождение наиболее оптимальных покупателей. Именно этот канал должен быть основным и приносить прибыл. Но так как реализация на рынке связана с риском, а фонды и продажа работникам это гарантия цены и сбыта, то нельзя отбрасывать со счетов данные каналы и необходим баланс продаж по каналам обеспечивающим наибольший объем выручки и прибыли. При планировании реализации продукции и анализе возможных резервов увеличение выручки и получение прибыли необходимо затронуть моменты связанные со стратегиями продаж и особенностями в формировании цены на с/х продукции.

К особенностям в формировании цены на продукцию с/х относят различия в качестве, изменения в пространстве и времени. Продукция с наивысшим качеством показателями всегда будет пользоваться спросом несмотря на высокую цену. Особенность в формировании цены связанная с изменениями в пространстве это значительно влияет на цену транспортных издержек. Изменения во времени связаны с такими явлениями как сезонность, т.е. минимальная цена будет во время уборки и первые месяцы, когда рынок будет заполнен продукцией., а в дальнейшем цена будет увеличиваться.

Выбор стратегии продаж также может являться резервом в получении прибыли. Можно выделить несколько стратегий продаж это сбыт со склада, маркетинг по относительным ценам и фьючерсные контракты. Сбыт со склада связан с сезонностью цен. Если предприятие имеет си-лажные помещения и урожай не продан «на норма» в счет кредитов то этим можно воспользоваться. Маркетинг по относительным ценам: производитель доставляет продукцию покупателю и передает ему все права собственности на нее, однако вопрос о цене остается открытым до определенной взаимосогласованной даты в будущем. Покупатель берет обязательство заплатить за продукцию рыночную цену которая сложилась на эту дату. Продавец надеется на повышение цены покупатель на обратное. Рыночные контракты не обеспечивают наивысшей цены, но страдают от колебания цен, что также немаловажно. Если ООО «Рассвет» будет производить и реализовывать продукцию наилучшего качества и удачно выбирать стратегию продаж, то это значительно повлияет на объем прибыли и выручки.

Также при планировании реализации продукции необходимо уделять внимание реализации продукции в переработанном виде, Сбыт продукции переработки повышает эффективность на 30-40% что увеличивает получение прибыли. ООО реализует продукцию переработки, но сбыт ее убыточен и уровень убыточности в растениеводстве в 2000г. 33,5% 2001г. – 59,4% 2002г – 13,7%. Рентабельным было реализации продукции переработки животноводства в 2000г. -97%, а в 2001-2002гг. убыточна с уровнем убыточности -48,3%, -32,1%.

Для устранения всех негативных явлений при реализации продукции в ООО «Рассвет» необходимо создание службы сбыта на данном предприятии. При взаимодействии службы сбыта предприятия способами маркетинга на региональном и федеральными уровне, на основе имеющихся данных о конъюнктуре рынка ООО должно планировать сбытовую деятельность при наивысшей эффективности реализации.

**Выводы и предложения**

Общая земельная площадь в 2002г. ООО «Рассвет» составила 8696га из них сельхозугодий 7031га. Эффективность использования земли имеет рост, но остается на низком уровне. За 2000-2002гг. снизилась стоимость основных фондов из них производственных на 9049 т.р., при низких показателях эффективности их использования. ООО «Рассвет» находится в тяжелом экономическом состоянии. Уровень убыточности в ценах по ООО в 2000г. -48,4%, в 2001г. 64,1%, в 2002г. -16,9%. Высокий уровень убыточности результат неэффективной реализации продукции. Высокая себестоимость не покрывается выручкой от реализации от реализации, несмотря даже на то что по всем видам продукции за 2000-2002гг. произошел рост цены, что приводит к убытку. По ООО лишь реализация зерна в 2002г. приносила прибыль, по остальным видам продукции три года был получен убыток. Поэтому при планировании реализации и определении резервов увеличения эффективности сбыта снижение себестоимости и учет цены реализации, те факторы которые повлияют на возможность получения прибыли. Причем в ООО рост цены реализации должен происходить со снижением себестоимости. Различные каналы реализации предлагают разные цены, поэтому объем должен быть спланирован так, чтобы основная масса продукции производилась на более эффективных каналах, с наивысшей ценой. Так на данном этапе реализации зерна наиболее эффективно в региональном фонде и при продаже работникам, но в виду ограниченных объемов сбыта он не должен быть основным и основная масса подсолнечника должна быть реализована на рынок, где сбыт также наиболее эффективен. Молоко ООО должно реализовывать на рынке и в федеральный фонд. Реализация мяса должна проходить на рынке предлагающем наивысшую цену.

Особенностью реализации продукции ООО «Рассвет» является неразвитость продаж на рынке. Реализация на рынке не самый эффективный канал, хотя должен быть основным. Именно рынок дает возможность товаропроизводителю возможность для нахождения наилучшего покупателя. Для устранения данного негативного момента всех остальных, связанных с реализацией в ООО необходимо создать службы сбыта. Служба сбыта должна заниматься всеми вопросами связанными с реализацией продукции. На основе данных полученных при анализе ситуация на рынке сельхозпродукции служба сбыта должна планировать так реализацию, чтобы она была наиболее выгодна для ООО.

# **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

По итогам проделанной работы можно сделать вывод, что при современных условиях функционирования рыночной экономики, невозможно успешно управлять предприятием, без эффективного прогнозирования и планирования его деятельности. От того, на сколько прогнозирование будет точным и своевременным, а также соответствовать поставленным проблемам, будут зависеть, в конечном счете, прибыли, получаемые предприятием.

Для того, чтобы эффект прогноза был максимально полезен, необходимо создание на средних и крупных предприятиях так называемых прогнозных отделов (для малых предприятий создание этих отделов будет нерентабельным). Но даже без таких отделов обойтись без прогнозирования невозможно. В этом случае прогноз должен быть получен силами менеджеров и задействованными в этом процессе специалистами.

Что касается самих прогнозов, то они должны быть реалистичными, то есть их вероятность должна быть достаточно высока и соответствовать ресурсам предприятия.

Для улучшения качества прогноза необходимо улучшить качество информации, необходимой при его разработке. Эта информация, в первую очередь, должна обладать такими свойствами, как достоверность, полнота, своевременность и точность.

Так как прогнозирование является отдельной наукой, то целесообразно (по мере возможности) использование нескольких методов прогнозирования при решении какой-либо проблемы. Это повысит качество прогноза и позволит определить «подводные камни», которые могут быть незамечены при использовании только одного метода.

Также необходимо соотносить полученный прогноз с прецедентами в решении данной проблемы, если такие имели место при похожих условиях функционирования аналогичной организации (конкурента). И при определенной корректировке, в соответствии с этим прецедентом, принимать решения.

Без составления прогнозов финансово-хозяйственной деятельности предприятия невозможно оценить его будущую рентабельность и, соответственно, целесообразность функционирования в будущем. Кроме того, нельзя внести коррективы и максимально увеличить прибыль, если не проанализировать доходы от реализации продукции и затраты на её выпуск.

# **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Сальников В.А. Трансформация отраслевой структуры промышленности России: концептуальные основы исследования // Проблемы прогнозирования. – 2000. - №5.
2. Суворов Н.В., Емельянов С.С. Макроэкономический анализ технологических и структурных изменений в отечественной экономике // Проблемы прогнозирования. – 2000. - №5.
3. Узяков М.Н. Характер экономического роста РФ в среднесрочной перспективе // Проблемы прогнозирования. – 2000. - №1.
4. Черныш Е.А. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учеб. пособие. – М.: ПРИОР, 2001
5. Организация сельскохозяйственного производства /Ф.К. Маширов, В.А. Удалов, С.И. Грядов, и др. под ред. Ф.К.Машилов. – М.Колос, 2001-504с. (Учебники и учебные пособия для студентов высш. Учеб. Заведений)
6. “Прогнозирование и планирование экономики” – под редакцией Борисевича В. М. - Минск: Экоперспектива, 2000.
7. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учеб. пособие для ВУЗов / Под. ред. Т.Г. Морозовой, А.В. Пикулькина. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2000
8. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий: 2-е изд. Переработано и допол. – М. ИП. «Экоперспектива» 2000г.