

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет»

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ АГРОБИЗНЕСОМ

Методические указания

Электронное издание

Красноярск 2016

Рецензент

Е.Ю. Власова, канд. экон. наук, доцент

Д.В. Ходос
Д.В. Паршуков
О.Г. Дьяченко
З.Е. Шапорова
М.А. Федорова

Экономика и управление агробизнесом: метод. указания [Электронный ресурс] / Д.В. Ходос [и др.]; Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2016. – 32 с.

Рассматриваются основы предпринимательской деятельности в сфере АПК, методика составления бизнес-плана, проведение анализа современного состояния деятельности предприятия, определение перспективных направлений развития предприятия.

Предназначено для бакалавров и магистров направления «Менеджмент», а также будет полезно для старшеклассников средних образовательных школ при проведении летних научных экономических школ Красноярского ГАУ.

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Красноярского государственного аграрного университета

© Коллектив авторов, 2016
© ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	4
1. Основы предпринимательства и агробизнеса.....	5
2. Бизнес-план с основами разработки.....	13
3. Анализ деятельности сельскохозяйственного предприятия.....	22
4. Определение перспективных направлений развития предприятия...	28
Литература.....	31

ВВЕДЕНИЕ

Настоящие методические указания направлены на расширение и практическую реализацию знаний, получаемых учащимися в базовых школьных курсах экономики и менеджмента. Каждый из них, имея определенные теоретические знания, научные предпочтения, мотивирован на их углубленное изучение и научно-практическое обоснование.

Центральное место в обучении школьников основам экономики и управления является проведение летней научной школы старшеклассников Красноярского ГАУ.

Методические указания, как обучающий инструмент, включают прохождение в логической последовательности следующих этапов:

- рассмотрение основ предпринимательской деятельности в сфере АПК (организационно-правовые формы предприятий, издержки и результаты деятельности фирмы, маркетинговая деятельность предприятий, поведение субъектов хозяйствования в различных моделях рыночного ценообразования, роль государства в рыночной экономике);

- определение основных постулатов бизнес-проектирования в современных условиях, формирование предпринимательской идеи и ее реальное воплощение в агробизнесе, ознакомление с методикой составления бизнес-плана;

- проведение анализа современного состояния деятельности предприятия (организационно-экономическая характеристика, размеры и специализация, экономические и финансовые его результаты), диагностика деятельности и определение перспектив его развития на примере конкретного субъекта хозяйствования – сфера услуг (торговля, туризм, образование) и сфера аграрного и перерабатывающего производства.

Приобретенные экономические знания в рамках образовательных программ позволят учащимся под руководством педагогов самостоятельно провести исследование, объектом которого может стать конкретное предприятие АПК, имеющее социально-экономическое значение для сельской территории. Образовательное действие будет заключаться в экономическом аудите предприятия АПК и разработке эффективных направлений использования его ресурсов с формированием условий перспективного устойчивого развития.

Представленные методические указания могут быть использованы в учебном процессе при подготовке бакалавров и магистров направления «Менеджмент».

1. ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И АГРОБИЗНЕСА

Современная российская экономика формируется на основе развития **рыночных отношений**.

Рыночная система функционирует по законам и правилам рынка.

Рынок – система экономических отношений, складывающихся в процессе производства, обращения и распределения продукции (товаров, работ и услуг) и характеризующаяся свободой хозяйствующих субъектов в выборе покупателей, продавцов, определении цен, формировании и использовании источников ресурсов (рис. 1).

Рынок – механизм взаимодействия покупателей и продавцов по поводу купли-продажи товаров, работ, услуг.

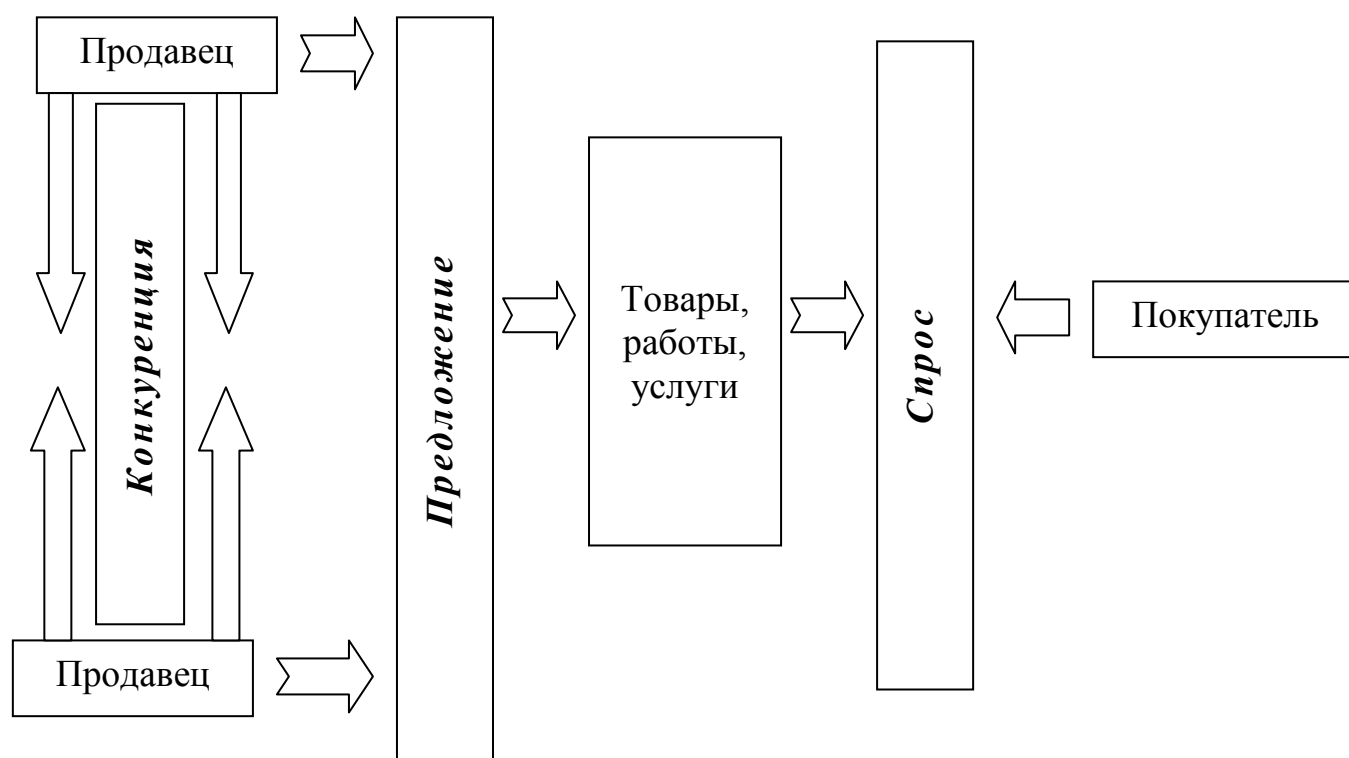


Рис. 1. Компоненты рынка

Формирование рынка определяется постоянным наличием основных рыночных компонентов: товара и денег, продавца и покупателя. Отношения между последними выстраиваются в рамках действия экономических законов – спроса и предложения.

Спрос – желание и платежеспособная потребность в приобретении товара. В свою очередь, **предложение** – готовность и способность произвести и поставить на рынок товар для продажи.

Система экономических отношений между предпринимателями на рынке выстраивается под большим влиянием **конкуренции**, которая представляется деловым соперничеством в завоевании определенного рынка потребителей.

Функционирование рынка зависит от следующих условий:

- право собственности хозяйствующих субъектов на средства производства, землю, произведенные товары, доходы;
- свобода выбора видов и форм деятельности;
- равноправие субъектов различных форм собственности;
- государственное регулирование экономических отношений участников рынка (прямое и косвенное воздействие);
- свобода ценообразования;
- самофинансирование – каждый субъект рыночных отношений, обретая экономическую самостоятельность, должен сам покрывать финансовые расходы на свое существование и развитие;
- конкуренция;
- создание рыночной инфраструктуры – торговые биржи, система оптовой и розничной торговли, маркетинговые компании, фондовые и валютные биржи и т. д.

С точки зрения предприятия-товаропроизводителя рынки могут существовать в следующем виде (табл. 1).

Таблица 1

Структура и рамки рыночных отношений

Отраслевая структура рынка	Функциональная структура рынков				
	Рынки продаж	Рынки закупок	Финансовые рынки	Посредники рыночных сделок	Рынок труда
Внутренний рынок Внешний рынок	Поле рыночных отношений между субъектами рынка: товар – деньги – товар деньги – товар – деньги				
Оптовый рынок Розничный рынок					
Рынок сырья (газ, нефть, уголь, древесина и др.)					
Продовольственный рынок (зерно, мясо, рыба, овощи, фрукты, напитки и др.)					

Продавец проводит изучение всех существующих видов рынков на основе **маркетингового исследования**.

Главная концепция продавцов – успешно реализовать продукцию на рынке. Эффективность сбыта товаров зависит от маркетинга.

Маркетинг – способ продвижения товаров, работ и услуг от производителя к потребителю.

Производитель на рынке занимает свой **сегмент** – деление рынка по потребителям.

Производитель должен заниматься успешным поиском свободного места на рынке – своей **рыночной нишей** (четко ограниченное число потребителей его продукции).

Размер ниши определяется масштабом потребительских сегментов, т. е. численностью потенциальных покупателей, составляющих этот сегмент.

Производитель изучает **емкость рынка (E_p)** – объем платежеспособного спроса потребителей, определяемый в натуральном и стоимостном выражении.

$$E_p = Ч \cdot K,$$

где Ч – численность возможных покупателей в потребительском сегменте, чел.; К – количество предлагаемых товаров, шт., ед. и т. п.

Все предприятия (производители), как участники рыночных отношений, занимаются определенной деятельностью:

- хозяйственной (производственной);
- коммерческой.

Данная деятельность направлена на поиск нового товара на новом рынке, это не что иное, как **предпринимательская деятельность** – поиск нового, организация работы фирмы, направленная на выявление новых возможностей для предприятия, освоение новых рынков, производство новых товаров.

Предпринимательство – активная деятельность людей (предпринимателей) с целью получить доход на вложенный труд и капитал.

Статус предпринимателя возникает с момента его регистрации.

В рамках Гражданского кодекса РФ предпринимательская деятельность может быть индивидуальной и коллективной с образованием и без образования юридического лица.

Предприниматель отличается от других участников рынка:

- целью получения прибыли;
- он может не являться собственником имущества;
- он активный агент рынка, формирует и развивает производство;
- деловой человек с поисковым характером поведения на рынке;
- действует самостоятельно на свой страх и риск и под свою ответственность (рис. 2).

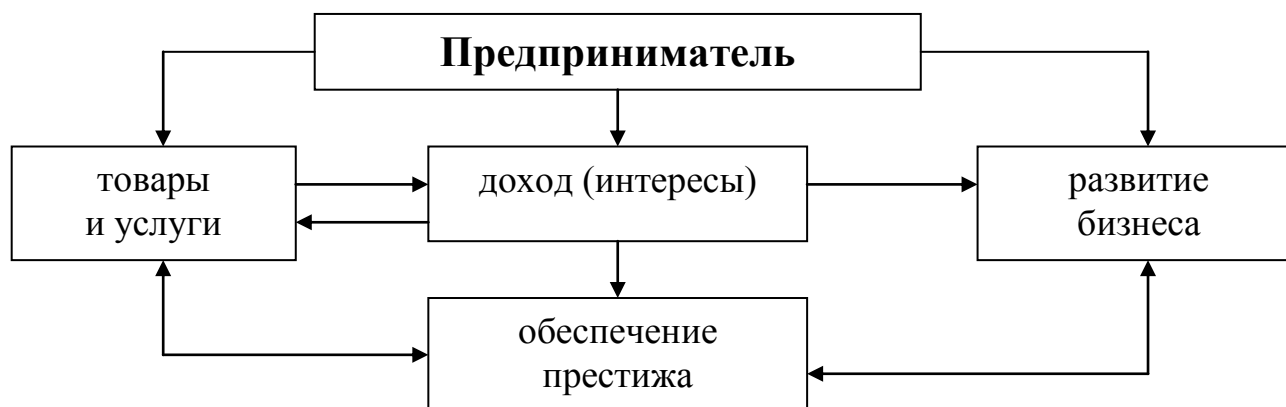


Рис. 2. Цели предпринимателя

Сфера предпринимательства:

– **производство** – наиболее динамичная и рискованная сфера деятельности, где создаются материальные блага, необходимые для жизнедеятельности человека (промышленность, строительство, сельское хозяйство, рыбный промысел, лесное хозяйство, общественный и производственный транспорт и др.);

– **коммерция** – купля-продажа товара, передача его от одного владельца к другому за деньги;

– **финансы** – банковская, страховая деятельность, ценные бумаги, валюта и пр.;

– **интеллектуальный комплекс** – система интеллектуального труда (новейшие технологии, «ноу-хау», программные продукты и пр.).

Предпринимательская деятельность осуществляется в рамках определенной организационной формы предприятия, которая определяется главным образом наличием капитала и состоянием рынка.

Формы предпринимательства:

– **индивидуальное** – функционирует без образования юридического лица на основе собственной инициативы. Занимает незначительное место в производственном секторе и базируется главным об-

разом на ручном труде и универсальных малопродуктивных средствах производства.

Данная форма становится основой формирования малого предпринимательства, которое состоит из индивидуальных, семейных и мелких предпринимательских групп по форме малых предприятий, поскольку для этого не требуется крупного первоначального капитала.

Малые предприятия делятся по численности рабочих:

- промышленность, строительство, транспорт – до 100 чел.;
- сельское хозяйство – до 60 чел.;
- розничная торговля и бытовое обслуживание – до 30 чел.;
- прочие отрасли – до 50 чел.;

– **коллективное** (хозяйственные общества и товарищества, союзы, ассоциации, кооперативы) – осуществляет деятельность с образованием юридического лица в рамках действующего законодательства, занимает доминирующее положение в бизнесе.

Современные условия развития экономики формируют отличительные особенности ведения предпринимательства (рис. 3).

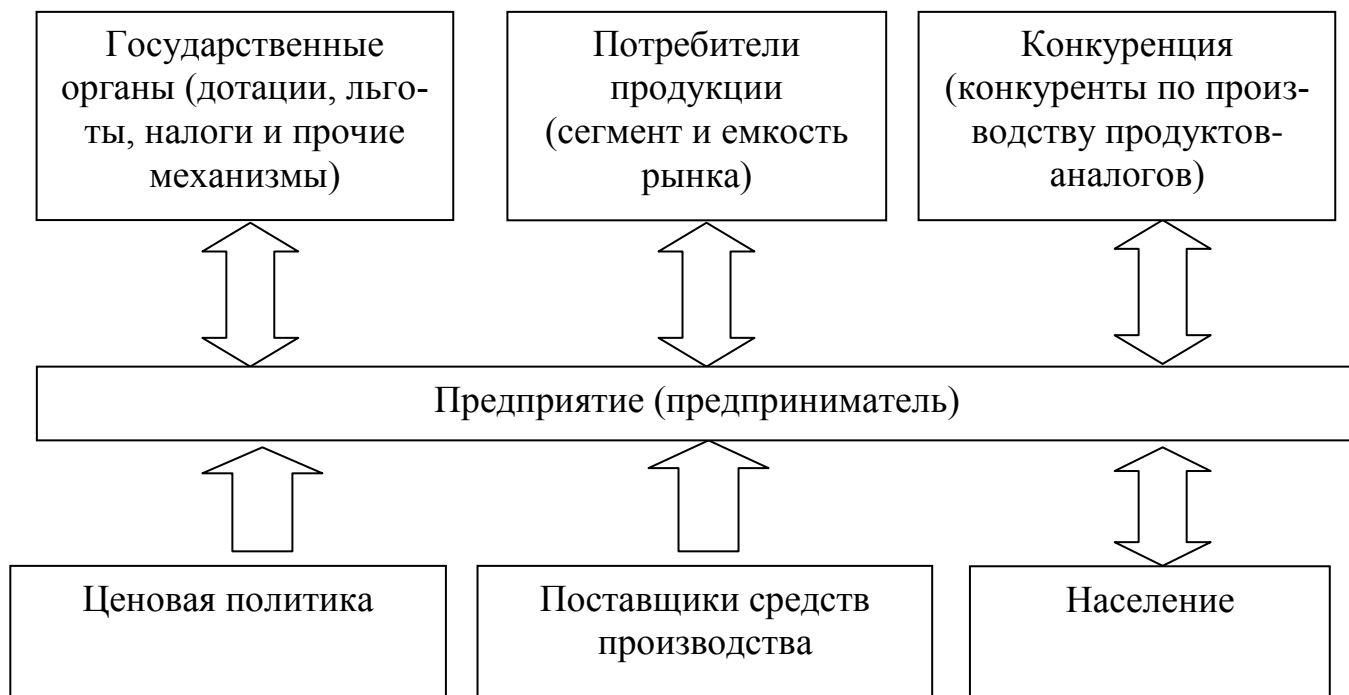


Рис. 3. Экономическая среда развития предпринимательства

Основные проблемы малого предпринимательства:

- отсутствие развитой инфраструктуры (низкий уровень состояния дорог, связи);
- ограничение в квалифицированных кадрах (их отсутствие);
- сложные природно-климатические условия;
- слабая государственная поддержка.

Помощь в развитие малого бизнеса:

- государственная поддержка;
- налоговые льготы;
- лизинг;
- льготные кредиты.

Производители занимаются предпринимательской деятельностью на разных рынках – рынок сырья, финансовый рынок, рынок недвижимости и другие.

Важным рынком считается **рынок продовольствия**. Он обеспечивает всех жизненно необходимыми продуктами питания (молоко, мясо, зерно, яйцо, овощи и т. д.), а эффективность его функционирования лежит в основе формирования продовольственной безопасности страны.

Участники продовольственного рынка образуют сложную систему экономических отношений, которая называется аграрным комплексом.

Аграрный комплекс – совокупность отраслей, связанных с развитием сельского хозяйства (производство сельскохозяйственной продукции), обслуживанием его производства и доведением продукции до потребителя.

Совокупность всех социально-экономических отношений, складывающихся между отраслями аграрного комплекса в процессе производства, распределения, обмена и потребления продовольствия и готовых продуктов представляют **агробизнес**.

Устойчивое развитие агробизнеса основывается на эффективном взаимодействии всех его участников, которые представлены тремя основными сферами:

1) **сфера агробизнеса** – отрасли сельскохозяйственного машиностроения, производство минеральных удобрений и химических средств защиты растений, микробиологическая промышленность, ремонт техники, строительство;

2) *сфера агробизнеса* – предприятия и организации, непосредственно занимающиеся производством сельскохозяйственной продукции;

3) *сфера агробизнеса* – предприятия, обеспечивающие заготовку, хранение, переработку сельскохозяйственной продукции и доведение ее до потребителей (пищевкусовая, мясная и молочная, рыбная, мукомольно-крупяная, комбикормовая промышленность, торговые организации, предприятия общественного питания).

Аграрные комплексы формируются в каждой сельской территории в виде мини-агрокомплексов. Они представлены предприятиями, занимающимися производством сельскохозяйственной продукции, фермерскими и приусадебными хозяйствами.

Предприятия по производству аграрной продукции являются обособленной специализированной организацией по крупнотоварному производству сельскохозяйственной продукции. Они обладают, как правило, достаточными ресурсами (земельными, трудовыми, финансовыми) для ведения производственной (предпринимательской) деятельности и основной целью их становится получение прибыли.

Признаками приусадебного хозяйства становятся следующие факторы:

– семья производит продукцию только для собственных нужд на своем участке;

– для продажи поставляются только излишки с личного подворья.

Успешное ведение приусадебного хозяйства может стать условием создания фермерского хозяйства.

Признаки фермерского хозяйства (крестьянское хозяйство):

– производство продукции ведется на собственном или арендованном участке земли;

– в процессе производства участвует как семья, так и наемные рабочие;

– работа ведется на собственный страх и риск;

– основной источник дохода фермера – продажа произведенной продукции.

Фермерство – это предпринимательство в сфере сельскохозяйственного производства. Фермерское хозяйство создается для производства товарной продукции.

Ведение сельскохозяйственного производства в каждой из представленных форм основывается на действии многих экономических

факторов. Но все они сводятся к соизмерению затрат на производство и доходов от всей деятельности.

Производство продукции требует от предпринимателя определенных затрат (издержек). Затраты, связанные с производством и реализацией товара называются **себестоимостью (С)**.

Виды затрат предпринимателя (статьи себестоимости):

- на оплату труда работников;
- на материалы, сырье;
- за электроэнергию, топливо, воду;
- за транспорт;
- на содержание (аренду) помещений, оборудования;
- разные услуги организаций;
- на рекламу;
- государству в виде налогов;
- прочие.

Предприниматель поставляет на рынок для продажи товар, которому дает определенную стоимостную оценку. Этот процесс называется **ценообразованием**.

Денежное выражение стоимости товара не что иное, как его **цена (Ц)**.

При формировании цены учитывают затраты на производство и реализацию товара, а также размер прибыли которую хочет получить предприниматель: $Ц = С + П$, где С – себестоимость единицы товара, руб.; П – прибыль на единицу товара, руб.

В конечном итоге *цена товара на рынке будет образована с учетом спроса и предложения, а также его конкурентоспособности.*

В процессе реализации товара на рынке предприниматель получает определенную сумму денег, которая образует **выручку от продаж (В)**: $В = Ц \cdot О$, где Ц – цена единицы товара, руб.; О – количество товара, ц, кг, шт.

Для определения конечных результатов работы предпринимателя необходимо ответить на главный вопрос: есть ли прибыль (П) от его активной деятельности?

Прибыль отражает финансовый результат работы предпринимателя и становится воплощением главной цели его деятельности:

$$П = В - С.$$

Эффективность работы предпринимателя оценивается по целому комплексу экономических показателей. К числу важных относятся:

1. Объем производства продукции.
2. Себестоимость продукции.
3. Цена продукта.
3. Объем продаж.
4. Выручка от реализации.
5. Прибыль.
6. Уровень рентабельности (Р): $P = (\Pi : C) \cdot 100 \%$.
7. Срок окупаемости затрат (О) (в месяцах): $O = (C : \Pi) \cdot 12 \text{ мес.}$

2. БИЗНЕС-ПЛАН С ОСНОВАМИ РАЗРАБОТКИ

Воплощение предпринимательской идеи основывается на принятии соответствующих действий и, прежде всего, ответа на главные вопросы:

- что вас и ваших возможных партнеров больше всего интересует;
- на что вы способны и в какой сфере предпринимательства могли бы преуспеть;
- с какими физическими и юридическими лицами вам необходимо установить связи;
- где взять первоначальный учредительный капитал и каким должен быть его размер. Это самый важный вопрос для начинающих предпринимателей. Сколько и каких средств понадобится, чтобы начать дело? Какую сумму прибыли можно получить в год, начав дело?

Ответы на эти вопросы находятся по результатам разработки бизнес-плана. **Бизнес-план** – настольная книга предпринимателя.

Функции бизнес-плана:

- позволяет определить жизнеспособность будущего предприятия в условиях конкуренции;
- содержит ориентиры, в соответствии с которыми предприниматель будет действовать на этапе становления предприятия;

– служит возможным инструментом получения финансовой поддержки от внешних инвесторов.

Сегодня большинство инвесторов не будут рисковать своими деньгами, пока не получат от предприятия грамотно разработанного бизнес-плана.

Содержание бизнес-плана

Обычно «классический» бизнес-проект состоит из следующих основных разделов:

1. Резюме.
2. Описание предприятия и отрасли.
3. Характеристика товаров и услуг.
4. Рынки сбыта товаров.
5. Конкуренция.
6. Стратегия маркетинга.
7. Производственный план.
8. Организационный план.
9. Юридический план.
10. Оценка рисков.
11. Финансовый план.
12. Стратегия финансирования.

Методика составления бизнес-плана

Бизнес-план является перспективным документом и разрабатывается, как правило, на 1–3 года.

1. Резюме

Описывается суть и эффективность проекта, обеспечение проекта ресурсами, пути его реализации, источники финансирования, механизм возврата займа и гарантий инвесторам.

2. Описание предприятия и отрасли

Рассматривается текущее состояние дел на предприятии, организационная структура, учредители, персонал, его достижения, место на рынке, основные клиенты и партнеры.

Отмечается основное направление деятельности предприятия, его специализация (производство или сбыт продукции) (табл. 2). Обозначается цель и задачи предпринимательской деятельности.

Таблица 2

Экономическая оценка деятельности предприятия

Показатель	Предшествующий год	Отчетный год	Планируемый год
Произведено продукции, ц: зерно картофель овощи молоко мясо			
Выручка от реализации товарной продукции, всего, тыс. руб. В т. ч.: зерно картофель овощи молоко мясо			
Среднегодовая численность работников, чел.			
Производительность труда, тыс. руб/чел.			
Земельная площадь, всего, га В т. ч.: с.-х. угодья пашня сенокосы пастбища			
Поголовье животных, гол.			
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.			
Объем энергетических мощностей, кВт			
Финансовый результат (прибыль, убыток), тыс. руб.			

3. Характеристика товаров и услуг

Назначение и область применения, краткое описание и техническая характеристика продукции, сведения о конкурентоспособности, сертификации, обеспечение требований экологии и безопасности, условия поставки и упаковки, надежность и качество и пр.

4. Рынки сбыта товаров

Требования потребителей к продукции, система и каналы сбыта, стратегия продвижения на рынок и ценовая политика.

Здесь надо ответить на вопросы:

- Какая была динамика продаж в последние 3 года?
- Какие ожидаются темпы прироста в отрасли?
- Сколько новых предприятий будут заниматься аналогичной продукцией?
- Какие новые виды аналогичной продукции появились за последние годы? (табл. 3, 4).

5. Конкуренция

Необходимо определить конкурентов-производителей аналогичной продукции – уровень цен, ценовую политику, показать их сильные и слабые стороны.

Анализ можно вести по следующей схеме:

- удельный вес в общем объеме товаров или услуг на выбранном сегменте рынка;
- объем и номенклатура товаров и услуг;
- используемая схема и каналы сбыта продукции;
- надежность и качество товаров и услуг;
- политика в области сбыта.

Таблица 3

Характеристика предприятия как участника товарного рынка

Наименование предприятия	Объем производства, т	Поставлено на рынок предприятием, т	Общий объем поставок на рынок всеми предприятиями, т	Доля поставки на рынок, % к общему объему поставок
1	2	3	4	5
				$(3 : 4) \cdot 100$

**Характеристика каналов реализации
(составляется по каждому виду товарной продукции)**

№ п/п	Наименование канала	Объем продаж, т	Цена реализации, руб/т	Выручка от реализации, тыс. руб.	Доля общей выручки по товару, %	Условия взаиморасчетов (предоплата, оплата транспортных услуг и т. п.)
Итого					100	

6. Стратегия маркетинга – система мероприятий по активному воздействию на потребительский спрос.

Принципы маркетинга:

- понимание потребителя (учет запросов потребителей и динамики рыночной конъюнктуры);
- борьба за потребителя (качество, реклама, сервис);
- ценообразование: $C = C : (1 - П)$, где C – себестоимость; $П$ – минимально приемлемая для предприятия доля прибыли в цене.

7. Производственный план

Сведения о местоположении, потребности в ресурсах (земле, сырье, материалах, запчастях, топливе, воде, энергии и пр.), технологии производства, качестве и сертификации производства; программа производства и реализации продукции; данные о необходимых и имеющихся производственных площадях и помещениях, кадровом обеспечении, транспорте и связи, соответствии требованиям экологии и безопасности производства (табл. 5–9).

Таблица 5

**Потребность в материально-технических ресурсах
(для реализации производственной программы)**

Ресурс	Отчетный год			Планируемый год		
	Кол-во, ц	Цена 1 ц, руб.	Итого стоимость, руб.	Кол-во, ц	Цена 1 ц, руб.	Итого стои- мость, руб.
Сырье и мате- риалы						
Запасные части						
Топливо						
Энергия						
Прочие						
<i>Итого</i>						

Таблица 6

Расчет потребности в персонале и заработной плате

Категория персонала	Отчетный год			Планируемый год		
	Потребность, чел.	Средняя заработная плата, руб.	Итого, руб.	Потребность, чел.	Средняя заработная плата, руб.	Итого, руб.
Рабочие основного производства						
Рабочие вспомогательного произ- водства						
Рабочие обслуживающего произ- водства						
Руководители, специалисты и служащие						
<i>Итого</i>						

Таблица 7

Определение себестоимости продукции растениеводства

Показатели	Отчетный год		Планируемый год	
	руб.	%	руб.	%
Себестоимость, всего		100		100
В т. ч.:				
оплата труда с начислениями				
семена и посадочный материал				
удобрения и ядохомикаты				
содержание основных средств				
организация производства и управления				
прочие затраты				

Таблица 8

Определение себестоимости продукции животноводства

Показатель	Отчетный год		Планируемый год	
	руб.	%	руб.	%
Себестоимость, всего		100		100
В т. ч.:				
оплата труда с начислениями				
корма				
ветмедикаменты				
содержание основных средств				
организация производства и управления				
прочие затраты				

Таблица 9

Планирование производственной программы

Показатель	Предшествующий год	Отчетный год	Планируемый год
Площадь посева, га			
Урожайность с.-х. культур, ц с 1 га			
Поголовье скота, гол.			
Продуктивность животных, кг на 1 голову			
Произведено продукции, ц			
Себестоимость 1 ц продукции, руб.			
Затраты труда на производство 1 ц продукции, чел.-ч.			

8. Организационный план

Сведения о команде (составе специалистов) управления проектом и ведущих специалистах, о правовом обеспечении, партнерах по реализации проекта, имеющих возможных поддержке и льготах, организационной структуре и графике реализации проекта.

9. Юридический план

Важно для вновь создаваемых предприятий.

Указывается организационно-правовая форма. Законодательные и правовые акты.

10. Оценка рисков

Состав возможных рисков и какие потери при их наступлении могут произойти. Гарантии возврата средств партнерам и инвесторам. Договоры на страхование от форс-мажорных обстоятельств.

11. Финансовый план

Представляется информация об ожидаемых финансовых результатах деятельности предприятия (табл. 10).

Таблица 10

Баланс доходов и расходов

Показатель	Год		
	Предшествующий	Отчетный	Планируемый
Объем реализации, ц			
Цена 1 ц продукции, руб.			
Выручка от реализации продукции, руб.			
Себестоимость 1 ц продукции, руб.			
Затраты на производство и реализацию продукции, руб.			
Финансовый результат, руб.			
Уровень рентабельности, %			

12. Стратегия финансирования

Определяются потребность в инвестициях для реализации бизнес-проекта, источники финансирования (собственные средства, кредит), срок полного возврата вложенных инвестиций, ожидаемый доход и срок окупаемости проекта (табл. 11–13).

Таблица 11

Потребность в инвестициях и источниках финансирования

Направления инвестиций	Всего, руб.	Источники финансирования	
		Собственные средства	Кредит
Приобретение: техники			
помещений			
ГСМ			
материалов			
прочие			

Таблица 12

Возврат кредита

Вид кредита	Сумма, руб.	Планируемый год									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Долгосрочный											
Краткосрочный											

В целом в этом разделе нужно дать ответы на вопросы:

1. Сколько необходимо средств для реализации проекта?
2. Из каких источников намечается получить эти средства?
3. Когда можно ожидать полного возврата вложенных средств и получение инвесторами дохода на них?
4. Каков будет доход?

Таблица 13

Эффективность мероприятий бизнес-плана

Показатель	До внедрения	После внедрения
Затраты на проект, руб.		
Сумма инвестиций, руб. В т. ч.: собственных заемных		
Плата за кредит, руб.		
Объем реализации, ц		
Численность рабочих, чел.		
Выручка от реализации, руб.		
Прибыль, руб.		
Уровень рентабельности, %		
Срок окупаемости, мес.		

Важным этапом экономического обоснования бизнес-проекта становится расчет срока окупаемости инвестиционного плана.

Срок окупаемости = (все затраты : на сумму прибыли) · 12 мес.

3. АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Сельскохозяйственное предприятие представляет собой сложную организационно-экономическую систему, в рамках которой осуществляются непрерывные процессы производства и реализации аграрной продукции под действием большого числа внутренних и внешних факторов экономических законов.

Внутренняя среда предприятия – это условия осуществления стабильного воспроизводственного процесса, которые формируются при сочетании ряда экономических показателей (рис. 4). Первостепенное место в них занимает ресурсный потенциал, который представлен трудом, землей и капиталом. В специфику своей уникальности и сложности сельскохозяйственное производство носит ярко выраженный сезонный характер и напрямую зависит от природно-климатических условий сельской территории.

Ведение производства начинается с формирования первоначального капитала, приобретения средств и предметов труда, наличия земельных ресурсов, привлечения квалифицированной рабочей силы. Рациональное их использование в производстве становится основой получения конкурентоспособной продукции.

Направление ресурсов в ту или иную сферу предпринимательской деятельности определяется под действием факторов рыночной экономики – спроса и предложения и оказывает влияние на производственное направление предприятия – его специализацию.



Рис. 4. Оценка внутренней среды предприятия

Современное законодательство разрешает всем предприятиям самостоятельно производить различные виды продукции и реализовывать ее по свободным рыночным ценам.

Выгодные экономические позиции на рынке позволяют получить товаропроизводителю хороший объем выручки, а рациональное ведение хозяйственной деятельности снизить затраты на производство. Вырученная сумма средств идет на покрытие затрат, выплату обязательств перед государством (налоговые отчисления) и оставшаяся часть образует прибыль от деятельности предприятия.

Прибыль является конечным показателем оценки эффективности работы предприятия. Она служит источником дальнейшего развития производства, формирования капитала и социальной программы для работников.

Целостное экономическое представление функционирования предприятия позволяет качественно провести комплексную оценку его деятельности. Нами предлагается упрощенная методика экономического анализа работы сельскохозяйственного предприятия по ниже представленным основным параметрам.

Общие сведения и природно-климатические условия деятельности предприятия

Указывается организационно-правовой статус предприятия, его местоположение, удаленность от районного и краевого центра, железнодорожных станций, пунктов сбыта продукции; состояние транспортной сети; краткая характеристика природной зоны, к которой относится территория хозяйства; качественная оценка земель и других природных, а также экономических условий производства (табл. 14).

Местоположение и состав предприятия

Показатель	Значение показателей
1. Расстояние от центральной усадьбы, км:	
– до краевого центра (г. Красноярск)	
– районного центра	
– ближайшей железнодорожной станции	
– ближайшей пристани	
2. В предприятии имеется, шт.:	
– населенных пунктов	
– отделений (производственных участков)	
– отраслевых цехов	
– бригад	
Ферм, всего	
В т. ч. по ведущим направлениям:	
крупного рогатого скота	
из них: молочных	
.....	
.....	
свиноводческих	
из них:	
.....	

Размеры и специализация предприятия

Анализ размеров исследуемого предприятия является необходимым этапом в экономической оценке его деятельности. Фактический размер предприятия в сравнении с аналогичными производителями позволит реально оценить его современное положение на местном рынке продукции и определить ресурсный потенциал дальнейшего развития (табл. 15).

Не менее важным моментом в анализе хозяйственной деятельности аграрного предприятия становится оценка уровня его специализации, которая позволяет определить фактическую рыночную нишу и емкость рынка данного объекта рыночных отношений. Правильный и оперативный анализ специализации позволяет определить и развивать предпринимательскую деятельность предприятия в условиях требований конъюнктуры местного рынка аграрной продукции (табл. 16).

Размер сельскохозяйственного производства предприятия

Показатель	20__ г.	20__ г.	20__ г.	В среднем за 3 года	Предприятие для сравнения (20__ г.)	гр. 4 в % к гр. 6
1	2	3	4	5	6	7
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.						
Численность среднегодовых работников, занятых в основном производстве, чел.						
Площадь с.-х. угодий, га, всего В т. ч. пашни						
Среднегодовое поголовье животных, гол.						
Энергетические мощности, л.с.						

На основе данных о фактических и оптимальных размерах предприятий необходимо оценить размер анализируемого предприятия, охарактеризовать изменение его по годам, объяснить причины и целесообразность установленных изменений. Сравнить размеры рассматриваемых предприятий по совокупности показателей и сделать предложения о целесообразности и способах укрупнения или уменьшения анализируемого предприятия, учитывая при этом формы собственности и хозяйствования.

**Размер и структура товарной продукции
(в фактических ценах реализации)**

Отрасли и виды продукции	Стоимость товарной продукции, тыс. руб.		Структура денежной выручки, в % к итогу	
	20__ г.	20__ г.	20__ г.	20__ г.
I. Растениеводство, всего (1+2+3+4+5)				
1. Полеводство, всего				
В т. ч.: зерно				
технические				
картофель				
2. Овощеводство, всего				
3. Садоводство, всего				
4. Прочая продукция растениеводства				
5. Продукция растениеводства собственного производства, реализованная в переработанном виде				
II. Животноводство, всего (1+2+3+4)				
1. Скотоводство, всего				
В т. ч.: крупный рогатый скот в живой массе				
молоко				
2. Свиноводство, всего				
3. Прочая продукция животноводства				
4. Продукция животноводства собственного производства, реализованная в переработанном виде				
В т. ч.: молочные продукты				
мясо и мясопродукция				
В целом по сельскохозяйственному предприятию (I+II)			100	100

Необходимо установить количество товарных отраслей и видов продукции, значение их в экономике хозяйства; выделить главную и дополнительные отрасли, определить направленность наиболее важных отраслей; сделать заключение о фактической специализации предприятия, местоположению и природным условиям.

Экономические и финансовые результаты деятельности предприятия

Финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности. Чем больше величина прибыли и выше уровень рентабельности, тем эффективнее функционирует предприятие, тем устойчивее его финансовое состояние. Поэтому поиск резервов увеличения прибыли и рентабельности – одна из основных задач в любой сфере бизнеса (табл. 17).

Таблица 17

Экономическое и финансовое состояние деятельности предприятия

Показатель	20_г.	20_г.	20_г.	Данные гр. 4 в % к гр. 2
1	2	3	4	5
Выручка от реализации товарной продукции, тыс. руб.				
Полная себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.				
Прибыль (+), убыток (-) от реализации сельскохозяйственной продукции, тыс. руб.				
Уровень рентабельности (+), убыточности (-), %				
Производство на 100 га с.-х. угодий, тыс. руб.:				
товарной продукции				
прибыли (+), убытка (-)				
Оплата труда 1 работника в месяц, руб.				

Необходимо проанализировать изменение основных экономических показателей деятельности предприятия в динамике и дать им оценку. Объяснить изменения эффективности сельскохозяйственного производства. Обязательно определить пути повышения эффективности производства и финансовой устойчивости анализируемого предприятия.

4. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Реалии российской экономики свидетельствуют о наметившемся спаде аграрного производства. Сегодня многие сельскохозяйственные товаропроизводители находятся на стадии кризисного финансового положения, т. е. банкротства.

Банкротство (финансовый крах, разорение) – это признанная арбитражным судом или объявленная должником его неспособность в полном объеме удовлетворять требования кредиторов по денежным обязательствам и по уплате других обязательных платежей (в течение трех месяцев со дня наступления сроков платежей).

Банкротство предопределено самой сущностью рыночных отношений, которые сопряжены с неопределенностью достижения конечных результатов и риском потерь.

Несостоятельность субъекта хозяйствования может быть:

- «несчастной» – возникает не по собственной вине, а вследствие непредвиденных обстоятельств (стихийные бедствия, военные действия, политическая нестабильность общества, кризис в стране, общий спад производства, банкротство должников и другие внешние факторы);

- «ложной» (корыстной) – в результате умышленного сокрытия собственного имущества с целью избежания уплаты долгов кредиторам;

- «неосторожной» – вследствие неэффективной работы, осуществления рискованных операций.

В первом случае государство должно оказывать помощь предприятиям по выходу из кризисной ситуации. Во втором случае злоумышленное банкротство уголовно наказуемо. Наиболее распространенным является третий вид банкротства.

«Неосторожное» банкротство наступает, как правило, постепенно. Для того чтобы вовремя предугадать и предотвратить его, необходимо систематически анализировать финансовое состояние, что позволит обнаружить его «болевые» точки и принять конкретные меры по финансовому оздоровлению экономики предприятия.

«Оздоровительные» процедуры деятельности предприятия предусматривают восстановление платежеспособности путем проведения определенных инновационных мероприятий. По результатам анализа должна быть выработана генеральная финансовая стратегия и

составлен бизнес-план финансового оздоровления предприятия с целью недопущения банкротства и вывода его из «опасной» зоны путем комплексного использования внутренних и внешних резервов.



Рис. 5. Резервы устойчивого развития организации

К внешним источникам привлечения средств в оборот предприятия относят факторинг, лизинг, привлечение кредитов под прибыльные проекты, выпуск новых акций и облигаций, государственные субсидии.

Одним из основных и наиболее радикальных направлений финансового оздоровления и развития предприятия является поиск внутренних резервов по увеличению прибыльности производства и достижению безубыточной работы: более полное использование производственной мощности предприятия, повышение качества и конкурентоспособности продукции, снижение ее себестоимости, рациональное использование материальных, трудовых и финансовых ресурсов, сокращение непроизводительных расходов и потерь.

Основное внимание при этом необходимо уделить вопросам ресурсосбережения – внедрению прогрессивных норм, нормативов и технологий, организации действенного учета и контроля за использо-

ванием ресурсов, изучению и внедрению передового опыта в осуществлении режима экономии, материальному и моральному стимулированию работников в борьбе за экономию ресурсов и сокращение непроизводительных расходов и потерь.

Резервы улучшения финансового состояния предприятия могут быть выявлены с помощью маркетингового анализа по изучению спроса и предложения, рынков сбыта и формирования на этой основе оптимального ассортимента и структуры производства продукции.

В особых случаях необходимо провести реинжиниринг бизнес-процесса, т. е. коренным образом пересмотреть производственную программу, материально-техническое снабжение, организацию труда и его оплату, подбор и расстановку персонала, управление качеством продукции, рынки сырья и рынки сбыта продукции, инвестиционную и ценовую политику и другие стратегические вопросы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации): учебник / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. – М.: Дашков и К, 2013. – 372 с.
2. Волков, О.И. Экономика предприятия: учеб. пособие / О.И. Волков, В.К. Скляренко. – 2-е изд. – М.: Инфра-М, 2013. – 264 с.
3. Экономика предприятия: учеб. пособие / Е.М. Белый, Ю.С. Алексеев, Л.Ю. Зимина [и др.]. — М.: Русайнс, 2015. – 172 с.
4. Экономика предприятия: учебник для вузов / под ред. В.Я. Горфинкеля. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 767 с.
5. Экономика предприятия (в схемах, таблицах, расчетах): учеб. пособие / В.К. Скляренко, В.М. Прудников [и др.]; под ред. В.К. Скляренко. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 256 с.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ АГРОБИЗНЕСОМ

Методические указания

Ходос Дмитрий Васильевич
Паршуков Денис Викторович
Дьяченко Ольга Геннадьевна
Шапорова Зинаида Егоровна
Фёдорова Марина Александровна

Электронное издание

Редактор
О.Ю. Потапова

Подписано в свет 08.12.2016. Регистрационный номер 312
Редакционно-издательский центр Красноярского государственного аграрного университета
660017, Красноярск, ул. Ленина, 117
e-mail: rio@kgau.ru