

Тема:

**«Экономическая эффективность
сельскохозяйственного
производства.
Валовая и товарная продукция»**

Вопросы:

1. Понятие, виды, показатели и факторы экономической эффективности. Пути повышения эффективности.
2. Валовая продукция и ее распределения.
3. Товарная продукция, товарность продукции. Источники реализации товарной продукции.
4. Понятие качества и факторы, влияющие на качество продукции. Конкуренция и конкурентоспособность продукции.

Вопрос 1.

Экономическая эффективность сельскохозяйственного производства означает результативность производственного процесса, соотношения между достигнутыми результатами и затратами на производство.

$$\text{Э.Ф.} = \frac{\text{Результат, эффект}}{\text{Затраты на производство}}$$

Уровень экономической эффективности означает, ценой каких затрат достигнут экономический эффект (результат). Чем больше эффект (результат) и меньше затраты, тем выше экономическая эффективность производства и наоборот.

Виды экономической эффективности:

- ❖ народнохозяйственная;
- ❖ отраслевая;
- ❖ эффективность отдельных сельскохозяйственных предприятий, отраслей, видов продукции, мероприятий.

Народнохозяйственная - эффективность с точки зрения удовлетворения потребностей населения в питании, промышленности в сырье, а также финансового вклада в решение общегосударственных проблем.

Отраслевая эффективность – отражает достигнутый результат в целом по данной отрасли (сельскому хозяйству).

Эффективность отдельных сельскохозяйственных предприятий, отдельных отраслей, видов продукции – характеризует конечные экономические результаты растениеводства, животноводства и продукции этих отраслей – зерна, картофеля, молока и т.д.

Показатели экономической эффективности:

Частные показатели: объем производства и качества продукции, производительность труда (трудоотдача), землеотдача, фондоотдача, материалоотдача, себестоимость продукции.

Объем производства и качество произведенной продукции – нужно знать степень удовлетворения потребностей людей в качественной продукции.

Производительность труда (трудоотдача) характеризует эффективность затрат живого труда.

Землеотдача отражает эффективность использования земельных ресурсов.

Фондоотдача отражает эффективность использования фондов.

Вопрос 1.

Материалоотдача характеризует эффективность использования материальных оборотных средств.

Себестоимость продукции характеризует эффективность всех потребленных производственных ресурсов, показывает с какими затратами производится продукция.

Обобщающие показатели:

Ресурсоотдача характеризует эффективность использования ресурсного потенциала.

Рентабельность характеризует отдачу потребляемых ресурсов.

$$\text{Рентабельность} = \frac{\text{Прибыль, чистый доход}}{\text{Ресурсный потенциал}} * 100$$

Факторы экономической эффективности:

1. Природные факторы (качество земли, метеорологические условия).
2. Факторы научно-технического прогресса, включающие в себя агрономические, зоотехнические, селекционно-генетические условия, техническую оснащенность, технологию производства.
3. Обеспеченность рабочей силой, уровень ее квалификации.
4. Факторы, характеризующие условия реализации продукции (цены), снабжение промышленными средствами производства, условия производственного обслуживания.
5. Структурные факторы, обусловленные специализацией производства. Сочетание высоко рентабельных и низкорентабельных отраслей. Чем выше удельный вес наиболее рентабельной отрасли, тем выше может быть эффективность производства в хозяйстве и наоборот.
6. Организационно-управленческие факторы (стиль руководства, контроль за выполнением задания, структура управления).
7. Социально-экономические факторы (оплата труда, условия и быта)

Пути повышения экономической эффективности:

1. Увеличение инвестиций в развитие сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности.
2. Приоритетное развитие и государственная поддержка направлений, определяющий научно-технический прогресс и новые технологии в сельском хозяйстве и пищевой промышленности.
3. Государственная поддержка хозяйств максимально использующих производственные мощности в животноводстве, перерабатывающей промышленности.
4. Государственная поддержка семеноводства и племенного животноводства.
5. Государственная поддержка производства основных продуктов отечественного производства, расширение ее производства в республике за счет переориентации валютных средств, расходуемых на импорт этой продукции.
6. Повышение уровня товарности производимой сельскохозяйственной продукции, особенно у населения, развитие многоканальной системы ее реализации.
7. Развитие специализированной кредитно-финансовой системы аграрного сектора, привлечение в АПК коммерческих инвестиций.

Вопрос 2.

Под валовой продукцией сельского хозяйства понимают суммарное ее количество, произведенное за определенное время. В ее состав включают только продукцию растениеводства и животноводства.

Валовая продукция сельского хозяйства учитывается в *натуральном* (тоннах, центнерах) и *стоимостных* показателях.

Для совокупного выражения валовую продукцию сельского хозяйства оценивают в сопоставимых, текущих ценах, а также по себестоимости продукции.

В сопоставимых ценах – для выражения динамики, для расчета производительности труда, фондоотдачи.

В текущих ценах – для исчисления чистого дохода.

По себестоимости – для начисления валового дохода сельского хозяйства.

Недостатки стоимостной оценки валовой продукции, влияющие на величину показателей экономической эффективности производства :

1. Валовая продукция является результатом затрат не только живого, но и прошлого труда, в следствие чего показатели стоимости валовой продукции могут быть высокими не за счет экономии живого труда, а в связи с увеличением материалоемкости продукции, с перерасходом материальных ресурсов.
2. При определении суммы стоимости валовой продукции по растениеводству и животноводству допускается повторный счет. Например, корма произведенные и потребляемые в предприятии будут учтены дважды: как часть продукции растениеводства и как основной элемент затрат в себестоимости животноводства.
3. Стоимость валовой продукции не учитывает прибавочный труд, затраченной на производство нетоварной части валовой продукции, т.к. нетоварная часть валовой продукции оценивается по себестоимости.
4. Показатель валовой продукции, исчисленный в сопоставляемых ценах, не отражает ее качество.

Потребление сельскохозяйственной продукции вызывает необходимость возобновления процесса ее воспроизводства. Различают два вида ее воспроизводства – простое и расширенное. При простом воспроизводстве процесс воспроизводства повторяется в прежних размерах. При расширенном воспроизводстве размеры производства продукции с каждым годом увеличиваются, за счет фонда накопления.

Вопрос 2.

По функциональной роли, выполняемой в производстве валовая продукция распределяется на:

- Фонд возмещения; (ФВ)
- Фонд потребления; (ФП)
- Фонд накопления; (ФН)

Фонд возмещения – часть валовой продукции обеспечивающая обновление потребляемых в процессе создания продукции средств производства, (МЗ).

Фонд потребления – часть валовой продукции, используемая для удовлетворения материальных и культурных потребностей работников (ФП). Фонд потребления составляет основу роста реальных доходов населения, (ОТ).

Фонд накопления – часть валовой продукции, используемая для расширения производства, строительства объектов социального и культурно-бытового назначения, (ЧД).

Вопрос 2.

$$\text{СВП} = \text{ФВ} + \text{ФП} + \text{ФН}, \text{ или}$$

$$\text{СВП} = \text{МЗ} + \text{ОТ} + \text{ЧД},$$

где МЗ – материальные затраты;

ОТ – оплата труда;

ЧД – чистый доход.

Валовой доход (ВД) состоит из фонда потребления (оплаты труда) и фонда (чистого дохода).

$$\text{ВД} = \text{ОТ} + \text{ЧД}$$

$$\text{СВП} = \text{МЗ} + \text{ВД}$$

$$\text{ВД} = \text{СВП} - \text{МЗ}$$

$$\text{ЧД} = \text{ВД} - \text{ОТ}$$

$$\text{ЧД} = \text{СВП} - \text{МЗ} - \text{ОТ}$$

Поскольку материальные затраты и оплата труд составляют себестоимость продукции (СП), то

$$\text{ЧД} = \text{СВП} - \text{СП}$$

Факторы увеличения валовой продукции:

- ❑ Интенсивные – увеличение урожайности сельскохозяйственных культур и продуктивности скота за счет увеличения вложений на 1 га пашни или 1 голову скота.
- ❑ Совершенствование структуры посевных площадей, замена менее урожайных сельскохозяйственных культур более урожайными, повышение их удельного веса.
- ❑ Совершенствование структуры стада, увеличение в стаде чистопородного более продуктивного скота, а также повышение удельного веса маточного поголовья в стаде.
- ❑ Ликвидации потерь сельскохозяйственной продукции, улучшение ее использования.
- ❑ Экстенсивные факторы – увеличение поголовья, посевных площадей.

Вопрос 3.

Под товарной продукцией сельского хозяйства понимают часть валовой продукции, предназначенной для реализации по всем каналам - государству, потребительской кооперации, сельскому населению, на рынке и т.д.

Товарность продукции – это показатель, который характеризует процентное соотношение реализованной продукции к валовой.

Реализованная продукция

Уровень товарности, % = ----- * 100

Валовая продукция

Вопрос 3.

При определении уровня товарности отдельных видов продукции пользуются величинами продукции в натуральном выражении, а при определении уровня товарности отрасли – в стоимостном выражении. Оценка продукции приводится в закупочных ценах.

Наибольшей товарностью среди продукции животноводства отличается мясо (прирост), яйца, шерсть.

Среди продукции растениеводства высокую товарность имеют лен, сахарная свекла. Самая низкая товарность картофеля.

В структуре товарной продукции сельского хозяйства РБ на долю продукции животноводства приходится 60 %, растениеводства – 27 % и 13 % на долю подсобных производств и промыслов.

Пути повышения товарности продукции:

- ❑ Увеличение за счет роста урожайности сельскохозяйственных культур, продуктивности сельскохозяйственных животных.
- ❑ Повышение качества продукции.
- ❑ Организация хранения продукции на местах, подготовка ее к реализации.
- ❑ Применение для внутрихозяйственных нужд заменителей цельного молока (ЗЦМ).
- ❑ Сокращение расхода фуражного зерна для скармливания животным.

Вопрос 3.

Товарная продукция поставляется в распоряжение государства через государственные заготовки на основе госзаказа.

Госзаготовки – это вид товарного обращения. В системе государственных заготовок осуществляются следующие процессы:

- Закупка продукции.
- Доработка продукции и переработка значительной части продукции.
- Хранение продукции, создание государственных резервов.
- Реализацию продукции населению через торговую сеть.
- По средствам заготовки государство сосредотачивает в своих руках огромное количество товарной продукции.

Вопрос 3.

Через заготовки продукции оказывается большое влияние на развитие самого сельского хозяйства.

- Осуществляется гарантированный сбыт продукции.
- Осуществляется специализация.

Кроме госзаказа сельскохозяйственные предприятия реализуют свою продукцию по следующим каналам:

- Реализация продукции через собственную розничную сеть.
- Прямые поставки в различные магазины.
- Продажа на городском рынке.
- Продажа на ярмарках.
- Продажа частным посредникам.

Бартерные сделки (обмен сельскохозяйственной продукцией на топливо, стройматериалы и т.д.).

Форвардные сделки или товарный кредит (поставки сельскохозяйственной продукции в обмен на горюче-смазочные материалы, удобрения на контрактной основе с государством или частными компаниями).

По госзаказу продукция закупается по твердым ценам, установленным государством. Закупки сверх госзаказа осуществляются на основе договоров между перерабатывающими предприятиями, заготовительными.

Качество продукции — это совокупность организационно-экономических, технологических и правовых факторов, взаимодействующих между собой и внешней

Повышение качества продукции позволяет:

- увеличить экспорт товаров и услуг;
- улучшить структуру экспорта;
- осуществить на практике ускорение НТП;
- повысить эффективность общественного производства, так как улучшение качества продукции в конечном итоге ведет к улучшению использования средств и предметов труда, рабочей силы и финансовых ресурсов;
- повысить благосостояние народа, так как с улучшением качества продукции увеличивается реальная заработная плата;
- повысить престиж государства со всеми вытекающими отсюда последствиями;
- воспитывать граждан в духе прекрасного и многое другое.

Вопрос 4.

Имидж высокого уровня — это известность и популярность, устойчивое позитивное отношение покупателей к фирме, ее товарам, услугам и там фирменного стиля — товарному знаку, средствам рекламы и др. В условиях рынка и конкуренции, если фирма имеет товар высокого качества, пользующийся устойчивым спросом, она имеет все, и наоборот.

Для повышения качества продукции в Программе социально-экономического развития Республики Беларусь намечено осуществить ряд важных мероприятий:

- модернизация и техническое перевооружение действующих производств на базе наукоемких ресурсо-, энергосберегающих и экологически чистых технологий;
- развитие и совершенствование работы по сертификации выпускаемой продукции производственно-технического назначения, сельскохозяйственной техники и технологического оборудования для перерабатывающих отраслей ЛПК, товаров народного потребления;
- организацию современного производства высококачественных и конкурентоспособных продуктов питания, в том числе на малых предприятиях в сельской местности.

Факторы, влияющие на качество продукции

Вопрос 4.

ВНУТРЕННИЕ

Технические факторы:

- внедрение новой техники и технологии,
- применение новых материалов, более качественного сырья

Организационные факторы:

- совершенствование организации производства и труда,
- повышение производственной дисциплины и ответственности за качество продукции,
- обеспечение культуры производства и соответствующего уровня квалификации персонала,

- внедрение системы управления качеством и его сертификации,
- улучшение работы службы отдела технического контроля (ОТК)

Экономические факторы:

- ◆ затраты на выпуск и реализацию продукции,
- ◆ затраты на обеспечение необходимого уровня качества продукции,
- ◆ политика ценообразования,
- ◆ система экономического стимулирования персонала за производство высококачественной продукции.

Социально-психологические факторы:

- создание здорового социально-психологического климата в коллективе,
- создание нормальных условий для работы,
- воспитание персонала в духе преданности и гордости за марку своего предприятия,
- моральное стимулирование работников за добросовестное отношение к работе

ВНЕШНИЕ

- требования рынка, т.е. покупателей;
- конкуренция;
- нормативные документы в области качества продукции;
- необходимость завоевания достойного места, как на внутреннем, так и на внешнем рынке;
- обеспечение имиджа фирмы в среде покупателей, деловых людей и др.

Конкуренция — означает соперничество между коммерческими организациями за наиболее выгодные условия производства и сбыта, получение более выгодного заказа с целью упрочнения позиций на рынке и получения максимальной прибыли сейчас или в будущем.

Конкуренция может быть внутриотраслевой и межотраслевой.

- **Внутриотраслевая** — конкуренция между аналогичными товарами, удовлетворяющими одну и ту же потребность, но различающимися по цене, качеству и ассортименту. Такую конкуренцию можно также назвать межфирменной или предметной.
- **Межотраслевая** — когда в конкурентную борьбу включаются товары различных отраслей, удовлетворяющих различные потребности потребительского и производственного спроса, т.е. речь идет о борьбе за платежеспособный спрос населения и потребности производства.

Вопрос 4.

По методам осуществления конкуренцию можно подразделить на **ценовую и неценовую**:

- **Ценовая** конкуренция предполагает продажу товаров или предложение услуг по более низким ценам, чем конкуренты.
- **Неценовая** конкуренция основана на предложении товаров более высокого качества, с большими надежностью и сроками службы, более высокой производительностью.

Вопрос 4.

Недобросовестная конкуренция - это такие методы конкурентной борьбы, которые связаны с нарушением принятых на рынке норм и правил конкуренции. К таким методам относятся:

- продажа по ценам ниже себестоимости, или демпинг, с целью подрыва позиций конкурента и дальнейшего вытеснения его с рынка;
- злоупотребление господствующим положением на рынке, например, чрезмерное завышение цен или отказ осуществлять поставки;
- ложная информация и реклама;
- недобросовестное копирование (имитация) товаров и продукции конкурентов;
- нарушение качества, стандартов и условий поставок товаров и услуг.

Различают два понятия: «конкурентоспособность предприятия» и «конкурентоспособность товара».

- Под **конкурентоспособностью предприятия** понимается способность предприятия производить конкурентоспособную продукцию за счет его умения эффективно использовать финансовый, производственный и трудовой потенциал.
- Под **конкурентоспособностью товара** понимается совокупность его качественных и стоимостных характеристик, которая обеспечивает удовлетворение конкретной потребности покупателя и выгодно для покупателя отливается от аналогичных товаров-конкурентов.

**СПАСИБО
ЗА
ВНИМАНИЕ**