

хозяйстве рост производства к уровню 2007 года составил 153,5%.

Общая посевная площадь сельскохозяйственных культур под урожай 2008 года в сельскохозяйственных предприятиях района составила 40898 га.

В том числе площадь, занятая зерновыми и зернобобовыми культурами, составляет 26542 га, что больше на 3513 га (или на 15 %) по отношению к показателю 2007г; подсолнечника посеяно больше на 4040 гектаров (на 14%).

Несмотря на лучшие результаты развития сельского хозяйства в 2008 году в Новомалыклинском районе, имеются *следующие проблемы*: слабое развитие сельского хозяйства, агробизнеса и малого предпринимательства; неудовлетворительное социальное положение сельских поселений района; низкие доходы населения; отток высококвалифицированных кадров в крупные города; безработица; проблема водоснабжения;

Я считаю, что в нашем районе необходимо в первую очередь развивать малое предпринимательство и агробизнес. Именно поддержка и развитие этих отраслей приведет к дальнейшему развитию сельского хозяйства. Эти отрасли экономики будут вкладывать в развитии сельского хозяйства свои инвестиции, а также будут поддерживать социальную политику села. Агробизнесменам и предпринимателям необходимо будет поддерживать социальную политику села для того, чтобы в селах оставались высококвалифицированные кадры в области сельского хозяйства, привлекать молодых специалистов для работы с новейшими технологиями, которые будут инвесторы внедрять в отрасль, а значит, необходимо создать хорошие условия для их проживания в селах и для их дальнейшей работы.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ ЗЕРНОВОЙ ПРОДУКЦИИ НА ПРИМЕРЕ ООО «НОВАЯ ЖИЗНЬ» ЦИЛЬНИНСКОГО РАЙОНА УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

***М. И. Захарова, студентка 5 курса экономического факультета
Научный руководитель – ассистент Александрова Н. Р.***

В современных условиях успешное функционирование аграрных предприятий предполагает значительное усиление внимания не только к производственной, но и к сбытовой деятельности. Реализация продукции всегда была важным элементом в деятельности предприятий сельского хозяйства. Это объясняется тем, что основной источник поступления денежных средств сельскохозяйственных товаропроизводителей связан со сбытом продукции.

В настоящее время сбыт – наиболее слабое звено в АПК. Низкая эффективность системы сбыта в аграрном комплексе влечет за собой значительные потери сельскохозяйственной продукции при заготовке, транспортировке, переработке и хранении, которые увеличиваются из-за неравномерности поставок, сезонности снабжения сырьем, что непосредственно сказывается на возможности расширенного воспроизводства сельскохозяйственных предприятий. Результативность производства и реализация оказывают влияние на конечный результат деятельности хозяйства.

Повышение эффективности реализации является актуальной проблемой для многих российских предприятий, в том числе и для ООО «Новая жизнь».

ООО «Новая жизнь» относится к средним по размеру предприятиям с площадью сельскохозяйственных угодий 4522 га. В динамике 2006 – 2008 гг. размеры сельскохозяйственного производства имеют тенденцию увеличения. Так, стоимость валовой сельскохозяйственной продукции увеличилась на 30,8 %, стоимость товарной продукции – на 33,1 %. ООО «Новая жизнь» является прибыльным предприятием. Хозяйство имеет зерно-мясо-молочную специализацию.

В структуре стоимости товарной продукции предприятия на долю зерна приходится 40 % денежной выручки. За последние годы производство зерна в хозяйстве уменьшилось с 38,4 до 32,9 т, причиной тому стало сокращение посевной площади, при этом существенно уменьшилась и реализация продукции. В результате этого уровень товарности зерна в 2008 г. составил всего 43,0 %. Существенным фактором снижения товарности зерна на предприятии выступает рост объема продукции, направляемого на переработку.

Предприятие использует различные каналы реализации сельскохозяйственной продукции. Однако в 2008 г. все зерно было реализовано лишь организациям и предпринимателям. Если же рассматривать эффективность реализации по каналам, то в 2006 г. наиболее эффективным каналом реализации был рынок, в 2007 г. – реализация организациям и предпринимателям. В отчетном году же году рентабельность продажи зерна составила 48,7 %.

В условиях рыночных отношений основной целью финансово-хозяйственной деятельности является получение прибыли. Прибыль от реализации зерна зависит от объема реализации продукции, структуры каналов реализации, себестоимости и уровня цен. Анализ влияния основных факторов на прибыль от реализации зерна показал, что за три года наблюдается положительное изменение финансового результата от реализации зерна. Увеличение финансового результата обусловлено лишь ростом цены реализации, другие факторы оказали отрицательное влияние.

В целом же оценить эффективность производства и реализации зерна на предприятии можно с помощью данных таблицы 1.

Таблица 1. Эффективность производства и продажи зерна в ООО «Новая жизнь»

Показатели	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2008 г. к 2006 г., %
Посевная площадь, га	1965	1948	1782	90,7
Урожайность, ц/га	19,5	18,4	18,5	94,9
Валовой сбор, ц	38397	35840	32906	85,7
Количество проданного зерна, ц	24270	22061	14148	58,3
Средняя цена реализации 1 ц зерна, руб.	279,73	405,29	640,02	в 2,3 р.
Затраты живого труда, тыс. чел.-час.:	31	31	32	103,2
на 1 ц, чел.-час.	0,81	0,86	0,97	119,8
на 1 га, чел.-час.	15,78	15,91	17,96	113,8
Производственная себестоимость 1 ц, руб.	243,43	331,89	395,92	162,6
Полная себестоимость 1 ц, руб.	235,48	342,60	430,45	182,8
Прибыль на 1 ц, руб.	44,25	62,69	209,57	в 4,7 р.

Уровень рентабельности производства зерна, %	18,8	18,3	48,7	+ 29,9 п.п.
Уровень рентабельности продаж зерна, %	15,8	15,5	32,7	+ 16,9 п.п.

Анализ маркетинговой деятельности на предприятии показал следующее. В ООО «Новая жизнь» маркетинг как научно обоснованная деятельность отсутствует. Хозяйство по-прежнему основное внимание уделяет проблемам производства. Сбытом продукции на предприятии занимается директор. Все первичные документы на реализацию продукции оформляет экономист хозяйства.

Маркетинговая деятельность на предприятии имеет следующие недостатки в организации:

- на первом плане находятся потребности предприятия, производится и продается та продукция, которую проще выпускать при имеющихся ресурсах;
- в ценовой политике за основу берутся рыночные цены без учета собственных издержек на производство и реализацию сельскохозяйственной продукции;
- сфера реализации организационно и функционально не развита;
- новые сегменты и ниши рынка открываются с учетом возможностей производственно-сбытовой деятельности;
- не организован поиск более выгодных каналов (рынков) сбыта;
- не уделяется должного внимания качеству зерновой продукции, а, следовательно, ее конкурентоспособности;
- не осуществляется рекламная и другая деятельность, направленная на продвижение продукции на рынок.

Для устранения выявленных недостатков необходимо разработать мероприятия по совершенствованию маркетинга на предприятии, в частности ввести в ООО «Новая жизнь» должность маркетолога, основная задача которого будут состоять в прогнозировании сбыта, исходя из потребностей рынка.

Работая в рыночных условиях, предприятию недостаточно произвести продукцию, ее нужно реализовать как можно эффективнее. В связи с этим ООО «Новая жизнь» необходимо предпринять конкретные мероприятия, направленные на совершенствование управления сбытом.

С целью повышения эффективности реализации зерна на предприятии была разработана математическая модель, целью которой являлось увеличение прибыли от реализации зерна. Исходя из производственных ресурсов, решалась задача нахождения оптимальной структуры посевных площадей зерновых культур.

В результате вычислений была получена оптимальная структура посевных площадей зерновых культур. Итоговая площадь зерновых культур по модели остается на фактическом уровне. Оптимальная структура посевных площадей позволит выполнить план реализации зерна. Рассмотрим финансовый результат от оптимизации структуры посевных площадей (таблица 2).

Таблица 2. Изменение эффективности производства и реализации зерна за счет совершенствования структуры посевной площади зерновых культур

Показатели	Факт	План	Отклонение, +, -
Валовой сбор зерна, ц	32906	35799	+ 2893
Объем реализации зерна, ц	14148	17041	+ 2893
Затраты живого труда, тыс. чел.-час.	32	29	- 3
в т.ч. на 1 ц зерна, чел.-час	0,97	0,81	- 0,16
Выручка от продажи зерна, тыс. руб.	9055	10907	+ 1852
Полная себестоимость зерна, тыс. руб.	6090	7083	+ 993
Прибыль от реализации зерна, тыс. руб.	2965	3824	+ 859
Уровень рентабельности производства зерна, %	48,7	54,0	+ 5,3 п.п.

В результате решения задачи уровень рентабельности производства зерна при оптимизации структуры посевных площадей сельскохозяйственных культур увеличится на 5,3 пункта за счет увеличения денежной выручки на 1852 тыс. руб. или на 20,5 % и меньшего повышения себестоимости (всего на 16,3 или 993 тыс. руб.). В результате этого оптимальная прибыль возрастет на 859 тыс. руб. или 29,0 %.

Оптимизация структуры посевной площади зерновых культур дает эффект в сумме 859 тыс. руб. Таким образом, предложенные резервы будут способствовать повышению эффективности отрасли и предприятия в целом.

Литература:

1. Алтухов А. И. Зерновое хозяйство и продовольственная безопасность России. // АПК: экономика и управление. – 2009. - №1, с.3 – 13.
2. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности АПК. М.: Новое издание, 2008. – 356 с.
3. Экономика сельского хозяйства. / И.А. Минаков, Н.П. Касторнов, Р.А. Смыков и др., Под ред. И.А. Минакова. – М.: КолосС, 2005. – 400 с.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА

*Д.З. Ибрагимова, студентка 4 курса экономического факультета
Научный руководитель - доцент Яшина М.Л.*

В настоящее время российская финансово-банковская система проходит испытание на прочность. В условиях мирового финансового кризиса, обострения кризиса ликвидности и снижения уровня доверия к контрагентам происходит накопление кредитных рисков.

Купирование данной ситуации стало возможным благодаря своевременным действиям Банка России, который, опираясь на новые законодательные возможности, использовал широкий арсенал средств для поддержания уровня ликвидности на достаточном уровне[1].