

ПЕРСПЕКТИВЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА В АГРОФОРМИРОВАНИЯХ КАЗАХСТАНА

Процесс разгосударствления собственности в агропромышленном комплексе, требует новых методических подходов к планированию, прогнозированию и ориентированию аграрного производства, включающих: разработку прогноза развития сельского хозяйства и других отраслей АПК, в котором должны быть приведены конъюнктура рынка сельскохозяйственной продукции и материально-технических ресурсов, возможный уровень цен и показатели эффективности производства (производительность труда и т.д.), рекомендации хозяйствам и предприятиям АПК по целесообразным изменениям в структуре и объемах производства, рациональному уровню затрат, обеспечивающему оптимальную эффективность (прибыль).

При подготовке бизнес-плана необходимо владеть информацией о возможных конкурентах по производству продукции, ее качеству, примерных ценах и условиях продаж.

Для отечественного предпринимателя при планировании его деятельности крайне сложно найти достоверные данные по исследованию рынка из-за их закрытости, в то время, как зарубежные предприниматели могут получить необходимые данные в отраслевых и торговых ассоциациях, широко распространенных во всем мире. В нашей стране этом вопросе делаются лишь первые шаги. Стоит сказать особо и о проблемах коммерческого ценообразования.

Постановка задач ценообразования - это попытка руководителя предприятия ответить на вопрос, чего желательно добиться с помощью политики цен на продукцию?

Если поставленная цель - увеличение объема продаж, завоевание репутации и привлечение наибольшего числа покупателей, то в этом случае может оказаться полезной политика ценового проникновения, предполагающая установление первоначально пониженных цен на продукцию.

Может быть и совсем иная первоочередная коммерческая цель - получение скорейшей наибольшей прибыли. Такая потребность зачастую вызывается необходимостью быстро вернуть заимствованные средства или выплатить увеличенные дивиденды. В этом случае можно устанавливать цены с высокой долей прибыли в них, если состояние рынка и качество продукции позволяют надеяться на ее сбыт даже при такой цене,

В бизнес-плане необходимо обосновать причины выбора коммерческой стратегии и показать, чем этот вариант выгоден для предприятия и будущих партнеров.

Выбор варианта коммерческой стратегии прямо зависит от затрат на производство продукции, ведь именно эти издержки определяют ту минимальную цену, на которую можно согласиться, столкнувшись с конкуренцией или затовариванием.

В анализе себестоимости предусматривается деление ее на две части: условно-постоянные и условно-переменные затраты.

Условно-постоянные затраты - которые практически (в определенном диапазоне) не зависят от изменения количества выпущенной продукции. К ним относятся, например, арендная плата, выплаты в погашение ранее полученных ссуд, а также всевозможные административные и иные накладные расходы.

Условно-переменные затраты, напротив, изменяются прямо пропорционально объемам выпускаемой продукции. К ним относятся затраты на материалы, энергию, заработную плату, влияющие на формирование прибыли.

Такое деление имеет большое значение для обоснования выбранной коммерческой стратегии и обоснования ее для бизнес плана, что на практике не осуществляется. Способы решения этой задачи рассмотрим на примере РГП «Каменский». Предположим, что условно-постоянные расходы, связанные с реализацией молока, составляют 120 млн. тенге. Условно-переменные затраты на производство единицы продукции будут равны 23640 тенге. Отталкиваясь от этих двух чисел, можно ответить на вопрос: сколько необходимо произвести продукции, чтобы возместить, наряду с условно - переменными, всю сумму условно-постоянных затрат?

Ответ будет зависеть от того, по какой цене будет реализовываться продукция. Но еще не принято окончательное решение о цене, а потому следует проверить различные варианты цен и рассмотреть, их результаты. Данные такого вариантного анализа приведены в таблице 1.

Таблица 1.

Анализ влияния различных вариантов цен на покрытие затрат при производстве молока в РГП «КАМЕНСКИЙ»

Цена 1 тонны, тенге	Сумма на покрытие условно-переменных затрат, тенге	Сумма на покрытие условно-постоянных затрат, тенге (гр1-гр2)	Количество продукции, необходимое для возмещения всей суммы условно-постоянных затрат т (120 млн. тг гр.3)
40500	35460	5040	535,5
42000	35460	6540	412,5
43500	35460	8040	336
45000	35460	9540	283,5
<i>Примечание: Рассчитано автором</i>			

Из таблицы видно, что объем выпуска продукции, необходимый для достижения безубыточности при цене продукции 40500 тенге, составляет 535,5 т, а при повышении цены до 45000 тенге сокращается до 283,5 т. Казалось бы решение об установлении цены в 45000 тенге напрашивается само собой. Но необходимо учесть еще состояние рынка (потребность в данном виде продукции и ее предложение)

Выбор наиболее разумного решения о цене продукции и объемах выпуска, представлен в таблице 2.

При существующем уровне затрат и рыночной ситуации наиболее разумной будет коммерческая стратегия, предполагающая реализацию молока по цене 42000 тенге за 1т. В этом случае удастся добиться наибольших объемов продукции, продажа которой позволит получить прибыль, а не только обеспечить возмещение условно-постоянных и условно-переменных затрат.

Если же на рынке имеются конкуренты, то необходимо перейти к следующему этапу - проведению анализа цен и продукции конкурентов.

Изучение продукции и цен конкурентов преследует вполне конкретную цель – определить так называемую цену безразличия, то есть цену, при которой покупателю будет безразлично, чью продукцию покупать.

Таблица 2.

**Анализ влияния различных вариантов цен на достижение
безубыточности производства**

Цена 1 тонны, тенге	Возможный сбыт согласно прогнозам на основании заключенных договоров, товаров, т.	Количество продукции, при котором достигается безубыточность т.	Количество продукции, которая будет приносить прибыль 1. (гр.2 -гр.3)
40500	70,5	535,5	Убытки
42000	1012,5	412,5	600
43500	36	336	Убытки
45000	487,5	283,5	204

Примечание: Рассчитано автором