

INCREASE OF ECONOMIC EFFICIENCY OF AGRARIAN PRODUCTION AS FACTOR OF THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE SOCIAL SPHERE OF RURAL TERRITORIES

Beloborodova V.S., Stovba E.V.

Key words: *economic efficiency, agrarian production, social sphere, rural territories*

In article locates that increase of economic efficiency of agricultural production is a key factor of a sustainable development of the social sphere and social infrastructure of rural municipalities.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЯИЧНОЙ ПРОДУКЦИИ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

*Бирюков Р.С., Гаврилов И.И., студенты 3 курса
экономического факультета
Научный руководитель – Репичев А.И., кандидат
экономических наук, доцент
ФГБОУ ВПО Орловский государственный аграрный университет.*

Ключевые слова: *исследования, потребители, динамика, потребительское поведение, яичная продукция, Орловская область.*

Работа посвящена изучению рынка яичной продукции, а также перспективам развития данной отрасли в Орловской области. Проведен анализ потребительского поведения и потребительских предпочтений на данную продукцию сельского хозяйства.

Яичная продукция - одна из наиболее распространенных отраслей животноводства. Ведь в яйце содержатся многие необходимые человеку микроэлементы и витамины. В Орловской области наблюдается резкое

снижение производства и соответственно реализации этой продукции. Данную тенденцию можно рассмотреть на рисунке.

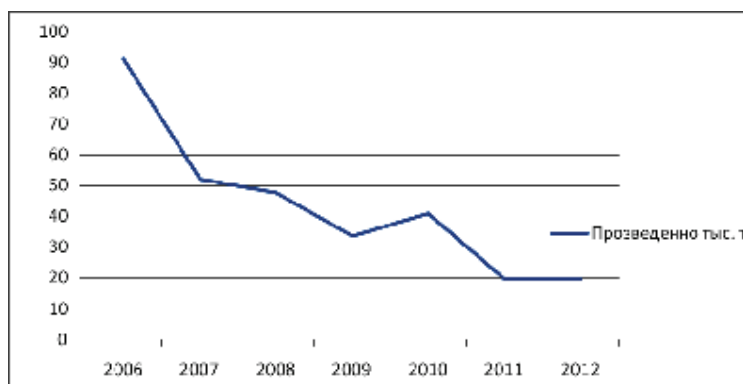


Рисунок 1 - Производство яичной продукции в Орловской области в период 2006-2012 гг.

Как мы видим, за период 2006-2012 гг., произошло значительное снижение объемов производства. Одним из факторов снижения производства продукции стала активная критика СМИ о содержании в яйце большого количества холестерина.

По данным всемирной организации здравоохранения в среднем на потребителя в год должно приходиться около 260 штук яиц. Данные Орловской области по потреблению яиц в год на потребителя в 2011 году составили 198 шт., а в 2012 произошло незначительное сокращение потребление на 7 шт. в год.

Главной целью функционирования рынка яичной продукции, как и любого другого рынка, является удовлетворение платежеспособного спроса на яйца по их количеству, ассортименту и качеству.

Доля расходов на покупку продуктов питания в потребительских расходах за 2012 год составляет 27,6%, из них доля яичной продукции всего 0,3% и с каждым годом процент падает.

В Орловской области большую долю рынка яичной продукции занимают хозяйства населения они буквально перекрыли путь сельскохозяйственным организациям в обеспечении населения продукцией, на данный момент потребители сами могут обеспечить себя данной продукцией об этом и свидетельствуют данные производства яйца (млн. штук) в хозяйствах населения [1].

Таблица 1 - Производство яичной продукции млн.штук в хозяйствах населения в период 2006-2012 г.

Годы	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
млн.шт.	175,5	168,5	153,8	150,8	145,8	149,8	143,0

В качестве направления развития данной отрасли можно предложить товаропроизводителям пропагандировать свою продукцию.

На данный момент перспективы развития яичной продукции в Орловской области очень туманны. Потребление с каждым годом значительно падает, это и влечет за собой сокращение производства продукции. Варианты развития состоят в смене рынка сбыта продукции и выходе на межрегиональный уровень [2].

Библиографический список:

1. Потребление продуктов питания в домашних хозяйствах орловской области. Статистический бюллетень. - Орел, 2013.
2. Евгеньева В.С., Лапшина Г.В Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы // В сборнике: В мире научных открытий материалы II Всероссийской студенческой научной конференции.- 2013. С. 110-112.

FUTURE OUTLOOK EGG PRODUCTS OREL

Biryukov R.S., Gavrilov I.I., Repichev A.I.

Keywords: research, consumers, dynamics, consumer behavior, egg products, Oryol region.

This paper studies the market of egg products, as well as the prospects of development of this industry in the Oryol region. The analysis of consumer behavior and consumer preferences for these products in agriculture.