

тексту [12]. Следовательно, дискурс-анализ оказывается подходящим инструментом исследования доверия, формирование которого, с нашей точки зрения, является одной из задач маркетинговых коммуникаций организации.

Резюмируя вышеизложенное, мы отмечаем, что при изучении какого бы ни было дискурса междисциплинарная область знания осуществляться может с различных позиций, но всех исследователей дискурса объединяет интерес к процессу коммуникации, то есть совместной деятельности людей, которые пытаются выразить свои чувства, обменяться идеями, информацией, опытом или повлиять друг на друга. Теория и практика дискурса тесно соприкасаются с такими дисциплинами, как дипломатия, риторика, деловая коммуникация, социальная работа, имиджелогия, коучинг, шоу-политика, медиа-релейшнз, маркетинг, PR и др.

По нашему мнению, сегодня назрела необходимость взглянуть на дискурс как элемент маркетинговых коммуникаций, связанный с самим процессом коммуникации и установлением такого режима общения, в ходе которого между всеми его участниками достигается состояние доверия, понимания, согласия, солидарности, что, несомненно, скажется на росте лояльности и приверженности к предлагаемому товару.

Библиографический список

1. Майенова М.Р. Теория текста и традиционные проблемы поэтики // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1978. – Вып. VIII. – С. 425. – С. 154.
2. Богин Г.И. Филологическая герменевтика: учебное пособие. – Калинин: Калининский гос. университет, 1982. – С. 20.

3. Чернявская В.Е. Дискурс как объект лингвистических исследований. Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса. – С.Пб., 2001. – С. 14,16.

4. Филлипс Л., Йоргенсен М. Дискурс-анализ. Теория и метод / пер. с англ. – Харьков: Изд-во Гуманитарный Центр, 2004. – 336 с.

5. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. – СПб., 2000.

6. Teun van Dijk Discursive analyzes of news / A Handbook of qualitative methodologies for mass media research/Edited by K.Bruhn Jensen. – 1999. – P. 32.

7. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – С. 90.

8. abuss.narod.ru/Biblio/stepanov.htm - Ю.С. Степанов. Альтернативный мир. Дискурс. Факт и принцип причинности. (Язык и наука конца XX века: сб. статей. – М.: РГГУ, 1995. – 432 с.

9. Сирико Р. Моральные основы рыночной деятельности // Христианские основы экономической деятельности. – М., 2001. – С. 44.

10. Koslowski P., Markt und Demokratie als Diskurse. Grenzen diskursiver gesellschaftlicher Koordination. // Koslowski P. (Hrsg.), Individuelle Freiheit und demokratische Entscheidung. Tьbingen, 1989. – С. 48.

11. Ulrich P. Transformation der ьkonomischen Vernunft: Fortschrittsperspektiven der modernen Industriegesellschaft. Stuttgart, 1993.

12. Марина Волохонская. Дискурс-анализ как метод исследования доверия в Интернет-коммуникации. <http://internalia.ru/stati/marina-volochonskaya-diskurs-analiz-kak-metod-issledovaniya-doveriya-v-internet-kommunikatsii>.



УДК 636.52/.58 (571.56)

Е.Я. Федорова

РЕГИОНАЛЬНЫЙ РЫНОК ПРОДУКЦИИ ПТИЦЕВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ САХА (ЯКУТИЯ)

Ключевые слова: Республика Саха (Якутия), рынок птицеводческой продукции, спрос, производство яиц, потребление яиц.

Введение

Рынок продукции птицеводства представляет собой совокупность социально-экономических отношений в сфере произ-

водства, переработки и распределения, основанных на взаимодействии спроса и предложения.

Птицеводство играет существенную роль в обеспечении населения страны диетическими продуктами питания и формировании системы продовольственной безопасности [1]. Продукция этой отрасли отличается не только высокими потребительскими свойствами, но и большой доступностью в сравнении с другими продуктами животного происхождения.

По состоянию на 2010 г. в Республике Саха (Якутия) поголовье птиц в хозяйствах всех категорий насчитывалось 844,5 тыс. гол., где 79% птиц от общего поголовья сосредоточено на птицефабриках, 13% – в подсобных хозяйствах, 7% – у населения, 1% – в крестьянских хозяйствах (рис. 1).

Согласно статистической информации, производство яиц и яйцепродуктов в хозяйствах всех категорий на душу населения в Республике Саха (Якутия) в 2009 г. составило 124 млн шт., фактическое потребление – 206 шт. Отсюда следует, что доля производства местной продукции на душу населения – 60,2% (табл. 1).

Основные результаты исследования

Основное производство продукции птицеводства в Республике Саха (Якутия) сосредоточено на птицефабриках яичного и мясного направления: ОАО «Якутская птицефабрика» (г. Якутск), ОАО «Нерюнгринская птицефабрика» (г. Нерюнгри), ОАО «Нюрбинская птицефабрика» (г. Нюрба) (табл. 2).

В целом, производство яиц вышеперечисленных птицефабрик на 2009 г. увеличилось на 68% в сравнении с 2004 г. Так, если в 2004 г. валовое производство составляло всего 57361 тыс. шт., то в 2009 г. – 96427 тыс. шт.

Наибольшее увеличение производства яиц в исследуемом периоде произошло на птицефабрике г. Нерюнгри. Увеличению продуктивности и улучшению качества яиц способствовали бесперебойный завоз концентрированных комбикормов, модернизация оборудования, соблюдение ветеринарно-санитарных мероприятий, своевременное обновление поголовья птицы.

Нерюнгринская птицефабрика на сегодня одно из лучших в экономическом плане предприятий не только района, но и всей республики. Это самое успешное и рентабельное в регионе предприятие сельского хозяйства.

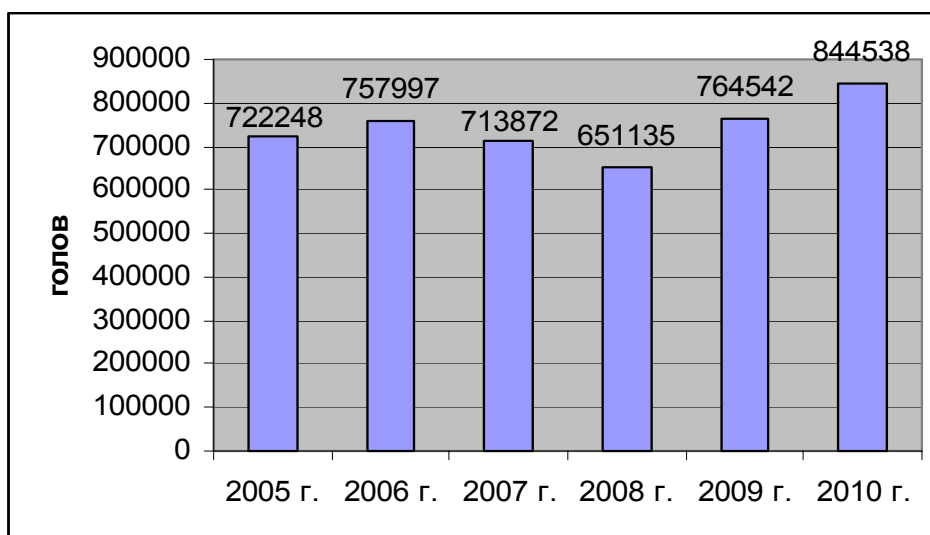


Рис. 1. Поголовье птицы в хозяйствах всех категорий

Таблица 1
Производство и потребление мяса птицы и яиц в хозяйствах всех категорий

Показатель	На душу населения					
	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.
Яйца и яйцепродукты, млн шт.:						
Производство	95,1	116,4	134,4	118,1	121,1	124
Потребление	170	187	205	192	204	206
Доля производства, %	55,9	62,2	65,6	61,5	59,4	60,2

Валовое производство яиц птицефабрики г. Якутска имеет устойчивую тенденцию стабильного производства, несмотря на ряд объективных факторов, которые влияют на их производство – это удорожание кормов, электроэнергии, горюче-смазочных материалов и т.д.

ОАО «Якутская птицефабрика» выпускает свежую, экологически чистую и полезную продукцию фирменных знаков: яйцо «Деревенское», обладающее повышенной пищевой ценностью с высоким содержанием каротиноидов и витаминов Е; яйцо «Йодированное», способствующее успешному восполнению недостатка йода; яйцо «Здоровье», обогащенное селеном.

Однако данная птицефабрика покрывает потребности города и пригородов в яичных продуктах всего на 54%. В г. Якутске, включая пригороды, проживает около 285 тыс. чел. В соответствии с набором продуктов питания в расчетах прожиточного минимума применительно к Республике Саха (Якутия) рациональная норма потребления на душу населения в год составляет 291 шт. яиц. Следовательно, потребность в яйцах по г. Якутску составляет около 83 тыс. шт.

ОАО «Птицефабрика Нюрбинская» является единственной птицеводческой организацией в Вилуйской группе улусов – Нюрбинском, Сунтарском, Вилуйском и Верхневилуйском, в котором производство яиц в 2009 г. составляет 9400 тыс. шт., что на 71% больше, чем за 2004 г. Существует сезонность производства яиц: с ян-

варя по апрель низкие объемы, с мая по декабрь – высокие. Сезонность связана с отсутствием полного технологического цикла на птицефабрике.

Таким образом, в республике рынок по производству яиц претерпевает значительные перемены и активно развивается. В перспективе за счет увеличения продукции местного производства и ценовой политики объемы поставок завозной продукции будут уменьшаться.

По данным Управления Россельхознадзора Республики Саха (Якутия) в 2005 г. в данный регион ввезено 32191 тыс. шт. яиц (табл. 3). Наибольшее количество ввозимой продукции наблюдается в 2007 г. – 67131 тыс. шт. Ежегодное увеличение идет на спад с 2008 г. и в 2010 г. составляло 32984 тыс. шт. яиц. Основными представителями поставок яиц в республику на сегодняшний день являются Белореченская и Новосибирская птицефабрики. Данные птицефабрики проводят определенную работу по завоеванию рынка столицы и близлежащих улусов, которая заключается в применении различных финансовых механизмов:

- установление демпинговых цен для вытеснения основного местного производителя;
- оптовым скупщикам яиц предоставляют отсрочку платежа за продаваемую продукцию;
- организуют работу бартером;
- проводят последовательную работу для удержания постоянных клиентов.

Таблица 2

Производство яиц местными птицефабриками, тыс. шт.

Предприятие	Целевой регион в РС (Я)	Годы						2009 г. в % к 2004 г.
		2004	2005	2006	2007	2008	2009	
ОАО «Якутская птицефабрика»	г. Якутск, прилегающие районы	35558	41608	44600	39763	40341	44800	126
ОАО «Нерюнгринская птицефабрика»	г. Нерюнгри, Алданский район, г. Якутск	16302	28596	41444	39249	40750	42227	259
ОАО «Птицефабрика Нюрбинская»	Сунтарский, Нюрбинский, Вилуйский, Верхневилуйский улусы	5501	7790	10023	9006	9220	9400	171
Всего		57361	77994	96067	88018	90311	96427	168

Таблица 3

Ввоз яиц в Республику Саха (Якутия)

Показатель	Ед. изм.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Яйцо	тыс. шт.	32 191	54 807	67 131	63 651	43 039	32 984

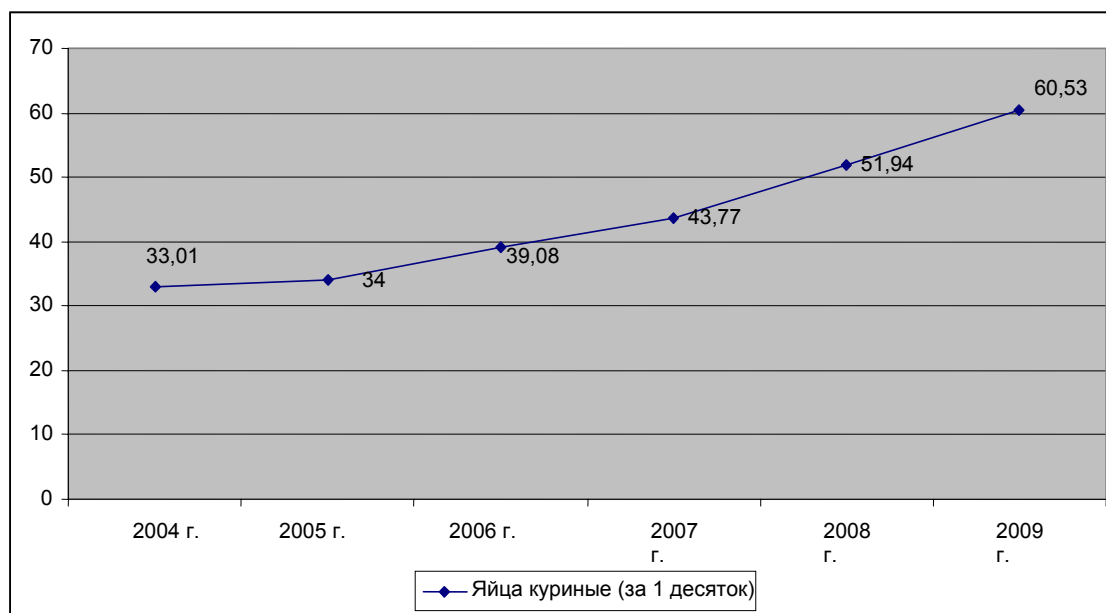


Рис. 2. Средние потребительские цены на продукцию птицеводства по РС (Я), руб.

Таблица 4

Оптовые цены на продукцию птицеводства в 2010 г., руб.

Наименование продукции	ОАО «Якутская птицефабрика»	ОАО «Нерюнгринская птицефабрика»	ОАО «Птицефабрика Нюрбинская»	Привозная продукция
Яичная продукция за 1 десяток				
Отборное яйцо	50	47	-	46
1-й категории	48	45	-	44
2-й категории	46	43	46	40
«Деревенское», «Йодированное», «Здоровье»	53	-	-	-
Перепелиное: 1 упаковка (20 шт.)	-	35	-	-

Привозное яйцо имеет не всегда свежие сроки хранения, это, прежде всего, связано с удаленностью производителей до г. Якутска и близлежащих улусов. Она доставляется до г. Нерюнгри железной дорогой и дальше автомобильным транспортом до г. Якутска.

Пользуясь ненадлежащим контролем и отсутствием штампа по датам выпуска яиц, могут завозиться просроченные яйца и реализовываться по демпинговым ценам, тогда как по ГОСТу Р 52121-2003 срок хранения яйца 90 дней при условии хранения в холодильных установках, с соблюдением температурного режима от -2⁰С и при влажности 85-90%. Эти условия нарушаются изначально оптовыми поставками, не всегда яйцо доставляется в республику в рефрижераторных вагонах и автомобилях из-за дороговизны. В связи с этим местные птицефабрики имеют свои плюсы.

Однако, игнорируя качество, категория потребителей – пенсионеры, малообеспе-

ченные семьи и зачастую средний класс, а также розничные магазины предпочитают отдавать дешевой продукции.

Общая картина цен, представленная на рисунке 2, в среднем завышена, в связи с высокими ценами в северной группе улусов (транспортные расходы, цены на топливо и пр.). В данной группе улусов средняя цена за десяток яиц составляет 140 руб. В целом, по республике средние цены в 2009 г. составляют 60,53 руб. за 1 десяток.

Проведенный анализ оптовых цен продукции птицеводства в осенне-зимний период предыдущего года показал, что цены на привозную продукцию значительно дешевле местной. Так, цена на завозимые к нам яйца дешевле на 3-6 руб. за десяток (табл. 4).

Выводы

Основной задачей птицепродуктового рынка является создание условий для максимального продвижения этой продукции. Продукция птицеводства входит в еже-

дневный рацион питания населения, поэтому нужно заботиться о создании условий для ее поставки в розничную сеть, причем с соблюдением качества, безопасности и ассортимента по доступным ценам [2]. Необходимо насыщать потребительский рынок местной продукцией птицеводства, так как птицефабрики Якутии выпускают свежую, экологически чистую и полезную продукцию.

В заключение необходимо отметить, поскольку вся территория республики относится к экстремальным районам Крайнего Севера, а жители испытывают нехватку микроэлементов, таких как йод, селен и т.д., необходимо увеличение выпуска продукции с полезными для здоро-

вья населения свойствами Якутской птицефабрики.

Библиографический список

1. Соловьева Т., Жиляков Д. Стратегический анализ состояния птицеводства яичного направления // АПК: экономика, управление. – 2009. – № 5. – С. 62-68.
2. Кислов Н.А. Развитие маркетинга на рынке продукции птицеводства (на материалах Брянской области): автореф. дис. ... канд. экон. наук. – М., 2005. – 26 с.
3. Сельское хозяйство Республики Саха (Якутия): статистический сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Саха (Якутия). – Якутск, 2010. – 157 с.



УДК 631.145:65.012.8

**Т.В. Елисеева,
С.А. Шелковников,
Г.В. Исаева**

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ САМООБЕСПЕЧЕННОСТИ РЕГИОНА ОСНОВНЫМИ ВИДАМИ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ

Ключевые слова: прогноз, спрос, предложение, рынок, продовольствие, Сибирь, площадь, урожайность, тренд, картофель.

Введение

Гарантированный объем предложения на рынке продовольствия – основная задача обеспечения продовольственной безопасности страны. Особую значимость приобретает эта проблема в связи с возможностью вступления России в ВТО. По данным за 2009 г. по Новосибирской области, соотношение фактического уровня потребления и рекомендуемых пищевых рационов питания составляет по молоку и молокопродуктам – 21,9%; яйцу – 35,9; картофелю – 78,6; овощам и бахчевым – 63,3% [1].

Глобализация производства, экономическая экспансия со стороны многих государств, финансово-экономический кризис определяют дальнейшее развитие продовольственного рынка России. Кроме того, низкий уровень аграрного производства, разрушение заготовительно-распределительной системы снизили уровень предложения экономически доступного продовольствия [2].

Несмотря на ограниченность предложения, спрос на продукты питания в рыночных условиях дифференцируется в зависимости от уровня доходов, расходов домохозяйств, от эволюции потребностей и развития рынков инновационных продуктов [3].

Цель исследований – определить уровень самообеспеченности населения ре-