

делений: методическое пособие / ВНИИЭСХ, Институт экономики АН СССР. – М., 1963. – 72 с.

4. Экономические модели в землеустройстве: учеб.-практ. пособие / С.Н. Волков. – М.: МСХиПРФ, 2001. – 283 с.

5. Волков С.Н. Землеустройство. Т. 4. Экономико-математические методы и модели: учебник. – М.: Колос, 2001. – 696 с.

6. Мерецкий В.А. Организация землеустроительных и кадастровых работ: учеб. пособие. – Барнаул: Колмогоров И.А., 2013. – 232 с.

7. Волков С.Н., Красницкий В.С. Установление размера землевладения и структуры производства крестьянского хозяйства с использованием экономико-математических методов и ПЭВМ // Организация территории сельскохозяйственных предприятий в условиях многообразия форм владения и пользования землей: научные труды ГУЗ. – М., 1993. – С. 14-30.

#### References

1. Rekomendatsii po primeneniyu ekonomiko-matematicheskogo modelirovaniya i modeli v zemleustroistve. Вып. 4. Metodika po ekonomiko-matematicheskomu modelirovaniyu vnutrikhozyaistvennogo zemleustroistva / sost. M.V. Andriishvili, S.N. Volkov, L.S. Tverdovskaya i dr. – М.: GIZR, 1981.

2. Pykhtin I.G., Gostev A.V., Pykhtin A.I. Sovershenstvovanie sistem zemledeliya i agrotekhnologii v sovremennykh usloviyakh vedeniya sel'skogo khozyaistva // Dostizheniya nauki i tekhniki APK. – 2014. – № 4. – S. 79-83.

3. Ustanovlenie optimal'nogo razmera sovkhoza i ego vnutrikhozyaistvennykh podrazdelenii: metodicheskoe posobie – VNIIESKh, Institut ekonomiki AN SSSR. – М., 1963. – 72 с.

4. Ekonomicheskie modeli v zemleustroistve: ucheb.-prakt. posobie / S.N. Volkov. – М.: MSKHiPRF, 2001. – 283 с.

5. Volkov S.N. Zemleustroistvo. T. 4. Ekonomiko-matematicheskie metody i modeli: uchebник. – М.: Kolos, 2001. – 696 с.

6. Meretskii V.A. Organizatsiya zemleustroitel'nykh i kadastryvykh rabot: ucheb. posobie. – Barnaul: Kolmogorov I.A., 2013. – 232 с.

7. Volkov S.N., Krasnitskii V.S. Ustanovlenie razmera zemlevladieniya i struktury proizvodstva krest'yanskogo khozyaistva s ispol'zovaniem ekonomiko-matematicheskikh metodov i PEVM // Organizatsiya territorii sel'skokhozyaistvennykh predpriyatii v usloviyakh mnogoobraziya form vladieniya i pol'zovaniya zemlei. Nauchnye trudy GUZ. – М., 1993. – С. 14-30.



УДК 637.3:339.137.2:338.33

Н.М. Сурай, А.А. Майоров, И.В. Ковалева  
N.M. Suray, A.A. Mayorov, I.V. Kovaleva

## НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ АССОРТИМЕНТА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ СЫРОВ И СЫРНЫХ ПРОДУКТОВ

## THE DIRECTIONS OF PRODUCT RANGE DEVELOPMENT OF DOMESTIC CHEESES AND CHEESE PRODUCTS

**Ключевые слова:** ассортимент, рынок, маркетинговое исследование, сыр, потребитель, продовольственная безопасность.

Формирование ассортимента сыров, предлагаемых потребителю, складывается под влиянием целого ряда факторов. К ним следует отнести уровень благосостояния, культуру потребления, национальные предпочтения, достижения в области технологии производства и его упаковки и т.д. Исходя из результатов приведенного исследования, авторами сделан вывод о том, что в ассортименте сыров, представленных в торговле российскому потребителю, преобладают полутвердые сыры («Российский», «Костромской» и др.). Их доля составляет более 65%. Доля сыров с

термомеханической обработкой («Сулугуни», «Моцарелла» и др.) не превышает 15%. Мягкие сыры («Любительский», «Славянский» и др.) составляют около 7%, твердые («Швейцарский», «Эмментальский», «Советский») – не более 1,5%. Сырные продукты различного вида в общем объеме производства составляют 11,5%. По востребованности потребителями сыры можно разделить на три основные группы: основную («Российский», «Костромской», «Голландский», плавленые и т.п.); дополнительную («Олтермани», «Маасдам», «Ламбер», «Швейцарский») и элитную («Рокфор», «Дор Блю», «Грана Падано», «Пармезан»). По мнению специалистов торговли и производителей сыров, основными направлениями ассортиментной политики в области сыродельной продукции должны быть: сохранение традицион-

ных технологий; увеличение производства мягких сыров; создание и внедрение интенсивных технологий полутвердых и твердых сыров; организация производства сыров с комбинированным составом жировой фазы; создание технологий и развитие производства сыров с лечебно-профилактическими свойствами; развитие производства и создание конкурентоспособных технологий плавящихся сыров; улучшение показателей качества сыров; организация массовой переработки сыворотки; освоение технологий сыров, пользующихся большим спросом за рубежом и в России для решения проблемы импортозамещения.

**Keywords:** *product range, market, marketing study, cheese, consumer, reproduction, food security.*

The formation of the range of cheeses is affected by a number of factors. These factors include the standard of living, consumption culture, national preferences and the advances in cheese production technology, packaging, etc. The study results show that the range of cheeses offered to the Russian consumers is dominated by semi-hard cheeses (Rossiyskiy, Kostromskoy, etc.). Their percentage in the product range is over 65%. The percentage of cheese with thermo-mechanical processing (Suluguni,

Mozzarella, etc.) does not exceed 15%. Soft cheeses (Lyubitelskiy, Slavyanskiy, etc.) make about 7% of the product range; and hard cheeses (Swiss, Emmental and Sovetskiy) make not more than 1.5%. Various cheese products make 11.5% of the total production. All cheeses may be ranked into three large groups in terms of consumer demand: the main group (Russia, Kostroma, Dutch, processed (melted) cheese, etc.); supplementary group (Oltmanni, Maasdam, Lamber, Swiss cheese), and elite group (Roquefort, Grano Padano, and Parmesan). According to experts of the trade and cheese production, the main directions of the product range policy should be the following: maintaining traditional technologies; increasing soft cheese production; development and introduction of intensive technologies of semi-hard and hard cheese production; the production of cheeses with combined composition of the fat phase; the development of technologies and production of cheeses with health-promoting properties; the development of production and competitive technologies of processed cheeses; improvement of cheese quality; large-scale whey processing; and the implementation of the production technologies of the cheeses being in demand abroad and in Russia to solve the problem of import substitution.

**Сурай Наталья Михайловна**, к.т.н., доцент, каф. «Товароведение и маркетинг», Алтайский государственный аграрный университет. E-mail: natalya.mixajlovna.1979@mail.ru

**Майоров Александр Альбертович**, д.т.н., проф., каф. «Товароведение и маркетинг», Алтайский государственный аграрный университет. E-mail: natalya.mixajlovna.1979@mail.ru

**Ковалева Ирина Валериевна**, д.э.н., проф., зав. каф. товароведения и маркетинга, декан экономического фак-та, Алтайский государственный аграрный университет. Тел.: (3852) 62-39-49. E-mail: irakovaleva20051@rambler.ru.

**Suray Natalya Mikhaylovna**, Cand. Tech. Sci., Asst. Prof., Chair of Merchandizing and Marketing, Altai State Agricultural University. E-mail: natalya.mixajlovna.1979@mail.ru.

**Mayorov Aleksandr Albertovich**, Dr. Tech. Sci., Prof., Chair of Merchandizing and Marketing, Altai State Agricultural University. E-mail: natalya.mixajlovna.1979@mail.ru.

**Kovaleva Irina Valeriyevna**, Dr. Econ. Sci., Prof., Head, Chair of Merchandizing and Marketing, Dean, Economics Dept., Altai State Agricultural University. Ph.: (3852) 62-39-49. E-mail: irakovaleva20051@rambler.ru.

### Введение

Формирование ассортимента сыров, предлагаемых потребителю, складывается под влиянием целого ряда факторов. К ним следует отнести уровень благосостояния, культуру потребления, национальные предпочтения, достижения в области технологии производства и его упаковки и т.д.

**Цель** исследования – разработка основных направлений ассортиментной политики в области сыродельной продукции.

**Задачами** исследования являются:

- провести анализ структуры современного ассортимента сыров и сырной продукции в РФ;
- проанализировать динамику производства натуральных сыров в РФ;
- исследовать факторы, влияющие на формирование ассортимента сырной продукции;

- разработать основные направления по формированию культуры потребления сыра.

**Объектами** исследований послужила сыродельная продукция.

Исторически натуральный сыр – это продукт, позволяющий, условно говоря, консервировать молоко и использовать его в течение длительного периода времени. В связи с развитием современных холодильных технологий хранения продуктов питания этот аспект перестает быть определяющим, и на первый план выходят вкусовые характеристики сыра как молочного продукта. Как и большинство продуктов питания, сыр подразделяется на массовый и элитный. Элитный сыр производится в небольших объемах и на экономику производителей (в России) не оказывает значительного влияния. Основной объем производст-

ва сыров в России сосредоточен на сырах, традиционно выпускаемых сыродельными заводами: «Голландский», «Костромской», «Российский», «Витязь» и целый ряд сыров этих групп. Сыры с высокой температурой второго нагревания, или как их еще называют «крупные сыры», в объемах производства занимают очень небольшой сектор. И это вызвано не низкой востребованностью этих сыров потребителями и не более высокой ценой, экономическими соображениями производителей, так как длительный срок созревания крупных сыров вызывает увеличение себестоимости сыра, непропорционально росту цены на него.

### Результаты исследований

Рекомендуемая физиологическая норма потребления сыра 6,1 кг/чел. в год, в том числе натуральных – 3,66 кг/чел. Эта норма потребления обеспечена отечественным производством всего на 49,2% (т.е. около 1,8 кг/чел.). С учетом импорта физиологическая норма потребления сыра в РФ удовлетворена лишь на 91,1%. Так, потребление сыра во Франции составляет 24,1, Италии – 20,8, Республике Беларусь – 4,3 кг/чел. в год. Требование Доктрины продовольственной безопасности РФ – это продовольственная независимость, удовлетворение потребностей населения продуктами питания собственного производства не менее чем на 85% в соответствии с физиологическими нормами потребления.

К сожалению, производство натуральных сыров в России снижается (рис. 1). Это вызвано в большей степени недостатком сы-

рья для производства сыра, а также высокой сезонностью его производства.

Причинами снижения объемов производства сыров в РФ явились: увеличение доли импорта, потеря приоритетов в потреблении национальных продуктов, понижение статуса сыродельной отрасли, переориентация действующих сыродельных предприятий.

Сокращение объемов производства привело к удорожанию продукта, сделало его менее доступным для широких слоев населения. Российские производители, стремясь уменьшить себестоимость сыра, часто снижают требования к перерабатываемому молоку, упрощают технологию, сокращают сроки созревания, следствием чего является низкое качество продукта. Отечественный сыр не всегда выдерживает конкуренцию с импортными сырами [1].

В 2013 г. увеличение доли импорта полутвердых и мягких сыров возросло на 3-3,5%. Доля импорта сыров для производства плавяных возросла на 22,2%. Поставщиками сыров и сырных продуктов являлись Украина, Литва, Польша. В августе 2014 г. Россия вводит запрет на импорт на территорию РФ сыра и молочных продуктов из стран Евросоюза.

Упорядочение ассортимента сыров, совершенствование их видовой структуры в настоящее время актуально и может обеспечить выпуск сыров с большим выходом, увеличить объем валовой продукции, получить высокую рентабельность производства.

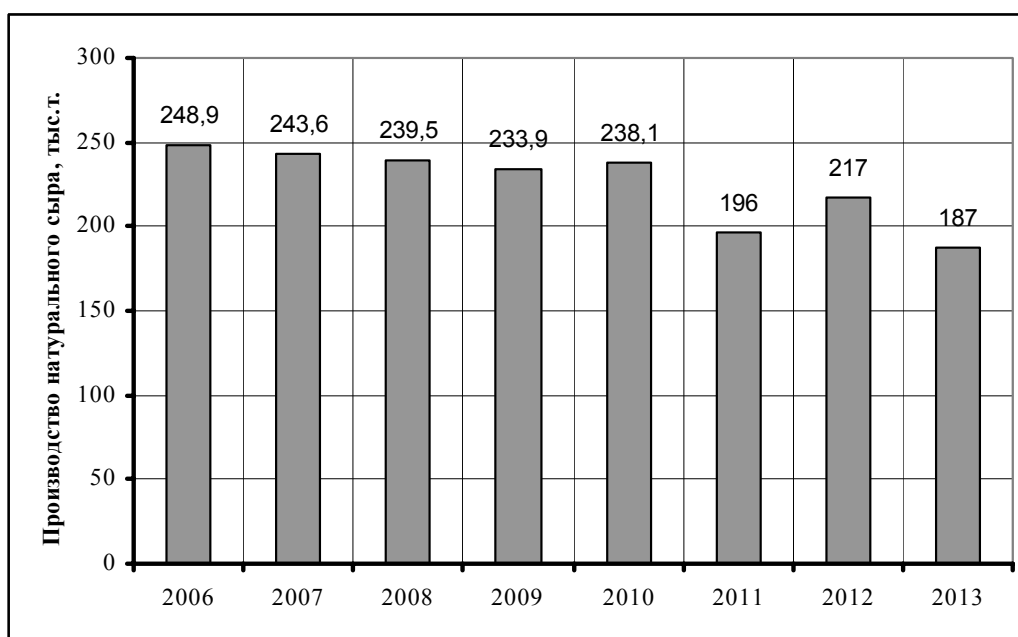


Рис. 1. Производство натуральных сыров в РФ, тыс. т (источник ИКАР по данным Росстата)

В ассортименте сыров, представленных в торговле российскому потребителю, преобладают полутвердые сыры («Российский», «Костромской» и др.). Их доля составляет более 65%. Доля сыров с термомеханической обработкой («Сулугуни», «Моцарелла» и др.) не превышает 15%. Мягкие сыры («Любительский», «Славянский» и др.) составляют около 7%, твердые («Швейцарский», «Эмментальский», «Советский») не более 1,5%. Сырные продукты различного вида в общем объеме производства составляют 11,5% [1].

По востребованности потребителями сыры можно разделить на три основные группы: основную («Российский», «Костромской», «Голландский», плавленые и т.п.); дополнительную («Олтермани», «Масдам», «Ламбер», «Швейцарский») и элитную («Рокфор», «Дор Блю», «Грана Падано», «Пармезан»).

При формировании ассортимента выпускаемых предприятием сыров следует учитывать предпочтения потребителей. По данным ИКАР, основными показателями, влияющими на выбор сыра покупателем, являются цена, дизайн упаковки, вкус, вес куска, срок годности. Уровень значимости этих критериев приведен на рисунке 2.

Как видно на рисунке 2, определяющими параметрами являются цена и дизайн упаковки. Вкус сыра занимает третье место в перечне критериев и не превышает 16%. Это говорит о невысокой культуре потребления, поскольку сыр по своей природе является продуктом, обладающим уникальными органолептическими характеристиками. Немаловажным фактором является также низкий уровень достатка у значительной части населения.

Значительная часть сыров выпускается в фасованном виде. Потребление фасованного сыра в среднем по РФ 13-20%, в крупных городах больше: в Санкт-Петербурге – 60%, Москве – 80%. В странах европейского сообщества более 80%. Фасованный сыр выпускается в трех видах: кусками, нарезкой и тертый. Их доля в общем объеме фасованных сыров, соответственно: 88, 8 и 4% [2].

Одной из задач, стоящих перед производителями сыров, является задача формирования культуры потребления. Ее решение позволит, с одной стороны, повысить интерес к этому продукту, что даст возможность увеличить объем его производства. С другой стороны, это обяжет производителей держать высокий уровень качества и расширять ассортимент сыров, заимствуя технологии у стран, имеющих свой спектр сыров.

Основные направления по формированию культуры потребления сыра [3]:

- социальная реклама о биологической полноценности и значимости сыра в питании современного человека;
- привлечение СМИ для пропаганды потребления продуктов сыроделия, информация об истории и тонкостях технологии их производства;
- введение в практику школьных завтраков натуральных сыров;
- проведение массовых мероприятий (фестивалей, смотров, конкурсов) с дегустациями сыров с разнообразными вкусовыми характеристиками и предоставление информации населению о них;
- издание популярной литературы о сырах.

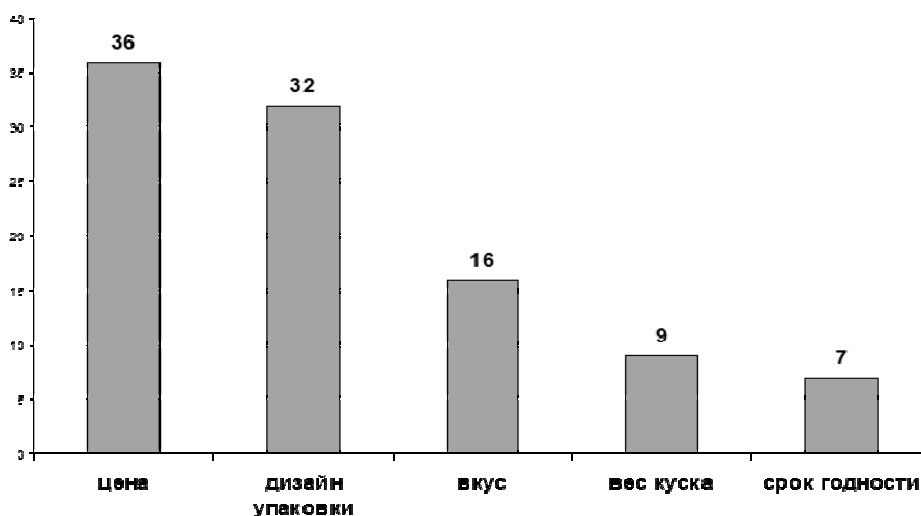


Рис. 2. Критерии выбора сыра потребителем, %

Основными проблемами сыродельной отрасли в России являются: нехватка молока-сырья и его низкое качество; морально и физически устаревшее оборудование; низкая производительность труда; недостаток квалифицированных кадров; низкая конкурентоспособность сыров по себестоимости и качеству; появление значительной доли фальсифицированной продукции.

Отдельным фактором является организация импортозамещения вследствие введенного эмбарго на ввоз молочной продукции из стран Евросоюза, США, Австралии, Канады и Норвегии. Это приводит к необходимости изыскивать резервы внутри страны, что приводит зачастую к нарушениям в технологии производства сыра, использованию некачественного сырья и низкоквалифицированной рабочей силы.

Среди всех натуральных сычужных сыров мягкие сыры занимают особое место. Их богатый вкусовой диапазон позволяет удовлетворить запросы широкого круга потребителей. Мягкие сыры отличаются высокой биологической ценностью. Их производство широко распространено во всех передовых странах сыроделия и составляет до 40% от общей выработки натуральных сыров.

Одним из перспективных направлений в покрытии дефицита сыров может явиться широкое освоение производства мягких сыров на городских молочных комбинатах. Сыры этой группы в своем большинстве не требуют созревания и, соответственно, больших оборотных средств и камер созревания и хранения.

В зависимости от способа свертывания молока при получении сгустка мягкие сыры подразделяют на сычужные (все созревающие сыры), сычужно-кислотные (сыры без созревания) и кислотные (сыры, в которых используется кислотное свертывание, без использования молокосвертывающего фермента – сыры типа «Адыгейского» и «Клинского»).

В ряде зарубежных стран рост объемов производства происходит за счет выработки сыров с короткими сроками созревания и свежих. Эта группа сыров позволяет предприятию быстро расширить ассортимент и увеличить эффективность производства.

Основной объем производства в России среди мягких сыров занимают сыры свежие, без созревания. Сыры без созревания (свежие сыры) являются скоропортящимися продуктами, поэтому их следует выраба-

тывать на заводах, которые могут реализовать продукцию в течение 5-10 дней при наличии условий хранения. Эти сыры целесообразно вырабатывать на городских молочных заводах, так как в этом случае гарантируется не только поставка потребителю свежей высококачественной продукции, но и возможность регулировать производство ее в соответствии с запросами торговли [4].

В последние годы активизировались исследования по созданию мягких сыров из восстановленного молока без созревания с различными наполнителями, производство которых можно организовать практически на любом молочном предприятии. Эта группа сыров позволяет предприятию быстро расширить ассортимент, увеличить эффективность производства, улучшить качество. При этом выход готового продукта из 1 т сырья по сравнению с твердыми сырами увеличивается на 20-25%.

Технология мягких сыров позволяет выпускать продукты повышенной биологической ценности для массового, детского, школьного, лечебно-профилактического и специального питания с учетом климатических зон, экологии, состояния здоровья и особенностей трудовой деятельности.

Вовлечение в переработку на сыр козьего молока, обезжиренного коровьего молока, пахты и сыворотки значительно увеличивает сырьевые ресурсы и позволяет получить продукты, отвечающие требованиям: минимум калорий при максимуме биологической ценности.

В нашей стране имеются все предпосылки для развития массового производства мягких сыров нового поколения с использованием сухого молока; сырья немолочного происхождения; мембранных процессов, обеспечивающих углубленную переработку сырья, ароматизаторов, обладающих антиоксидантными, радиопротекторными свойствами; пищевых обогатителей; биоулучшителей с иммуностимулирующими и иммуномодулирующими свойствами.

В настоящее время отечественная сыродельная промышленность почти забыла о мягких сычужных созревающих сырах, которые раньше пользовались у потребителей заслуженно большим спросом. Сыры вырабатывают в незначительных объемах на единичных предприятиях, таких как «Калория» (Краснодарский край), сыр «Плефир» – аналог «Камамбер» или «Бри» (Кипринское объединение, Алтайский край).

Патриархом среди всей группы мягких сыров является сыр «Рокфор», который

гурманы считают не просто продуктом, а объектом культа, традиций и наслаждения. Его вкусовые качества оценены по достоинству во всем мире. Среди впечатляющего количества представленных в ассортименте зарубежных мягких сыров на прилавках российских магазинов «Рокфор» – самый дорогой [5].

Высокая рентабельность мягких сыров является залогом того, что при правильной организации производства и сбыта удельный вес их в общем объеме натуральных сыров будет постоянно возрастать, а большой их вкусовой диапазон – радовать отечественного потребителя. Улучшение качества сыров, обеспечение их санитарно-гигиенической и микробиологической безопасности, несомненно, увеличит спрос потребителя на отечественные сыры. Это снизит ввоз импортных сыров, имеющих гораздо более высокие цены. Использование в сыроделии новых технологических процессов, автоматизация и механизация трудоемких процессов, а также упаковка сыров в яркие, красочные, удобные для потребителя материалы также приведут к увеличению спроса на сыры.

По мнению специалистов торговли и производителей сыров, основными направлениями ассортиментной политики в области сыродельной продукции должны быть:

- сохранение традиционных технологий;
- увеличение производства мягких сыров;
- создание и внедрение интенсивных технологий полутвердых и твердых сыров;
- организация производства сыров с комбинированным составом жировой фазы;
- создание технологий и развитие производства сыров с лечебно-профилактическими свойствами;
- развитие производства и создание конкурентоспособных технологий плавящихся сыров;
- улучшение показателей качества сыров;
- организация массовой переработки сыровотки;
- освоение технологий сыров, пользующихся большим спросом за рубежом и в России для решения проблемы импортозамещения.

### Заключение

За последние годы основным направлением в развитии российского рынка сыров является разработка и внедрение новых технологий в производство сыра, которые позволят увеличить ассортимент сыров, вы-

пускаемых в нашей стране, и улучшить качество [6].

По данным Института Конъюнктуры Аграрного Рынка (ИКАР), изменения в культуре потребления сыра заключались в расширении ресторанной сети с национальными кухнями, использующими сыр; популяризации кулинарных хобби, организации кулинарных сайтов, групп в соцсетях. Вступление в ВТО, снижение таможенных пошлин и увеличение импорта сыра в 2012 г. увеличили рост спроса на импортные и деликатесные сыры, что в целом привело к росту среднестатистического потребления сыра на 4% за последние 3 года.

Сыродельная отрасль России покрывает немного больше половины сложившегося объема потребления, поэтому рынок сбыта для сыров весьма широк, что позволяет с меньшими затратами заполнить образовавшуюся товарную нишу. Необходимо конкретно определиться с ассортиментом сыров, наиболее востребованными торговлей и легко реализуемой технологией применительно к каждому молокоперерабатывающему предприятию. При этом основной упор следует делать на наиболее эффективное и полное использование компонентов молока на основе современных достижений в области биотехнологий и современных технологических процессов [7].

### Библиографический список

1. Выдрина Н.В., Губер Н.Б. Тенденции развития новых технологий производства сыра // Молодой ученый. – 2014. – № 10. – С. 130-133.
2. Rebezov M.B., Naumova N.L., Lukin A.A., Alkhamova G.K., Khayrullin M.F. Food behavior of consumers (for example, Chelyabinsk) // Вопросы питания. – 2011. – № 6. – С. 23.
3. Ребезов М.Б., Лукин А.А., Хайруллин М.Ф., Наумова Н.Л., Альхамова Г.К. Изучение отношения потребителей к обогащенным продуктам питания // Пищевая промышленность. – 2011. – № 5. – С. 13-15.
4. Остроумов Л.А., Бобылин В.В. Перспективное направление в производстве сыров // Молочная промышленность. – 1996. – № 6. – С. 4-6.
5. Высоцкая О.А. Формирование системы маркетинговых коммуникаций на региональном рынке продуктов питания в парадигме территориального маркетинга (на примере сыродельной отрасли Алтайского края) // Экономика и социум. – 2014. – С. 15-18.

6. Andrews L.S., Key A.M., Martin R.L., Grodner R., Park D.L Chlorine dioxide wash of shrimp and crawfish as an alternative to aqueous chlorine // Food Microbiology. – 2002. – Vol. 19 (4). – P. 261-267.

7. Singh K. Spectrophotometric determination of iron in sugars using benzyltriethyl ammonium chloride // Int. Sugar J. – 1999. – Vol. 101 (1211). – P. 554-558.

#### References

1. Vydrina N.V., Guber N.B. Tendentsii razvitiya novykh tekhnologii proizvodstva syra // Molodoi uchenyi. – 2014. – № 10. – S. 130-133.

2. Rebezov M.B., Naumova N.L., Lukin A.A., Alkhamova G.K., Khayrullin M.F. Food behavior of consumers (for example, Chelyabinsk) // Voprosy pitaniya. – 2011. – № 6. – S. 23.

3. Rebezov M.B., Lukin A.A., Khairullin M.F., Naumova N.L., Al'khamova G.K. Izuchenie otnosheniya potrebiteli k obogash-

chennym produktam pitaniya // Pishchevaya promyshlennost'. – 2011. – № 5. – S. 13-15.

4. Ostroumov L.A., Bobylin V.V. Perspektivnoe napravlenie v proizvodstve syrov // Molochnaya promyshlennost'. – 1996. – № 6. – S. 4-6.

5. Vysotskaya O.A. Formirovanie sistemy marketingovykh kommunikatsii na regional'nom rynke produktov pitaniya v paradigme territorial'nogo marketinga (na primere syrodel'noi otrasli Altaiskogo kraja) // Ekonomika i sotsium. – 2014. – № 4 (13). – S. 15-17.

6. Andrews L.S., Key A.M., Martin R.L., Grodner R., Park D.L Chlorine dioxide wash of shrimp and crawfish as an alternative to aqueous chlorine // Food Microbiology. – 2002. – Vol. 19 (4). – P. 261-267.

7. Singh K. Spectrophotometric determination of iron in sugars using benzyltriethyl ammonium chloride // Int. Sugar J. – 1999. – Vol. 101 (1211). – P. 554-558.



УДК 631.16

О.В. Новичкова  
O.V. Novichkova

### ОСОБЕННОСТИ БАНКОВСКОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРИ ФИНАНСИРОВАНИИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

#### THE FEATURES OF BANK SUPPORT WHEN FINANCING AGRICULTURAL ENTERPRISES IN MODERN CONDITIONS

**Ключевые слова:** механизм кредитования, финансовое обеспечение, банковская поддержка, кредитные ресурсы, кредиторская задолженность, доступность кредитов, система субсидирования.

В настоящее время разработка эффективных механизмов кредитования в аграрной сфере и их доступность способствуют решению проблемы финансового обеспечения деятельности сельскохозяйственных товаропроизводителей. На территории Пензенской области активную поддержку сельскохозяйственным товаропроизводителям оказывает ОАО «Россельхозбанк». Отраслевой банк осуществляет финансирование не только крупных сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий, но также работает и с представителями малого бизнеса и вновь образованными предприятиями. Банковское финансирование построено на единой методологической основе, одним из элементов которой выступают принципы кредитования. Основные принципы кредитования находят свое отражение в различных программах кредитования, предлагаемых банком. Кредитование инвестиционных объектов по созданию сельхозпредприятий с применением инновационных технологий является одним из приоритетных направлений ОАО «Россельхозбанк». Успешная реализация таких проектов содействует повышению агропромышлен-

ного потенциала Пензенской области и способствует дальнейшему эффективному развитию экономики региона. На сегодняшний день, несмотря на постоянно увеличивающиеся объемы кредитной поддержки, финансирование сельскохозяйственных товаропроизводителей затруднено рядом объективных причин, требующих усиления поддержки со стороны банковского и государственного сектора. Применительно к условиям Пензенской области взаимодействие ОАО «Россельхозбанк» и Министерства сельского хозяйства Пензенской области в части поддержки аграрного сектора заключается в повышении доступности кредитов (сокращение количества документов, сроков рассмотрения, комплексное финансирование) при развитии системы предоставления грантов и софинансирования инновационных проектов; предоставление беззалоговых кредитов и кредитов с льготными условиями по обеспечению при предоставлении обеспечения в виде поручительства гарантийного фонда; проведении конкурсных отборов проектов на оказание государственной поддержки сельхозтоваропроизводителям при участии банка в реализации адресной государственной поддержки, в том числе по кредитваемым инвестиционным проектам; упрощение системы субсидирования и участие банка в подготовке документов для субсидирования процентных ставок по субсидируемым кредитам.