

обстоятельствами. Коммерческие банки понимают это и теряют интерес к кредитному инвестированию. Кроме того, для банков подобная ситуация ассоциируется с финансовыми рисками.

Статистически мера риска определяется вариацией определенных результативных индикаторов. Анализ тренда динамики рентабельности сельского хозяйства и его основных отраслей за 2001—2009 гг. показал, что этот показатель ежегодно существенно изменялся. Наивысшей вариативностью характеризуется рентабельность производства продукции животноводства. Коэффициент ее вариации составляет 1,1683, что свидетельствует о ежегодном отклонении от среднего значения за период почти в 1,2 раза. Очевидно, что тренд этого показателя остается непрогнозируемым.

Наиболее существенными субъективными факторами, сдерживающими развитие инвестиционного кредитования, выступают ограниченность собственных источников формирования финансовых ресурсов, а также низкий квалификационный уровень финансового менеджмента предприятий-заемщиков.

Низкий уровень управления финансами претендентов на инвестиционные кредиты имеет разные формы проявления. Это и неудовлетворительное финансово-экономическое состояние заемщика, отсутствие регулярно осуществляемых финансового анализа и планирования. Однако в большей мере в контексте инвестиционного кредитования он проявляется в аналитически-прогнозных обоснованиях целесообразности и эффективности осуществления инвестиционного проекта. Особенно это заметно на стадии прединвестиционных расчетов.

*В.С. Тонкович, канд. экон. наук, профессор
БГЭУ (Минск)*

ПРОБЛЕМЫ ОРИЕНТАЦИИ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ СЕЛЬСКИХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА ВНЕШНИЕ РЫНКИ

Современный этап развития отечественного сельскохозяйственного товарного производства в индивидуальном секторе характеризуется последовательной его ориентацией на зарубежные рынки. Такое участие в международном разделении труда позволяет шире привлекать зарубежные инвестиции, прогрессивные технологии и достижения научно-технического прогресса. И это относится не только к крупным товаропроизводителям, но и к мелкотоварным (фермерским) и личным подсобным хозяйствам сельских жителей. Все они являются полунатуральными формированиями, имеющими те или иные излишки агропромышленной продукции сверх собственных потребностей. Местные рынки не в состоянии в полной мере поглотить указанные излишки, которые в ряде случаев подвергаются порче, приходят в негодность.

Самостоятельный выход мелких товаропроизводителей на зарубежные рынки сопряжен с рядом организационно-технических сложностей в условиях территориальной разобщенности, ограниченности информации о состоянии зарубежных рынков. Государственные заготовители больше заинтересованы в насыщении местных рынков продовольствием и сельскохозяйственным сырьем, защищая отечественных товаропроизводителей. Местная кооперация не заинтересована в освоении рынков, так как подобное занятие связано с дополнительными хлопотами и расходами. Местные полунатуральные товаропроизводители осуществляют сбыт своей продукции преимущественно сельскохозяйственным и перерабатывающим организациям, территориально расположенным вблизи мест производства. В лучшем случае излишки выращенной сверх собственной потребности продукции подвергаются собственной переработке и реализации на местных рынках. Разумеется, качество, технологический уровень такой переработки оставляют желать лучшего. Участие сельских товаропроизводителей, раздробленных по мелким хозяйствам в местных рынках, является мизерным. Подобная ситуация неэффективна и требует решения, так как она не обеспечивает надлежащей заинтересованности сельских жителей в развитии мелкотоварного сельскохозяйственного производства на повсеместно имеющихся резервах производственных ресурсов (земельных и трудовых).

Прежде всего, повсеместно возникает объективная необходимость организации стройной системы агромаркетинга, занимающейся изучением и распространением (пропагандой) ситуации на ближайших зарубежных рынках продовольствия и сельскохозяйственного сырья. Службу маркетинга целесообразно создавать в районных сельскохозяйственных и кооперативных организациях. Помимо изучения рынков продукции в ближайших странах подобные службы могут оказывать посреднические услуги зарубежным фирмам и местным товаропроизводителям по заключению торговых договоров, организации товаропроизводящей сети, распространению информации в заинтересованных партнерских сторонах и т.п.

Создание маркетинговых служб может осуществляться также и в составе наиболее крупных агропромышленных организаций, финансово-агропромышленных формирований типа концернов, холдингов и др. Мелкими сельскохозяйственными организациями, включая крестьянские (фермерские) и личные подсобные хозяйства, которым не под силу содержать специальную службу маркетинга, освоение зарубежных рынков сбыта сельскохозяйственного сырья и продовольствия может обеспечиваться соответствующими межхозяйственными посредническими службами в составе местных кооперативных предприятий. Для них целесообразно создать соответствующую заинтересованность в организации и расширении внешнеэкономических связей местных товаропроизводителей сельскохозяйственного сырья и продовольствия.

Маркетинговые услуги должны повсеместно оказывать организации, перерабатывающие продукцию, производимую местными сельхоз-

производителями для промышленной переработки и реализации на зарубежных рынках. Интеграция мелкотоварного сельскохозяйственного производства с внешними рынками будет способствовать более полному использованию потенциала отечественного сельского хозяйства.

Впредь до создания специальной маркетинговой службы ее функции могут выполнять органы управления сельскохозяйственных и перерабатывающих организаций и прежде всего экономической службы.

*Л.Н. Усенко, д-р экон. наук, профессор
РГЭУ (РИНХ) (Ростов-на-Дону, Россия)*

ПЕРСПЕКТИВЫ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Определяющим фактором регионального роста, в особенности развития сельских территорий, является решение в долгосрочном периоде проблем газификации, формирования распределенной энергосистемы, оптимизации транспортных и энергетических тарифов, системы транспортных коммуникаций, связывающих сельские территории с центрами экономического развития.

Устойчивое развитие сельской территории возможно при условии создания соответствующей общеэкономической материально-технической базы инфраструктуры, удовлетворяющей потребностям производства и социальным нуждам населения. Следовательно, необходимо выявить тенденции развития различных отраслей инфраструктуры, а также степень ее соответствия потребностям и перспективам развития социально-экономических систем сельских территорий.

Инфраструктура оказывает огромное влияние на развитие всей социально-экономической системы сельских территорий:

- повышает капитализацию инвестиционного потенциала территории за счет роста дифференциальной ренты по местоположению, что способствует повышению конкурентоспособности отраслей местной экономики, работающих на общероссийский рынок или на экспорт, а это приводит к созданию новых рабочих мест, привлечению более квалифицированных кадров, обеспечивающих дополнительный прирост производительности труда;
- повышение качества жизни на сельской территории, обусловленное развитием инфраструктуры, приводит к притоку на сельские территории обеспеченных слоев населения, что является акселератором развития торговли, бытового обслуживания и других отраслей экономики;
- в результате действия вышеуказанных факторов происходит рост валового регионального продукта и доходов местных бюджетов, что обеспечивает устойчивое развитие сельских муниципальных образований в целом.