

## **ФОРМИРОВАНИЕ РЫНОЧНОГО МЕХАНИЗМА ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

П.П. Борщевский, Н.М. Скиценко, Л.В. Страшинская

В методических рекомендациях раскрываются сущность, содержание, функции, состав и структура рыночного механизма хозяйствования и особенности его формирования в пищевой промышленности агропромышленного комплекса. Значительное внимание уделяется освещению основных положений новых законодательных актов Украины, касающихся формирования рыночного механизма. Рассматриваются организационные структуры управления пищевой промышленностью Украины в переходный период к рынку, их задачи и функции, определены этапы, основные направления и пути формирования рыночных структур хозяйства.

*Ключевые слова:* рыночный механизм хозяйствования, пищевая промышленность, стратегическое прогнозирование, формы собственности, предпринимательская деятельность.

В основных направлениях экономической политики Украины, принятых Верховным Советом Украины, подчеркивается, что ускорение перехода к рыночной экономике является наиболее реальным путем преодоления экономического кризиса и главной целью деятельности правительства республики.

Мировой опыт свидетельствует, что внедрение рыночного механизма хозяйствования способствует достижению высоких темпов экономического и социального развития, эффективному использованию производительных сил, всех видов ресурсов, ускорению научно-технического прогресса, оптимизации структуры хозяйственного комплекса, повышению уровня жизни населения.

Взятый Украиной курс на создание рыночной экономики обуславливает необходимость разработки теоретико-методологических, методических и практических вопросов формирования рыночного механизма в народном хозяйстве, его межотраслевых комплексах, в отраслях и на предприятиях с учетом специфических социально-экономических, организационно-технических, технологических, экологических и других факторов. Всесторонний учет этих факторов является одним из важных условий достижения высокого уровня эффективности функционирования народного хозяйства в целом и его отдельных звеньев.

Пищевая промышленность – одна из главных отраслей народного хозяйства Украины, его стержневая приоритетная структура, от уровня и темпов развития которой в значительной мере зависит эффективность развития всего народнохозяйственного комплекса республики. В Украине на 1 января 1991 г. насчитывалось 17934 предприятия, производственные единицы и цеха пищевой промышленности, в которых было занято 720,8 тыс. работников промышленно-производственного персонала, стоимость основных промышленно-производственных фондов составила 12715,5 млн. руб., а общий объем произведенной продукции в фактических действующих ценах – 35029,7 млн. руб. В 1990 г. на долю пищевой промышленности приходилось около 3% численности работников, занятых в народном хозяйстве республики, 3,7% стоимости основных производственных фондов и около 10% стоимости валового общественного продукта республики.

Это придает особое значение изучению и обобщению опыта формирования рыночного механизма хозяйствования в пищевой промышленности с учетом ее специфических особенностей развития на современном этапе.

Изложение вопросов формирования рыночного механизма хозяйствования осуществляется в настоящей работе по следующим направлениям:

1. Сущность, функции, состав и структура рыночного механизма хозяйствования.
2. Особенности формирования рыночного механизма хозяйствования и пищевой промышленности.
3. Основные этапы, направления и пути формирования рыночного механизма хозяйствования в пищевой промышленности.

Рыночный хозяйственный механизм как экономическая категория представляет собой совокупность способов, методов и форм управления процессом развития народного хозяйства на основе широкого использования многообразия форм собственности и предпринимательства, рыночных сил спроса и предложения, конкуренции и других экономических рычагов.

Основные составные элементы рыночного хозяйственного механизма:

- 1) прогнозирование;
- 2) наличие разнообразных форм собственности и хозяйствования;
- 3) рынок (спрос и предложение) как средство общественной оценки стоимости товаров и услуг;
- 4) конкуренция производителей товаров и услуг;
- 5) налогообложение предпринимательской деятельности.

Важным составным элементом рыночного механизма хозяйствования является прогнозирование или стратегическое планирование развития предпринимательской деятельности, функцией которого есть прогнозирование вероятных тенденций, определяющих экономические цели.

Современное стратегическое прогнозирование занимает ключевые позиции в теории и практике бизнеса, оно базируется на предприимчивости большинства. Его сущность заключается в проникновении в суть условий, в рамках которых работает определенная отрасль, предприятие. Осознание задач, стоящих перед ним, способствует определению самых разнообразных проектов его развития. Эти проекты обуславливают выбор такого варианта стратегии развития отрасли, предприятий, который может принести им наибольший экономический эффект.

В современном рыночном хозяйственном механизме развитых зарубежных стран новым направлением прогнозирования выступает стратегический менеджмент, который состоит на службе исполнителей, т. е. тех, кто проявляет инициативу не только на этапе мыслительной работы, но и на этапе практических действий. Он характеризуется широким использованием коллективного опыта, накопленного в той или иной компании, которому придается все большее значение.

В условиях рынка особого внимания заслуживает оценка роли и значения планирования в определении направлений развития народного хозяйства, комплексов, подкомплексов, отраслей и предприятий. Такое планирование вместо жесткой директивной командно-административной регламентации должно помочь организовать работу предприятий и отраслей в соответствии с прогнозами и планами, разработанными на действительно научной основе и отвечающими как интересам предприятий – товаропроизводителей, использующих экономические методы регулирования деятельности, так и общества в целом.

Сущность планирования заключается в научном предвидении развития общественного производства, которое базируется на установлении его закономерностей, тенденций научно-технического, экологического и социального прогресса, объективных зависимостей и причинно-следственных связей в развитии производительных сил. В рыночной экономике планированию должно быть придано научное содержание, изменены его формы и методы. Поскольку в условиях развития товарно-денежных отношений и действия закона стоимости, характерных для рыночного механизма хозяйствования, влияние вероятных процессов, развивающихся не по директивным установкам, а под воздействием множества случайных и противоречивых факторов, становится преобладающим, то это определяет коренные изменения содержания планирования.

Хозяйственная практика многих стран мира, особенно таких, как Франция, Германия, Япония, Италия, подтверждают высокую эффективность планирования экономики в условиях рыночных отношений.

В условиях рынка план экономического и социального развития пищевой промышленности должен состоять из нескольких разных, но взаимосвязанных элементов:

- прогноза экономического и социального развития;
- собственного плана экономического и социального развития;
- отдельных комплексных целевых программ развития пищевой промышленности.

Прогноз характеризует возможное состояние пищевой промышленности в прогнозируемом периоде, исходя из учета влияния на ее развитие различных альтернативных исходных данных. Он должен носить многовариантный характер, т.е. по основным показателям разрабатывается в нескольких вариантах (минимум – в трех). Прогнозируемые основные показатели должны характеризовать альтернативное развитие науки и техники в пищевой промышленности, важнейшие ресурсные (капитальные вложения, основные фонды, производственные мощности, численность работников) и в результате показали (объем продукции, прибыль). Определяемые в прогнозе показатели носят вероятностный характер.

Собственно план экономического и социального развития пищевой промышленности должен разрабатываться на основе выбора одного из прогнозируемых вариантов, который наиболее желателен для общества, т.е. обеспечивает высокий уровень потребления продуктов питания, эффективности и экологичности их производства и других показателей. Он должен иметь не директивный, а индикативный рекомендательный характер. В нем должны определяться основные направления экономического и социального развития пищевой промышленности, отвечающие интересам общества, рекомендуемые хозяйственным структурам (предприятиям, объединениям); формы участия в достижении намеченных целей,

экономические стимулы, обеспечивающие заинтересованность всех звеньев в выполнении плановых рекомендаций (льготное налогообложение и кредитование, частичное финансирование расходов и затрат и др.). Показатели раздела плана экономического и социального развития пищевой промышленности не носят директивного характера, в нем нет адресных заданий. Содержащиеся в нем показатели-ориентиры носят рекомендательный характер, достижение которых обеспечивается государством путем применения различных стимулирующих мер.

Составной частью плана экономического и социального развития пищевой промышленности являются комплексные целевые программы, которые могут полностью или частично финансироваться из бюджета, имеют свой организационный и экономический механизм реализации. Так, в настоящее время с целью формирования современной развитой материально-технической базы по производству продуктов питания целесообразно разработать украинскую государственную научно-техническую программу развития пищевой промышленности, реализация которой позволила бы создать принципиально новый технологический способ производства продовольствия на основе применения новейших видов техники, технологии, организации, управления и рыночного механизма хозяйствования.

Рыночный механизм хозяйствования существенно повышает значение планирования экономического, социального развития предприятий пищевой промышленности и требования к нему.

Опыт наиболее эффективно работающих зарубежных компаний свидетельствует о высоком уровне развития у них внутрифирменного планирования. Ориентируясь на возможности сбыта, наличие законов, фирмы планируют объемы продаж, брутто- и нетто-прибыль, издержки производства, капитальные вложения, потребность в кредитах и источники их погашения и др.

Основное внимание в планах производственных подразделений предприятий уделяется двум показателям:

- 1) номенклатуре продукции с максимальной детализацией (полный перечень подлежащих изготовлению видов продукции и количество каждого из них);
- 2) издержкам производства, которые, как правило, планируются и учитываются по участкам по возможности ежедневно, или по суткам, неделям, декадам, месяцам.

В состав плана экономического и социального развития пищевых предприятий в рыночных условиях хозяйствования (план производства), планы подготовки производства, технического развития и рационализации, себестоимости продукции, финансовый и др.

Исходный пункт разработки плана – определение возможностей сбыта (реализации) продукции. Ориентация на потребителя, заказы, возможности реализации продукции, платежеспособный спрос на продукцию должна стать основой для составления планов предприятий, а затем нужно определить необходимое ресурсное обеспечение производства продукции (производственные мощности, рабочая сила, сырье, вспомогательные материалы, топливо, энергия, вода и пр.).

Методическая основа разработки планов – это рекомендации по их составлению на принципах маркетинга.

Переход к рыночной экономике требует от пищевых предприятий поиска путей эффективного хозяйствования, успех которого зависит от того, насколько внимательно изучается конъюнктура рынка, спрос и предложение на их продукцию, т.е. от того, хозяйственники владеют маркетингом.

Маркетинг – это цельная наука, стратегия и тактика организации и управления производственной и коммерческой деятельностью предприятий и их многочисленных посредников, направленные на удовлетворение потребностей отдельных лиц и конкретных групп.

Маркетинг (по определению американской ассоциации маркетинга) представляет собой процесс планирования и воплощение замысла, ценообразования, продвижения и реализации идей, товаров и услуг

посредством обмена, удовлетворяющего цели отдельных лиц и организаций. Он предполагает предпринимательскую деятельность, функционирование некоммерческих организаций, маркетинг идей или услуг, продукции и т.д.

Маркетинг – это механизм, регулирующий потребительский спрос на какой-либо один или несколько видов товаров, выпускаемых предприятием. Он носит двойной характер: с одной стороны, это тщательно и всестороннее изучение рынка, спроса, вкусов и потребностей, ориентация производства на требования потребителей, адресность выпускаемой продукции; с другой – это активное воздействие на рынок и существующий спрос, на формирование потребностей и покупательский предпочтений.

Маркетинг является философией производства, полностью подчиненного как условиям, так и требованиям рынка, находящимся в постоянном динамическом развитии под воздействием совокупности научно-технических, социальных, экономических, экологических и других факторов, т.е. он является философией современного бизнеса (предпринимательства), так как главная его задача – целевая ориентация на потребителя. Он включает в работу весь комплекс предприятия по укреплению позиций на рынке и реализации производимой продукции.

Маркетинг ориентирован на разработку предложений потребителей и их удовлетворение. Он влияет на воззрение людей и их образ жизни. Масштабы маркетинга очень широки. Он связан с ценообразованием, упаковкой, сбытом, созданием торговой марки, транспортировкой, управлением торговым персоналом, кредитом, социальной ответственностью, а также с выбором мест для размещения розничных магазинов, изучением спроса потребителей, оптовой и розничной торговлей, рекламой, отношениями с общественностью, рыночными исследованиями, планированием производства товаров и представлением гарантий их потребления.

Важным составным элементом рыночного механизма хозяйствования в пищевой промышленности является наличие соответствующей

многоукладной экономической среды, включающей многообразие форм собственности и хозяйствования, функционирование которых осуществляется на принципе конкретной состоятельности.

В Законе Украины о собственности определено, что собственность в республике выступает в следующих равноправных формах:

- 1) индивидуальная (личная или частная);
- 2) коллективная;
- 3) государственная.

Субъектами права этих форм собственности являются:

- индивидуальной – граждане Украины, других государств, иностранные граждане и лица без гражданства;

- коллективной – трудовые коллективы государственных предприятий, коллективы арендаторов, коллективные предприятия, кооперативы, акционерные общества, хозяйственные товарищества, хозяйственные объединения, профессиональные союзы, политические партии и другие общественные объединения, религиозные или иные организации, являющиеся юридическими лицами;

- государственной – государство в лице Верховного Совета Украины (республиканской) и административно-территориальные единицы в лице областных, районных, городских, поселковых и сельских Советов народных депутатов (коммунальной).

В Законе Украины о собственности определены объекты права указанных форм собственности. В частности, производственными объектами являются:

- индивидуальной – продуктивный и рабочий скот, насаждения на земельном участке, средства производства, произведенная продукция, транспортные средства, денежные средства, акции, другие ценные бумаги, а также иное имущество потребительского и производственного назначения;

- коллективной – имущество, произведенная продукция, полученные доходы;

- государственной – имущество государственных предприятий и предприятий административно-территориальных единиц.

Характерная особенность структуры форм собственности в пищевой промышленности Украины в настоящее время – преимущественное преобладание в ней государственной формы собственности, на долю которой приходится 98,5% общего числа предприятий, 94,5% общего числа занятого промышленно-производственного персонала, 95,9% общей стоимости основных промышленно-производственных фондов и 97,3% общего объема производимой продукции.

Преобладание государственной формы в структуре собственности в пищевой промышленности является сдерживающим фактором формирования рыночного хозяйственного механизма, что обуславливает необходимость осуществления процесса разгосударствления и приватизации собственности как важного условия проведения демонополизации производства продуктов питания и формирования конкурентной среды различных производителей продовольствия.

Правовые, экономические и социальные начала осуществления предпринимательской деятельности по производству и реализации продукции пищевой промышленности определены в Законе Украины о предпринимательстве. В нем записано, что предпринимательство – это самостоятельная инициатива, систематическая, на собственный риск деятельности по производству продукции, выполнению работ, оказанию услуг и занятию торговлей с целью получения прибыли.

Субъектами предпринимательской деятельности в пищевой промышленности могут выступать граждане Украины, других государств, не ограниченные законом в правоспособности или дееспособности, а также юридические лица всех форм собственности, установленных Законом о собственности.

Предпринимателям предоставлено право без ограничений принимать решения и осуществлять самостоятельно любую деятельность по

производству и торговле продуктами питания, не противоречащую действующему законодательству. Без специального разрешения (лицензии) Кабинета министров Украины или другого уполномоченного органа не могут осуществляться изготовление пива и вина, водочных, ликерных, коньячных и табачных изделий, а также торговля алкогольными напитками.

В рыночных условиях хозяйствования предпринимательство в пищевой промышленности осуществляется на основе следующих принципов:

- свободный выбор видов деятельности;
- привлечение на добровольных началах к осуществлению предпринимательской деятельности имущества и средств юридических лиц и граждан;
- самостоятельное формирование программы деятельности и выбор поставщиков и потребителей производимой продукции, установление цен в соответствии с законодательством;
- свободный найм работников;
- привлечение и использование материально-технических, финансовых, трудовых, природных и других видов ресурсов, применение которых не запрещено или не ограничено законодательством;
- свободное распоряжение прибылью, остающейся после внесения платежей, установленных законодательством;
- самостоятельное осуществление предпринимателем – юридическим лицом внешнеэкономической деятельности, использование любым предпринимателем причитающейся ему доли валютной выручки по своему усмотрению.

В рыночных условиях хозяйствования основным организационным звеном пищевой промышленности являются предприятия, общие правовые, экономические и социальные начала деятельности которых регулируются Законом Украины о предприятиях.

Предприятие – самостоятельный хозяйствующий уставной субъект, обладающий правами юридического лица и осуществляющий

производственную, научно исследовательскую и коммерческую деятельность с целью получения соответствующей прибыли (дохода). Оно имеет самостоятельный баланс, расчетный и другие счета в учреждениях банка, печать со своим наименованием и товарный знак.

В соответствии с формами собственности в рыночных условиях хозяйствования в пищевой промышленности могут действовать предприятия следующих видов:

- 1) индивидуальное предприятие, основанное на личной собственности физического лица и исключительно на его труде;
- 2) семейное предприятие, основанное на собственности и труде граждан Украины – членов одной семьи, проживающих совместно;
- 3) частное предприятие, основанное на собственности отдельного гражданина Украины, с правом найма рабочей силы;
- 4) коллективное предприятие, основанное на собственности трудового коллектива предприятия, кооператива, другого уставного общества, общественной и религиозной организации;
- 5) государственное коммунальное предприятие, основанное на собственности административно-территориальных единиц;
- 6) государственное предприятие, основанное на общегосударственной (республиканской) собственности;
- 7) совместное предприятие, основанное на базе объединения имущества разных собственников (смешанная форма собственности);
- 8) предприятие, основанное на собственности юридических лиц и граждан других республик и государств.

В зависимости от объемов хозяйственного оборота предприятий и численности их работников, но независимо от форм собственности, они могут быть отнесены к категории малых предприятий. В промышленности и строительстве к ним относятся предприятия с численностью работающих до 200 человек, в розничной торговле – до 15 человек.

В пищевой промышленности могут действовать и другие виды, категории предприятий, в том числе и арендные, создание которых не противоречит законодательным актом.

Предприятия пищевой промышленности в условиях перехода к рыночной экономике имеют право на добровольных началах объединять свою производственную, научную, коммерческую и другие виды деятельности, если это не противоречит антимонопольному законодательству, в следующие организационные структуры:

а) ассоциации – договорные объединения, созданные в целях постоянной координации хозяйственной деятельности;

б) корпорации – договорные объединения, созданные на основе сочетания производственных, научных и коммерческих интересов с делегированием отдельных полномочий централизованного регулирования деятельности каждому из участников;

в) консорциумы – временные установленные объединения промышленного и банковского капиталов для достижения общей цели;

г) концерны – установленные объединения предприятий промышленности, научных организаций, транспорта, банков, торговли и др. на основе полной финансовой зависимости от одного или группы предпринимателей;

д) другие объединения по отраслевому, территориальному и иным принципам.

Объединения предприятий пищевой промышленности действуют на основе договора или устава, утверждаемого их учредителями или собственниками. Предприятий, входящие в состав указанных организационных структур, сохраняют право юридического лица, и на них распространяется действие закона о предприятиях.

Объединения предприятий пищевой промышленности являются юридическими лицами, могут иметь самостоятельные и сводные балансы,

расчетный и иные счета в учреждениях банков, печать со своим наименованием.

В настоящее время в пищевой промышленности Украины создан и функционирует ряд новых организационных структур объединения предприятий, к числу которых относятся:

- Украинская государственная межотраслевая корпорация пищевой и перерабатывающей промышленности;
- Украинский концерн сахарной промышленности;
- концерн мясной промышленности;
- Украинский концерн молочной промышленности;
- Украинская отраслевая компания по производству пива, безалкогольных напитков и минеральных вод;
- Украинский союз предприятий и организаций по производству продовольственных товаров;
- Украинский республиканский кооперативно-государственный союз агропромышленных плодоовощных формирований;
- Украинская республиканская государственно-кооперативная ассоциация по садоводству, виноградарству и винодельческой промышленности;
- Украинская агропромышленная товарная биржа;
- Украинская сахарная биржа и др.

В рыночном механизме хозяйствования основным инструментом общественной оценки стоимости производимой продукции предприятиями пищевой промышленности выступает рынок как средство учета спроса и предложения, учет которых оказывает значительное влияние на уровень издержек на производство продукции и цены ее реализации потребителям.

Следует отметить, что если издержки производства представляют величину единовременно затраченных средств или в течение определенного периода на производство продукции, то цена отражает величину расходов, которые несет потребитель для получения этой продукции.

При рыночной экономике в стратегическом плане развития предприятия цене всегда придается решающее значение, особенно после того, когда была открыта кривая опыта, свидетельствующая о том, что при удвоении объема производства продукции затраты на любую операцию в производственном процессе могут быть снижены на 20%. При этом главную роль играет увеличение доли различных предприятий и объединений на рынке, поскольку оно позволяет наращивать объемы производства и двигаться вниз по кривой в направлении снижения издержек производства. Именно таким путем в рыночной экономике можно добиться более высокого уровня доходов, прибыли и большей конкурентоспособности.

Одна из организационных рыночных структур – товарная биржа, которая представляет функционирующий рынок массовых товаров, где заключаются сделки их купли-продажи без представления наличных товаров. На товарной бирже форма организации торговли осуществляется по заранее установленным правилам. Биржу отличает регулярность торговли и ее приуроченность к строго определенному месту, унификация основных требований к качеству товаров, условиям и срокам поставки, ведения торговли на основе встречных предложений покупателей и продавцов, заключение сделок на поставку товаров в будущем.

Правовые условия создания и деятельности товарных бирж определены в Законе Украины о товарных биржах. В нем определено, что товарная биржа, есть организация, которая объединяет юридических и физических лиц, осуществляющих производственную и коммерческую деятельность, имеет право на предоставление услуг в заключении биржевых соглашений, выявление товарных цен, спроса и предложения товаров, на изучение, упорядочение и облегчение товарооборота и связанных с ним торговых операций. Биржа действует на основе самоуправления, хозяйственной самостоятельности, является юридическим лицом, имеет свое имущество, самостоятельный баланс, собственный расчетный, валютный и другие счета в банках, печать с изображением своего наименования.

Товарная биржа осуществляет свою деятельность по следующим принципам: равноправие участников биржевых торгов, применение свободных (рыночных) цен; публичное проведение биржевых торгов. Товарная биржа обеспечивает создание условий для проведения биржевой торговли, регулирования биржевых операций и цен на основе соотношения спроса и предложения товаров, предоставление членам и посетителям биржи организационных и других услуг, сбор, обработку и распространение информации, связанной с конъюнктурой рынка.

В Украине сегодня функционирует ряд товарных бирж продовольственного профиля, в частности Украинская агропромышленная товарная биржа, Украинская сахарная биржа, которые осуществляют операции по купле-продаже продукции пищевой и перерабатывающей промышленности. Важным условием формирования рыночного механизма хозяйствования в пищевой промышленности является проведение разгосударствления и приватизации предприятий. Цель разгосударствления – создание многоукладной социально ориентированной рыночной промышленности по производству продовольственных товаров. Правовые экономические и организационные основы преобразования отношений собственности на средства производства и другое имущество предприятий пищевой промышленности обусловлены Законом Украины о приватизации государственных предприятий и Законе Украины о приватизации малых государственных предприятий. Эти законы определяют порядок отчуждения имущества государственных предприятий и организаций в частную, коллективную или смешанную формы собственности.

Важным составным элементом рыночного механизма является конкуренция производителей продовольственных товаров, которая представляет собой экономическое соперничество обособленных товаропроизводителей за рынок сбыта и долю прибыли, получения конкретного заказа, достижение другой цели или выгоды. Конкуренция – главный механизм экономических связей между производителями и

потребителями, она стимулирует снижение цен, повышение качества и расширение ассортимента выпускаемой продукции, внедрение достижений научно-технического прогресса.

Конкурентные преимущества тех или иных производителей продовольственных товаров формируются многочисленными факторами – более эффективным производством, наличием патентов, хорошей рекламой, грамотным менеджментом, благоприятными отношениями с потребителями, способностью к интенсивному и непрерывному обучению. Определяющее внимание на состояние конкуренции в той или иной отрасли пищевой промышленности оказывает следующие основные факторы:

- 1) конкуренция между действующими компаниями;
- 2) влияние покупателей;
- 3) влияние поставщиков;
- 4) угроза появления новых конкурентов;
- 5) угроза появления товаров-субститов.

Традиционно в условиях административно-командной системы управление предприятий пищевой промышленности не боролись за рынок и прибыль, а активно соперничали между собой за получение различных фондов, лимитов, импортного оборудования, государственных капитальных вложений и снижение директивных заданий. Эта система принуждала предприятия к выполнению плановых заданий и позволяла им эксплуатировать государственные ресурсы в своих интересах, выступала оборотной стороной ведомственного монополизма. Материальной основой такой конкуренции являлись высокая степень концентрации производства и слаборазвитость мелкого бизнеса.

Развитие конкуренции способствует ускорению научно-технического прогресса на предприятиях, адаптации их к меняющейся экономической среде, быстрому обновлению ассортимента выпускаемой продукции и повышению ее качества, обеспечению высокоэффективного использования природных, трудовых, материальных и финансовых ресурсов.

Существенным элементом рыночного механизма хозяйствования в пищевой промышленности является налогообложение, включающее систему налогов.

Формирование рыночного механизма хозяйствования в пищевой промышленности отличается специфическими особенностями, важнейшей из которых следующие:

1) функциональная целевая направленность предприятий на производство продовольственных товаров, что обуславливает необходимость осуществления частичного государственного регулирования отдельных элементов хозяйственного механизма, в частности, это относится к регулированию ценообразования на отдельные виды продукции, установлению льготного налогообложения и др.;

2) специфический характер производства в отдельных отраслях, выражающихся в массовых объемах производства скоропортящейся продукции из скоропортящегося сырья, что определяет сжатые сроки ее хранения и реализации;

3) сезонность производства в отраслях, перерабатывающих сельскохозяйственное сырье, что определяет сезонность использования значительного количества рабочей силы;

4) высокий уровень материалоемкости производства продукции, который определяет необходимость усиления воздействия хозяйственного механизма на коренное повышение уровня использования сырьевых и материальных ресурсов;

5) отдельная материально-техническая база отраслей пищевой промышленности, что вызывает необходимость в переходный период к рынку создать современную материально-техническую базу пищевой промышленности как важнейшей предпосылки формирования действенного рыночного механизма хозяйствования.

Формирование рыночного механизма хозяйствования в пищевой промышленности включает два основных этапа:

1. Переходный период, в течение которого должны быть созданы основные условия для формирования рыночного механизма хозяйствования.

2. Период всестороннего эффективного функционирования хозяйственного механизма.

В переходный период (5 – 8 лет) должны быть осуществлены:

- разгосударствление и приватизация государственной собственности на средства производства;

- создание многообразных форм собственности и хозяйствования, развитой рыночной инфраструктуры, современной материально-технической базы, рыночных организационных структур управления;

- подготовка высококвалифицированных кадров, способных работать в рыночных условиях хозяйствования.

Особое внимание в переходный период должно быть уделено вопросам отработки отдельных составных элементов рыночного хозяйственного механизма в отраслях пищевой и перерабатывающей промышленности с учетом их специфических особенностей. В этот период должна быть проведена значительная работа по увеличению объемов производства, расширению ассортимента и повышению качества продукции, установлению и развитию внешнеэкономических связей, повышению эффективности, интенсификации и экологизации производства, что будет важным условием выхода пищевых предприятий на мировой рынок продовольствия, интеграции их в мировые процессы развития, территориального разделения труда в области производства и потребления продуктов питания.

В настоящее время, вступив в переходный период, предприятия пищевой и перерабатывающей промышленности делают первые шаги в формировании рыночного механизма хозяйствования. Впереди углубление процесса формирования его отдельных элементов, обобщение их содержания, большая организационная работа по созданию и развитию рыночной инфраструктуры, подготовке высококвалифицированного кадрового потенциала, создание современной высокоразвитой материально-

технической базы предприятий, развитого рынка продовольствия, выход предприятий на мировой рынок, что позволит перейти к следующему этапу полного и всестороннего функционирования рыночного механизма в пищевой и перерабатывающей промышленности.

## ЛИТЕРАТУРА

- Евдокимова Т.Г., Маховикова Г.А. Краткий словарь делового человека. – М.: Финансы и статистика, 1991. – 128 с.
- Закон Української РСР про власність. – К.: Україна, 1991. – 29 с.
- Закон Української РСР про підприємництво. – К.: Україна, 1991. – 15 с.
- Закон Української РСР про підприємництво в Українській РСР. – К.: Україна, 1991. – 31 с.
- Закон України про податок на додану вартість // Голос України. – 1992. – 23 січня.
- Закон України про акцизний збір // Голос України. – 1992. – 23 січня.
- Закон України про товарну біржу // Голос України. – 1992. – 11 січня.
- Закон України про приватизацію державних підприємств (проект) // Голос України. – 1992. – 21 січня.
- Закон України про приватизацію невеликих державних підприємств (малу приватизацію (проект)) // Голос України. – 1992. – 21 січня.
- Закон Української РСР про зовнішньоекономічну діяльність. – К.: Україна, 1991. – 48 с.
- Закон Української РСР про охорону навколишнього природного середовища. – К.: Україна, 1991. – 59 с.
- Карлоф Б. Деловая стратегия / Пер.с англ. – М.: Экономика, 1991. – 239 с.
- Рыночная экономика: 200 терминов / Под ред. Г.Я Кипермана. – М.: Политиздат, 1991. – 224 с.
- Самуэлсон П. Экономика / Пер. с англ. М.: Прогресс, 1964. – 843 с.
- Хруцкий В.Е., Корнеева И.В., Автухова Е.Э. Современный маркетинг. – М.: Финансы и статистика. 1991. – 256 с.

**П.П. Борщевський, Н.М. Скиценко, Л.В. Страшинська**  
**Формування ринкового механізму господарювання у харчовій**  
**промисловості**

У методичних рекомендаціях розкриваються сутність, зміст, функції, склад і структура ринкового механізму господарювання та особливості його формування в харчовій промисловості агропромислового комплексу. Значна увага приділяється висвітленню основних положень нових законодавчих актів України, що стосуються формування ринкового механізму. Розглядаються організаційні структури управління харчовою промисловістю України в перехідний період до ринку, їх завдання та функції, визначені етапи, основні напрями та шляхи формування ринкових структур господарства.

*Ключові слова:* ринковий механізм господарювання, харчова промисловість, стратегічне прогнозування форми власності, підприємницька діяльність.

**P.P. Barshcheuski, N.M. Skitsenko, L.V. Strashinskaya. Formation of**  
**market mechanisms in the food industry**

In methodical recommendations essence, the content, functions, composition and structure of the market mechanism and economic features of its development in the food industry of agriculture. Considerable attention is paid to the coverage of the main provisions of the new legislative acts of Ukraine concerning the formation of the market mechanism. We consider the organizational structures of the food industry in Ukraine during the transition period to the market, their tasks and functions defined stages, the basic direction and method of formation of market economy structures.

*Keywords:* market mechanism of management, food processing, strategic forecasting ownership, entrepreneurship.

Страшинская Л.В. Формирование рыночного механизма хозяйствования в пищевой промышленности. / Борщевский П.П., Скиценко Н.М., Страшинская Л.В. // Киев: Знание, 1992. – 24 с.