

- сдерживать стремление к максимизации текущей прибыли в ущерб решению долгосрочных задач;
- ориентировать в большей степени на предвидение будущих изменений внешней среды, чем на реагирование на уже происходящие изменения;
- создавать предпосылки для оценки и контроля результатов.

**И. В. Шафранская**

*Белорусская сельскохозяйственная академия*

## **МОДЕЛЬ ОПТИМИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВЫХ РЕШЕНИЙ**

Животноводческий подкомплекс — один из важнейших в республике, и от того, насколько правильно определено, какие товары, в каком количестве и какого качества необходимо произвести предприятиям подкомплекса, насколько ассортимент, качество и стоимость мясных продуктов отвечают действительным потребностям населения, зависит удовлетворение спроса потребителей и, следовательно, прибыльность и рентабельность предприятий мясного подкомплекса.

Для оптимального обеспечения координации всех звеньев технологической цепочки, начиная с производства мяса в сельском хозяйстве и заканчивая реализацией мясoproductов, путем согласования спроса и предложения, необходим маркетинг. При этом необходимо рассчитать, что выгоднее в данных экономических условиях как отдельно взятому товаропроизводителю, так и экономике района в целом: переработка скота в созданных на кооперативных началах перерабатывающих модулях или на мясокомбинате на основе давальческого сырья с последующей реализацией переработанной продукции сельскохозяйственными предприятиями на правах собственности.

Обоснование программы развития предприятий и сфер мясного подкомплекса районного уровня, ориентированной на оптимальный ассортимент и объем выпуска мяса и мясoproductов в рамках принятия решений по маркетингу делает целесообразной разработку и апробирование экономико-математической модели.

Модель оптимизации маркетинговых решений имеет блочно-диагональную структуру, в которой каждый блок представлен этапами движения продукции, начиная от производства сырья и заканчивая реализацией и потреблением готовой продукции. В блок животноводства описаны условия работы отрасли животноводства и кормопроизводства различных категорий хозяйств (хозяйств общественного сектора, агрофирмы, крестьянских фермерских и личных подсобных хозяйств граждан). Во втором блоке рассматривается процесс заготовки сырья мясо-

комбинатом, агрофирмой и другими перерабатывающими модулями района, малогабаритными цехами ассоциации крестьянских, фермерских хозяйств по видам мяса и в разрезе поставщиков. Блок переработки описывает процесс переработки сырья и производства конечной продукции в необходимом ассортименте. Продажа мяса и мясопродуктов рекомендуемого ассортимента городскому и сельскому населению предусматривается через систему государственной торговли, потребительской кооперации, реализацию на рынке, через фирменные магазины. Условия потребления мяса по видам в разрезе городского и сельского населения рассматриваются в блоке потребления.

Обработка модели осуществлялась на примере мясного подкомплекса Шкловского ПАК. Составлена и решена по программе LPX.88 задача размерностью  $m \times n = 443 \times 396$ . Анализ решения задачи выполнен по критерию оптимальности — максимум прибыли.

Экономико-математическая модель, адекватно описывая мясной подкомплекс районного уровня в условиях рынка, предполагает использование ориентации производства на потребителя как средство повышения эффективности сбыта, наилучшего использования ресурсов и увеличения прибыли предприятий. Решая задачу в многовариантной постановке можно обосновать гибкие, неординарные хозяйственные комбинации и способы действия предприятий в конкретных экономических условиях, что позволит быстро и правильно оценить реальную хозяйственную ситуацию, найти наилучший выход, сделать упор на нестандартное решение.

Таким образом, предлагаемую экономико-математическую модель можно рассматривать как базу для обоснования решений по стратегическим проблемам маркетинга.

**С. В. Шахнович**

*Витебский государственный  
университет им. П. М. Машерова*

## **ОТДЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ, ДОХОДОВ И ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ**

Этап реформирования экономики Республики Беларусь, связанный с переходом к экономическим методам управления и социально-ориентированной рыночной экономике, значительно затягивается. Причины этого заключаются в сложности перехода от индустриального к постиндустриальному информационному обществу, условиях разгосударствления, несовершенстве законодательных норм, регламентирующих организационные основы функционирования хозяйствующих субъектов раз-