

Конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции на внешних рынках зависит от:

- развитости отечественной инфраструктуры сбыта на внешнем рынке и ее доступности для отечественных товаропроизводителей;
- сочетаемости государственных интересов и интересов отдельных производителей при экспансии внешнего рынка;
- внутренней экономической среды.

Рыночный механизм не может сформировать условия для достижения долгосрочных конкурентных преимуществ, т.к. ориентирован в основном на использование краткосрочных конъюнктурных колебаний. В основу формирования организационно-экономического воздействия должен быть положен принцип этапности создания конкурентоспособных сегментов отечественного сельскохозяйственного рынка, который предусматривает первоочередную концентрацию капитала на производстве продуктов, имеющих более высокий уровень конкурентоспособности.

В. Ф. Стрельченко

Балтийский Русский институт

МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ПОСРЕДНИЧЕСКОГО ЗВЕНА СИСТЕМЫ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ-ПОТРЕБИТЕЛЬ

Основные функции маркетинга направлены на поиск оптимального решения проблемы: приведения в соответствие ожидания потребителей и ресурсов производителей. Значительную роль в решении данной проблемы, наряду с маркетинговыми службами предприятий, играют фирмы, делающие свой бизнес на посреднических услугах, связанных с реализацией товара производителя. В деятельности фирм, занимающихся поставкой и реализацией одних и тех же товаров просматривается корпоративность, т. е. в масштабе региона они работают в сети общих решаемых задач. Абстрагируясь от конкретного вида товара деятельность таких фирм в общем случае сводится к решению следующих задач:

- приобретение товара от любого производителя (интерфейс производитель — посредник, основная цель которого — приобрести товар по возможно низкой цене);
- выбор условий доставки по сети посреднических звеньев (внутренний интерфейс взаимодействия фирм в сети решения общей задачи, основная цель которого — минимизация затрат);
- своевременная доставка товаров в место назначения (интерфейс посредник — потребитель, основная цель которого — получение максимальной прибыли).

Исходя из решаемых задач модель посреднического звена можно

представить в виде трех абстрактных пространств:

- пространства источников товаров (производители) — S ;
- пространства звеньев посредников — D ;
- пространства потребителей — Z .

В модель также входят:

- априорные вероятности возможности поставки товара от производителя к соответствующему посредническому звену;
- переходные плотности вероятности, характеризующие продвижение товара по посреднической сети.

Пространство источников товара S представляет собой множество абстрактных точек $\{S_i\}$, ($i=i,k$), объединенных по группам L_j ($j=1,N$). Каждой точке ставится в соответствие производитель, а по каждой группе, состоящей из k -точек, конкретная посредническая фирма, через которую производители взаимодействуют с сетью. Априорные вероятности наличия необходимого количества товара в каждой из групп независимы, то есть появление m предположений в j группе:

$P_L(S^m)=[P_{ij}(S_i)]^m$, $i=i,k$; $0 \leq P_{ij}(S_i) \leq 1$; где $P_{ij}(S_i)$ — вероятность наличия товаров у i -изготовителя в j -той группе. Поток товара от группы производителей представляет собой случайный процесс $X(S)$, определенный над случайными величинами S_j , с функцией распределения k -го порядка:

$\Phi_k(X_1, S_1; X_2, S_2; \dots; X_k, S_k) = P\{X(S_1) < X_1; \dots; X(S_k) < X_k\}$, где S_i — независимая переменная, которая имеет конечное множество значений. $S_1, S_2, \dots, S_k, X(S)$ — случайная функция.

Пространство звеньев посредников представляет собой множество абстрактных точек $\{D_i\}$, ($i=1,M$) по одной на каждый ресурс посреднической сети. Ввиду того, что ресурсы посредников сети являются ресурсами коллективного пользования, которые в случайные моменты времени захватываются некоторыми потребителями и в случайные моменты времени освобождаются, некоторую функцию на этих ресурсах следует рассматривать, в общем случае, как случайный процесс. В частности, такой функцией $Y_i(D)$ является функция, определяющая путь доставки товара $X(S)$ до соответствующих потребителей из i -го звена посредника. Количество функций $Y_i(D)$ определяется количеством фирм посредников, работающих в сети. Характеризуется случайная функция $Y_i(D)$ функцией распределения M -го порядка:

$$\Phi_m(Y_1, D_1; Y_2, D_2; \dots; Y_m, D_m) = P\{Y(D_1) < Y_1; \dots; Y(D_m) < Y_m\},$$

Случайные функции $Y_i(D)$ i -го посреднического звена образуют в пространстве потреблений множество Z^d_i . Точки множества Z^d_i определяется случайными функциями $Y_i(D)$.