

Пример 2.

$n = 10$

$\gamma = 1, \sigma_i = 0.5, \alpha_i = 0.5, i = 1, \dots, 10, G^0 = 100, Z = 0.00056, Q = 30$

Объем выпуска	Прибыль	Производные
$q_1 = 7.91550$	$\mu_1 = 328.93276$	$q'_1 = -0.10658$
$q_2 = 4.89278$	$\mu_2 = 210.47440$	$q'_2 = -0.05630$
$q_3 = 2.97928$	$\mu_3 = 121.32684$	$q'_3 = -0.04028$
$q_4 = 1.83591$	$\mu_4 = 59.26833$	$q'_4 = -0.01100$
$q_5 = 19.80515$	$\mu_5 = 879.48892$	$q'_5 = -0.17242$
$q_6 = 4.89278$	$\mu_6 = 210.47440$	$q'_6 = -0.05630$
$q_7 = 1.71585$	$\mu_7 = 72.70920$	$q'_7 = -0.01782$
$q_8 = 6.29044$	$\mu_8 = 265.50850$	$q'_8 = -0.07909$
$q_9 = 3.74680$	$\mu_9 = 155.86981$	$q'_9 = -0.04779$
$q_{10} = 2.26059$	$\mu_{10} = 100.32128$	$q'_{10} = -0.02101$

Общий объем
выпуска:

$G = 85.83749$

Общая прибыль:

$\mu = 2404.37443$

SUMMARY

A generalized model of an oligopolistic market is examined. Existence and uniqueness of an equilibrium are proved. A numerical method of solving the problem is described, and numerical experiment for various numbers of producers have been carried out.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Булавский В.А., Калашников В.В. Метод однопараметрической прогонки для исследования состояния равновесия // Экономика и мат. методы. - 1994. - Г.30. - Вып. 4.
2. Sherali H.D., Soyster A.L., Murphy F.H. Stackelberg-Nash-Cournot Equilibria: Characterizations & Computations // Oper. Res. - 1983. - V.31. - N.2.

Поступила в редколлегию 28 августа 1995 г.

УДК 65.011.56; 658.8.012.12

МЕТОДИКА КОМПЛЕКСНОЙ КРИТЕРИАЛЬНОЙ ОЦЕНКИ СЕКМЕНТОВ РЫНКОВ СБЫТА ПРЕДПРИЯТИЙ

Ильяшенко С.Н., асс.

В рыночных условиях деятельность предприятий невозможна без знания конъюнктуры рынка и складывающихся на нем взаимоотношений. Одним из основных методов анализа рынка является его сегментация и оценка выделенных сегментов, позволяющие определить целевые сегменты, на которые следует ориентировать работу предприятия. Известны основные критерии, по которым оценивают выделенные сегменты [1, 2]: емкость сегмента; доступность для предприятия, возможности получить каналы сбыта; существенность сегмента, тенденции его роста или уменьшения; прибыльность; совместимость с рынком основных конкурентов; эффективность работы на данном сегменте (наличие ресурсов); защищенность от конкуренции (оценка возможностей выстоять в конкурентной борьбе).

Однако весомость критериев в конкретной рыночной ситуации различна и поэтому нельзя однозначно определить, каким их комбинациям (и с какими значениями критериев) следует отдать

предпочтение. Кроме того, из теории оптимизации известно, что сумма локальных экстремумов не всегда дает глобальный экстремум. Т.е. сегмент, имеющий наилучшие оценки по каждому из критериев, может в итоге уступать другим сегментам, которые хотя и имеют более низкие оценки по ряду отдельных критериев, но при оценке по всем критериям в комплексе являются более предпочтительными.

Возможности комплексной оценки затруднены теми обстоятельствами, что оценка сегментов по различным критериям выполняется по различным шкалам, которые в общем случае не удается свести воедино, что не позволяет применить методы оптимизации в их классическом виде.

Учитывая изложенное, разработана методика комплексной многокритериальной оценки сегментов рынка с использованием экспертных оценок, основанная на ранжировании и взвешивании критериев [3], применительно к конкретной рыночной ситуации.

Суть предложенной методики заключается в следующем. Первоначально выделенные сегменты рынка оцениваем по каждому из вышеописанных критериев в отдельности. Получив значения критериев для каждого из выделенных сегментов рынка, выясняем применительно к конкретному предприятию в конкретной рыночной обстановке, каким комбинациям критериев, а следовательно, и каким сегментам следует отдать предпочтение? Для этого эксперты из числа ведущих специалистов и руководства предприятия или независимые эксперты проводят анализ критериев (см. табл. 1) по степени их важности для оценки сегментов рынка данного предприятия в конкретной рыночной ситуации.

Таблица 1
Матрица ситуационного анализа оценочных критериев сегментации
(данные условные)

Критерий	1	2	3	4	5	6	7	Итого
1 Емкость сегмента		1	1	1	1	1	1	6
2 Доступность сегмента	0		1	0	1	1	0	3
3 Тенденция роста или уменьшения	0	0		0	1	1	0	2
4 Прибыльность	0	1	1		1	1	1	5
5 Степень совместимости с рынками конкурентов	0	0	0	0		0	0	0
6 Шанс выстоять в конкурентной борьбе	0	0	0	0	1		0	1
7 Наличие ресурсов	0	1	1	0	1	1		4

Эксперты оценивают каждый из факторов по шкале: 0 - критерий в данной колонке предпочтительнее критерия в данной строке; 1 - критерий в данной строке предпочтительнее критерия в данной колонке. Ранг критерия совпадает с итоговым числом для данной строки.

Затем строим следующую матрицу (см. табл. 2). Данная матрица содержит оценки степени соответствия выделенного сегмента оценочным критериям. В столбцах с номерами критериев (или названиями) против строк с соответствующей оценкой проставляем отметки, показывающие степень соответствия сегмента данному оценочному критерию.

**Анализ степени соответствия выделенного сегмента
оценочным критериям (данные условные)**

Показатель	Порядковая шкала	Критерий					
		1	2	3	4	5	6
4	Достоверно соответствует	1					
3	Вероятно соответствует		1		1		
2	Неопределенно			1			1
1	Вероятно не соответствует					1	
0	Достоверно не соответствует						

На пересечении строки с оценкой по порядковой шкале и номером критерия записываем номера или названия соответствующих сегментов (табл. 2 содержит результаты анализа только одного из сегментов, например первого, анализ других сегментов может быть выполнен в этой же таблице или аналогичные таблицы строятся для каждого из сегментов). Таким образом определяем степень, с которой, по мнению экспертов, каждый из сегментов соответствует поставленным критериям. Оценку сегмента по рассматриваемому критерию определяем как

$$O = P / P_{\max} \quad (1)$$

где O - оценка сегмента; P - показатель сегмента по рассматриваемому критерию; P_{\max} - максимально возможное значение показателя.

Далее строим следующую матрицу (см. табл. 3). Критерии сегментации в таблице расположены в порядке ранжирования (1-я строка - наибольший ранг). В столбцах соответствующих сегментов против каждого из критериев ставим оценку.

Оценку выделенных сегментов выполняем либо по максимальным оценкам для критериев наивысшего ранга, либо по максимальной средней оценке по всем критериям.

Таблица 3

**Матрица принятия решения о работе на выделенном сегменте
(данные условные)**

Критерий	Сегмент рынка			Максимальная возможная оценка (1)
	1	2	3	
1 Емкость сегмента	1,00	0,50	0,75	1,00
4 Прибыльность	0,75	0,75	0,25	0,75
7 Наличие ресурсов	0,75	1,00	1,00	1,00
2 Доступность сегмента	0,75	0,25	1,00	1,00
3 Тенденция роста или уменьшения	0,50	0,25	0,75	0,75
6 Шанс выстоять в конкурентной борьбе	0,50	0,50	1,00	1,00
5 Степень совместимости с рынками конкурентов	0,25	0,50	0,75	0,75
Средняя оценка по сегменту	0,64	0,54	0,79	

В приведенном примере наиболее предпочтительным по максимальным оценкам для критериев наивысшего ранга является сегмент 1, а по средним оценкам по сегменту - сегмент 3.

Предложенная методика комплексной критериальной оценки сегментов рынков сбыта может быть рекомендована для внедрения в отделах маркетинга машиностроительных предприятий, а также для использования в экспертных системах анализа рынков сбыта методом сегментации.

SUMMARY

The report is the summary of basic statutes of method for estimation of market segments of Machine-Building Industry.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Котлер Ф. Основы маркетинга/Пер.с англ. - М.: Прогресс, 1990 - 736с.
2. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В., Автухова Е.Э. Современный маркетинг. - М.: Финансы и статистика, 1991 - 256с.
3. Джонс Дж.К. Методы проектирования/Пер.с англ. - М.:Мир, 1986. - 326с.

Поступила в редколлегию 5 декабря 1994г.

УДК 330.82 + 316.2

ДО ПИТАННЯ ПРО ТЕНДЕНЦІЇ СУЧАСНОГО ЛІБЕРАЛІЗМУ

Буцєвицький В.С., проф.

Сьогоднішній день знаменує кінець однієї сторінки нашої історії і початок другої, коли ми можемо не тільки спілкуватись й пізнавати один одного, а й разом формувати свої політичні, життєві, культурні орієнтири. Власне, це вже не тільки можливість, а й докучлива необхідність, перед якою стоїть молода Українська держава. Отже, перед суспільством постає питання: який шлях розвитку обрати? Якщо при соціалізмі ми пожили, то тепер для нас було б цікавим проаналізувати інший шлях розвитку.

Серед множини різних політичних систем становлення ліберального можливе, але абсолютно не обов'язкове. Поглянувши на витоки лібералізму, стає зрозумілим його походження: в XVIII-XIX століттях ринкова економіка сприяла формуванню середнього стану - купців, підприємців, управлінців, інтелігенції - з різночинців, тобто не дворян; інституцій соціального спрямування і різної політичної орієнтації, незалежних від держави. У результаті їх багатолітньої еволюції сформувались цінності сучасного лібералізму. Це система соціально-економічних та політичних поглядів, яка захищає свободи та права особи, приватну власність, демократію, громадянське суспільство, договірний характер державної влади, вільну конкуренцію тощо. Ральф Дарендорф з цього приводу відмічає: "В моральному відношенні лібералізм є переконання, що головне - це індивід, захист його недоторканості, розвиток його можливостей, його життєві шанси. Угрупування, організації, установи - не самоціль, а засіб для індивідуального розвитку" [1].

Лібералізм виходить з положення, що світ підкоряється законам, які нам не підвладні. Тому цілком природним принципом поведінки людини повинен бути здоровий глузд, адаптація до обставин і вимог такого суспільства. Однак лібералізм з самого початку не був тотожним егоїзму, аморалізму і відходу від участі у виконанні суспільних завдань. Моральним стрижнем лібералізму є категорійний імператив Канта: "... роби тільки згідно з такою максимомою, керуючись якою, ти в той же час міг би побажати, щоб вона стала загальним законом" [2]. Лібералізм, таким чином, звертається до високоморальної особи, яка поступає зважено і поєднує свої інтереси з інтересами соціального цілого і несе