

Алгазина Юлия Геннадьевна

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Алтайский государственный технический
университет им. И.И. Ползунова»

г. Барнаул, Алтайский край

Алгазина Дарья Геннадьевна

канд. техн. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»

г. Барнаул, Алтайский край

МЕХАНИЗМЫ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ ПОСРЕДНИКАМИ НА ТОВАРНОМ РЫНКЕ

Аннотация: в статье рассматриваются механизмы выбора наиболее выгодных партнеров при конкуренции между посредническими звеньями. Данные механизмы реализованы с применением комплекса экономико-математических моделей, в которых для разрешения конфликта между посредниками используется аппарат теории позиционных игр. Решение позиционных игры найдено в равновесных по Нэшу стратегиях, обоснована гипотеза благожелательности производителя и потребителя.

Ключевые слова: товарный рынок, посредник, конкуренция, производитель, потребитель, стратегия.

В условиях существования многоагентной рыночной среды каждый из посредников стремится получить максимальную прибыль и долю рынка, а непредсказуемость динамики товарного рынка, многошаговость взаимодействия агентов (производителей, потребителей, посредников) нередко приводит к конкуренции среди посредников за рынки сбыта.

В статье рассматриваются механизмы выбора наиболее выгодных партнеров при конкуренции между посредническими звеньями. Эти механизмы реализованы с применением комплекса экономико-математических моделей, в кото-

рых для разрешения конфликта между посредниками используется аппарат теории позиционных игр.

В рамках конкуренции между посредниками возможны [1] конкуренция посредников за производителя и конкуренция посредников за потребителя.

Конкуренция между посредниками за производителя возникает при дефиците предложения товара либо в силу особенностей рынка или товара. Модель конкуренции между посредниками за производителя реализована на фрагменте рынка, состоящем из производителя некоторого товара и двух компаний, имеющих намерения выступить в качестве потенциального посредника в продвижении товара между этим производителем и потребителями данного товара. Модель реализована с применением аппарата теории позиционных игр [2; 3], в ней сделаны следующие допущения: производитель ведет себя рационально; производитель в каждый период времени выбирает только одного из посредников, обеспечивающего ему больший доход за этот период; между посредниками имеет место конфликт за право обслуживаться производителем в данном периоде времени; участники рынка стремятся максимизировать свою прибыль за ряд периодов времени.

В проведенных модельных исследованиях в рамках сделанных допущений обоснован выбор стратегии производителя и посредников; описано формирование их прибыли при двух режимах: первый режим – нормальный режим функционирования (НР), когда при определении своего состояния посредник ориентируется только на свои интересы, второй – режим благоприятствования (РБ) производителю, когда посредник при выборе своего состояния принимает во внимание интересы производителя.

Решение позиционной игры найдено в равновесных по Нэшу стратегиях, подтверждена гипотеза благожелательности производителя: при условии равенства своей прибыли он выбирает посредника с РБ.

Конкуренция посредников за потребителя имеет место по причине ограниченности емкости рынка, когда большее предложение товара посредником останется невостребованным. Аналогичным с предыдущей моделью образом рассмотрены позиционные игры конкурирующих посредников за доход потребителя. Модель реализована на фрагменте рынка, который состоит из потреби-

теля некоторого товара и двух посредников. В модели приняты такие допущения как: потребитель ведет себя рационально и в каждый период времени выбирает только одного из посредников, обеспечивающего ему большую полезность; посредники заинтересованы увеличить собственную прибыль; игра позиционная, и предусматривает количество партий, соответствующих количеству временных периодов.

На модельных данных определена прибыль посредника и полезность товара для потребителя в условиях партнерства между ними; обоснован выбор и описаны стратегии посредника и потребителя.

Расчет прибыли показан также при нормальном режиме функционирования посредника (НР) означающем, что при определении своего состояния он ориентируется только на собственные интересы. Режим благоприятствования (РБ) потребителю означает, что при выборе состояния посредник принимает во внимание интересы потребителя.

Решение этой позиционной игры найдено в равновесных по Нэшу стратегиях, обоснована гипотеза благожелательности потребителя: при условии равенства своей прибыли он выбирает посредника с РБ.

В данной статье рассмотрены механизмы выбора наиболее выгодных партнеров при конкуренции между посредническими звеньями, реализованные с применением комплекса экономико-математических моделей, в которых для разрешения конфликта между посредниками используется аппарат теории позиционных игр.

Список литературы

1. Алгазина Ю.Г. Исследование рисков торговой системы с применением принципов системного компромисса [Текст]: Монография. – Барнаул: Азбука, 2014. – 165 с.
2. Мулен Э. Теория игр с примерами из математической экономики [Текст]. – М.: Мир, 1985. – 200 с.
3. Петросян Л.А. Теория игр [Текст]: Учеб. пособие для ун-тов / Л.А. Петросян, Н.А. Зенкевич, Е.А. Семина. – М.: Высш. шк., Книжный дом «Университет», 1998. – С. 304.