

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Наукове товариство студентів, аспірантів,
докторантів і молодих вчених СумДУ

ПЕРШИЙ КРОК У НАУКУ

Матеріали
ІХ студентської конференції
(Суми, 25 лютого 2018 року)



Суми
Сумський державний університет
2018

КОНКУРЕНТНІ КОНФЛІКТИ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

Вовченко В.Р., СумДУ, група М-61,
Гончаренко О.В., СумДУ, група Е-71

Процес формування конкурентного середовища в Україні розпочався з середини 80-х років ХХ ст., коли був проголошений курс на створення ринкової економіки. Станом на 2017 рік процес формування конкурентного середовища в Україні ще не завершився.

Сфера роздрібної торгівлі є основною ланкою для організації конкурентного середовища. Сучасний стан характеризується розвитком нових об'єднань торговельних підприємств – торговельних мереж, які виступають каталізаторами інноваційних процесів у сфері товарного обігу. За останні роки мережна організація бізнесу почала активно застосовуватися підприємствами різноманітних форматів – у системі торговельних центрів, універмагів, аптек. Ринок високоформатної роздрібної торгівлі за фінансовою потужністю посідає провідне місце у світі, це свідчить про високу ефективність функціонування торговельних підприємств у рамках корпоративних мереж. Основними споживачами у сфері роздрібної торгівлі виступають окремі домогосподарства. Торговельні мережі перебувають у тісних зв'язках з покупцями і тому забезпечують високу якість і гарне обслуговування. При правильній організації розташування торговельної мережі та продуманій стратегії ведення бізнесу відбувається зниження обсягу капіталу потрібного для постійного зростання продаж.

Як зауважив Жак де Хаан [1] існує логічне пояснення тому, чому АЗС чи продавці морозива завжди знаходяться поряд, чому можна проїхати кілометри в пошуку придорожного кафе, а потім наштовхнутись на цілих три які розташовані на одній ділянці дороги буквально в метрах одне від одного, чому кафе, торговельні центри або станції тех. обслуговування знаходяться завжди по групам, буквально на одній вулиці. Модель просторової конкуренції Хотелінга може пояснити це, оскільки дотримання соціально оптимальних рішень з точки зору споживача є ідеалістичним, але не відповідним до «рівноваги Неша». Теорія ігор запропонована Джоном Ньюманом та Оскаром Моргенштерном [2], була суттєво розвинута

Джоном Ф. Нешем [3] завдяки виявленню точки рівноваги, чи іншими словами стратегії, за якої кожний із гравців зі зміною власної ролі не може досягти більшої вигоди або максимізації функції корисності, якщо решта учасників стійко дотримуються власної лінії поведінки.

За М. Портером, конкурентна стратегія повинна бути розроблена на основі всебічного розуміння правил конкурентної боротьби, які й визначають привабливість та прибутковість бізнесу. В результаті поділу ринку за рівновагою Неша ми отримуємо так звану модель ідеальної конкуренції на ринку, за якої підприємства повинні завойовувати клієнтів не за допомогою місця розташування, а за допомогою покращення властивостей товару (зміна ціни, якості). Дотримуючись принципу Неша можна уникнути утворення конфліктів в сфері роздрібно́ї торгівлі. Прийняття принципу рівноваги Неша в мікроекономіці стало важливим кроком в розумінні розвитку та функціонування ринків.

В результаті власних досліджень розташування торгівельних центрів м. Суми, ми можемо стверджувати, що вони знаходяться в стані конкурентної рівноваги з точки зору місця розташування. Торгівельні центри зосереджені в місцях найбільшого скупчення споживачів. Тобто, велика частина торгових центрів розташовані в центральній частині м. Суми та вздовж автошляху Н12, через який пролягає шлях до прилеглих поселень та областей. Виходячи з цього, ми можемо запевнити, що застосування «рівноваги Неша» в економіці зменшує можливість утворення конфліктних ситуацій на підставі місця розташування збуту продукції та стимулює до розвитку та покращення економічних суб'єктів.

1. Haan, Jac. Why do competitors open their stores next to one another? [Electronic Resource]. – Available at: <https://ed.ted.com/lessons/why-do-competitors-open-their-stores-next-to-one-another-jac-de-haan>
2. Neumann, J. V. Theories of Games and Economic Behavior / John von Neumann, Oskar Morgenstern. – 2nd Edition. Princeton University Press. – 1947. – p. 79–84.
3. Nash, J. F. Equilibrium points in n-person games / John F. Nash Proceedings of the national academy of sciences, 36(1), 48-49.

Науковий керівник: *Г.О. Швіндіна, доцент кафедри управління*