



УДК 519.866

doi: 10.55287/22275398_2026_58_14

КОМПЛЕКСНОЕ ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИИ ИГР И СЦЕНАРНОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Д. А. Власов

Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, г. Москва

Аннотация

В центре внимания статьи — синергетический потенциал комплексного использования теории игр и сценарного моделирования для формирования ассортиментной политики предприятия, определяющей стратегические направления формирования, управления и развития ассортимента продукции в соответствии с целями предприятия, потребностями рынка и возможностями производства. В процессе исследования построена и проанализирована серия теоретико-игровых моделей формирования ассортимента предприятия, определены оптимальные стратегии в области ассортиментной политики предприятия с учётом различных информационных условий и критериев оптимальности. Материал статьи представляет интерес для совершенствования методов принятия решений в производственном менеджменте, а также может быть полезен для развития содержания профессиональной подготовки студентов магистратуры, обучающихся по направлению «Менеджмент».

Ключевые слова

Производственный менеджмент, игровое моделирование, сценарный анализ, ассортиментная политика, теория принятия решений, критерий оптимальности.

Дата поступления в редакцию
19.03.2026

Дата принятия к печати
26.03.2026

Введение

В современных условиях усложнения товарно-денежных отношений роль ассортиментной политики возрастает, поскольку именно она во многом определяет конкурентоспособность и устойчивость предприятия на рынке. Результаты анализа научной литературы по различным аспектам ассортиментной политики предприятия позволяет указать на её связь со степенью адаптации предприятия к меняющимся потребностям рынка [1; 10; 11], с возможностью обеспечения конкурентоспособности предприятия [13; 17], со стимулированием роста прибыльности, эффективности деятельности предприятия и управлением рисками [4; 7], формированием имиджа и бренда предприятия [22; 23], ускорением инновационного развития предприятия [8; 14; 21], а также удовлетворением разнообразных потребностей клиентов [2; 9].

Мы согласны с исследователями, утверждающими, что в условиях возрастающей конкуренции и нелинейной динамики спроса грамотная ассортиментная политика помогает своевременно реагиро-

вать на изменения предпочтений и запросов потребителей. Грамотно сформированный ассортимент позволяет предприятию выгодно выделяться среди конкурентов, предлагать потребителям более ценную и разнообразную продукцию. Оптимизация ассортиментного ряда способствует концентрации ресурсов предприятия на наиболее прибыльных позициях и отказу от менее рентабельных товаров. Разнообразие ассортимента помогает сгладить колебания спроса на отдельные виды товаров и снизить зависимость получаемых финансовых результатов от одного направления. Можно утверждать, что ассортимент отражает стратегию и позиционирование предприятия на рынке — от него зависит восприятие предприятия как инновационного, качественного, доступного производителя. Современная ассортиментная политика способна стимулировать внедрение новых технологий, развивать новые линейки продукции и модернизировать существующие товары. Кроме того, предприятие, формирующее продуманную ассортиментную политику, способно удовлетворить запросы разных сегментов рынка, что способствует повышению лояльности клиентов.

Мы считаем, что в современных условиях ассортиментную политику следует рассматривать как механизм стратегического управления, позволяющий предприятию гибко реагировать на рыночные изменения, удерживать позиции на рынке и обеспечивать устойчивое развитие. Однако указанный механизм нуждается в адекватной инструментальной поддержке, основу которой должны составлять современные достижения в области экономической кибернетики. Не вызывает сомнений, что целесообразное использование экономической кибернетики в практике хозяйствования способно значительно увеличить эффективность управления предприятиями, оптимизировать процесс принятия решений, сократить издержки и повысить адаптивность организаций к изменениям внешней среды.

Таким образом, актуальность темы исследования заключается в том, что в современных условиях неопределённости, высокой конкуренции и быстро меняющейся рыночной среды предприятия нуждаются в научно обоснованных, гибких и адаптивных инструментах для принятия управленческих решений. Проблема исследования заключается в отсутствии и недостаточной разработанности эффективных подходов, позволяющих объединить стратегический анализ рыночных сценариев и моделирование взаимодействия субъектов рынка при принятии решений о формировании и развитии ассортимента предприятия. Цель исследования — раскрытие синергетического потенциала комплексного использования теории игр и сценарного моделирования для формирования ассортиментной политики предприятия.

Методы и модели теории игр неоднократно применялись для анализа различных ситуаций, возникающих в финансовой и экономической сферах. Так, в публикации [25] раскрывается вопрос о рационализации инвестиционных стратегий экономических субъектов. Работа [18] посвящена использованию игровых моделей для описания взаимодействия предприятий в системе стратегического планирования. В статье [3] рассматриваются подходы к созданию моделей визуализации строительных процессов, направленные на повышение наглядности и эффективности управления проектами за счёт цифрового моделирования и соответствующего математического аппарата.

Публикация [12] посвящена современным управленческим инструментам и методологиям, способствующим оптимизации сроков, ресурсов и рисков в строительстве. Мы согласны с авторами, утверждающими, что современные математические методы являются неотъемлемой частью методологии анализа различных ситуаций, возникающих в строительстве. В работе [16] предложены методы оценки технологической надёжности как основы анализа и повышения устойчивости производственных систем. Авторы указывают на потребность расширения практики использования математических методов для анализа производственных систем. В статье [24] определены направления использования дифференциальных моделей в экономических исследованиях, предполагающих описание экономических ситуаций на основе непрерывно меняющихся параметров. С методической точки зрения представляет интерес публикация

[15], посвящённая решению проблемы усвоения студентами вопросов математического моделирования при изучении различных экономических дисциплин.

Сценарное моделирование также довольно часто используется в практике принятия решений, на что указывают работы [19; 20]. Однако потенциал комплексного применения теории игр и сценарного моделирования для формирования ассортиментной политики предприятия к настоящему времени не раскрыт. Ранее в статье авторов [5] была предложена новая игровая модель управления ассортиментом продукции базового уровня сложности, однако не были рассмотрены различные сценарии адаптации к реальным условиям хозяйствования. В данной статье построена серия игровых моделей продвинутого уровня на основе расширенного множества состояний внешней среды, а также выделены факторы, влияющие на качество принимаемых решений в сфере ассортиментной политики.

Построение игровой модели формирования ассортиментной политики предприятия и её сценарные модификации

Следуя логике формализации экономических ситуаций в виде игровых моделей, представленной в работе [6], для построения игровой модели формирования ассортиментной политики предприятия необходимо сконструировать множество игроков, количественно оценить последствия выбора всех возможных стратегий игроков и задать критерий оптимальности, выступающий инструментом сравнения альтернативных стратегий. В качестве первого игрока, осознанно принимающего решения, рассмотрим предприятие, выпускающее продукцию. Для простоты игрового анализа будем считать, ассортимент выпускаемой продукции ограничен несколькими видами продукции, при этом он может быть расширен до трёх видов продукции или сужен до одного вида. Формальное представление стратегий предприятия в таком случае имеет вид

$$A_1 = \{1; 0; 0\}, A_2 = \{0; 1; 0\}, A_3 = \{0; 0; 1\}, A_4 = \{1; 1; 0\}, \\ A_5 = \{1; 0; 1\}, A_6 = \{0; 1; 1\}, A_7 = \{1; 1; 1\}.$$

Построенное множество стратегий первого игрока включает семь чистых стратегий. Нижний индекс соответствует номеру стратегии предприятия, элемент «1» интерпретируется как включение определенного вида продукции в ассортимент, элемент «0» означает, что продукция определенного вида исключена из ассортимента выпускаемой продукции. Заметим, что увеличение ассортиментного ряда позволит аналогично задать стратегии предприятия без изменения используемого формального подхода. В качестве второго игрока рассмотрим природу, понимая под ней обобщенного игрока, соответствующего внешним условиям.

Будем считать, что множество состояний природы аналогично построенному ранее множеству стратегий игрока — производителя, однако для полноты анализа включает дополнительное состояние $P_0 = \{0; 0; 0\}$, в случае реализации которого отсутствует спрос на производимую продукцию всего ассортиментного ряда. На следующем этапе игрового моделирования в процессе исследования были оценены последствия принимаемых решений предприятием в области ассортиментной политики с учётом данных, предоставленных менеджментом ООО «Корпорация Хлебница». В результате выделения четырёх ситуаций, имеющих принципиальное значение для принятия решений в области ассортиментной политики, были получены матрицы игры, представленные в **таблицах 1, 2, 3 и 4**. Каждый элемент указанных матриц — величина ожидаемой прибыли предприятия (тыс. руб.) при условии, что им выбрана определенная стратегия ассортимента выпускаемой продукции, а природой реализовано одно из возможных состояний.

Сценарий 1

Отражена динамика прибыли, получаемой в результате сбыта произведенной продукции в зависимости от ожидаемого спроса (в расчёте на единицу производимой продукции), динамика издержек в зависимости от выбранной производственной стратегии (в расчёте на единицу производимой продукции), отражена динамика спроса. Игровая модель построена в предположении о наличии неравномерного распределения спроса по сегментам производимой продукции.

Таблица 1

Матрица игры согласно первому сценарию

Стратегии	Π_0	Π_1	Π_2	...	Π_6	Π_7
A_1	-22500	25000	-22500	...	-22500	25000
A_2	-43500	-43500	50000	...	50000	50000
A_3	-62000	-62000	-62000	...	75000	75000
A_4	-61800	-4800	13000	...	13000	70000
A_5	-68700	-72200	-68700	...	13500	80000
A_6	-101800	-76350	7800	...	90000	90000
A_7	-110100	-38850	-25950	...	56250	127500

Сценарий 2

Отсутствует динамика спроса, однако отражена динамика прибыли, получаемой в результате сбыта произведенной продукции в зависимости от ожидаемого спроса (в расчёте на единицу производимой продукции), динамика издержек в зависимости от выбранной производственной стратегии (в расчёте на единицу производимой продукции). Игровая модель строится в предположении наличия неравномерного распределения спроса по сегментам производимой продукции.

Таблица 2

Матрица игры согласно второму сценарию

Стратегии	Π_1	Π_2	Π_3	...	Π_7	Π_8
A_1	-45000	50000	-45000	...	-45000	50000
A_2	-87000	-87000	100000	...	100000	100000
A_3	-124000	-124000	-124000	...	150000	150000
A_4	-61800	-4800	13000	...	13000	70000
A_5	-68700	-72200	-68700	...	13500	80000
A_6	-101800	-50900	5200	...	60000	60000
A_7	-73400	-25900	-17300	...	37500	85000

Сценарий 3

Отсутствует динамика спроса, однако отражена динамика прибыли, получаемой в результате сбыта произведенной продукции в зависимости от ожидаемого спроса (в расчёте на единицу производимой продукции), учтена динамика издержек в зависимости от выбранной производственной стратегии (в расчёте на единицу производимой продукции). Игровая модель строится в предположении о наличии равномерного распределения спроса по сегментам производимой продукции.

Матрица игры согласно третьему сценарию

Стратегии	Π_1	Π_2	Π_3	...	Π_7	Π_8
A_1	-45000	50000	-45000	...	-45000	50000
A_2	-87000	-87000	100000	...	100000	100000
A_3	-124000	-124000	-124000	...	150000	150000
A_4	-66000	-18500	27500	...	27500	75000
A_5	-84500	-87000	-84500	...	52500	100000
A_6	-105500	-70263	-7992	...	83250	83250
A_7	-85248	-53613	-22977	...	68265	99900

Сценарий 4

Отсутствует динамика прибыли, получаемой в результате сбыта произведенной продукции в зависимости от ожидаемого спроса (в расчёте на единицу производимой продукции), отсутствует динамика издержек в зависимости от выбранной производственной стратегии (в расчёте на единицу производимой продукции). Игровая модель строится в предположении о наличии равномерного распределения спроса по сегментам производимой продукции.

Таблица 4

Матрица игры согласно четвертому сценарию

Стратегии	Π_1	Π_2	Π_3	...	Π_7	Π_8
A_1	100000	-87000	-87000	...	-87000	100000
A_2	-87000	100000	-87000	...	100000	100000
A_3	-87000	-87000	100000	...	100000	100000
A_4	6500	6500	-87000	...	6500	100000
A_5	-93500	-87000	6500	...	6500	100000
A_6	-57942	4329	4329	...	66600	66600
A_7	-24642	-24642	-24642	...	37629	99900

Для анализа построенных игровых моделей, объединённых единой логикой выбора предприятием стратегии формирования ассортимента производимой продукции, обратимся к критериям, положительно зарекомендовавшим себя для исследования экономических ситуаций в условиях полной неопределенности.

Результаты количественной оценки показателей эффективности по критерию Лапласа, Вальда и интегральному критерию Гурвица со средним значением показателя оптимизма представим **в таблицах 5, 6 и 7** соответственно.

Таблица 5

Оценка показателей эффективности по критерию Лапласа

Стратегии	Сценарий 1	Сценарий 2	Сценарий 3	Сценарий 4
A_1	1250	2500	2500	6500
A_2	3250	6500	6500	6500

Стратегии	Сценарий 1	Сценарий 2	Сценарий 3	Сценарий 4
A_3	6500	13000	13000	6500
A_4	4100	4100	4500	6500
A_5	-3100	-3100	1500	-6000
A_6	3643,75	-1812,5	2088,875	696,75
A_7	8700	5800	7326	6493,5

Таблица 6

Оценка показателей эффективности по критерию Вальда

Стратегии	Сценарий 1	Сценарий 2	Сценарий 3	Сценарий 4
A_1	-22500	-45000	-45000	-87000
A_2	-43500	-87000	-87000	-87000
A_3	-62000	-124000	-124000	-87000
A_4	-61800	-61800	-66000	-87000
A_5	-72200	-72200	-87000	-93500
A_6	-101800	-101800	-105500	-87000
A_7	-110100	-73400	-85248	-86913

Таблица 7

Оценка показателей эффективности по критерию Гурвица

Стратегии	Сценарий 1	Сценарий 2	Сценарий 3	Сценарий 4
A_1	1250	2500	2500	6500
A_2	3250	6500	6500	6500
A_3	6500	13000	13000	6500
A_4	4100	4100	4500	6500
A_5	3900	3900	6500	3250
A_6	-5900	-20900	-11125	-10200
A_7	8700	5800	7326	6493,5

Обсуждение результатов

В процессе анализа игровой модели, соответствующей первому сценарию, установлено, что по критерию Лапласа оптимальной является стратегия A_7 , содержательный смысл которой заключается в максимальном расширении ассортимента выпускаемой продукции. Это можно объяснить учёта в игровой модели роста спроса в условиях расширения ассортимента производимой продукции. По критерию Вальда — стратегия A_1 , реализация которой подразумевает выпуск продукции исключительно первого вида. Указание данной стратегии в качестве оптимальной свидетельствует о том, что критерий Вальда ориентирует менеджмент предприятия на негативный вариант развития (уровень пессимизма максимальный) — в таких условиях стратегию A_1 можно предложить как крайне осторожный вариант поведения, целью которого является не сколько максимизации ожидаемой прибыли, сколько избегание негативных последствий выбора стратегии ассортиментной политики. Повышение уровня оптимизма до

0,5 в рамках применения критерия Гурвица позволило установить устойчивость стратегии A_7 , указанной ранее в качестве оптимальной по критерию Лапласа.

Второй сценарий отличается от ранее рассмотренной тем, что в ней отсутствует динамика спроса на производимую продукцию. Предполагается, что спрос фиксирован в рассматриваемый период и выбор той или иной стратегии формирования ассортимента никак не влияет на спрос. Как и в первой ситуации, отражена динамика прибыли, получаемой в результате сбыта произведенной продукции в зависимости от ожидаемого спроса (в расчёте на единицу производимой продукции), динамика издержек в зависимости от выбранной производственной стратегии (в расчёте на единицу производимой продукции). Игровая модель по-прежнему построена в предположении наличия неравномерного распределения спроса по сегментам производимой продукции. В таких условиях A_3 является стратегией, оптимальной по критерию Лапласа. Её смысл заключается в отказе от выпуска продукции первого и второго видов — ассортимент ограничен продукцией третьего вида. Она также оптимальна и по критерию Гурвица при среднем значении уровня оптимизма, равным 0,5. По критерию Вальда остаётся оптимальной стратегия которая уже была указана ранее в качестве оптимальной.

Согласно оценкам показателей эффективности стратегий, представленных в **таблице 6**, оптимальность стратегий сохраняется при предположении о наличии равномерного распределения спроса по сегментам производимой продукции. Таким образом в рамках проведенного анализа не установлена чувствительность оптимальных стратегий к изменению вида распределения состояний природы. Отметим, что данная особенность требует дополнительного исследования, уточняющего механизмы влияния изменений в потребительских предпочтениях потребителей продукции.

Обратимся к результатам, полученных в процессе анализе четвертого сценария. В неё отсутствует динамика прибыли, получаемой в результате сбыта произведенной продукции в зависимости от ожидаемого спроса (в расчёте на единицу производимой продукции), отсутствует динамика издержек в зависимости от выбранной производственной стратегии (в расчёте на единицу производимой продукции). Игровая модель построена в предположении о наличии равномерного распределения спроса по сегментам производимой продукции. Специфика предположений привела к следующим результатам: по критерию Лапласа стратегии A_1 , A_2 , A_3 и A_4 демонстрируют одинаковую эффективность и признаны оптимальными (также как и по критерию Гурвица со средним значением показателя оптимизма), по критерию Вальда оптимальной является стратегия A_7 .

Заключение

Предложенный подход, заключающийся в комплексном применении теории игр и сценарного моделирования, относительно гибок и может быть адаптирован для решения разнообразных вопросов, возникающих при работе с ассортиментами продукции: «Какие товары следует включить в ассортимент?», «Какова оптимальная ширина, глубина и устойчивость ассортимента?», «Как распределить ресурсы между разными товарными направлениями?», «Как следует обновлять ассортимент?», «Каким образом позиционировать ассортимент на рынке в соответствии с целевой аудиторией?» и др. Следует отметить, что расширение числа ассортиментных наименований не приведёт к изменению типа игровой модели, используемой для выбора оптимальной стратегии, а изменит размерность соответствующих матриц игры и усложнит вычислительный процесс их анализа.

Обращение к комплексному использованию теории игр и сценарного моделирования для формирования ассортиментной политики предприятия позволяет учесть совокупность факторов, оказывающих существенное влияние на качество принимаемых решений и определяющих финансовые ре-

зультаты деятельности предприятия. К таким факторам в процессе исследования отнесены следующие факторы.

Фактор 1

Потребность в учёте высокой степени неопределённости внешней среды

Рынки сбыта в современных условиях теряют предсказуемость вследствие технологических изменений, колебаний спроса, а также влияния геополитических и экономических факторов. Сценарное моделирование позволяет учитывать различные варианты развития событий, акцентируя внимание исследователя на наиболее вероятных, а теория игр – моделировать поведение конкурентов и потребителей в рассматриваемых сценариях.

Фактор 2

Необходимость стратегической гибкости в выборе направлений формирования ассортимента

Комплексное применение сценарного моделирования и теории игр способствует формированию ассортимента предприятия, устойчивого к изменениям внешних условий. Такой подход целесообразен для обеспечения конкурентного преимущества предприятия в долгосрочной перспективе.

Фактор 3

Запрос на учёт конкурентного взаимодействия на рынке сбыта продукции

Методы и модели теории игр позволяют анализировать и прогнозировать действия конкурентов, выявлять оптимальные ассортиментные стратегии с учётом возможных ответных мер со стороны других участников рынка.

Фактор 4

Направленность на обоснование управленческих решений

Совмещение количественных (математических) и качественных (сценарных) методов позволяет обеспечить комплексное и более объективное обоснование стратегий ассортиментной политики, снижая риски субъективных ошибок и усиливая степень аргументированности принимаемых решений.

Фактор 5

Востребованность инновационного подхода к управлению ассортиментом

Использование теоретико-игровых инструментов и сценарного анализа в полной мере отражает современный уровень развития математических и инструментальных основ стратегического и производственного менеджмента, что повышает актуальность и практическую значимость тематических исследований.

Фактор 6

Запрос на повышение эффективности и устойчивости бизнеса

Применение предлагаемого подхода позволяет оптимизировать структуру ассортимента, рационально распределять ресурсы и прогнозировать финансовые результаты выбора различных стратегий в условиях полной неопределённости.

Фактор 7

Потребность в интеграции аналитических и цифровых инструментов поддержки решений

Использование теории игр и сценарного моделирования может предполагать применение цифровых инструментальных средств, систем бизнес-аналитики и технологий искусственного интеллекта, что

обеспечивает обработку больших массивов данных, повышение точности прогнозов и оперативность корректировки стратегий в области ассортиментной политики предприятия.

Фактор 8

Необходимость учёта поведенческих аспектов потребителей

Методы теории игр позволяют учитывать не только рациональные, но и поведенческие особенности покупателей — склонность к риску, чувствительность к ценовым изменениям, стремление к новизне, что способствует более точному позиционированию продукции и формированию клиентоориентированной ассортиментной политики.

Фактор 9

Запрос на снижение стратегических рисков и повышение адаптивности управления

Сценарное моделирование в сочетании с игровыми методами способствует выявлению потенциальных угроз и возможностей, разработке альтернативных сценариев действий, что обеспечивает устойчивость предприятия к внешним шокам и меняющейся рыночной конъюнктуре.

Фактор 10

Потребность в повышении согласованности управленческих решений между подразделениями предприятия

Комплексный подход к формированию ассортиментной политики позволяет более эффективно координировать действия между маркетинговыми, производственными, снабженческими и финансовыми подразделениями, обеспечивая согласование ассортиментных решений с общей стратегией развития и ресурсными возможностями предприятия.

В качестве перспектив исследования укажем включение в анализ стратегий формирования ассортимента продукции механизмов снижения неопределенности в выборе оптимальной стратегии, что позволит привлечь к исследованию альтернативные критерии — критерий Байеса и Ходжа-Лемана, а также построение эконометрических моделей спроса на производимую предприятием продукцию каждого вида для повышения качества количественной оценки последствий принимаемых решений в области ассортиментной политики.

Библиографический список

1. Багаудинова Е. П. Ассортиментная политика как фактор стратегического развития фирмы // Молодой ученый. — 2019. — № 51 (289). — С. 374–377.
2. Биктимирова Х. С. Анализ современных подходов к формированию ассортиментной политики туристского предприятия // Туризм и сервис. — 2021. — № 7. — С. 45–50.
3. Бовтеев, С. В., Евстифеева Е. С. Методика формирования моделей визуализации строительных процессов // Системные технологии. — 2023. — № 2 (47). — С. 66–73.
4. Бочкарева В. С., Пономарева А. Д. Роль товарной политики в повышении эффективности деятельности предприятия // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2021. — № 5-1 (75). — С. 45–52.
5. Власов Д. А., Карасев П. А., Синчуков А. В. Возможности игрового моделирования в управлении ассортиментом продукции // Статистика и Экономика. — 2024. — Т. 21, № 6. — С. 18–29.

6. *Власов Д. А.* Теория игр в производственном менеджменте: учебное пособие. — М.: ИНФРА-М, 2026. — 217 с.
7. *Гузь М. А., Тычинина Н. А.* Ассортиментная политика как инструмент планирования и контроллинга производства продукции на промышленном предприятии // Главный инженер. Управление промышленным производством. — 2019. — № 5. — С. 13–19.
8. *Ергардт О. И., Герман О. И.* Методы анализа ассортиментной политики предприятия // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2017. — № 9 (31). — С. 88–95.
9. *Захарченко Е. В.* Ассортиментная политика на сервисных предприятиях // Russian Journal of Retail Management / Креативная экономика. — 2018. — № 3. — С. 67–73.
10. *Иванов С. В.* Современные тенденции в области ассортиментной политики крупнейших ИТ-компаний // Российское предпринимательство. — 2008. — № 9-2 (119). — С. 112–118.
11. *Казина Е. С.* Комплексный подход к определению термина «Ассортиментная политика предприятия» // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. — 2010. — № 1. — С. 45–50.
12. *Кондратеня А. В., Кодратеня В. В., Окольникова Г. Э.* Инновационные методологии управления строительными проектами // Системные технологии. — 2020. — № 4 (37). — С. 5–8.
13. *Коротова М. С.* Ассортиментная политика предприятия: основные взгляды / М. С. Коротова // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. — 2018. — № 1 (51). — С. 92–97.
14. *Костанда А. В.* Управление инновациями в маркетинговой товарной политике: теоретический фреймворк // Экономика, предпринимательство и право. — 2024. — Т. 14, № 12. — С. 102–110.
15. *Курбанмагомедов К. Д.* Об актуальности усвоения математического моделирования при изучении экономических дисциплин // Системные технологии. — 2015. — № 2 (15). — С. 58–65.
16. *Курбанмагомедов К. Д., Магдиев А. М., Мутаев М. А.* Оценка технологической надежности для анализа состояния производственных систем // Системные технологии. — 2018. — № 3 (28). — С. 87–92.
17. *Лактюшина О. В., Ипатов С. А.* Товарная политика как фактор обеспечения конкурентоспособности предприятия // Студенческий научный форум. — 2019. — № 3. — С. 22–26.
18. *Михель Е. А., Зайцев А. А., Дмитриев Н. Д.* Теоретико-игровой инструментарий взаимодействия предприятий в системе стратегического планирования // Вестник Алтайской академии экономики и права. — 2022. — № 2-2. — С. 218–231.
19. *Наумов И. В.* Сценарное моделирование и прогнозирование пространственной трансформации рынка общественного питания в России // Управленец. — 2021. — Т. 12, № 4. — С. 75–91.
20. *Наумов, И. В.* Сценарный подход к моделированию рисков банкротства предприятий отраслей промышленности / И. В. Наумов, Н. Л. Никулина, А. А. Бычкова // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. — 2024. — Т. 17, № 2. — С. 166–186.
21. *Попадюк О. И.* Инновационная товарная политика торгового предприятия: сущность и особенности // Новое в экономической кибернетике. — 2022. — № 2. — С. 34–41.
22. *Резник Г. А., Щербаков А. С.* Имидж бренда как нематериальный актив предприятия // Маркетинг в России и за рубежом. — 2015. — № 3. — С. 52–60.
23. *Самаева Е. В., Эрдниева Э. В., Манджиев З. Д.* Формирование имиджа организации как элемента маркетинговой стратегии // Вестник Алтайской академии экономики и права. — 2019. — № 4-1. — С. 77–83.

24. Синчуков А. В. К вопросу об использовании дифференциальных моделей в экономических исследованиях // Системные технологии. — 2018. — № 1 (26). — С. 78–81.

25. Теоретико-игровой метод рационализации инвестиционной политики экономических субъектов / Д. Г. Родионов, А. А. Зайцев, Н. Д. Дмитриев, Н. Г. Викторова // Бизнес. Образование. Право. — 2023. — № 2 (63). — С. 109–117.

THE COMPLEX APPLICATION OF GAME THEORY AND SCENARIO MODELING FOR THE FORMATION OF THE ASSORTMENT POLICY OF THE ENTERPRISE

D. A. Vlasov

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow

Abstract

The article focuses on the synergistic potential of the integrated use of game theory and scenario modeling for the formation of an enterprise's product range policy, which determines the strategic directions for the formation, management, and development of the product range in accordance with the enterprise's goals, market needs, and production capabilities. The study involves the construction and analysis of a series of game-theoretic models for the formation of an enterprise's product range, and the identification of optimal strategies for the enterprise's product range policy, taking into account various information conditions and optimization criteria. The article's material is of interest for improving decision-making methods in production management, and it can also be useful for developing the content of professional training for master's students studying in the field of Management.

The Keywords

Production management, game modeling, scenario analysis, assortment policy, decision theory, optimality criterion.

Date of receipt in edition

19.03.2026

Date of acceptance for printing

26.03.2026

Ссылка для цитирования:

Д. А. Власов. Комплексное применение теории игр и сценарного моделирования для формирования ассортиментной политики предприятия. — Системные технологии. — 2026. — № 1 (58). — С. 14–24.