

Tvorba agentových modelů

Marek Bryša

Masarykova Univerzita
Přírodovědecká fakulta
Ústav matematiky a statistiky

Obhajoba bakalářské práce

Analýza síťového marketingu z ekonomického pohledu

Systém, kde se samotní spotřebitelé mohou stát za určitých podmínek prodejci a distribuovat výrobky.

K tomu a zejména k přivedení dalších lidí se je provozovatel prodejní sítě snaží finančně motivovat.

Ušetří naopak drtivou většinu nákladů na vybudování kamenných provozoven.

- Vznik prodejní sítě a průběh jejího šíření
- Zkoumání výsledné struktury
- Odvození příjmových a nákladových funkcí provozovatele
- Doporučení vedoucí k maximalizaci jeho zisku

- ➊ Zaměření na konkrétní fungující systém – firma Oriflame (kosmetické výrobky)
- ➋ Vytvoření počítačového multiagentového modelu
- ➌ Provedení simulací a experimentů na něm
- ➍ Analýza dat pomocí ekonometrických a statistických nástrojů

Možnost výdelku pro prodejce (člena Oriflame):

- Marže z přímého prodeje – od Oriflame koupím za 75 Kč, prodám známému za 100 Kč
- Přivedení dalších lidí k prodejní síti – dostanu podle určitého schématu procenta z prodeje lidí, které jsem přivedl, které oni přivedli, atd.

Hlavní výsledky

Generování grafu sociálních vazeb

