

## عنوان مقاله:

مسئله مکان یابی رقابتی تسهیلات در بازار با استفاده از خوشه بندی مشتریان

## محل انتشار:

فصلنامه مدیریت زنجیره تامین، دوره 17، شماره 48 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

شهاب الدین یزدانی - دانشگاه شهید باهنر کرمان

محمدعلی فرقانی - دانشگاه شهید باهنر کرمان

مسعود رشیدی نژاد - دانشگاه شهید باهنر کرمان

## خلاصه مقاله:

با در نظر گرفتن رقابت در بازار، مکان یابی رقابتی تسهیلات به استقرار تسهیلات می پردازد و هر یک از تسهیلات برای کسب سهم قابل کسب بازار با تسهیلات موجود به رقابت می پردازند. سهم قابل کسب از بازار نسبت عکس با فاصله تسهیل از مشتری داشته و با میزان جذابیت تسهیل نسبت مستقیم دارد. جذابیت هر تسهیل به عوامل مختلفی از جمله کیفیت و قیمت تسهیل بستگی دارد و هر یک از این عوامل دارای وزنی متفاوت برای مشتریان در مکان های متفاوت می باشد. در مدل ارائه شده در این تحقیق این مسئله را مورد توجه قرار داده و مشتریان به خوشه های متفاوت تقسیم بندی شده اند که در هر خوشه قیمت و کیفیت وزن های مختلفی دارند. در بررسی این مسئله در سه مرحله مدل ارائه و حل شده است. در مرحله اول میزان جذابیت تسهیل تعیین شده و در مرحله دوم مکان مناسب برای جایابی مشخص می شود. در مرحله سوم نیز میزان کیفیت و قیمت تسهیل جدید در مکان بهینه تعیین می گردد. در نهایت برای نشان دادن امکان پذیری روش های پیشنهادی مثال عددی ایجاد شده و جواب با میزان درآمد و قیمت و کیفیت تسهیل جدید به دست آمده است.

## کلمات کلیدی:

مکان یابی رقابتی تسهیلات، تعادل نش، جذابیت متغیر تسهیل، خوشه بندی مشتریان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1011335>

