

عنوان مقاله:

تحلیل تاثیر تقاضای مشتریان بر سود زنجیره تامین در یک مدل قیمت گذاری دو کاناله

محل انتشار:

هشتمین کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع و سیستم ها (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

پریسا حقی مطلق - دانش آموزخته کارشناسی ارشد، گروه مهندسی صنایع، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران

غلامرضا نصیری - استادیار، گروه مهندسی صنایع، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

از جمله تصمیمات مهمی که در زنجیره تامین اتخاذ شده و تاثیر قابل توجهی در سود کل زنجیره دارد، قیمت گذاری است. اغلب سازمان ها به منظور افزایش سهم بازار و جذب مشتریان بیشتر، برای ارائه محصولات و خدمات خود از کانال های دیگری در کنار عرضه سنتی استفاده می کنند. برای یک زنجیره تامین با بیش از یک کانال فروش، قیمت گذاری محصولات برای هر کانال یک فرآیند مهم تصمیم گیری به شمار می آید. در تحقیق پیش رو یک مدل قیمت گذاری بین دو کانال خرده فروشی و زنجیره های با در نظر گرفتن تخفیف در کانال زنجیره ای قرارداد تسهیم درآمد میان فروشگاه های زنجیره ای و تامین کننده با هدف حداکثرسازی سود تامین کننده ارائه شده است. در ادامه ضمنا ارائه مثال عددی و بدست آوردن هر یک از مقادیر متغیرهای تصمیم با استفاده از نرم افزار گمز، به تحلیل نتایج حاصل از آن پرداخته خواهد شد. تحلیل حساسیت صورت گرفته بر روی برخی پارامترهای مسئله نیز نشان دهنده تاثیرگذاری بالای تقاضای بالقوه کانال خرده فروشی درمقایسه با پارامترهای دیگر بر سود حاصله است

کلمات کلیدی:

قیمت گذاری، تقاضای مشتریان، تخفیف، خرده فروشی، زنجیره تامین دوکاناله، فروشگاه زنجیره ای

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1537552>

