

عنوان مقاله:

ارزیابی استراتژیهای منعطف فروش و شبکه تولید به منظور ایجاد حالت ارتجاعی در صورت وقوع اختلال

محل انتشار:

کنفرانس سالانه مدیریت و اقتصاد کسب و کار (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

مهلا حسینی شفا - دانشجو، کارشناسی ارشد مهندسی سیستمهای اقتصادی و اجتماعی، دانشکده صنایع دانشگاه علوم و فنون مازندران

بابک شیرازی - استادیار، دکترای مهندسی صنایع، دانشکده صنایع دانشگاه علوم و فنون مازندران

خلاصه مقاله:

مدیریت زنجیره تامین به هماهنگی مواد اولیه، تولیدات و گردش اطلاعات بین تامینکنندگان، تولیدکنندگان، توزیع کنندگان، خرده فروشان و مشتریان مربوط میشود. زنجیرههایی که بیشترین ارزش را به بخش فروش و مشتریان نهایی خود میدهند، قطعا برای محصولات و خدماتشان تقاضا وجود خواهد داشت. در سالهای اخیر فروش تغییرات شگرفی داشته، رقابتهای فوق العاده شدیدتر و فروشندگها خیلی بیشتر شدهاند. ما در این تحقیق در نظر داریم به بررسی تقاضای مشتریان و ظرفیت سنجی خطوط تولید بپردازیم و مقایسههای بین عملکرد مورد انتظار و عملکرد واقعی برای یافتن شکاف فروشمان انجام دهیم و با در نظر گرفتن این شکاف به عنواناختلال به ایجاد حالت ارتجاعی بپردازیم. در این راستا سیاستهایی که در افزایش فروش و رضایت بیشتر مشتریان موثرند را دسته- بندی کرده و به معرفی تابع مدیریت درآمدی بپردازیم که هدف آن پیدا کردن یک استراتژی قیمت گذاری بهینه با در نظر گرفتن این سیاستها (یعنی با توجه به این سیاستها قیمت چگونه تغییر کند) میباشد که درآمد کل جمعآوری شده از فروش محصولات در شرکت مازیرا صنعت بابل را، حداکثر کنیم

کلمات کلیدی:

مدیریت زنجیره تامین، مدیریت فروش، محصولات کمفروش، حالت ارتجاعی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/428550>

