

## عنوان مقاله:

بهینه سازی سیاست های بازاریابی و موجودی برای اقلام زوال پذیر غیر آنی با زمان بدون زوال غیرقطعی

## محل انتشار:

اولین مسابقه کنفرانس بین المللی جامع علوم مهندسی در ایران (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسندگان:

امیرحسین پاطوقی

مصطفی ستاک

## خلاصه مقاله:

ما در این پژوهش به دنبال ارائه ی رویکردی نوین برای بهینه سازی توأم سیاست های بازاریابی و کنترل موجودی اقلام زوال پذیری که در آن ها تقاضا تابعی از تبلیغات و قیمت فروش است هستیم. در این مطالعه اقلام با زوال غیر آنی در نظر گرفته شده اند و یکی از ویژگی های بارز این پژوهش این است که مدت زمانی که اقلام زوال ندارند غیردقیق است. از دیگر ویژگی های این مطالعه در نظر گرفتن تأثیر تبلیغات در تقاضا و در نظر گرفتن توابع زوال و هزینه نگهداری به شکل توابعی اختیاری است تا بتوان چارچوبی کلی برای مدل فراهم کرد. برای حل مدل ارائه شده، ابتدا با توسعه ی لم-های مختلف وجود پاسخ بهینه و منحصر به فرد اثبات شده است. سپس با استفاده از این نتایج الگوریتم حلی با رویکردی تکراری توسعه داده شده است. در آخر مثال های عددی برای نشان دادن اعتبار و صحت مدل ارائه شده و کارایی روش حل توسعه داده شده بررسی شده اند.

## کلمات کلیدی:

موجودی، قیمت گذاری، اقلام زوال پذیر، تقاضای متغیر، زمان بدون زوال غیردقیق

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/545488>

