

عنوان مقاله:

قیمت گذاری و تبلیغات مشارکتی بهینه در یک زنجیره تامین دو سطح با کانال توزیع دو گانه برای محصولات مکمل: رویکرد نظریه بازی

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی دستاوردهای نوین پژوهشی در مکانیک، صنایع و هوافضا (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

صبا موثق - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشکده مهندسی صنایع و سیستم ها دانشگاه صنعتی اصفهان

مرتضی راستی برزکی - استادیار دانشکده مهندسی صنایع و سیستم ها دانشگاه صنعتی اصفهان

خلاصه مقاله:

قیمت گذاری مهم ترین جز ازمدل کسب و کار میباشد و تصمیمات درمورد آن تاثیر زیادی بر روی سودآوری بنگاه به همراه دارد از طرف دیگر همکاری در تبلیغات یک استراتژی بازاریابی است که در آن خرده فروش تبلیغات محلی را اجرا میکند و تولید کننده بخشی از کل هزینه های آن را پرداخت میکند در این تحقیق همکاری در تبلیغات و تصمیمات قیمت گذاری در یک زنجیره تامین دو سطحی با کانال توزیع دوگانه بررسی میشود تمرکز اصلی مطالعه گذشته بر روی یکمحصول خاص بوده است اما در این مقاله محصولات مکمل در نظر گرفته شده اند توابع تقاضای هر محصول در هر کانال تابعی از قیمت خود محصول و قیمت محصول مکمل آن درکانال دیگر میباشد بهمنظور مطالعه ی تصمیم گیری بهینه ی اعضای زنجیره از یک بازی استکبرگ به نام بازی تولید کننده رهبر استفاده شده است و هم چنین مقعر بودن توابع هدف اثبات شده است

کلمات کلیدی:

قیمت گذاری، بازاریابی، دوگانه، مکمل، استکبرگ، بازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/566233>

