

عنوان مقاله:

تاثیر استراتژی قیمت گذاری بر محصولات جدید و بازسازی شده با چرخه عمر کوتاه

محل انتشار:

سومین کنفرانس سراسری پیشرفتهای نوین در مهندسی صنایع، مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

ربابه سادات امامی میبدی - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع گرایش مدیریت سیستم و بهره وری دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج

خلاصه مقاله:

محصول مبتنی بر فناوری به دلیل نوآوری و رشد سریع در علم و فناوری و همچنین رفتار مشتری برای دنبال کردن آخرین مدل محصول چرخه عمر کمتری را دارا می باشد و این رفتار فضای دفن زباله را در زمان کوتاه تری اشغال می کند بازسازی یک گزینه برای مدیریت محصولاتی است که استفاده از آنها پایان یافته که یک فرصت برای اجرای مقررات با حفظ سودآوری می باشد بازسازی یک فرایند بازیابی است که محصول مورد استفاده را به یک محصول درحدنو تبدیل می کند که معمولا با ضمانتی مشابه محصول جدید عرضه میشود بسیاری از تولید کنندگان نگران این هستند که بازسازی ممکن است فروش محصول جدید را از بین ببرد از طرفی در بازارهای رقابتی امروزه شرکت یا تولید کننده ای پیروز رقابت است که سهم بیشتری از بازار را از آن خود کرده باشد لذا اقداماتی نظیر تعیین قیمت به صورتی مناسب برای محصولات جدید و بخصوص بازسازی شده راهی موثر در کسب سهم بیشتری از بازار است در این مطالعه ابتدا یک سری مفاهیم در مورد قیمت گذاری بیان میشود و پیشینه تحقیقاتی قیمت گذاری محصولات جدید و بازسازی شده ارایه میشود هدف از این مقاله آشنایی با استراتژی های قیمت گذاری محصولات جدید و بازسازی شده می باشد و در پایان یک نتیجه گیری ارایه شده است

کلمات کلیدی:

استراتژی قیمت گذاری، محصولات جدید، بازسازی شده، محصولات با چرخه عمر کوتاه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/676897>

