

عنوان مقاله:

ارایه مدلی جهت هماهنگی در قیمت گذاری و مشارکت در یک زنجیره تامین با در نظر گرفتن تخفیف با استفاده از نظریه بازی ها

محل انتشار:

فصلنامه بین المللی مهندسی صنایع و مدیریت تولید، دوره 28، شماره 1 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

زهره سعیدمحمدی - دانشکده مهندسی صنایع و مکانیک، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین

ابوالفضل کاظمی - دانشکده مهندسی صنایع و مکانیک، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین

خلاصه مقاله:

عملکرد بهینه زنجیره تامین، نیازمند صورت گرفتن پاره ایی از فعالیتها میباشد. اما این فعالیتها همیشه مورد علاقه اعضای زنجیره نبوده و در واقع اعضای درگیر در زنجیره هرکدام تصمیمات خود را به صورت مستقل و با هدف بیشینه کردن سود خود و نه لزوماً سود زنجیره میگیرند و این امر موجب عملکرد ضعیف کل زنجیره میشود. هماهنگسازی از جمله مباحث مهمی است که به شکل وسیع در زنجیره تامین مورد توجه قرار میگیرد. طبیعتاً یکی از برجسته ترین ابزارها برای تحلیل این نوع از مسایل رقابت و همکاری در زنجیره تامین، نظریه بازیهای مشارکتی و یا غیرمشارکتی میباشد. این مقاله به هماهنگ سازی زنجیره تامین دو سطحی با استفاده از تبلیغات مشارکتی همراه با تصمیمات قیمت گذاری میپردازد و تولیدکننده تخفیف قیمت به خرده فروش ارایه میدهد و تقاضا تحت تاثیر قیمت و تبلیغات میباشد. تبلیغات مشارکتی یک تلاش هماهنگ توسط اعضای کانال میباشد که برای افزایش تقاضای مشتری صورت می گیرد. با استفاده از نظریه بازیها دو مدل رابطه بین تولیدکننده و خرده فروش در نظر می گیریم که شامل بازی بدون همکاری نش و بازی همکارانه میباشد و مدل چانه زنی برای تقسیم سود مشترک اضافی در بازی همکارانه براساس ریسک بازیکنان و قدرت چانه زنی آنها مطرح شده است.

کلمات کلیدی:

زنجیره تامین، نظریه بازی ها، هماهنگی، تبلیغات مشارکتی، تخفیف

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/752294>

