



تصمیمات قیمت گذاری برای کالاهای مکمل در زنجیره عرضه فازی

علیرضا ارشادی خمسه¹، فریبا سلیمانی²

¹استادیار گروه مهندسی صنایع، دانشکده فنی و مهندسی دانشگاه خوارزمی

Alireza.arshadikhamseh@gmail.com, ar_arshadi@khu.ac.ir

²دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع، دانشکده مهندسی صنایع دانشگاه خوارزمی

frsoleimani@gmail.com

چکیده

در این نوشتار به بررسی تصمیمات قیمت گذاری در یک زنجیره عرضه فازی، شامل دو تولیدکننده کالاهای مکمل و یک خرده-فروش می پردازیم که در این زنجیره تقاضای مشتریان و هزینه تولید تولیدکنندگان به عنوان متغیرهای فازی در نظر گرفته می شوند. دو ساختار مختلف برای توزیع قدرت بین اعضای زنجیره تعریف شده است: ساختار متمرکز و ساختار غیر متمرکز که در ساختار غیرمتمرکز فرض می شود خرده فروش از قدرت بیشتر ی برخوردار است و قیمت های بهینه در هر ساختار، با بکارگیری نظریه مجموعه فازی و رویکرد نظریه بازی ها تعیین خواهند شد. در نهایت با استفاده از مثال عددی، اعتبار روابط بدست آمده نشان داده خواهد شد.

کلمات کلیدی

زنجیره عرضه فازی، تصمیمات قیمت گذاری، کالاهای مکمل، نظریه بازی ها، بازی استکلبرگ.

Pricing decisions for complementary products in a fuzzy supply chain

Alireza Arshadi Khamseh¹, Fariba Soleimani²

¹ Assitant professor , Ind.Eng.Dep. Kharazmi University, Tehran ,Iran

² Msc. Student, , Ind.Eng.Dep. Kharazmi University, Tehran ,Iran

ABSTRACT

This paper explores the pricing decisions of the complementary products for a fuzzy supply chain including two manufacturers of the complementary products and one retailer in which the demand of the customers and the production cost of the manufacturers are considered as fuzzy variables. Two different structures are defined for separation of power market between the supply chain's members: centralized structure and decentralized structure that is supposed that the retailer has more power in decentralized supply chain and the optimal prices are determined by using fuzzy set theory and game theoretical approach. Finally, the equations are validated by using a numerical example.

KEYWORDS

Fuzzy supply chain, Pricing decisions, Complementary products, Game theory, Stackelberg game.

¹علیرضا ارشادی خمسه، استادیار گروه مهندسی صنایع دانشگاه خوارزمی تهران ایران

آدرس: گروه مهندسی صنایع - دفتر دانشکده فنی و مهندسی دانشگاه خوارزمی تهران خیابان مفتاح کد پستی: 14911-15719
تلفن: 09123188815

گرفته که برای مدیریت موثر زنجیره عرضه باید به آن ها توجه داشت.
استراتژی های مورد استفاده در قیمت گذاری در زنجیره یکی از
فاکتورهای مهم در مدیریت زنجیره عرضه به شمار می روند. قیمت-

1- مقدمه
در دهه های اخیر، ابعاد جدیدی از رقابت میان بنگاه ها شکل