

هماهنگ سازی در مقابل حداکثر سازی در پخش (تحلیل های نموداری)

انتشارات دیموند بلورین

نویسنده : چارلز اینجیب - مارک ای پری

ترجمه : مهدی آقاجانی ، علی آقاجانی ، محمدعلی آقاجانی ، تیمور حسینی

۱۳۹۵



هماهنگ سازی در مقابل حداکثر سازی در پخش (تحلیل های نموداری)

نویسنده: چارلز اینجین - مارک ای پری

ترجمه: مهدی آقاجانی، علی آقاجانی، محمدهادی آقاجانی، تیمور حسینی

ویراستار: فاطمه آقاجانی

طراح و صفحه آرا: حامد حبیبی کسبی

مشخصات نشر: تهران، انتشارات دیموند بلورین، ۱۳۹۵

مشخصات ظاهری: ۵۰ صفحه

نوبت چاپ: اول

تعداد بارگان: ۱۰۰۰ نسخه

چاپ: نوتاش

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۷۳-۰۰۵-۵

ISBN: 978-600-673-70-5

نشانی ناشر: تهران، ابتدای خیابان شهید مطهری، خیابان لارستان، کوچه جلالیان، پلاک ۴۱

تلفن و دورنگار: ۰۲۱-۹۳۸۰۰۰۵

اینجین، چارلز، ۱۹۲۷ - م.	سرشناسی
Ingen, Charles A.	عنوان و نام پدیدآور
هماهنگ سازی در مقابل حداکثر سازی در پخش (تحلیل های نموداری) / نویسنده چارلز اینجین.	مشخصات نشر
مارک ای پری: ترجمه مهدی آقاجانی، ... (دیوگرا).	مشخصات ظاهری
تهران: انتشارات دیموند بلورین، ۱۳۹۵.	
۵۰ص: مصور (بخشی رنگی)، جدول (بخشی رنگی)، متن (بخشی رنگی)؛ ۱۴/۵ ۳/۵	
س.م.	شابک
۹۷۸-۶۰۰-۸۷۳-۷۰۰-۵	وضعیت فهرست نویسی
قیمت	یادداشت
کتاب حاضر ترجمه بخشی از کتاب "Mathematical models of distribution channels, 2002"	
است.	یادداشت
ترجمه مهدی آقاجانی، علی آقاجانی، محمدهادی آقاجانی، تیمور حسینی.	یادداشت
ترجمه کامل کتاب حاضر قبلاً تحت عنوان "مدلهای ریاضیاتی روشهای پخش" ترجمه و منتشر شده است.	
مدلهای ریاضیاتی روشهای پخش.	عنوان دیگر
شبهه های توریع کالا - الگوهای ریاضی	موضوع
Marketing channels - Mathematical models	موضوع
پری، مارک ادوارد، ۱۹۵۷ - م.	شناسه افزوده
(Parry, Mark E. (Mark Edward	شناسه افزوده
آقاجانی، مهدی، ۱۳۵۶ - م. مترجم	شناسه افزوده
۱۲۹/۵۲۱۵۸ الف/۱۳۹۶ ۲۰۱۸۲ م.	رده بندی کنگره
۸۷۰۰۱۵۱/۶۵۸	رده بندی دیویی
۳۶۹۷۱۲۲	شماره کتابشناسی ملی

قیمت: ۴۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

مقدمه

فرضیات پیشین

سودآوری تولیدکننده: برنامه تخفیف مقداری در مقابل تعرفه سطح بالای
استکباری

سودآوری تریدر: برنامه تخفیف مقداری در مقابل فهرست تعرفه های
دوبخشی

سودآوری تولیدکننده استکباری سطح بالا در مقابل فهرست تعرفه های
دوبخشی

گزارشی بر هماهنگ سازی در مقابل حداکثرسازی

۱- مقدمه

در بخش قبل ثابت کردیم که هر یک از سه سیاست قیمت عمده فروشی می تواند به یک تولیدکننده را که دو خرده فروش غیریکسان رقیب با برخورد مشابه با آن ها با پوشش می دهد-حداکثر کند. استراتژی برتر تولیدکننده بستگی به بهای متری دارد که ساختار صنعت خرده فروشی را تعریف می کنند: شدت رقابت، اندازه رقابت و نسبت هزینه های ثابت خرده فروشان. برای روشن کردن این رابطه بین این پارامترها مجموعه ای از نمودارهای سه بعدی ارائه می کنیم که استراتژی قیمت عمده فروشی بهینه تولیدکننده را در تمام نقاط ممکن واعد مشخص می کنند. همچنین مجموعه ای از برش های دوبعدی از این نمودار ارائه می دهیم تا جزئیات مقادیر پارامتری را مشخص کنیم.

در اینجا، به سه سوال مطرح شده در بخش قبلی پاسخ می دهیم:

(۱) تحت چه مقادیر پارامتری، سود برنامه تخفیف مقداری را به تولیدکننده نسبت به تعرفه استکلیبرگ پیچیده ترجیحیت دارد؟

از تحقیق شبکه عددی استفاده کردیم که نمودارهای ما را به اندازه کافی به مشخصات دقیق مدل نزدیک ساخت.

۲) تحت چه مقادیر پارامتری، سود برنامه تخفیف مقداری برای تولیدکننده نسبت به لیست تعرفه های دوبخشی ارجحیت دارد؟

۳) تحت چه مقادیر پارامتری، سود تعرفه استکلبرگ پیچیده برای تولیدکننده نسبت به لیست تعرفه های دوبخشی برتری دارد؟

در بخش ۸ دیدیم که پاسخ به این سوالات نیازمند چند جمله ای هایی با مرتبه ۱۱ است که تابعی از سهم بازار، شدت رقابت و هزینه های ثابت اند. از آن جا که چنین توابعی درک شهودی زیادی برای خواننده به همراه ندارد، در این بخش از تحلیل های نموداری استفاده می کنیم.

ما به طور مختصر اسناد نیمه مکعب واحد را در قسمت ۲ بررسی می کنیم. سودآوری تولیدکننده در برنامه تخفیف مقداری و تعرفه استکلبرگ پیچیده را در قسمت ۳ مقایسه می کنیم. لیست تعرفه های دوبخشی را در قسمت ۴ در مقابل برنامه تخفیف مقداری قرار می دهیم و در قسمت ۵ لیست را با تعرفه استکلبرگ پیچیده مقایسه می کنیم. در فسمت ۶ مشخص می کنیم کدام یک از این سه سیاست قیمت عمده فروشی برای تولیدکننده مناسب است؛ همچنین گزارشی بر نتایج خود ارائه می کنیم.