



کاربرد تئوری بازی‌ها در مدیریت رنجیره تامین

مؤلف:

صفورا فامیل علمدار

نشر هوشمند تدبیر

فامیل علمدار، صفورا، ۱۳۶۱ -	سرشناسه
کاربرد تئوری بازی‌ها در مدیریت زنجیره تامین/ مؤلف صفورا فامیل علمدار.	عنوان و نام پدیدآور
تهران : هوشمند تدبیر ، ۱۳۹۲.	مشخصات نشر
۱۱۰ ص.؛ جدول.	مشخصات ظاهری
۸۰۰۰۰ ریال 7-05-978-600-7274	شابک
فیبا	وضعیت فهرست نویسی
نظریه بازی‌ها	موضوع
تدارکات بازرگانی	موضوع
توزیع کالا - مدیریت	موضوع
تدارکات صنعتی - مدیریت	موضوع
HB۱۴۴ ۱۳۹۲ ک ۲ ف /	رده بندی کنگره
۳۳۰ / ۰۱۵۱۹۳	رده بندی دیسی
۳۳۶۸۸۹۱	شماره کاتالوگ

کاربرد تئوری بازی‌ها در مدیریت زنجیره تامین

را فامیل علمدار

هوشمند تدبیر

مجموعه

مجموعه دقیق سپهر نیا

ناشر

سیده محبوب حسینی

۱۳۹۲ / اول

۵۰۰

۷-۰۵-۷۲۷۴-۶۰۰-۹۷۸

۸۰۰۰ تومان

تهران، میدان انقلاب، خ کارگر شمالی، رس، پلاک ۲۰.

واحد ۷

۶۶۴۷۹۶۶۵ - ۶۶۴۷۹۶۷۵

www.bankbazar.ir/shop/ht

Hooshmand.tadbir@yahoo.com

عنوان کتاب

پدیدآور

ناشر

مدیر مسئول

مدیر اجرایی

ویراستار

صفحه آرا و طراح جلد

سال و نوبت چاپ

شمارگان

شابک

قیمت

آدرس دفتر پخش

تلفن

فروشگاه اینترنتی

ایمیل

ht

انتشارات هوشمند تدبیر

سخن ناشر:

نشر دانشگاهی هوشمند تدبیر ضمن تشکر و قدردانی از مولف گرامی این اثر با ارزش، به استحضار خوانندگان محترم می‌رساند که این انتشارات، بر اساس آخرین روش‌ها و متدهای تحقیق پژوهش در حوزه‌های تالیف، نشر و آموزش، با توکل به خدا و تکیه بر برترین‌های دانشگاهی، غم از اساتید محترم و دانشجویان گرامی - دست به تولید علم زده و با فعالیت در مقاطع کارشناسی، ارشد و دکتری فعالیت دارد. البته متذکر است که در راستای تشویق جامعه به بودن و به‌نگار شدن افراد صاحب‌قلم نیز دست به چاپ آثار غیر دانشگاهی و آموزشی نیز زده است که می‌توان به عرصه‌هایی چون شعر، داستان، رمان، زندگی‌نامه و... اشاره کرد.

این انتشارات در ابتکاری منحصر به‌فرد، طای نمایندگی به افراد حقیقی و حقوقی، در راستای گسترش فرهنگ کتاب‌خوانی و کتاب‌نویسی - در صورت عدم وجود نماینده‌ای در شهرتان - شما را نیز به خیل نمایندگان خود پذیراست.

شما می‌توانید با تماس با تلفن‌های روابط عمومی انتشارات هوشمند تدبیر و یا با پرکردن فرم تقاضای عضویت یا همکاری در این نشر و ارسال آن به ایمیل ما، از شرایط همکاری ما مطلع و از مزایای آن برخوردار شوید، این فرم‌ها در صفحه اختصاصی ما در سایت بانکبازار درج شده است.

Website: www.bankbazar.ir/shop/ht

E-mail: hooshmand.tadbir@yahoo.com

فهرست مطالب

۱-۱- مقدمه	۶
۲-۱- تئوری بازی	۷
۳-۱- مدیریت زنجیره تامین	۸
۴-۱- کارایی تئوری بازیها در مدیریت زنجیره تامین	۹
بخش اول: انداخ بازیها	۱۳
۱-۲- راه‌حالی تئوری بازی‌ها:	۱۵
۱-۱-۲- بازی‌های همکارانه	۱۸
۱-۱-۱-۲- توابع تریبیونیکس:	۱۹
۲-۱-۱-۲- بازی ایستای غیر همکارانه (تعادل نش):	۲۰
۳-۱-۱-۲- بازی‌های پویا	۲۵
۱-۳-۱-۱-۲- حرکات متوالی و پی در پی، تعادل استکلبرگ	۲۵
۲-۳-۱-۱-۲- حرکات همزمان: بازی تکراری و بازی‌های تصادفی	۲۹
۳-۳-۱-۱-۲- بازی‌های تفاضلی (دیفرانسیلی):	۳۲
۲-۱-۲- بازی‌های همکارانه (مشارکتی):	۳۶
۱-۲-۱-۲- طرح داوری نش	۳۸
۲-۲-۱-۲- همکاری از طریق سیستم گسترده	۴۱
۳-۲-۱-۲- بازی‌های همکارانه در فرم تابع مشخصه:	۴۲
۱-۳-۲-۱-۲- هسته	۴۵
۲-۳-۲-۱-۲- ارزش شیلی	۴۷
۳-۳-۲-۱-۲- هستک	۴۹
۳-۱-۲- بازی‌های دو وجهی (دو شکلی):	۵۰
۴-۱-۲- بازیها در شرایط اطلاعات ناکامل	۵۲
۱-۴-۱-۲- بازی‌های سیگنالی (علامت دار):	۵۳

۵۷	۲-۱-۴-۲- بازی های غربالی:
۵۹	۲-۱-۴-۳- بازی های بیز:
۶۱	بخش دوم: فعالیتهای علمی انجام شده و بررسی آن
۶۳	۲-۲- کارها و مقالات انجام شده در ارتباط با کاربرد تئوری بازی ها در مدیریت
۶۴	۲-۲-۱- بازی ها با هزینه خرید ثابت:
۷۱	۲-۲-۲- بازی های موجودی با تخفیف مقداری:
۷۴	۲-۲-۱- قیمت در تولید و قیمت گذاری:
۸۱	جدول ۱-۲- خلاصه بخش از مقالات مرتبط با تولید/قیمت گذاری
۸۲	۲-۲-۴- بازی ها با مسائل مشخصات:
۸۳	۲-۲-۴-۱- تصمیمات هزینه:
۸۴	۲-۲-۴-۲- کیفیت خدمات رسان:
۸۷	۲-۲-۴-۳- کیفیت محصول:
۸۸	۲-۲-۴-۴- تبلیغات (آگهی) و معرفی محصول:
۹۰	۲-۲-۵- بازی ها با تصمیمات همزمان بر روی موجودی، تولید/قیمت گذاری و
۹۱	۲-۲-۵-۱- تصمیمات قیمت گذاری/تولید و معرفی:
۹۴	۲-۲-۵-۲- تصمیمات ظرفیت و موجودی
۹۵	۲-۲-۵-۳- تصمیمات ظرفیت، تولید / قیمت گذاری
۹۸	۲-۲-۵-۴- تصمیمات همزمان در مورد کیفیت محصول / خدمات و قیمت گذاری/تولید
۱۰۲	۲-۲-۵-۵- تصمیمات همزمان در مورد تولید/قیمت گذاری و آگهی/معرفی جدید
۱۰۵	بخش سوم: جمع بندی و نتیجه گیری
۱۰۷	۲-۲-۶- جمع بندی

۱-۱- مقدمه

«زنجیره تأمین» اصطلاحی است که امروزه به وفور در تمامی جهان مورد استفاده قرار می‌گیرد و در برگیرنده تمامی تلاش‌ها در زمینه تولید و توزیع محصول نهایی یا ارائه خدمت از ابتدایی‌ترین مرحله یعنی تهیه مواد خام تا انتهای‌ترین مرحله یعنی تحویل به مشتری است. مدیریت زنجیره تأمین شامل مدیریت عرضه و تقاضا، تأمین اجزاء و مواد اولیه، ساخت و مونتاژ، ذخیره‌سازی و حمل موجودی، ورود سفارش و مدیریت سفارش، توزیع در تمامی کانال‌های عرضه و تحویل به مشتری است.

امروزه تأمین‌کننده در کنار مواد، کانال‌های توزیع (توزیع‌کنندگان و عمده فروشان)، مشتریان و همچنین مشاوران مدیریت زنجیره تأمین، توسعه دهندگان سیستم‌ها و عرضه‌کنندگان محصولات نرم افزاری همه و همه از عناصر کلیدی مدیریت زنجیره تأمین هستند. دستیابی به مدیریت زنجیره تأمین مؤثر تنها با همکاری و هم‌افزایی اعضای زنجیره تأمین حاصل می‌شود. افزایش روز افزون رقابت بین کارخانجات و شرکت‌ها برای تولید محصولات با کیفیت و مطابق سلیقه مشتری، نیاز به یک دیدگاه جدید را در بین تمامی تولیدکنندگان و تولید کنندگان به وجود آورده است، در گذشته هر مرکز تولیدی با اهمیت دادن به محصول تولید شده، سعی در افزایش سهم خود در بازار داشت، پس از گذشت چند دهه مرکز تولید در تولید اجناس با کیفیت برای جذب مشتریان گام برداشته‌اند.

نگهداری و کنترل بهتر سیستم‌های موجودی می‌تواند با کاهش در هزینه، افزایش سود، بالا بردن کیفیت محصولات و خدمات و رضایت مشتری منفعتهای مهمی را در زنجیره تأمین ایجاد نماید. در یک زنجیره تأمین تصمیم یک عضو از زنجیره ممکن است اعضای بالادستی و پایین‌دستی این زنجیره را تحت تأثیر قرار دهد. بنابراین، اعضای این زنجیره می‌توانند برای