



ارائه شده توسط:

سایت ترجمه فا

مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده

از نشریات معتبر

عنوان مقاله: استراتژی قیمت گذاری رقابتی ایرلاین های ارزان قیمت در دیدگاه تئوری بازی

مترجم: نازلی آقا قزوینی

موضوع: مقالات ترجمه شده / مدیریت بازرگانی

سال انتشار (میلادی): ۲۰۱۳

وضعیت: تمام متن

منبع: پایگاه مقالات علمی مدیریت www.system.parsiblog.com

منبع انتشار اصل مقاله: International Conference on Sociality and Economics Development IPEDR

vol.10 (2011) IACSIT Press, Singapore

تهیه و تنظیم: پایگاه مقالات علمی مدیریت www.SYSTEM.parsiblog.com

چکیده:

قیمت برای بسیاری از ایرلاین های ارزان قیمت برای رقابت سهم بازار، یک اسلحه انتخابی است. استراتژی قیمت گذاری ایرلاین های محلی، ارائه بلیط های مجانی و رقابت در انتخاب قیمت است و این بعنوان یک استراتژی مفید در تصمیم خرید مشتری تاثیر می گذارد. این مطالعه تفاوت های قیمت گذاری پویا در ایرلاین های ارزان قیمت که در بزرگترین بازار محلی و ۶ مسیر داخلی کار می کنند گردآوری کرده. نمونه آماری شامل ۷۸۸۳ نقل مکان برای مسافرت های بدون توقف از کوالالمپور به سنگاپور و ۶ مسیر داخلی می باشد. از طریق تست Granger Causality تلاش های ریاضی برای رفتار رقابتی در نوع قیمت گذاری صورت گرفت. داده ها واقعیت رقابت قیمتی را بین ایرلاین های ارزان قیمت و پیشنهاد تئوری بازی را که مشارکت قیمتی باید توسط ایرلاین های ارزان قیمت در طولانی مدت اجرا شود را ثابت کرد.

معرفی:

کسب و کار یک بازی شرطی است. Branderburger می گوید که لازمه موفقیت کسب و کار در درست بازی کردن نهفته است. در ساختار از زمانی که قیمت پایین بر تصمیم خرید مشتری تاثیر می گذارد، در بازار ایرلاین های ارزان قیمت انحصاری یا دوقطبی، ایرلاینی که قیمت بلیط هایش پایین تر باشد، نه تنها بر سود خودش بلکه بر سود رقیبش نیز اثر می گذارد.

استراتژی قیمت گذاری ایرلاین های ارزان قیمت محلی، برای تحریک بازار، بلیط های مجانی و رقابت در قیمت گذاری بلیط ها را در پیش می گیرند. رفتار خرید مشتریان بعنوان یک استراتژی اثربخش فرض گرفته شده. با این وجود با در پیش گرفتن استراتژیهای کسب و کار غیراخلاقی مثل قیمت های درنده و روش zero sum game یک بخش مجبور به ترک صنعت می شود.

(John 1944) در تئوری بازی او، رویکردهای مشارکتی و غیرمشارکتی در بازی های کسب و کار و موقعیتهای اجتماعی در نظر گرفته می شود. جاییکه که مشارکت کنندگان باید بین سود فردی و سود جمعی، یکی را انتخاب کنند. این بازی ها سناریوهایی را شامل می شوند که شرکت کنندگان در آن باید تصمیماتی بگیرند نه تنها تک تک شرکت کنندگان، بلکه همه آنها را تحت تاثیر قرار دهد. این بعنوان یک وسیله در اقتصاد برای تجزیه تحلیل موقعیت رقابتی یعنی جاییکه بازیگران تمام تلاش خود را برای افزایش عملکردشان در موقعیت استراتژیک می کنند، استفاده می شود. موفقیت آنها به چگونگی انتخاب آنها و چگونگی واکنش رقیب و عکس العمل آنها بستگی دارد.

رشد فوق العاده ایرلاین های ارزان قیمت، باعث افزایش اعتقاد مردم به موفقیت استراتژیهای قیمت گذاری آنها شد. هرچند که در محیط آشفته کسب و کار (رشد ریسک سرمایه گذاری، رقابت شدید بین ایرلاین ها، و ..)، عدم قطعیت و چالش بزرگتری برای موفقیت استراتژی قیمت گذاری ایرلاین ها در برآوردن انتظارات مشتریان وجود دارد.

این مطالعه در تلاش برای رسیدن به بصیرت آینده در مورد ارتباط بین رفتار تعیین قیمت های ایرلاین های ارزان قیمت، روی سوالات استراتژی های قیمت گذاری رقابتی ایرلاین های ارزان قیمت و میزان رقابت، یک تحقیق تجربی انجام می دهد.

۲- بررسی ادبیات:

بر اساس تئوری بازیها Sharan و Choi یک تحقیقی در مورد قیمت گذاری در شرایط ریسک انجام دادند. نتایج آن نشان داد که تحت شرایط کاملا مشخص، یک شرکت باید "اولین حرکت کننده" باشد حتی اگر در مورد شرایط تقاضا در عدم قطعیت باشد. سپس برای رهبر قیمت لازم است که اطلاعات بازار را با رقیبش به اشتراک بگذارد. مفهوم تعادل بر اساس بازی های نش و اتکلیبرگ است. در تعادل نش هر دو شرکت بطور همزمان تصمیم های قیمت گذاری می گیرند و تعادل به آن دو قیمتی بر می گردد که هر دو شرکت از آن راضی اند. اما در تعادل استکلیبرگ، شرکت ۱ رهبر و شرکت ۲ دنبال کننده است. شرکت ۱ از اطلاعات برای فهمیدن بهترین قیمت استفاده می کند ولی شرکت ۲ که دنبال کننده است عکس العمل رهبر (شرکت ۱) را برای فهمیدن بهترین قیمت زیر نظر می گیرد. اگرچه تحت سناریوی عدم قطعیت، شرکت ۱ و شرکت ۲ هر دو اطلاعات ناقص دارند بنابراین رهبر باید رفتار نهایی دنبال کننده را حدس بزند. در مقابل دنبال کننده باید تصمیم قیمتی رهبر را مشاهده کند و به علت اثر ریسک نظریه ناسازگاری، تحقیق آنها ثابت می کند که شرکت ها معمولا قیمت هایشان را کاهش می دهند.

جلوتر آنها بازی نش و استکلیبرگ را باهم مقایسه کردند و این مدل های رفتاری نقاط قوت خود را دارند. در شرایط قطعیت بازی استکلیبرگ، بعنوان رهبر بازار سود می کند ولی در شرایط عدم قطعیت این بازی ماندگار نمی ماند. Meghan یک بازدیدی را بر اساس جنگ قیمتی ایرلاینها انجام داد. او اضافه کرد که جنگ قیمتی در یک مقطع زمانی اتفاق می افتد که در آن شرکت در یک صنعت یا بازار طوری قیمت گذاری می کند که کاملا زیر قیمت معمولی باشد. سپس او نشان داد که جنگ قیمت بدلیل اینکه یک شرکت نمی تواند قیمت رقبایش را زیر نظر بگیرد اتفاق می افتد بنابراین آن را بعنوان افت تقاضا برای خروجی های خود تفسیر می کند.

یک رفتار انسانی مشهور در تئوری بازی، زندانی دیلماست. در این بازی دو نفر هستند که باهم جرمی را مرتکب شده اند. آنها نمی توانند با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و به هر کدام گفته می شود:

۱- اگر هر دو اعتراف کنید به ۵ سال زندان محکوم می شوید

۲- اگر فقط یکی از شما دونفر اعتراف کند آزاد می شود ولی دیگری به ۸ سال زندان محکوم می شود

۳- اگر هیچکدام اعتراف نکنند هر دو به یکسال زندان محکوم می شوید.

پیامدهای ممکن در یک ماتریس نشان داده می شوند. هر زندانی می تواند انتخاب کند که اعتراف کند یا نکند و نتیجه استراتژی او به انتخاب زندانی دیگر بستگی دارد.

اگر زندانی ۱ متوجه شود که زندانی ۲ ممکن است اعتراف کند دو حالت پیش می آید: اگر اعتراف نکند به ۸ سال زندان محکوم می شود و اگر اعتراف بکند به ۵ سال زندان محکوم می شود.

اگر زندانی ۲ اعتراف نکند باز هم دو حالت پیش می آید: زندانی ۱ اگر اعتراف کند، آزاد می شود و اگر اعتراف نکند به یکسال زندان محکوم می شود بنابراین اگر او باور داشته باشد که زندانی ۲ اعتراف می کند بهتر است که او هم اعتراف کند. زندانی ۲ هم همین برداشت را دارد و نتیجه اینکه هر دو اعتراف می کنند و به ۵ سال زندان محکوم می شوند.

Table 2.1 Payoff matrix I

	Not confess		Confess	
Not confess	1	1	0	8
Confess	8	0	5	5

مفهوم تئوری بازی یک زبانی را فراهم آورد که با آن ساختار را فرمول بندی کنیم و سناریو استراتژیک را تجزیه و تحلیل کنیم. بدینوسیله تلاش می شود که به صورت ریاضی این رفتار را درک کنیم که موفقیت هر شخصی در تصمیم گیری بستگی به انتخاب دیگری دارد.

پیامد ممکن ایرلاین ها در جدول پایین نشان داده شده. هر ایرلاین می تواند انتخاب کند که آیا همکاری کند یا نکند و نتیجه هر تصمیم به تصمیم ایرلاین دیگری دارد. اگر ایرلاین ها تصمیم به همکاری بگیرند موقعیت برنده-برنده پیش می آید. اگر رقابت کنند، موقعیت بازنده-بازنده در شرایط رقابتی، انتخاب استراتژی نه تنها از دید حداکثرسازی سود بلکه با رفتار رقبا مشخص می شود.

Table 2.2 Payoff Matrix II

	Cooperate		Compete	
Cooperate	win	win	win	lose
Compete	lose	win	lose	lose

این بازی یک نماینده برای موقعیتهای مختلف است و می تواند بعنوان یک سناریو باشد که در آن دو شرکت در یک بازار یکسان رقابت می کنند و به جای اعتراف و عدم اعتراف، استراتژی ها می شوند: تعیین قیمت بالا و تعیین قیمت پایین. طبیعتاً برای هر دو شرکت خوب است که قیمت ها را بالا تعیین کنند اما برای هر کدام بصورت تکی بهتر است که هنگامیکه شرکت دیگر قیمت بالا تعیین کرده، قیمت پایین تر را انتخاب کنند.

در زمینه ساختار بازار ایرلاین ارزان قیمت دوقطبی، ایرلاینی که قیمت بلیط هایش را پایین تعیین کند، نه تنها بر سودآوری خودش بلکه بر سودآوری رقیبش نیز اثر می گذارد. فرض گرفته شده که بازیگران بازی تقریباً محافظه کار هستند و بنابراین امن بازی می کنند و هیچوقت ریسک بزرگ را متحمل نمی شوند حتی اگر پاداشش بزرگ باشد و سیاست آنها به حداقل رساندن ضرر ممکن است.

در زندانی دیلما، مشخص است که بدون ارتباط اثربخش و بدون درک سود مشترک، دریافتی حاصل از مشارکت درک نخواهد شد. در گذشته و آینده به بازیگران اجازه می دهد که روابط بلندمدت خود را توسعه دهند و طوری رفتار کنند که در کوتاه مدت به نفع هیچکدام نیست اما در بلند مدت به آنها سود می رساند که در زندانی دیلما همان اعتراف نکردن است. اگرچه برای شرکتها که رفتار مشارکتی داشته باشند، وقتی یک بازیکن جدید با قیمت پایین تر وارد می شود، فقط دو واکنش می توان نشان داد: یا باید با قیمت تازه وارد هماهنگ شویم یا سهامان را از دست می دهیم.

معمولاً ایرلاین ها با ماتریس زندانی دیلما مواجه می شوند مثل دو شرکت ایرلاین که در یک محل و به تعدادی مقصد مشخص کار می کنند و عموماً سبد خدماتی که به مشتریانانشان پیشنهاد می دهند بسیار شبیه به هم است. و در اینجاست که شرکت به مبلغ شرکت رقیبش واکنش نشان می دهد. این روش الگوگیری نشان می دهد که در این صنعت یک شرکت به نرخهای تهاجمی رقیبش با قیمتهای تهاجمی تر واکنش نشان می دهد.

افزایش در قیمت شرکت رقیب در شرایطی که بقیه چیزها برابر است، بعضی از مسافران را ترغیب می کند که به ایرلاین دیگری رجوع کنند. بر عکس آن هم صادق است. اگر ایر آسیا قیمتهای خود را بالا ببرد و فایرفلای این کار را نکند و بقیه چیزها برابر باشند، ایر آسیا کسب و کار خود را از دست می دهد. افزایش در قیمت فایرفلای، منحنی تقاضای فایرفلای را به سمت راست منتقل می کند و با فرض اینکه قیمت بلیط ایر آسیا ثابت نگه داشته شود، فایرفلای سقوط می کند و منحنی تقاضای آن به سمت چپ منتقل می شود. کالای جایگزین کار خود را می کند.

تئوری بازی، زمانیکه آینده یک نفر به اینکه بقیه چه کاری انجام می دهند بستگی دارد، یک راه سیستماتیکی را برای توسعه استراتژی ها فراهم می کند. در مورد ایرلاین ها در مالزی دو رقیب اصلی وجود دارد. ایر آسیا و فایرفلای. اگر هر دو بازیکن قیمتها را در یک سطح نگه دارد، ایر آسیا تخمین می زند که اگر او قیمتها را ثابت نگه دارد، فایرفلای انگیزه دارد که قیمتها را کاهش دهد تا فروش خود را بیشتر کند. در نتیجه فایرفلای

درآمدش افزایش می یابد. این منطق آرام آرام هردو را به گوشه D منتقل می کند و هر دو قیمته را می شکنند و درآمد کمتری نسبت به حالت اولیه کسب می کنند

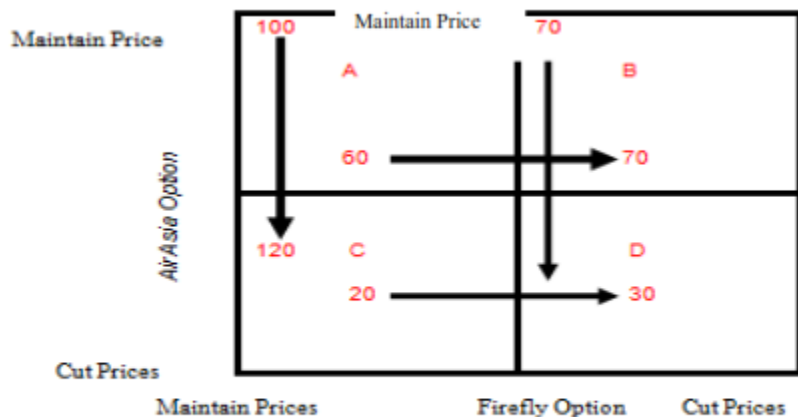


figure 2.1 Pay off matrix

این تعادل برای هردو غیر جذاب است. اگر هر دو این کار را انجام دهند و به این نقطه برسند، انتظار می رود که هر کدام جداگانه تشخیص دهند که رقابت بیشتری را روی سایر عوامل انجام دهند مثل ارائه بلیط مجانی، تبلیغ تهاجمی و ... که به تدریج به درآمد و شهرت آنها آسیب می زند. بنابراین ایرلاین های ارزان قیمت باید بطور حساسی بر قیمت های بازار نظارت داشته باشند و قادر باشند که رفتار رقیب را پیش بینی کنند. همیشه باید بدانیم که قیمت پایه چه ارزشی را به مشتری پیشنهاد می کند و ایرلاین های ارزان قیمت باید از عکس العمل رقبا و استراتژی کسب و کار در تعیین قیمت پیشی بگیرند.

۳- روش تحقیق و اکتشاف

۳-۱ تست Granger Causality

داده های تحقیق در دو سری جمع آوری شده اند. یک سری از ۱۳ نوامبر ۲۰۰۹ تا ۱۱ ژانویه ۲۰۱۰ و یکسری از ۲۳ آوریل ۲۰۱۰ تا ۲۱ ژوئن ۲۰۱۰. نرخ حمل و نقل برای یک مسافرات یکطرفه بین کولامپور و مالزی و ۶ مسیر داخلی، روزانه جمع آوری می شده. در این مطالعه ۷۸۸۳ بلیط مورد مشاهده قرار گرفت و با جزئیات آن تجزیه و تحلیل شد.

۴- نتیجه گیری و بحث:

سیاست مقررات زدایی "آسمان باز" به جنگ قیمت می انجامد. این تست نتیجه گیری می کند که در ساختار بازار انحصار و دوقطبی یک روند مشخصی وجود دارد که قیمت بلیط ایرلاین داخلی بر یکدیگر تاثیر می گذارند و گرایش قیمت بلیط ارزان قیمت بیشتر به سمت رهبری قیمت فشاری است یعنی رهبر بازار ممکن است سهم زیادی در بازار نداشته باشد ولی بعنوان فشارسنج عمل می کند. قیمت بلیط ایرلاین ارزان فایرفلای یک اثر مشخص بر ایرلاین ایرآسیا دارد در مورد ۶ مسیر داخلی، ۴ تا بطور مشخص بر قیمت‌های بلیط ایرآسیا اثر می گذاشتند.

بر اساس سناریو تنظیم قیمت رقابتی، استراتژیهای قیمت پویا در ایرلاین های ارزان قیمت به تدریج باعث می شود که تمام بخش ها در رقابت ببازند.

این مطالعه پیشنهاد کرد که در بلند مدت برای سودآوری ایرلاین های ارزان قیمت، آنها باید استراتژیهای شبکه ای مختلفی را بازی کنند. یافته ها با کمک تئوری بازی می گوید که لازم است که ایرلاین ها رفتار قیمتی مشارکتی را بعنوان تعادل پایدار نگه دارند. بعنوان مثال آنها ممکن است به شدت برای یک مسیر مشخص رقابت کنند ولی برای بقیه مسیرها مشارکت کنند. در تئوری زندان دیلما، واضح است که بدون ارتباطات اثربخش و بدون درک از سود مشترک، دریافتی های بالقوه حاصل از مشارکت عملی نمی شوند. کسب و کار یک بازی است. برای بقا بلند مدت، ایرلاین ها باید در این بازی به صورت اثربخش ایفای نقش کنند. همه شرکتها در مقابل حمله رقیب آسیب پذیر هستند و بعنوان ابزار استراتژیک کنترل مالی، استراتژی های قیمت گذاری باید قادر باشند که بر رفتار خرید مشتری اثر بگذارند تا بتوانند به اهداف کسب و کار خود برسند.

بنابراین عدم توانایی در درک رضایت قیمتی مشتری باعث تغییر رفتار نتیجه بخش مشتری می شود و در نهایت به پدیده بی وفایی مشتری می انجامد. پورتر (۲۰۰۸) مشخص کرد که مزیت رقابتی اساسا از ارزشی که شرکت قادر است برای خریدار بسازد و از هزینه ساخت آن تجاوز می کند، ایجاد می شود. ارزش چیزی است که خریدار می خواهد بپردازد و ارزش برتر از پیشنهاد قیمت ارزانتر نسبت به رقیب ریشه می گیرد. در مقابله با چالش های بسیار کنترل دولتی، حکومتی، رقابت صنعتی شدید و گسترده و متقاضیان زیاد، بقاء ایرلاین های ارزان قیمت به توسعه استراتژی های رقابتی قابل تحمل در بخش سودآور بازار و مشارکت قیمتی بستگی دارد. از همه مهم تر انتظارات قیمتی و رضایت مشتری ها سزاوار توجه است.

منبع:

Lim Seng Poh and Mohd.Ghazali bin Mohayidin (2011),Competitive Pricing Strategies Of Low Cost Airlines in the Perspective of Game Theory, International Conference on sociality and economics development,(2011) IACSIT Press,Singapore



این مقاله، از سری مقالات ترجمه شده رایگان سایت ترجمه فا میباشد که با فرمت PDF در اختیار شما عزیزان قرار گرفته است. در صورت تمایل میتوانید با کلیک بر روی دکمه های زیر از سایر مقالات نیز استفاده نمایید:

لیست مقالات ترجمه شده ✓

لیست مقالات ترجمه شده رایگان ✓

لیست جدیدترین مقالات انگلیسی ISI ✓

سایت ترجمه فا ؛ مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده از نشریات معتبر خارجی