

季節性商品兩階段銷售之存貨與價格折扣策略

研究生:林玉滋

指導教授:蔡啟揚 博士

元智大學 工業工程與管理研究所

摘要

季節性商品有明顯銷售季，銷售時間短，需求不確定，要在短時間內創造高利潤且如何訂定訂購量是業者的需面對的課題。因此本研究想透過需求與價格間的關係，商品價格越高消費者不容易買單，但價格越低反而能吸引消費者的目光，所以以折扣的方式來刺激消費者購買，讓銷售週期短的季節性商品有更多售出的機會。

所以針對有明顯銷售季的商品，在銷售結束後會面臨以殘值或較成本低的價格出清，甚至報廢方式處理，因此本研究根據以上商品特色發展出兩階段的銷售模型，為使得商品有更多售出機會賺取更多利潤，不會僅以殘值方式處理，一開始會以原價銷售，到某時間點時再提供折扣刺激需求進行第二階段銷售，過了銷售季商品才以殘值計算，以最大化淨利潤為目標，找出適合該產品的最佳訂購量、折扣時機與最佳折扣率，對以上進行探討。因此設計案例來進行實驗，透過窮舉法進行搜尋，再分析銷售中各利潤值與折扣率的變化。最終根據實驗分析結果，本研究發展的兩階段銷售模型相較無折扣的銷售模型，確實能夠提升總期望利潤，也根據實驗結果提供決策者訂購與折扣的策略。

關鍵字:季節性商品、兩階段銷售、最佳訂購量、折扣決策