

摘要

定價決策同時對供應商獲利與消費者購買決策上影響；有鑑於此，供應商價格制定必須更加謹慎，除了以產品特性為考量基準外，亦須將消費者行為納入定價參考。故本研究將探討以供應商利潤最大化之下，考量產品替代性與互補性關係、並將消費者預算與消費者剩餘納入消費者購買決策，最佳化商品定價決策。藉由優化產品的定價，使消費者在有限的預算下優先購買對其效用最大商品，並最大化供應商的利潤。為刺激消費者購買決策與提高供應商的利潤。故本研究建置一個整數線性規劃，訂定最佳化銷售決策模型，決定商品最佳價格。並設計啟發式演算法求解，結果顯示演算的運行速度優於整數規劃。

關鍵字：替代性與互補性、消費者行為、整數規劃。