

考量消費者預算下商品定價與組合之決策

呂珈璋 2

國立雲林科技大學 工業工程與管理系

摘要

近幾年，由於商業智慧興起，企業可以透過其技術獲得更多消費者資訊。此外，商品組合策略為企業利用刺激消費者購買慾望來提高自身利潤之有效決策。因此，本研究建立一考慮消費者預算之二階段混合整數模型，探討在供應商利潤最大化之下，考量消費者採購決策及預算限制。並提出商品組合策略，將供應市場上單品進行組合並販售。研究發現在供應商提出商品組合決策後能有效刺激消費者購買，使得供應商利潤提升。結果顯示商品價格越接近消費者購買能力，組合策略帶來績效越好。

關鍵字：消費者預算限制、訂價策略、商品組合、混合整數規劃