整合綠色供應鏈產品定價、廣告與永續管理之研究

學生：黃亦麟 B11021024
陳彥妤 B11021051
張立臻 B11121056
謝雅芝 B11021134

指導教授：陳宗輝 教授

國立雲林科技大學工業工程與管理系

摘 要

隨著環保意識的提升和政府政策推動，製造商生產更多綠色產品並透過零售商引導消費者購買，這對通路和供應鏈管理帶來額外的挑戰。在這些挑戰中，儘管綠色產品對環境影響較低，但由於價格偏高，消費者仍然可能選擇價格較便宜的傳統產品，導致綠色產品的需求面臨挑戰，使得供應鏈成員在定價與銷售策略上須面對兩難。因此，面對產品間價格競爭的情況下，零售商在定價和銷售努力方面如何進行最佳的定價，以平衡兩種產品間的需求，降低環境影響同時最大化零售商利潤，成為本文要解決的核心問題。

本研究假設由一家製造商和一家零售商所組成的二級供應鏈，零售商向製造商訂購兩種具相互替代性且存在競爭關係的產品，通過製造商的綠色投入決策和零售商的銷售努力分析四種情境。政府提供製造商生產綠色產品的補貼，使綠色產品的生產成本降低，製造商面對補貼可以選擇是否投入綠化成本，而零售商向製造商訂購兩種產品銷售給消費者。通過分析四種情境下零售商的定價策略和銷售努力值，以及製造商最佳綠色投入程度，探討各模型中對於綠色轉型企業之管理意涵分析。

關鍵字 ： 綠色供應鏈、綠色產品、廣告投入、產品定價