

تکلیف در منزل

موضوع: تجزیه و تحلیل نقطه سر به سر

نام درس: مدیریت تولید پیشرفته

استاد درس: مسعود براتی

۱) یک شرکت کامپیوتری دیسکت‌های کامپیوتری می‌فروشد. دیسکت‌ها به قیمت ۱۷۰ تومان برای هر جعبه خریداری می‌شود و با قیمت ۱۹۷ تومان به فروش می‌رسد. برای حفظ رقابت، شرکت باید دائماً عرضه‌کنندگان را ارزیابی نماید. ارزیابی منابع عرضه جدید در قسمت پائین ارائه شده است:

- عرضه‌کننده ۱: سفارش ثابت ۱۰۰ جعبه در ماه از دیسکت‌ها ۱۷۰۰۰ تومان و به ازای هر جعبه بیشتر از ۱۰۰ جعبه ۱۵۰ تومان اضافه باید پرداخت شود.
- عرضه‌کننده ۲: سفارش ثابت ۱۰۰ جعبه از دیسکت‌ها در ماه ۲۰۰۰۰ تومان و به ازای هر جعبه بیشتر از ۱۰۰ تا باید ۱۰۰ تومان اضافی پرداخت شود.

به نظر شما این شرکت باید عرضه‌کننده ۱ را انتخاب کند یا عرضه‌کننده ۲ را و یا با عرضه‌کننده فعلی معامله نماید؟ تقاضای ماهیانه برای دیسکت‌ها چگونه بر پیشنهاد شما تأثیر می‌گذارد؟

۲) خانم شیرازی تصمیم گرفته است که یک تلفن پیشرفته برای دفتر خود بخرد. اما او در مورد انتخاب برنامه نرخ بندی دچار سردرگمی شده است. برنامه نرخ بندی اول ۵ ریال برای هر دقیقه بدون توجه به مقدار دقیقه استفاده شده دریافت می‌کند. برنامه نرخ بندی دوم یک نرخ ثابت ۵۵ تومانی در ماه برای ۷۰ دقیقه دریافت می‌کند و به ازای هر دقیقه بیشتر از ۷۰ دقیقه، ۰/۳۳ تومان برای هر دقیقه مطالبه می‌نماید. برنامه نرخ بندی سوم یک حق الزحمه ثابت ۷۵ تومان به صورت ماهانه تا سقف ۱۰۰ دقیقه دریافت می‌کند و به ازای هر دقیقه بیشتر از ۱۰۰ دقیقه، ۰/۲۵ تومان اضافه دریافت می‌کند. به دلیل سادگی، خانم شیرازی تصمیم گرفته است که با برنامه نرخ بندی اول شروع کند و سپس اگر استراتژی‌های دیگر را مناسب دید، تغییر رویه دهد.

الف: مقدار استفاده زمانی در هر ماه باید چقدر باشد تا خانم شیرازی از استراتژی نرخ بندی اول به نرخ بندی دوم تغییر رویه دهد؟

ب: با چه میزان استفاده‌ای، او باید از نرخ بندی دوم به نرخ بندی سوم تغییر جهت دهد؟