

## عنوان مقاله: استراتژی قیمت گذاری رقابتی ایرلاین های ارزان قیمت در دیدگاه تئوری بازی

چکیده:

قیمت برای بسیاری از ایرلاین های ارزان قیمت برای رقابت سهم بازار، یک اسلحه انتخابی است. استراتژی قیمت گذاری ایرلاین های محلی، ارائه بلیط های مجانی و رقابت در انتخاب قیمت است و این بعنوان یک استراتژی مفید در تصمیم خرید مشتری تاثیر می گذارد. این مطالعه تفاوت های قیمت گذاری پویا در ایرلاین های ارزان قیمت که در بزرگترین بازار محلی و ۶ مسیر داخلی کار می کنند گردآوری کرده. نمونه آماری شامل ۷۸۸۳ نقل مکان برای مسافرت های بدون توقف از کوالالمپور به سنگاپور و ۶ مسیر داخلی می باشد. از طریق تست **Granger Causality** تلاش های ریاضی برای رفتار رقابتی در نوع قیمت گذاری صورت گرفت. داده ها واقعیت رقابت قیمتی را بین ایرلاین های ارزان قیمت و پیشنهاد تئوری بازی را که مشارکت قیمتی باید توسط ایرلاین های ارزان قیمت در طولانی مدت اجرا شود را ثابت کرد.