

## بررسی مدل تئوری بازی در تعیین بهینه بازاریابی در تقابل استراتژیک پولی و مالی

جعفر گلزار<sup>۱</sup>، مهدی محمودزاده و اشان<sup>۲</sup>، حسین حکیم پور<sup>۳</sup>

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، واحد بیرجند، دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران

<sup>۲</sup> استادیار مدیریت بازرگانی، واحد بیرجند، دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران

<sup>۳</sup> استادیار مدیریت بازرگانی، واحد بیرجند، دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران

### چکیده

برخی از اقتصاددانان معتقدند وقوع بحران‌ها و مشکلات اقتصادی، مانند افزایش دامنه نوسانات اقتصادی، افزایش بیکاری و تورم و در نهایت افزایش زیان (کاهش رفاه) اجتماعی، به جهت مداخله اقتصادی دولت و اجرای سیاست‌های دستوری آن است. در این ارتباط، عدم اجرای سیاست‌های دستوری دولت توسط بانک مرکزی و در واقع استقلال آن، همچنان موضوعی مطرح است. در این مقاله چندین هدف دنبال می‌شود. در ابتدا به بررسی مفهوم نظریه بازی‌ها و چگونگی شکل‌گیری مفاهیم کاربردی و بنیادی آن پرداخته شده است. شکل‌گیری نظریه بازی مدرن شد، مورد بررسی قرار می‌گیرد. با بررسی چگونگی ورود نظریه بازی در فضای اقتصاد کلان مدرن، متوجه دستاوردهای عظیمی می‌شویم؛ این دستاوردها را می‌توان مدیون کار کیدلند و پرسکات دانست. در این بررسی، دلیل اهمیت بازی‌های دیفرانسیلی برای ما روشن می‌شود. نتایج نشان می‌دهد که سرعت همگرایی به سمت تعادل در بازی با اطلاعات حلقه باز بیش از بازی با اطلاعات بازخورد است و همچنین سطح بدهی تعادلی در وضعیت پایا در بازی با اطلاعات بازخورد کمتر از بازی با اطلاعات حلقه باز است. همچنین نتایج حاصل از این مدل نشان می‌دهد که در بازی رهبر پیرو بین دولت و بانک مرکزی، می‌توان سطح بدهی را به سطح هدف و مطلوب آن نزدیک کرد و حتی دولت می‌تواند با استفاده بهینه از درآمدهای نفتی، مانع از انتشار پول بیش از اندازه توسط بانک مرکزی شود.

واژه‌های کلیدی: تئوری بازی، مدل‌ها، بهینه بازاریابی، تقابل استراتژیک، پولی و مالی

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۵، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۸، صفحات ۵۰-۳۸