

عنوان مقاله:

اولویت بندی انتخاب خودرو با استفاده از روش تصمیم گیری چند معیاره الکترونیک

محل انتشار:

نهمین همایش علمی پژوهشی توسعه و ترویج علوم مدیریت و حسابداری ایران (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

رحیم دباغ - دانشیار اقتصاد، گروه مهندسی صنایع، دانشکده فناوری های صنعتی، دانشگاه صنعتی ارومیه

حدیث راستگار - کارشناسی ارشد گروه مهندسی صنایع، دانشکده فناوری های صنعتی، دانشگاه صنعتی ارومیه

خلاصه مقاله:

آگاهی از نیازهای مشتری و فرایند خرید اساس بازاریابی موفق است. هدف شناسایی عوامل موثر بر تصمیم خریداران و رتبهبندی خودروهای سواری شرکتهای ایران خودرو و سایپا است که در مجموع محصولی با ارائه شرایطیکه منجر به رضایت هرچه بیشتر مشتری و افزایش اثربخشی تبلیغات باشد. با یک روش از مدل های MCDM الکترونیک جهت اولویت بندی معیارهای خرید خودروهای سواری پرداخته شده است. در مجموع بررسی یازده شاخص برایهفت سواری مشخص شد که به ترتیب اولویت ماشین های ۲۰۶، کوئیک، سمند، دنای معمولی، پژو پارس، ساینا و تیبا ۲ می باشند.

کلمات کلیدی:

صنعت خودرو، تصمیم گیری چند معیاره، آنتروپی شانون، روش الکترونیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1681676>

