

عنوان مقاله:

پویاسازی خوشه‌بندی مشتریان با استفاده از روش DA-DEA در بستر شبکه عصبی مصنوعی SOM

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت صنعتی، دوره 14، شماره 40 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

نویسندگان:

علی بنیادی نایینی - استادیار دانشکده مهندسی پیشرفت، دانشگاه علم و صنعت ایران

سعید یوسفی - کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، دانشگاه علامه طباطبایی

محمدعلی فیاضی راد - دانشجوی دکتری مدیریت تحقیق در عملیات، دانشگاه فردوسی مشهد

خلاصه مقاله:

امروزه ارزیابی مشتریان برای ارائه خدمات مناسب یکی از مهمترین چالشهای مدیران و تصمیمگیرندگان در سازمانهای مختلف است. در سازمانهای مختلف گاه با توجه به حجم سنگین تقاضای مشتریان پاسخگویی به نیازهای تمامی آنان امکانپذیر نیست و از سوی دیگر این مشتریان به عنوان سرمایه های سازمان ها قلمداد میشوند. این موضوع هدفمند نمودن مطالعه بر روی گروهای مختلف مشتریان در بازارهای رقابتی را با اهمیت کرده است. یکی از شیوههای کارآمد برای مطالعه مشتریان و ارائه خدمات بهینه به آنان، گروه بندی بازار و خوشه‌بندی مشتریان در آن است. در این پژوهش به منظور هدفمند نمودن ارائه خدمات به مشتریان، ابتدا به کمک تکنیک شبکه عصبی SOM مشتریان در خوشه‌هایی متناسب دسته‌بندی میشوند تا بتوان برای هر مشتری با توجه به خوشه آن به ارائه خدمات مناسب پرداخت. سپس با مدل ارائه داده شده در این مقاله میتوان عضویت مشتری جدید در خوشه متناسب را با استفاده از تکنیک DA-DEA پیش بینی کرد. این مدل، فرآیند خوشه‌بندی پویا را برای سازمان رقم میزند تا به وسیله آن در هر لحظه بتوان مشتریان جدید را ارزیابی نموده و خوشه متناسب آنها را با دقت مناسبی تعیین کرد.

کلمات کلیدی:

خوشه‌بندی، صفحه متمایز کننده (DA)، تحلیل پوششی داده‌ها (DEA)، شبکه‌های عصبی مصنوعی، نگاشت خودسازمانده (SOM)

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/602583>

