

عنوان مقاله:

آینده پژوهی تاثیر آمیخته بازاریابی بر فروش شرکت مخابرات (مطالعه موردی: کارکنان شرکت مخابرات استان کردستان در سال 1395)

محل انتشار:

سومین کنفرانس سالانه مدیریت و اقتصاد کسب و کار (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

مژگان لطف پوری - دانشجوی دکترای مدیریت حرفه ای کسب و کار DBA، سازمان مدیریت صنعتی، کردستان، ایران

فرامرز شاه محمدی - دانشیار، دکترای مدیریت صنعتی، سازمان مدیریت صنعتی، کردستان، ایران

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش، آینده پژوهی تاثیر آمیخته بازاریابی بر فروش شرکت مخابرات استان کردستان با استفاده از رگرسیون چند متغیره، شبکه عصبی مصنوعی و الگوریتم ژنتیک در سال 1395 می باشد. در این راستا ضمن مروری بر مفاهیم آمیخته بازاریابی، فرضیاتی در باب تاثیر آمیخته بازاریابی و عناصر آن بر افزایش فروش شرکت مخابرات در استان کردستان مطرح شده است. ابتدا با روش رگرسیون و سپس با استفاده از تکنیک های هوش مصنوعی (شبکه عصبی مصنوعی و الگوریتم ژنتیک) به بررسی تاثیر و پیش بینی فروش شرکت مخابرات پرداختیم. جامعه آماری این پژوهش شامل مشتریان شرکت مخابرات استان کردستان می باشد. که تعداد آنها 400 نفر می باشد. حجم نمونه با استفاده از جدول کرجسی - مورگان حدود 200 نفر تعیین گردید که با استفاده از نمونه گیری تصادفی طبقه ای این نفرات انتخاب شدند. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه استفاده شده که روایی آن به صورت روایی محتوا توسط خبرگان و روایی سازه و ساختار توسط تحلیل عاملی تاییدی مورد تایید قرار گرفت و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ تایید شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها در این تحقیق از آزمون های کلموگروف - اسمیرنوف و آزمون رگرسیون چند متغیره استفاده شده است. نتایج نشان داد که آمیخته بازاریابی و هر چهار آمیخته تشکیل دهنده آن بر افزایش فروش شرکت مخابرات تاثیر مثبت و معناداری دارد. در پیش بینی و آینده پژوهی فروش با استفاده از شبکه عصبی مصنوعی و الگوریتم ژنتیک به این نتیجه رسیدیم که شبکه عصبی مصنوعی نسبت به الگوریتم ژنتیک از تخمین و پیش بینی بهتری برخوردار است.

کلمات کلیدی:

آینده پژوهی، آمیخته بازاریابی، شبکه عصبی مصنوعی، الگوریتم ژنتیک، رگرسیون چند متغیره

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/743367>

