

عنوان مقاله:

آینده پژوهی فروش با رویکرد آمیخته بازاریابی (مطالعه موردی: شرکت مخابرات استان کردستان در سال 1395)

محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی تحقیق و توسعه در مدیریت و اقتصاد مقاومتی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

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 از این پژوهش، آینده پژوهی فروش با رویکرد آمیخته بازاریابی در شرکت مخابرات استان کردستان با استفاده از شبکه‌عصبی مصنوعی و الگوریتم ژنتیک در سال 1395 می باشد. در این راستا ضمن مروری بر مفاهیم آمیخته بازاریابی، فرضیاتیدر باب تاثیر آمیخته بازاریابی و عناصر آن بر افزایش فروش شرکت مخابرات در استان کردستان مطرح شد. 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 میباشد. 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 کهروایی آن به صورت روایی محتوا توسط خبرگان و روایی سازه و ساختار توسط تحلیل عاملی تاییدی مورد تایید قرار گرفت وپایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ تایید شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها در این تحقیق از آزمون های یکمؤگروف - اسمیرنوف و آزمون رگرسیون چندمتغیره استفاده شده است. نتایج نشان داد که آمیخته بازاریابی و هر چهارعنصرتشکیل دهنده آن بر افزایش فروش شرکت مخابرات تاثیر مثبت و معناداری دارد. در آینده پژوهی فروش با استفاده از شبکه‌عصبی مصنوعی و الگوریتم ژنتیک به این نتیجه رسیدیم که شبکه عصبی مصنوعی نسبت به الگوریتم ژنتیک از تخمین و پیشبینی 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/824551>

