

عنوان مقاله:

شناسایی اطلاعات مشتریان جهت بهبود در فرایند زنجیره تامین ایران خودرو با رویکرد داده کاوی

محل انتشار:

پنجمین همایش بین المللی صنعت خودرو ایران (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

کریم کریمی کلایه - ایران، تهران، ایران خودرو، کدپستی ۱۱۴-۱۳۸۹۵، کارشناس ارشد مدیریت صنعتی

وحید بهنام - ایران، تهران، ایران خودرو، کدپستی ۱۱۴-۱۳۸۹۵، کارشناس

خلاصه مقاله:

داده کاوی یکی از مهمترین روشها است که بوسیله آن الگوهای مفید در داده ها با حداقل دخالت کاربران شناخته می شوند و اطلاعاتی در اختیار کاربران و تحلیل گران قرار می دهند تا بر اساس آنها تصمیمات مهم و حیاتی در سازمانها اتخاذ شوند. نتایج بخش داده کاوی نشان داد که بر اساس شاخص RFM و روش K-MEANS افراد تنها در یک خوشه طبقه بندی می گردند. نتایج نشان داده که رابطه بین جنسیت و رضایت منفی و معنادار است. در نتیجه نمی توان گفت که افراد جوانتر یا پیرتر و یا با تحصیلات بالاتر از خرید محصولات راضی تر هستند. اما ضریب برآوردی درآمد نشان داد که افراد با درآمد بالاتر، از خرید خود راضیتر هستند نتایج مطالعه در بخش معادلات ساختاری حاکی از آن است که بین نحوه تامین قطعات یدکی و رضایت مشتریان رابطه معنی دار وجود ندارد. بین خدمات نمایندگی های مجاز و رضایت مشتریان رابطه وجود دارد. بین تضمین ارایه شده و رضایت مشتریان رابطه معنی دار وجود دارد. مشتریانی که از تضمین های ارایه شده شرکت استفاده کردند، رضایت کافی داشته و قابلیت استفاده از تضمین های ارایه شده شرکت را در حد مناسبی می دانند. همچنین مراحل اجرایی تضمین های ارایه شده شرکت دارای سازوکار مناسبی بوده و مدت زمان اجرای تضمین های ارایه شده شرکت نیز کافی بوده است.

کلمات کلیدی:

داده کاوی- سایکو- RFM - K-MEANS

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/731534>

