

استفاده از تکنیکهای آنالیز چندمتغیره در پیاده سازی رویکرد مشتری مداری در صنعت فولاد

جمال شهرابی^۱، حسین اسلامی^۲، احسان برهان^۳

چکیده

دانش داده کاوی دارای ابزارهای قدرتمندی است که با بکارگیری این ابزارها و با استفاده از داده‌های آماری به استخراج دانشی جدید می‌پردازد که می‌تواند اطلاعات و الگوهای بسیار مفیدی را در اختیار ما قرار دهد. یکی از پرکاربردترین تکنیکهای داده‌کاوی آنالیزهای چندمتغیره می‌باشد

تحلیل Conjoint یکی از تکنیکهای آنالیز داده چند متغیره می‌باشد، که به طور ویژه برای فهمیدن اینکه مشتریان چگونه تمایل خود را برای محصولات و خدمات ابراز می‌کنند، استفاده می‌شود این تکنیک هم اکنون به یکی از مهمترین تکنیکهای کمی تحقیقات بازار تبدیل شده است.

بازار محصولات فولاد ساختمانی در سالهای اخیر دچار تحولات زیادی گشته است. تولید کنندگان زیادی از بخش خصوصی وارد این عرصه شده اند که این امر موجب رقابتی شدن هر چه بیشتر این بازار گشته است. از سوی دیگر مشتریان محصولات فولاد ساختمانی از الگوی ثابت و مشخصی در انتخاب و خرید این محصولات پیروی نمی‌کنند. با توجه به شرایط رقابتی پیش روی بازار و پیچیدگی و عدم وجود الگوی ثابت در تصمیم گیری مشتریان فولادهای ساختمانی، تولیدکنندگانی که شناخت کاملی از مشتریان و الگوی تصمیم گیری آنها نداشته باشند به تدریج با کاهش سهم بازار و حتی حذف از صحنه رقابتی مواجه خواهند شد. از اینرو برای شناخت ساختار واقعی تصمیم‌گیری مشتریان تحلیل conjoint یکی از کارآمدترین این تکنیکها می‌باشد.

در این تحقیق با استفاده از تکنیک conjoint اطلاعات جمع آوری شده از هفت کلان شهر کشور تحلیل گردیده و ساختار تصمیم‌گیری مشتریان کشف شد نتایج بدست آمده در این تحقیق برای تصمیم‌گیری مدیران ارشد شرکتهای تولیدکننده محصولات فولادی در جهت مشتری‌مداری سازمان و افزایش سهم بازار آنها بسیار موثر می‌باشد.

کلمات کلیدی: داده‌کاوی، آنالیزهای چندمتغیره، conjoint، ساختار تصمیم‌گیری مشتریان، بازار فولاد

^۱ دکترای مهندسی صنایع، عضو هیات علمی دانشکده مهندسی صنایع دانشگاه صنعتی امیرکبیر shahrabi@dal.ca

^۲ دانشجوی فوق لیسانس مهندسی صنایع، دانشگاه NUS سنگاپور hossein_ed@yahoo.com

^۳ مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی امیر کبیر Ehsan_2961@yahoo.com