

پیش بینی پرفروش ترین محصولات شرکت سهامی ذوب آهن اصفهان

ماشاله ولیخانی^۱، علیرضا عباسیان^۲

دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان، valikhani_ma@yahoo.com

دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان، arabbasian@yahoo.com

چکیده

فروش، یکی از مهمترین نتایج فعالیت های بازاریابی شرکت ها است و به همین دلیل موفقیت در تحلیل و پیش بینی دقیق فروش برابر یک کار یا خدمت خاص، می تواند شرکت را به اهداف بازاریابی و مالی تعیین شده خود برساند. در این مقاله از روش سری های زمانی جهت پیش بینی فروش استفاده می کنیم که روش مورد استفاده در این مقاله روش اتورگرسیو می باشد. در این مدل با بکارگیری تست های آماری AIC, SBIC, HQIC مرتبه اتورگرسیو برای سری زمانی محصولات انتخاب می گردد و سپس پیش بینی انجام می شود. برای ارزیابی مدل ارائه شده در این مقاله، از داده های فروش ۷ محصول شرکت سهامی ذوب آهن اصفهان استفاده شده است.

کلمات کلیدی: پیش بینی، سری های زمانی، اتورگرسیو، فروش

Forecasting best-selling products of Esfahan Steel Company

Abstract

Sales is one of the most important marketing activities of companies and because of this success against a particular service analysis and accurately forecast sales, marketing and financial objectives of the company to reach its designated. In this paper, we use the method of time series to forecast sales in which the method used in this paper is autoregressive. In this model using AIC, SBIC, HQIC statistical tests, rank for autoregressive time series products is selected and the prediction is done. To evaluate the model presented in this paper, the data has been used to sell 7 products Isfahan Steel Company.

Keywords: Forecasting, Time series, Autoregressive, Sales

مقدمه

قرن بیست و یکم در جستجوی آن دسته از پیشرفت های تکنولوژیکی است که سیستم های مطمئن تر و کاراتر برای حمایت از تصمیم گیریهای مدیریتی ارائه دهند. جای تردید نیست که پیش بینی یک عنصر کلیدی در تصمیم گیری های مالی و مدیریتی است. بنابراین سیستم های پیشرفته ای که بتوانند در دنیای متلاطم و متغیر امروز که اثربخشی و سرعت در روش های انجام کارها حرف اول را در آن می زند، به خوبی عمل کنند، همواره مورد جستجوی محققان بوده است. با پیشرفت تکنولوژی های محاسباتی و کامپیوترها، دغدغه سرعت و دقت در انجام کارها تا حد زیادی مرتفع شده است. اما روش های افزایش اثربخشی و کارایی مدل های پیش بینی همچنان مورد جستجو و کنکاش دانشمندان و محققان است. تکنیک های پیش بینی را می توان به روش های آسان که به سهولت انجام می شوند تا روش های بسیار پیچیده که از لحاظ زمان و کار بسیار پرهزینه هستند رده بندی کرد. اساساً تکنیک های پیش بینی را می توان به دو صورت کمی و کیفی طبقه بندی کرد. اساس برخی از آنها فقط بر بررسی مجموعه اطلاعات مقادیر گذشته جهت پیش بینی ارزش های آینده قرار دارد. بر خلاف سه یا چهار دهه قبل که هر روز روش های منفرد جدیدی پیشنهاد می شود که البته در اکثر موارد در مقایسه با روش های منفرد قبلی بهتر عمل می کنند - در دو دهه اخیر گستره وسیعی از روشهای ترکیبی با اکتفا بر داشته های کلاسیک و بهره برداری از پیشرفت های نرم افزاری و سخت افزاری ارائه شده است. فروش، یکی از مهمترین معیارها برای ارزیابی فعالیت های بازاریابی شرکت ها می باشد و به همین دلیل مدل های پیش بینی فروش اهمیت زیادی پیدا کرده اند، هنگامی که شرکتی

^۱ Valikhani_ma@yahoo.com

^۲ arabbasian@yahoo.com