

MARKA TERCİHLERİNE VE TERCİH NEDENLERİNE GİZLİ MARKOV MODELİNİN UYGULANMASI

Tuncay CAN
Marmara Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Ersay ÖZ
Yıldız Teknik Üniversitesi
Meslek Yüksekokulu

Özet

Markov Zincirleri finans, eğitim, üretim, pazarlama ve marka bağımlılığı gibi birçok alanda yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu çalışmada Markov Zincirlerini temel alan Gizli Markov Modeli kullanılarak, marka tercihleri ve tercih nedenleri üzerine bir uygulama yapılmıştır. Uygulama için gerekli veriler İstanbul'da kamu üniversite öğrencilerine yönelik olarak yapılan anketlerden elde edilmiştir. Üniversite öğrencilerinin kullandıkları cep telefonu markaları ve bu markaları tercih etme nedenleri temel alınarak Gizli Markov Modeli oluşturulmuştur. Bu model ile üniversite öğrencilerinin genel olarak cep telefonu tercihlerinin hangi marka olacağı ve herhangi bir markanın tercih sebebi tahmin edilmiştir. Tahminlemeler için Gizli Markov Modelinin üç temel probleminden ilk ikisi kullanılmıştır. Tahminlemeler sonucunda tercih edilecek cep telefonu markaları, Nokia %43,45, Samsung %22,92 ve Sony-Ericsson %10,52 şeklinde bulunmuştur. Elde edilen bulgulara göre bu markaların tercih sebepleri ise Nokia ve Sony-Ericsson markaları için gelişmiş özellikler ve Samsung markası için fiyat uygunluğu olarak yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Markov Zinciri, Gizli Markov Modeli, Tahminleme, Marka Tercihi.