

## چکیده

شرکت‌ها نیازمند هماهنگی دقیق برای تدارک مواد اولیه و تحویل به موقع به مشتری هستند تا بتوانند هزینه‌ها را کاهش دهند، دریافت و تحویل به موقع داشته باشند و در نهایت رضایت مشتری را کسب کنند. لذا مدیریت زنجیره تأمین می‌تواند به عنوان راهکاری مؤثر و مفید در این زمینه مطرح شود. در این راستا سوال اصلی تحقیق به این صورت مطرح می‌شود که تاثیر تصمیمات بازاریابی بر عملکرد تحویل با توجه به تبیین عملیات سازمان از طریق بازاریابی در شرکت کاله با استفاده از روش تحلیل شبکه عصبی چگونه است؟ روش پژوهش از نوع روش‌های تحقیق تحلیلی یعنی تحقیق تحلیلی ریاضی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش شرکت کاله و تعداد نمونه مورد مطالعه ۳۷ شرکت بود. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از رویکرد تحلیل شبکه عصبی بود. نتایج حاکی از تاثیر مثبت تصمیمات بازاریابی بر اقدامات بازاریابی، تاثیر مثبت تصمیمات بازاریابی بر قیمت و کیفیت و تحویل شرکت، تاثیر مثبت تصمیمات بازاریابی بر تبلیغ شرکت، تاثیر مثبت تصمیمات بازاریابی بر توزیع شرکت و تاثیر مثبت اقدامات بازاریابی بر هماهنگی برای مدیریت تقاضا و حداکثرسازی منافع حاصل از زنجیره تأمین شرکت کاله مورد تایید قرار گرفت.

واژگان کلیدی: مدیریت زنجیره تأمین، اقدامات بازاریابی، تصمیمات بازاریابی، شبکه عصبی، شرکت کاله.