

عنوان مقاله:

داده کاوی بازاریابی صنعت بانکداری با رویکرد الگوریتم کلونی مورچگان، مورد مطالعه بانک ها و موسسات اعتباری ایران

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

الهام کلانتری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه آزاد، واحد تهران جنوب

فرید خوش الحان - استادیار، دانشکده مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی تهران

طاهر کلانتری - استادیار، دانشکده مدیریت، دانشگاه علوم دریائی امام خمینی(ره)، نوشهر،

خلاصه مقاله:

با عنایت به توسعه کمی بانک ها و موسسات اعتباری کشور در طی سال های اخیر و شدت گرفتن رقابت بین آنها در جذب و حفظ مشتری از یک سوی، کاهش هزینه های متغیر و جلوگیری از ورشکستگی احتمالی از سوی دیگر موجب گردید تا رقابت بین این بانکها در جهت طراحی راهکارهای مناسب برای جذب مشتریان جدید از طریق داده کاوی، افزایش یابد. هدف از این تحقیق داده کاوی با رویکرد الگوریتم کلونی مورچگان در حوزه بازاریابی بانکی است. روش تحقیق پیمایشی هدف مند مبتنی بر یکی از روش های داده کاوی، به نام قواعد طبقه بندی در صنعت بانکداری بوده که رایجترین تکنیک داده کاوی است. چون روشهای مرسوم طبقه بندی همیشه برای بانک های اطلاعاتی بسیار بزرگ مناسب نیستند، لذا در این تحقیق از الگوریتم کلونی مورچگان استفاده شده است. یافته ها نشان می دهد که این الگوریتم استخراج مقادیر بزرگی از داده ها را در پایگاه داده ها بسیار بزرگ ممکن میسازد. از آنجا که این الگوریتم در حوزه های مختلف از عملکرد موفق بر خوردار بود. بنابراین زمان و دقت محاسبه الگوریتم کلونی مورچگان در این تحقیق در واحد بازاریابی صنعت بانکداری مورد تأیید قرار گرفت. نتایج آن با روشهای دیگر داده کاوی مقایسه شد که بیانگر اینکه، الگوریتم کلونی مورچگان ارائه شده، در سیستم عاملهای مختلف به راحتی قابل اجرا و برای پردازش داده های بسیار بزرگ، تاثیرگذار، مناسب تر و از دقت بالاتری برخوردار است.

کلمات کلیدی:

الگوریتم کلونی مورچگان، قوانین طبقه بندی و توسعه بانک ها.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1045905>

