

## عنوان مقاله:

مرور نظامند ادبیات پژوهش با محوریت فناوری مالی، یادگیری ماشین و مدیریت تجربه مشتری و ارائه چارچوبی برای پژوهش های آتی

## محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند، دوره 10، شماره 39 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

## نویسندگان:

احمد رحمانی - دانشجوی رشته دکتری مدیریت فناوری اطلاعات، گروه تخصصی مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مجید سروری - عضو هیات علمی، گروه تخصصی برق و کامپیوتر، دانشکده مهندسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (مسئول مکاتبات) *koyisnede* مسئول: دکتر مجید سروری Email *majidsorouri@srbiau.ac.ir*  
Address:

رضا رادفر - عضو هیات علمی، گروه تخصصی مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

محمود البرزی - عضو هیات علمی، گروه تخصصی مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

نوآوری فناورانه حوزه صنعت مالی، زیست بوم فناوری مالی را موجب شد. با ظهور هوش مصنوعی، دنیای فناوری و مالی به هم گره خورد تا پردازش های مالی هوشمندانه تری به مدیران جهت تصمیم گیری های هوشمندانه ارائه می کند. نتایج استفاده از روش های یادگیری ماشین ثابت نبوده و پیش بینی دقیق در مورد نتایج حاصل از تجربه مشتریان برای الگوریتم های یادگیری ماشین چالش برانگیز است. تلاش های زیادی در خصوص مدیریت تجربه مشتری انجام شده است ولی، چارچوب تلفیقی فناوری مالی در تعامل با هوش مصنوعی و یادگیری ماشین در مفهوم سازی تجربه مشتری که می تواند دانش تجربه مشتری را موجب شود، موضوعی است که کمتر به آن پرداخته شده است. این مقاله، با بررسی ۷۵ مقاله و جمع بندی آن در ۴۱ مقاله پژوهشی، موضوع پژوهش حاضر را مورد بررسی قرار داده است. جهت پیش بینی ارائه نظریه، روش تحقیق، تئوری بنیادین می باشد. هدف این مقاله، پوشش شکاف مطالعاتی از طریق ارائه یک چارچوب تلفیقی است که مسیر کلی برای انجام و مطالعه پژوهش های حوزه فناوری مالی و هوش مصنوعی، در استخراج و مدیریت دانش تجربه مشتریان را در برمی گیرد. یافته ها نشان می دهند که مطالعات انجام شده در سه محور فوق را می توان به پنج بخش اصلی نوآوری طبقه بندی کرد که شبکه های ایجاد ارزش از تجربه مشتریان را در چارچوب تلفیقی فناوری مالی، یادگیری ماشین و تجربه مشتری ارائه می کند. یافته ها، مسیر خوبی برای پرداختن به برخی محدودیت ها در پژوهش های فناوری مالی و هوش مصنوعی برای مدیریت دانش تجربه مشتریان از طریق امکان ارائه الگو عملکرد مشتریان را فراهم می کنند.

## کلمات کلیدی:

فناوری مالی، مرور نظامند، تئوری بنیادین، یادگیری ماشین، تجربه مشتری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1487438>



