

عنوان مقاله:

تحلیل مکانیزم های مدیریت دانش مشتری در حوزه بانکداری با روش تحلیل تصمیم گیری چند معیاره SWARA (مورد مطالعه: بانک انصار)

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری با رویکرد ارزش آفرینی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

نوید محبعلی - کارشناس ارشد مهندسی صنایع، دانشکده مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی امیرکبیر، تهران، ایران

جلیل صفری - دکتری مدیریت سیستم ها، رئیس مرکز مطالعات و نوآوری بانک انصار

عماد رضایی - کارشناس ارشد MBA، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

در بازار رقابتی امروز که مشخصه اصلی آن عدم قطعیت است، شرکت هایی توانا هستند که دانش جدید را ایجاد، توزیع و آن را تبدیل به کالا و خدمت کنند. یکی از منابعی که سازمان می تواند از آن در جهت پیشبرد این موضوع بهره مند شود، دانش مشتریان است. این مهم نیازمند رویکرد مشتری-محور در سازمان است. دانش به عنوان یک منبع کلیدی جهت رقابت محسوب می شود و در سازمان هایی که قابلیت مدیریت دانش مشتری ایجاد شده است، مشتری می تواند به جریان خلق ارزش سازمان کمک نماید. بانک ها، یکی از مهم ترین سازمان های خدماتی بوده که برای حضور در صحنه رقابت می بایست همواره ارزش های بالاتری را به مشتریان خود ارائه نمایند و شناسایی مکانیزم های مدیریت دانش مشتری در این صنعت می تواند کمک موثری به بانک ها برای پیشگامی در عرصه رقابت کند. پژوهش حاضر به دنبال شناسایی و اولویت بندی مکانیزم های مدیریت دانش مشتری در حوزه بانکداری است. بدین منظور، ابتدا مکانیزم های مدیریت دانش مشتری در حوزه های مختلف شناسایی گردید و در اختیار خبرگان قرار گرفت و پس از بررسی و تحلیل، مکانیزم های نهایی مشخص گردید. سپس با استفاده از روش تصمیم گیری چند معیاره نسبت ارزیابی وزن دهی تدریجی (SWARA)، این مکانیزم ها با نظرات خبرگان وزن دهی و اولویت بندی شدند. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی-تحلیلی است.

کلمات کلیدی:

بانک، تصمیم گیری چند معیاره، روش SWARA، دانش مشتری، مدیریت دانش مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/781931>

