

عنوان مقاله:

اخلاق حرفه ای و مدیریت مشتری در کسب و کار

محل انتشار:

دومین همایش ملی مدیریت کسب و کار (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

کیوان احمدی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، شرکت توزیع نیروی برق استان کردستان

حمید شریعتی - کارشناسی ارشد مدیریت مالی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج

خلاصه مقاله:

سازمان به عنوان شخصیت حقوقی در حیات سازمانی خود با مسائل اخلاقی فراوانی مواجه است. هدف این مقاله بررسی نقش اخلاق حرفه ای بر مدیریت مشتری در کسب و کار در شرکت توزیع نیروی برق استان کردستان می باشد. رهبری اخلاقی و نقش کلیدی آن در شکل دادن به هنجارهای اخلاقی و فرهنگ سازمان از مباحث حائز اهمیت است که می تواند در سودآوری سازمان موثر باشد. برای سنجش این موضوع، مدل مفهومی براساس ادبیات موضوع طراحی شده و ابزار پرسش نامه استفاده شده است. فرضیه های پژوهش به بررسی رابطه بین ابعاد اخلاق حرفه ای و مولفه مدیریت مشتری می پردازد. جامعه ی مورد بررسی شرکت توزیع نیروی برق استان کردستان بوده و روش نمونه گیری طبقه ای تصادفی ساده استفاده شده است. در این مقاله مؤلفه هایی مانند مسئولیت پذیری، تعهد، صداقت، عدالت، قابلیت اعتماد از یک طرف و مدیریت مشتری با بهره گیری از ابزارهای ضریبهمبستگی پیرسون و معادلات ساختاری مورد بحث قرار میگیرند. با توجه به نتایج به دست آمده می توان گفت که مسائل اخلاقی بنگاه ویژگیهائی دارد. آنها بسیار فراگیر هستند و همه ابعاد سازمان را شامل میشوند. در پس هر اقدام و در پی هر تصمیم مدیریتی و هر فعالیت سازمانی، انبوهی از مسائل اخلاقی را میتوان رصد کرد زیرا با حقوق افراد گوناگون چون مشتریان، مالکان، کارکنان و کلیه ذی نفعان ارتباط دارد

کلمات کلیدی:

اخلاق حرفه ای، مشتری، مدیریت ارتباط با مشتری، کسب و کار، شرکت توزیع برق

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/347530>

