

عنوان مقاله:

نقش اخلاقیات در کسب و کارهای مجازی

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و فناوری اطلاعات و ارتباطات (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

فخریه حمیدیان پور - استادیار، دکترای مدیریت بازرگانی، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر، ایران

کیانوش مرادی - دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت بازاریابی، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه شرکت ها برای بدست آوردن رضایت مشتریان و دسترسی راحت آنان به محصولات و خدمات شرکت، به کسب و کارهای الکترونیکی روی آورده اند و میزان استفاده از آن با نرخ فزاینده ای در حال افزایش می باشد. با توجه به افزایش میزان استفاده از اینترنت در کسب و کارها، رعایت موازین اخلاقی در فضای مجازی اهمیت فراوانی یافته است. بطور کلی، اخلاقیات در سازمان ها به عنوان سیستمی از ارزش ها و باید ها و نباید ها تعریف میشود که بر اساس آن رفتارهای خوب و بد از هم متمایز میشوند. اخلاقی بودن رفتار میتواند موجب بروز پیامدهای مثبت و منفی فراوانی در سطح سازمان شود. لذا هدف این تحقیق دستیابی به درک نقش اخلاقیات در کسب و کارهای مجازی و اهمیت بکارگیری موازین اخلاقی می باشد. در این پژوهش با کنار هم قرار دادن یافته های محققان مختلف و ترکیب آنها به نحوی که مبنای این پژوهش را تشکیل دهند، تحقیقی توصیفی و علمی ترویجی انجام دادیم. به عنوان نتیجه، در این تحقیق بیان میشود که شرکت ها با رعایت موازین اخلاقی در کسب و کارهای مجازی، ضمن بدست آوردن رضایت مشتریان، میتوانند به سودآوری برسند و مشتریان خود را حفظ کنند

کلمات کلیدی:

اخلاقیات، اخلاق کار، کسب و کار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/528543>

