

عنوان مقاله:

بررسی نگرش مدیران بانک های ایران نسبت به سنجش سود آوری مشتری

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت (سال: 1384)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

دکتر محمد علی آقایی - عضو هیئت علمی دانشگاه تربیت مدرس

سلیم ملا احمد - کارشناس ارشد حسابداری

خلاصه مقاله:

امروزه مشتری گرایی در سازمان ها به یک استراتژی تبدیل شده است. بنابراین داشتن اطلاعات در مورد مشتری اهمیت فراوانی دارد. از جمله آن اطلاعات مهم سودآوری مشتری است که حسابداری مدیریت با ابزارهای سنجش سودآوری مشتری، آن را اندازه گیری می کند. فلسفه طراحی نظام سنجش سودآوری مشتری، سود متفائتی است که هر ریال دریافتی از مشتری های مختلف ایجاد می نماید. سیستم یاد شده در شرکت های خدماتی به ویژه بانک ها نیز کاربرد دارد. هدف این پژوهش، بررسی وضعیت موجود سنجش سودآوری مشتری در بانک های ایران و نگرش مدیران بانک های ایران نسبت به این سیستم است.

کلمات کلیدی:

سنجش سودآوری مشتری، هزینه یابی بر مبنای فعالیت، بانک، مدیران بانک های ایران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/65914>

