

## عنوان مقاله:

رابطه بین اخلاق حرفه ای و مشتری مداری در صنعت بیمه

## محل انتشار:

بیست و یکمین همایش ملی و هفتمین همایش بین المللی بیمه و توسعه (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسندگان:

مهدی حقیقی کفاش - استادیار دانشگاه علامه طباطبایی

سوسن یوسف زاده - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه علامه طباطبایی

هیدی دهناد - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت صنعتی دانشگاه علامه طباطبایی

## خلاصه مقاله:

امروزه اخلاق کسب و کار مشتری مداری اهمیت فراوانی پیدا کرده و مباحث علمی زیادی در مورد آن انجام شده است. اگرچه استفاده از واژه مشتری مداری به چند دهه گذشته بر می گردد که به عنوان مزیت رقابتی برای شرکت ها تبدیل شده است ولی پژوهش های که رابطه اخلاق حرفه ای و مشتری مداری در صنعت بیمه را بررسی کند، چندان زیاد نیستند. بر این اساس مقاله حاضر رابطه اخلاق حرفه ای و مشتری مداری در صنعت بیمه پرداخته است. در راستای تحقیقات انجام شده در این زمینه محققان بسیاری اخلاق حرفه ای و مشتری مداری را به تنهایی بررسی کرده اند اما نشانه های کمتری از تاثیرپذیری توأم اخلاق حرفه ای و مشتری مداری در صنعت بیمه وجود دارد. در این مقاله ادبیات موجود در زمینه اخلاق حرفه ای، مشتری مداری و همچنین مصادیقی از اخلاق حرفه ای بیان و سپس رابطه آن ها با مشتری مداری سنجیده شده است. نتایج این پژوهش نشان می دهد که بین شاخص های اخلاق حرفه ای (آسایش در کار، تمرکز بر کار، استفاده بهینه از زمان، تلاش، اعتماد به نفس، انصاف) و رضایت مشتری رابطه معناداری وجود دارد.

## کلمات کلیدی:

اخلاق حرفه ای، مشتری مداری، صنعت بیمه

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/825733>

