

## عنوان مقاله:

تاثیر ابعاد اخلاق سازمانی بر مدیریت کیفیت جامع (مورد مطالعه: شرکت مخابرات فارس)

## محل انتشار:

نخستین کنفرانس بین المللی و دومین کنفرانس ملی مدیریت، اخلاق و کسب و کار (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسندگان:

فرشاد رعیتی - دانشجوی کارشناسی مهندسی صنایع موسسه آموزش عالی آپادانا، شیراز، ایران

اردلان فیلی - عضو هیات علمی گروه مدیریت؛ موسسه آموزشی عالی آپادانا، شیراز، ایران

## خلاصه مقاله:

مدیریت کیفیت جامع به مشتری در درجه اول به عنوان یک انسان نگاه می کند و او را دارای حرمت میداند و امروزه حرمت آدمی به عنوان مهمترین اصل اخلاقی و هدف عمده اخلاق ورزی است. انسان صرف نظر از شغل، تعیین زبانی، قومی و فرهنگی موجودی محترم است. هرگونه تصمیم و اقدامیکه به نحوی با ارزش ذاتی انسان منافات دارد غیر اخلاقی است. در این تحقیق به بررسی تاثیر اخلاق سازمانی بر اجرای موفق مدیریت کیفیت جامعدر شرکت مخابرات ایران-منطقه فارس با استفاده از روش رگرسیون خطی پرداخته شد. پژوهش حاضر از منظر هدف کاربردی و از نظر نحوهگردآوری اطلاعات توصیفی از نوع همبستگی است. در مدل مفهومی پژوهش، عوامل اخلاق سازمانی متغیر مستقل و ابعاد اجرای موفق مدیریتکیفیت جامع متغیر وابسته می باشد. یافته های پژوهش نشان داد که اخلاق کسب و کار به صورت کلی بر مدیریت کیفیت تاثیر معناداری دارد.

## کلمات کلیدی:

مدیریت کیفیت جامع، اخلاق کسب و کار، رگرسیون خطی، همبستگی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1117847>

