

عنوان مقاله:

تاکید بر رفتارهای اخلاقی در کسب و کار و تاثیر آن بر جذب مشتریان سازمان

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی جایگاه مدیریت و حسابداری در دنیای نوین کسب و کار، اقتصاد و فرهنگ (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

مصطفی جعفری - استادیار گروه مدیریت دانشگاه زنجان

امیر اسکندری وطن نژاد - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

خلاصه مقاله:

اخلاق قواعد ارزشی و هنجاری یک جامعه می باشد که در رفتار افراد آن انعکاس می یابد. مباحث اخلاقی درح قیقت یکی از مشکلات عمده سازمان ها محسوب می شود زیرا بینگر تقابل بین عملکرد اقتصادی و عملکرد اتماعی می باشد. پس از انقلاب صنعتی، اثر سازمان های تجاری صنعتی با زیر پا گذاشتن اصول اخلاقی به تدریج به کسب منافع بیشتر خود می اندیشیند و با شمتریان، سهامداران، عرضه کنندگان مواد اولیه، اعتبار دهندگان و نیز جوامع محلی و جهانی و محیط زیست سرستیز داشتند، در صورتی که با شروع دهه 90 تجدید نظر در رفتارهای سازمانی و رعایت اصول اخلاقی ودر توجه مدیران سازمان های بازرگانی و صنعتی قرار گرفته و آنها به این نتیجه رسیدند که اخلاق نقش بسزای در جذب مشتری و وفاداری آنها به سازمان دارد.

کلمات کلیدی:

اخلاق، سازمان جذب مشتری، اعتماد وفاداری، تعهد ارتباطات دهان به دهان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/313717>

