

## عنوان مقاله:

بررسی ناپارامتریک رابطه میان اخلاق حرفه ای و حس رضایت در مشتریان در راستای مشتری مداری

## محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

رامین دلیری - مدیر بیمه آسیا شعبه قزوین

ملیحه صمدی - کارشناس بیمه آسیا، کارشناس ارشد اکچواری

## خلاصه مقاله:

مقدمه: اخلاق حرفه ای کارکنان شرکت از یک سو و تامین نیاز و رضایت مشتریان از سوی دیگر؛ موفقیت و سودآوری سازمان را به دنبال دارد. در طول حیات و شکل گیری سازمان ها، توجه کردن به مشتریان و جایگاه آنان در حفظ بقاء و رشد سازمان، ره آوردهای مناسبی را برای شرکت به ارمغان آورده است. جذب مشتریان جدید با دادن وعده ارزش برتر و نگهداری مشتری های قدیم از طریق تامین رضایت آنان که یکی از مهمترین اهداف بازاریابی نوین برشمرده می شود، در سرلوحه امور شرکت ها و سازمان ها قرار دارد. تامین بخشی از رضایت مشتریان در گرو رعایت اخلاق حرفه ای کارکنان و صاحبان شرکت ها می باشد. نحوه نگرش کارکنان شرکت به مشتریان، با رفتار آنان و خدمات ارائه شده به مشتریان رابطه مستقیمی دارد. این نحوه نگرش تعبیری از اخلاق حرفه ای است و شامل بایدها و نبایدهایی است که میبایست میان صاحبان حرفه ها و مشاغل با مشتریانشان و نیز میان اعضای یک صنف رعایت شود. بررسی رابطه میان اخلاق حرفه ای کارکنان شرکت بیمه با در نظر گرفتن شاخص های اعتماد، صداقت، همدردی، عدم تعصب و نژادپرستی، عدالت، احترام و حس مسیولیت با جلب رضایت مشتریان، موضوع و هدف این پروژه را تشکیل می دهد که به نوبه خود از ره آوردهای تجارت توأم با اخلاق به شمار می رود. روش بررسی: تحقیق حاضر از جمیع تحقیقات وصفی پیمایشی می باشد. بخشی از اطلاعات با استفاده از توزیع پرسشنامه اخلاق حرفه ای و همچنین سنجش رضایت مشتریان شرکت بیمه و بخشی نیز با استفاده از پایگاه داده ای معتبر از جمله اینترنت و کتاب گردآوری شده است. همبستگی میان دو متغیر با استفاده از آزمون پارامتری پیرسون مورد بررسی قرار گرفته و در نهایت میان ابعاد مختلف اخلاق حرفه ای اولویت بندی صورت پذیرفته است. یافته ها: بررسی همبستگی میان رضایت مشتری و نحوه نگرش کارکنان بخواه مشتریان، مثبت و و 58 درصد بوده که بیانگر رابطه ای مستقیم میان دو متغیر می باشد به گونه ای که با بهبود اخلاق حرفه ای میان کارکنان شاهد افزایش حس رضایت در مشتریان خواهیم بود. بعد عدالت و انصاف از بیشترین اهمیت میان ابعاد هشتگانه اخلاق حرفه ای برخوردار است.

## کلمات کلیدی:

اخلاق حرفه ای، مشتری مداری، رضایت مشتریان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/825714>

