

عنوان مقاله:

شناسایی و رتبه بندی مولفه های اخلاقی در صنعت بانکداری الکترونیکی

محل انتشار:

فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره 15، شماره 2 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

نسبیه صدیقی

امیرحسین محمد داودی

مسعود قربانحسینی

زین العابدین امینی سابق

خلاصه مقاله:

زمینه: بانکداری الکترونیکی، یکی از موضوعات جدیدی است که در ارتباط با هر دو حوزه فن آوری و مالی می باشد. هدف از انجام پژوهش حاضر شناسایی و رتبه بندی مولفه های اخلاقی در صنعت بانکداری الکترونیکی است. روش: روش مطالعه حاضر توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش کارشناسان شاغل در حوزه بازاریابی، طراحی و بهبود خدمات بانکداری الکترونیکی بانک تجارت می باشند که از میان آنها با استفاده از جدول مورگان و به روش تصادفی، 205 نفر به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. ابزار پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته بوده و در نهایت داده های خام با استفاده از آزمون فریدمن، مورد بررسی قرار گرفتند. یافته ها: پس از تحلیل داده ها 56 مولفه اخلاقی در صنعت بانکداری الکترونیک شناسایی و در 9 دسته تقسیم شدند. که به شرح کارکنان، مشتریان و سهامداران دارای 6 مولفه، رقبا دارای 4 مولفه، مسئولیت اختیاری و داوطلبانه دارای 8 مولفه، مسئولیت اقتصادی دارای 7 مولفه، مسئولیت های حقوقی و اخلاقی دارای 5 مولفه و فناوری اطلاعات دارای 9 مولفه می باشند. نتیجه گیری: یافته های تحقیق نشان می دهد؛ در بین دسته ها: فناوری اطلاعات، مسئولیت اختیاری و داوطلبانه و کارکنان به ترتیب در رتبه های اول تا سوم قرار گرفته اند و در بین مولفه ها؛ ایجاد تنوع در ابزارهای خدمت رسانی، حفظ اطلاعات محرمانه مشتریان و رازداری، صداقت و درستکاری به ترتیب در رتبه های اول تا سوم قرار دارند.

کلمات کلیدی:

Ethics, Electronic banking, Ethics components, اخلاق, بانکداری الکترونیک,

مولفه های اخلاقی بانکداری الکترونیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1144229>

