

عنوان مقاله:

محرم‌انگی داده‌های مشتریان در تجارت الکترونیک: مقایسه آراء اسلامی و غربی

محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی مدیریت، اخلاق و کسب و کار (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسنده:

محمدجواد جمشیدی - دکترای مدیریت فناوری اطلاعات، عضو هیات علمی گروه مدیریت و کارآفرینی دانشگاه رازی

خلاصه مقاله:

یکی از مهمترین چالش‌های روز دنیا در تجارت الکترونیک، مسائل مرتبط با حفاظت از محرم‌انگی داده‌های مشتریان است. امحال در حفظ محرم‌انگی داده‌ها از طرف کسب و کارهای اینترنتی یا فروش داده‌های مشتریان برای کسب سود، با اخلاق کسب و کار مغایرت دارد. علاوه بر تاکید اخلاق بر حفظ محرم‌انگی داده‌ها، کسب و کارها باید با تبعیت از قوانین ملی و بین‌المللی خود را ملزم به حفظ محرم‌انگی داده‌های مشتریان خود نمایند. مهمترین هدف این مقاله مقایسه آراء و نظریات اسلامی و غربی پیرامون مساله حفاظت از محرم‌انگی داده‌های مشتریان در تجارت الکترونیک است. در دین مبین اسلام بر مسئله‌ی محترم شمردن حقوق افراد یک جامعه که مشتریان کسب و کارها نیز جزوی از آن هستند، تاکید شده است. در این مقاله پس از بررسی مفهوم محرم‌انگی داده‌ها، ابعاد این مفهوم مورد بررسی قرار گرفته است. سپس آیات قرآن کریم، احادیث و روایات ائمه‌ی اطهار علیهم السلام پیرامون ضرورت و اهمیت حفظ محرم‌انگی اطلاعات افراد ارائه شده‌اند. در انتها نیز نظر اسلام پیرامون حفاظت از محرم‌انگی داده‌ها با نظریات غربی به صورت تطبیقی مورد مقایسه قرار گرفته است.

کلمات کلیدی:

محرم‌انگی داده، تجارت الکترونیک، اخلاق کسب و کار، آراء اسلامی، آراء غربی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/918308>

