

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات ۴۸ - ۳۱

## شناسایی معیارها و مؤلفه های مؤثر بر اصول اخلاقی و ارائه مدل مناسب در نظام بانکداری الکترونیک

غلام رضا امجدی<sup>۱</sup>

### چکیده

اخلاق در صنعت بانکداری دارای کاربردهای گسترده‌ای است که بر تصمیمات سپرده‌گذاران، سرمایه‌گذاران و گیرندگان تسهیلات به شدت اثرگذار می‌باشد. رسالت اصلی بانک‌ها اتخاذ و استقرار روش‌های بهینه تامین، تخصیص و توزیع منابع و مصارف مالی در سطوح مختلف جامعه متناسب با نیازهای پیش‌روست به نحوی که همزمان با انجام فعالیت‌های مالی نه تنها اخلاقیات در جامعه دچار خدشه نشود بلکه در مسیر ارتقا و بهبود نیز واقع گردند. این پژوهش با هدف شناسایی معیارها و مؤلفه های مؤثر بر اصول اخلاقی در نظام بانکداری الکترونیک انجام گرفت و به لحاظ روش در زمره ی تحقیقات کیفی با رویکرد اکتشافی است. بدین منظور پس از مرور ادبیات، پیشینه و مبانی نظری تحقیق، عوامل و معیارهای مؤثر بر اصول اخلاقی در نظام بانکی کشور، شناسایی و دسته بندی شدند. بعد از اجرای تکنیک دلفی در سه دور برخی از مؤلفه ها از فهرست تنظیمی حذف و مدل نهایی آماده شد. خبرگان این پژوهش را تعداد ۲۰ نفر از کارشناسان فعال در حوزه بانکی و خدمات بانکداری الکترونیک تشکیل می دادند که از جامعه آماری به روش نمونه گیری هدفمند انتخاب شدند. به منظور اطمینان از روایی پرسشنامه دلفی از روایی محتوایی و روایی مصححان و برای پایایی نیز از روش اشباع نظری استفاده شد. نتیجه حاصل از این ارزیابی منجر به تأیید و نهایی شدن چارچوب کلی مدل مفهومی تحقیق گردید. یافته ها نشان می دهد که مؤلفه های همانند اطلاعات محرمانه مشتریان، صداقت و درستکاری، تخصص و کارآمدی، مشتری مداری، مسئولیت اختیاری و داوطلبانه، مسئولیت اخلاقی و ... از عوامل اثر گذار بر نهادینه شدن اصول اخلاقی در نظام بانکداری الکترونیک می باشند.

### واژگان کلیدی

اخلاق، اخلاق سازمانی، اخلاق کاربردی، بانکداری الکترونیک.

۱. عضو هیأت علمی گروه مدیریت دولتی، دانشکده علوم انسانی، واحد ساوه، دانشگاه آزاد اسلامی، ساوه، ایران.  
Email: karafarinefajr@gmail.com

پذیرش نهایی: ۱۳۹۹/۱۲/۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۹/۱۷

## طرح مسأله

امروزه وجود بانکداری الکترونیک در نظام خدمات مالی دنیا اجتناب ناپذیر است و این امکان را برای بانک‌ها فراهم نموده تا با افزایش دقت، سرعت و کیفیت خدمات خود موقعیت رقابتی قوی ممتاز را برای ارائه خدمات بانکی، ایجاد نمایند. توسعه مستمر بانکداری الکترونیکی با بهبود کارایی بانکداری، همچنین کاهش هزینه‌های مربوط به معاملات در سطح ملی و بین المللی، موجب بهبود وضعیت اقتصادی می‌گردد. توسعه یک نظام اینترنتی پرداخت الکترونیکی فرصت‌هایی را برای خلق مجموعه جدیدی از روابط تجاری ملی و بین‌المللی فراهم ساخته، این درحالی است که اصل وجود اخلاق در معاملات اینترنتی و نقش آن در کاهش هزینه‌های معاملات بین بانکی نادیده گرفته می‌شود. بر همین اساس رعایت اصول اخلاقی در اعمال تغییرات ساختاری مؤسسات تجاری جدید را ضروری ساخته است. عدم وجود ساختارهای اخلاقی در برخورد با ذی‌نفعان مشکلاتی را برای سازمان‌ها ایجاد نموده و به تبع آن سودآوری، موفقیت و اثر بخشی سازمان را نیز، تحت تأثیر قرار داده است.

مسائل اخلاقی زمانی که با وظایف مالی و پولی مرتبط می‌شوند از اهمیت بالایی برخوردار می‌گردند. از آنجایی که بانکداری الکترونیک، تکنولوژی جدید با قابلیت‌ها و پتانسیل‌های بسیاری بوده، ولی کاربران در استفاده از این سیستم مردد می‌باشند و نگرانی آنها در زمینه امنیت و حفظ حریم خصوصی به راحتی پذیرفته نشده است. علاوه بر این بیشترین مشکلات بالقوه مرتبط با این صنعت نقض روش‌های امنیتی موجود است.

پژوهش‌های انجام شده بیانگر آن است که محرمانه نگه داشتن اطلاعات شخصی افراد، قانون حفاظت و عدم مداخله، دست‌کاری داده‌ها و تقلب مالی، پیدایش خطا در معاملات مالی و مقوله بیکاری ناشی از الکترونیکی شدن فعالیت‌ها، از مهمترین جنبه‌های اخلاقی بانکداری الکترونیکی می‌باشد. تا کنون تحقیقات زیادی در حوزه بانکداری الکترونیک به عمل آمده که اغلب به جنبه‌های مادی موضوع از قبیل توسعه سرمایه‌گذاری و تحوّل تبادلات تجاری و ارائه راهکار جهت افزایش استقبال عمومی به بانکداری الکترونیکی، پرداخته‌اند. در این پژوهش بر آنیم تا به جنبه معنوی و اخلاقی موضوع بپردازیم.

وجود بانکداری الکترونیک و تجارت الکترونیک در نظام خدمات مالی دنیا، امروزه اجتناب‌ناپذیر است. بانکداری الکترونیکی این امکان را برای بانک‌ها فراهم نموده تا با افزایش دقت، سرعت و کیفیت خدمات خود، موقعیت رقابتی قوی را برای ارائه خدمات بانکی، ایجاد نمایند. توسعه مستمر بانکداری الکترونیکی با بهبود کارایی بانکداری و همچنین کاهش هزینه‌های مربوط به معاملات در سطح ملی و بین‌المللی، موجب بهبود وضعیت اقتصادی می‌گردد (سیدجوادین و سقطچی، ۱۳۸۵). براساس اطلاعات سایت سازمان فناوری اطلاعات و آمار

ارائه شده در کنفرانس بین المللی تجارت و توسعه سازمان ملل - آنکتاد - ایران از منظر آمادگی تجارت الکترونیک در بین ۱۰ کشور برتر آسیا و اقیانوسیه قرار دارد. در این رتبه‌بندی همچنین ایران در بین کشورهای جهان در جایگاه ۷۷ قرار دارد.

آمارهای اعلامی از سوی بانک مرکزی حاکی از آن است که، میزان تراکنش‌های الکترونیکی طی یک دهه اخیر ۱۱ برابر گردیده است و سهم ارزش پرداخت الکترونیک به تولید ناخالص داخلی ۹۶ درصد می‌باشد. باید در نظر داشت که، رشد فناوری اطلاعات و ارتباطات در ایران موجبات، بهره‌مندی هموطنان از خدمات بانکداری مجازی به عنوان یکی از شاخص‌ترین ظرفیت‌های توسعه دولت الکترونیک در جامعه اطلاعاتی ایران، فراهم نموده است. نتایج حاصل از نظرسنجی‌های انجام شده نشان می‌دهد در حدود ۹۷ درصد از مردم ایران از ابزار پرداخت الکترونیک و کانال‌های توزیع بانکداری الکترونیک بهره‌مندی می‌برند.

امروزه بازار رقابت در دنیای اقتصادی علیرغم فواید و مزایایی که در جهت استفاده از خدمات با کیفیت بهتر و قیمت پایین برای مشتریان داشته، پیامدهای غیراخلاقی زیادی را برای عرضه کالا و خدمات در پی داشته است (ماران جوری و همکاران، ۲۰۱۷).

مسائل اخلاقی<sup>۱</sup> زمانی که مرتبط با وظایف مالی و پولی می‌شوند از اهمیت بسیار بالایی برخوردار می‌گردند. از آنجایی که بانکداری الکترونیکی، فناوری جدید با قابلیت‌ها و پتانسیل‌های بسیاری بوده، اما کاربران در استفاده از این سیستم تردد می‌باشند. در استفاده از بانکداری الکترونیکی، نگرانی مطرح شده توسط کاربران و گروه‌های مختلف در زمینه امنیت و حفظ حریم خصوصی می‌باشد. علاوه بر این بیشترین مشکلات بالقوه مرتبط با این صنعت نقض روش‌های امنیتی موجود است (ابراهیمی، مخملباف و زین الدینی، ۱۳۹۶). کلاهبرداری‌های الکترونیکی از جمله دستاوردهای نوین اخلاق در حوزه بانکداری الکترونیکی می‌باشد (ماران جوری و همکاران، ۲۰۱۷). طبق گزارشات ماهانه پلیس سایبر ایران<sup>۳</sup>، بخش اعظمی (۳۳ درصد) از جرایم اینترنتی و کلاهبرداری‌های سایبر در کشورمان مرتبط با بانکداری اینترنتی است و به نظر می‌رسد، این بخش از توانایی فناوری اطلاعات ایران، تهدیدی جدی برای کاربران ایرانی به شمار می‌رود. همچنین حدود ۸۰ درصد تخلفات اینترنتی در ایران مربوط به تخلفات اقتصادی و مالی است. درآمدهای ناشی از جرایم سایبری ۳۸۸ میلیارد دلار می‌باشد. ۴۸/۵ درصد از جرایم برداشت از حساب بانکی است که این به جهت بی‌مبالاتی مالکین در نگهداری رمزهایشان، سوء استفاده اینترنتی از حساب‌هایشان یا نفوذ هکر به شبکه بانکی و برداشت پول بوده است.

1. Ethical Issues
2. Maran Jouri & etal
3. CyberPolice

توجه به این نکته حائز اهمیت می‌باشد که جستارهای اخلاقی در صنعت خدمات مالی بر هر فردی اثرگذار است. اگرچه ممکن است فرد در این صنعت فعالیت نداشته باشد، لیکن مشتری خدمات ارائه شده در این صنعت به شمار می‌رود. بنابراین، انکار وجود رفتارهای غیراخلاقی در صنعت مالی، به خصوص بانکداری از نظر ماهیت این صنعت بیهوده است. بر این اساس، یک نظام بانکی مبتنی بر اخلاق، رویکرد واقع‌بینانه‌تری را نسبت به ثروت واقعی و پول اتخاذ می‌کند (جعفری طاهری، ۱۳۹۵).

توجه رسانه‌ها و محافل دانشگاهی به مقوله بانکداری الکترونیک عمدتاً به تمرکز بر روی انتظارات مشتریان محصولات بانکی اختصاص یافته و در صورت وجود نگرانی از افشای اطلاعات مشتریان و امنیت سیستم، عملیات بانکداری سنتی را در شعبه‌ها زیرسوال می‌برند. در حالی که اصل وجود اخلاق در معاملات اینترنتی و نقش آن در کاهش هزینه‌های معاملات بین بانکی نادیده گرفته می‌شود. (هریس و برنل، ۲۰۰۳) در این میان به وجود آوردن استانداردهای بالا و قابل قبول اخلاقی از ضروریات مدیریت است.

با توجه به اینکه تجارت و بدنبال آن بانکداری الکترونیکی در حال گسترش می‌باشد و به سرعت در حال تغییر بوده متأسفانه هنوز تجربه و هماهنگی لازم جهت برقراری یک استاندارد اخلاقی در این زمینه فراهم نگردیده است. نبود اصول، معیارها و قوانین و مدل‌های اخلاقی در عرصه بانکداری الکترونیکی و عدم آگاهی از میزان رعایت اخلاقیات در صنعت بانکداری الکترونیکی، عدم توجه به موضوعات و مسائل اخلاقی از سوی صاحب نظران و بدلیل اینکه راستای نوشته‌های بیشتر نویسندگان و محققان مرتبط با جنبه‌های مادی بانکداری الکترونیکی می‌باشد، لذا ادبیات منسجم و مناسب در این خصوص وجود ندارد.

با توجه به مطالب فوق و اهمیت و تأثیری که اخلاق بر نظام بانکداری الکترونیکی دارد، مقاله حاضر، درصدد شناسایی معیارها و عوامل مؤثر بر اصول اخلاقی و ارائه مدل در نظام بانکداری الکترونیک است.

## ۱. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

### تعریف اخلاق

در زبان لاتین، ریشه‌های واژه اخلاق به کلمه «اتیکوس» در یونان قدیم به مفهوم قدرت و نفوذ رسم و سنن بر می‌گردد. برخی معتقدند که می‌توان هر دو واژه *ethics* و *morality* را به معنای اخلاق دانست ولی لازم به ذکر است که کلمه *morality* بیشتر به جنبه‌های علمی و کاربردی اخلاق می‌پردازد، در حالی که کلمه *ethics* بیشتر به اصول و ضوابط علم اخلاق اشاره می‌نماید و در تعریفی دیگر *morality* به علم تشخیص خوب از بد اشاره دارد، حال آنکه *ethics* متوجه عمل به اخلاقیات و تهذیب نفس می‌باشد (الهی، ۱۳۷۶).

اخلاقیات به انصاف و راستی و درستی مربوط می‌گردد، به تصمیم‌گیری در خصوص اینکه چه چیزی خوب است و چه چیزی بد و به فعالیت‌ها و قواعدی که رفتار پاسخگویانه را بین افراد و گروه‌ها پی‌ریزی می‌کند (مقیم، ۲۰۱۶).

کدهای استاندارد اخلاقی هم برای عملیات سازمانها و هم برای کنترل فعالیت‌ها و شیوه زندگی تمامی کارکنان از جمله سرپرستان و مدیران ستادی می‌باشد (آلویوی و آدیوالی، ۲۰۱۲).  
واژه اخلاق همانند دو واژه Ethical, Moral دو کاربرد متمایز دارد: گاهی، اخلاق به معنی خلق و خوی، رفتار عادت شده و مزاج به کار می‌رود. همان گونه که دو واژه انگلیسی فوق گاهی، به معنای عادت به کار می‌رود. معنای دیگر این واژه‌ها دانشی است که از حسن، قبح، خوبی و بدی رفتار بحث می‌کند (انصاری، رحمانی و سیفی، ۲۰۱۲).

### اخلاق کاربردی

اخلاق کاربردی، شاخه‌ای از اخلاق هنجاری است، که به واسطه تمرکز ویژه بر موارد عینی و جزئی و تلاش برای بررسی و حل معضلات اخلاقی، از فرا اخلاق و نظریه‌های هنجاری متمایز میشود؛ رسماً از سال ۱۹۶۰ م به عنوان شاخه‌ای از اخلاق مطرح گردید  
در مجموع، اخلاق کاربردی را به لحاظ گستره میتوان در حوزه فردی، شامل اخلاق خانواده، روابط شخصی مثل دوستی با دیگران و رابطه با پیران و جوانان، و در حوزه اجتماعی، شامل اخلاق علم و تکنولوژی، پزشکی، زیست محیطی، سیاسی، حقوقی، رسانه‌ای، ورزشی و ... دانست که طبیعتاً اخلاق حرفه‌ای را نیز در برمی‌گیرد.

هر چند معلوم نیست که نخستین بار اصطلاح «اخلاق کاربردی» را چه کسی به کار برده است، اما گفته شده پیترو سینگر، از فیلسوفان اخلاق معاصر، جاعل این اصطلاح و نخستین کسی است که این اصطلاح را به معنای امروزی آن به کار برده است. به هر حال، عمر زیادی از اصطلاح «اخلاق کاربردی» در ادبیات علمی نمی‌گذرد و تحقیقات در این زمینه نیز بسیار اندک‌شمارند. هنوز نویسندگان و پژوهش‌گران این عرصه نتوانسته‌اند بر تعریفی واحد از این رشته علمی اجماع کنند.

### اخلاق سازمانی

اخلاق سازمانی، اخلاق یک سازمان است و نشانگر این امر است که چگونه یک سازمان اخلاقی به یک محرک داخلی یا خارجی پاسخ دهد. اخلاق سازمانی با فرهنگ سازمانی وابسته است. اگرچه، شبیه رفتار سازمانی و اخلاق کسب و کار در سطح خرد و کلان است. اخلاق سازمانی نه رفتار سازمانی است و نه فقط اخلاق کسب و کار (بلکه شامل حاکمیت و اخلاق شرکت است)، اخلاق سازمانی بیانگر القاء ارزش‌های یک سازمان به کارکنان خود و اشخاص

دیگر بدون در نظر گرفتن قوانین دولتی و نظارتی می باشد (ارنادوف و کاسیسکا<sup>۱</sup>، ۲۰۱۲). در مورد نقش اخلاق در کسب و کار موارد زیر قابل توجه می باشند:

توصیف و دسته بندی فرآیند شکل گیری ارزش در سازمان و بازار آزاد  
توصیف و دسته بندی این است که چطور تصمیم ها در سازمان اتخاذ شده است  
ارائه یک انتقاد از روند شکل گیری ارزش در سازمان و اقتصاد بازار آزاد  
تجویز ارزشهایی که باید در سازمان حفظ شوند.

تجویز اینکه چگونه تصمیم باید اتخاذ شود تا در جهت و هم صدا با اصول اخلاقی باشد (توتا و شیها<sup>۲</sup>، ۲۰۱۲).

اخلاق حرفه‌ای در حقیقت یک فرآیند تفکر عقلایی است که هدف آن محقق کردن این امر است که در سازمان چه ارزش‌هایی را، چه موقع، باید حفظ و اشاعه نمود و نسبت به آن پای بند بود. در دنیای امروز توجه به ارزش‌های انسانی و تکیه بر مدیریت اخلاقی، یک نوع برتری رقابتی محسوب می شود. (شالیباف و سرمدی، ۲۰۰۷).

### کدهای اخلاقی

کدهای رفتاری بیشتر بیان رسمی ارزش‌های سازمانی درباره موضوعات اخلاقی و اجتماعی معین می باشد. ویژگی مهم کدهای رفتاری این است که تنها به بیان اصول و کلیات اخلاقی بسنده نکرده، در هر شغلی همان رفتارهای درست و نادرست را تعیین می کنند، به گونه‌ای که در تشخیص رفتارهای غیراخلاقی ابهام چندانی باقی نمی ماند. این ویژگی امکان نظارت بر رفتار حرفه‌ای کارکنان سازمان را فراهم می سازد و این نظارت چه در سطح فراسازمانی و چه درون سازمانی، در دنیا انجام می شود. چنانچه مولفه های اخلاقی تنها به مطالعه و مطالب علمی نظری محدود شود، از دیدگاه کاربردی فایده مطلوبی از آن حاصل نخواهد شد (صادقی، ۲۰۱۴).

با توجه به اینکه، کدهای اخلاقی که توسط یک سازمان و یا یک شرکت مثل یک بانک تصویب می گردند، مجموعه‌ای از اصول کلی در مورد اعتقاد سازمان در خصوص مسائلی مانند کیفیت، حفظ حریم خصوصی، سازمان خیریه یا محیط زیست است. در اینجا موضوع اخلاق دربر گیرنده اصول و ارزش‌هایی است که به طور ضمنی و یا به صراحت برای هدایت رفتار بانکداران می باشد. موضوع کدهای اخلاقی و حرفه‌ای برای بانکداران و عموم مردم از اهمیت زیادی برخوردار می باشد. (آدیوانجو و الانرواجو<sup>۳</sup>، ۲۰۱۴).

کدهای اخلاقی همواره هم از سوی نظریه پردازان و هم از سوی افراد اجرایی به عنوان

- 1 . Arnaudov K, Koseska E
- 2 . Tota I, Shehu H
- 3 . Adeyanju, Olanrewaju David

ابزاری تاثیرگذار بر روی کارکنان در نظر گرفته شده است. با توجه به تحقیقات زیادی که در زمینه رابطه وجود کدهای اخلاقی با مولفه‌های مختلف سازمانی صورت گرفته، اشاره می‌شود که اطلاعات کمی در زمینه نحوه تاثیرگذاری کدهای اخلاقی بر روی رفتار فردی وجود دارد (داجی کوش<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳).

فهرست الزامات و تعهدات اخلاقی که به صورت باید‌ها و نبایدها تدوین می‌شود، اغلب کدهای رفتاری و یا نظام نامه‌های اخلاقی نامیده می‌شوند (قراملکی ۲۰۰۷ و کالشون، هارتوگ و دی حوق<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱).

کدهای اخلاقی راهنمای عملی برای تمامی تصمیم‌گیرندگان در سطوح گوناگون سازمان است و به آنها کمک می‌کند که بدانند در موقعیتهایی که در آنها ارزشهای متضاد اخلاقی بروز می‌کند از خود می‌بایست چه واکنشی بروز دهند. برخی از مهمترین ارزشهای اخلاقی عبارتند از: صداقت، درستکاری، انصاف، پاسخگویی، کارآمدی، تعهد، وفاداری، مشارکت و رفتار تیمی، ترجیح منافع جمعی بر منافع شخصی، رازداری و امانت‌داری (دهقان، ۲۰۱۱).

کدهای اخلاقی، ارزش‌های اصیل اخلاقی می‌باشند که سازمان‌ها با تبیین آنها خط‌مشی اخلاقی خود را تعیین می‌نمایند. کدهای اخلاقی مجموعه‌ای از دستورالعمل‌های مکتوب صادره شده توسط سازمان به کارگزاران و مدیران خود می‌باشد تا از طریق عمل به آن در راستای ارزشها و استانداردهای اخلاقی سازمان عمل نمایند. چندین کد اخلاقی بین‌المللی معرفی شده توسط تحقیقات صورت گرفته عبارتند از: اعتماد، انصاف، دروغ نگفتن، درستکاری، بیان شفاف اطلاعات مالی، مسئولیت‌پذیری، احترام به حاکمیت ملی، پشتیبانی از اهداف اقتصادی کشور میزبان، احترام به ارزشهای اجتماعی و فرهنگی، احترام به حقوق بشر و آزادی افراد، مسئولیت‌پذیری در قبال معاملات و توافقات انجام شده و... (خیاط مقدم و طباطبایی نسب، ۱۳۹۵).

### شاخص‌های اخلاق در اقتصاد اسلامی

دین اسلام از سه بخش اساسی اعتقادات، اخلاقیات و احکام سامان یافته و تمامی آموزه‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، حقوقی، تربیتی و اجرایی آن از یک بستر اخلاقی برخوردار می‌باشد.<sup>۳</sup>

از جمله مهمترین اصول اخلاقی اسلامی (مرتبط با بحث) می‌توان به موارد ذیل اشاره داشت:

1. Dajkhosh Ss

2. Kalshoven K, Den Hartog DN, De Hoogh AHB.

۳. ر.ک. سوره جمعه، ۲، آل عمران ۱۵۹ و ۱۶۴، بقره ۱۲۹ و ۱۵۱ و ۲۸۳، شمس ۹ و ۱۰، اعلیٰ ۱۴ و ۱۵، قلم ۴، مومنون ۸، نساء ۵۸، انفال ۲۷، احزاب ۲۴.

- اطلاعات‌پذیری: اطلاعات‌پذیری رکن اصلی نظام مدیریت در قرآن است. اشاره‌ای که قرآن به اطلاعات‌پذیری دارد، موجب آن می‌گردد که به صورت خودکار سازمانی نظام‌مند، مبتنی بر هدف و تلاش درونی کارکنان برای رسیدن به اهداف بسیار عالی شکل و قوام گیرد.
- وفای به تعهدات و قراردادهای: مهمترین سرمایه یک جامعه اعتمادی است که افراد به یکدیگر دارند و هرچه این اعتماد و همبستگی را تقویت نماید، مایه سعادت و پیشرفت جامعه است. در آیات قرآن (مائده ۱، بقره ۱۷۷، مومنون ۸ و معراج ۳۲) و روایات اسلامی نیز این مساله به صورت گسترده‌ای مطرح شده و با قویترین تعبیرات بر لزوم وفای به عهد تاکید شده است (مکارم‌شیرازی ۲۴۴، ۱۳۸۵: ۳).
- امانتداری و رعایت صداقت و درستکاری: این سه ویژگی از اصول اخلاقی و سرمایه اصلی هر جامعه انسانی می‌باشند. قرآن کریم (نساء ۵۸، انفال ۲۷ و توبه ۱۱۹) به اهمیت این ویژگی‌های اخلاقی اشاره می‌نماید.
- شایسته‌سالاری: شایسته‌سالاری موجب قوام یک مجموعه می‌شود. از این رو حضرت علی(ع) در انتخاب کارگزاران، مدیران و کارکنان به شدت بر روی اصل شایسته‌سالاری اخلاقی و فنی تاکید داشته‌اند (نهج البلاغه، ۵۳).
- نظارت و ارزیابی عملکردها: تاکید بسیار زیادی متوجه مدیران و مسئولین است که بر اعمال و رفتار کارکنان و زیردستان نظارت داشته و همواره ارزیابی مستمری از آنها صورت پذیرد. حضرت علی(ع) نیز مکرراً در نامه ۵۳ نهج البلاغه بر این مهم اشاره می‌ورزند.
- برنامه‌ریزی و دوراندیشی و انضباط در امور: نظم برنامه‌ریزی و زمان‌بندی یکی از پایه‌های اخلاقی در مدیریت اقتصادی است؛ امام علی(ع) می‌فرماید: «بقای مناصب و دولت‌ها مربوط به برنامه‌ریزی و چاره‌اندیشی در امور می‌باشد». (مجلسی ۱۴۰۳، ق ۲۵: ۷۲).
- تداول ثروت و جریان داشتن مال: اصل جاودانه اسلامی در خصوص اموال این است که اموال برای استفاده عموم در اختیار گذاشته شده‌اند به همین جهت نباید فقط در میان ثروتمندان به گردش درآیند. در آیه ۷ سوره حشر، هدف از تعلق فیء در اختیار امام همین مینا دانسته شده است. این حکم برای آن است که آن غنائم میان ثروتمندان دست به دست نگردد، در غیر این صورت جامعه در عمل محکوم به نابودی و هلاکت تدریجی خواهد بود (عیوضلو، ۱۳۸۷).
- رعایت حقوق و عدم ضرررسانی به دیگران: در اسلام هر گونه فعالیتی اعم از مالی و غیرمالی که باعث ایجاد ضرر به دیگری شود غیراخلاقی و ممنوع است. براساس این اصل، فعالیت برای ازدیاد مال و ثروت در صورتی جایز و مشروع است که موجب اضرار به غیر



نباشد (عیوضلو، ۱۳۸۷)؛ چرا که پیامبر اسلام (ص) فرمودند: «لا ضرر و لا ضرار فی الاسلام» (جرعاملی ۱۴۰۳، ۱۰: ۱۷).

- دوری از اسراف و تبذیر: قرآن کریم آیات متعددی در مذمت اسراف دارد (اعراف ۳۱ و اسراء ۲۷). امام صادق (ع) در این زمینه می‌فرماید: میان‌ه‌روی امری است که خداوند دوست می‌دارد و اسراف می‌غوض خداوند است (محمدی ری شهری ۱۳۷، ۱۳۶۷: ۳). نکته قابل توجه آن است که سرانجام اسراف‌کنندگان هلاکت و نابودی می‌باشند (انبیاء ۹).

### بانکداری الکترونیک

بانکداری الکترونیکی نوع جدیدی از صنعت بانکداری است که خدمات بانکی در آن با استفاده از محیط‌های الکترونیکی صورت می‌گیرد. این گونه فعالیت بانکی از سال ۱۹۹۱ و با همه‌گیر شدن اینترنت در تمامی دنیا رواج پیدا کرده و گفته می‌شود اگر در جامعه‌ای بانکداری الکترونیکی شکل بگیرد، بنابراین باید به رونق تجارت الکترونیکی نیز امید بست، چون بانکداری الکترونیکی خود پیش‌نیازی برای ورود به دنیای پر رمز و راز تجارت الکترونیکی است. با وجودیکه بانکداری الکترونیکی در شکل بانکداری از طریق سیستم‌های خود پرداز تلفن‌بانک چندین سال است که شکل گرفته است اما این شیوه از بانکداری در قالب خدمات بانکی از طریق اینترنت و موبایل در حال افزایش است. از طریق بانکداری اینترنتی نه تنها خدمات اساسی نظیر ارائه صورتحساب‌های بانکی، انتقال وجوه و پرداخت صورتحساب‌ها، انجام می‌شود بلکه تقاضا دریافت وام و کارت اعتباری، معاملات ارزی، افتتاح حساب‌های جدید و عملیات واسطه‌گری، اعتباری و خدمات بیمه نیز انجام می‌گردد (لیاو و چینگ، ۲۰۰۲). دسترسی به این خدمات سریع بوده و از قابلیت دسترسی لحظه‌ای برخوردار و مستقل از محل مشتری می‌باشد. خدمات الکترونیکی شفافیت را افزایش داده و می‌تواند منجر به رقابت بیشتر میان بانکها گردد. (سید جوادین، ۱۳۸۵).

### ۲. پیشینه داخلی و خارجی پژوهش

در قلمرو اخلاق و فضیلت‌های اخلاقی و ارتباط آنها با بانکداری، تحقیقات زیادی انجام شده است. با توجه به اینکه در تنظیم عوامل و مؤلفه‌های مدل، از مبانی نظری، یافته‌ها و محتوای پژوهش‌های موجود استفاده شده است بنابراین در این قسمت به برخی از مطالعات انجام شده در داخل و خارج از کشور در چارچوب جدول زیر اشاره می‌کنیم:

پژوهشگر - سال	عنوان پژوهش	یافته ها
نظر پور ۱۳۹۶	ملاحظات اخلاقی در نظریه بانکداری اسلامی	روش های مالی در بانکداری اسلامی از جهت هدف و عملکرد همسو با ارزش های اخلاقی می باشد.
هادوی نژاد ۱۳۹۶	طراحی و مدل دیمتلفازی اخلاقی کسب و کار پایدار	شاخص های کسب و کار پایدار شامل مسئولیت پذیری، ارزش های اجتماعی، شایستگی های فرهنگی، ایده آل های معنوی و ... می باشد.
بلبل امیری ۱۳۹۶	تحلیل رابطه ی فضای کاری اخلاقی و عملکرد کارکنان فروش	بین فضای کاری اخلاقی با تعهد سازمانی رابطه ی مثبت و معنا داری وجود دارد.
عیوضلو ۱۳۹۶	راهکارهای برقراری بانکداری اخلاقی در نظام بانکی ایران	راهکارهای اجرایی شدن بانکداری اخلاقی در ایران در قالب ۳ محور پیشنهاد می شود.
محمدی سالاری ۱۳۹۵	ارائه مدلی برای تبیین عوامل مؤثر بر توسعه پایداری کارکنان به رفتار اخلاقی	عوامل مؤثر بر پایداری به رفتارهای اخلاقی به ۷ دسته تقسیم بندی می گردد.
اگویو ۲۰۱۷	تجزیه و تحلیل تجربی پذیرش خدمات بانکداری الکترونیکی توسط مشتریان خرد	امنیت و حریم خصوصی و زیر ساختها نقش مهمی در پذیرش بانکداری الکترونیکی ایفا می نمایند.
پرویز خان ۲۰۱۷	عوامل تأثیر گذار بر تصمیمات مشتریان در پذیرش بانکداری آنلاین	عوامل راحتی، سهولت و سودمندی تأثیر قابل توجهی بر تصمیم مشتریان دارد.
آبرو ۲۰۱۶	اهمیت اخلاق کاربردی در مسایل اخلاقی روزمره مرتبط با استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک	آسیب پذیری، حوادث ناگهانی و مسئولیت پاسخگویی از مهمترین چالشها در بانکداری الکترونیک می باشند.
بیدآبادی ۲۰۱۶	بانکداری اخلاقی، عملیاتی در بانکداری راستین	زمانی که جو اخلاقی در سازمان حاکم نباشد، مابقی اصول نیز به درستی به پیش نمی روند.
داهل ۲۰۱۵	اخلاق در رویارویی با بانکداری اینترنتی	فقدان شایستگی اخلاقی آسیبهای شدیدی را به اصول اخلاقی مشتریان از جمله استقلال، شرافت و صداقت وارد می نماید.

جدول شماره ۱: پیشینه داخلی و خارجی

### ۳. سوالات پژوهش

- ≠ معیارهای تعیین کننده اصول اخلاقی در بانکداری الکترونیک کدامند؟
- ≠ پیشنهاد های کاربردی برای نهادینه کردن اصول اخلاقی کدامند؟
- ≠ مدل مفهومی برای نهادینه کردن اصول اخلاقی چگونه است؟

### ۴. روش اجرای پژوهش (متدولوژی)

یکی از ابزارهای اصلی مورد استفاده در این پژوهش جستجوی کتابها، مقالات و گزارش های مربوط به موضوع در کتابخانه ها و آرشیوها بوده است. از نتایج این جستجو و مطالعه در تدوین مبانی نظری تحقیق و شناسایی معیارها و مؤلفه های اصول اخلاقی استفاده شده است. پژوهش حاضر در صدد شناسایی معیارهای اصول اخلاقی و ارائه پیشنهاد های کاربردی و الگو می باشد. بدین منظور از تکنیک دلفی یعنی نظر خواهی از خبرگان استفاده شده است. بنابراین تعداد ۲۰ نفر از کارشناسان و خبرگان علوم بانکی و خدمات بانکداری الکترونیک به عنوان گروه خبره از طریق نمونه گیری هدفمند از جامعه ی آماری (کارشناسان و خبرگان بانک ملی) انتخاب و سپس پرسشنامه در اختیار آنها قرار گرفت. چنانچه اشاره شد با مطالعه ادبیات و پیشینه پژوهش عوامل و مؤلفه های اولیه شناسایی و دسته بندی شدند که شامل عوامل مدیریتی، مالی، فرهنگی-اجتماعی و فناوری می باشند. علاوه بر این عوامل گروه های ذینفع، مسئولیت اجتماعی و ... مطابق جدول زیر فهرست شده اند.

مؤلفه	معیار
هزینه زیر ساخت	عوامل مالی
هزینه سخت افزار	
هزینه نرم افزاری	
شبکه	عوامل تکنولوژیکی
سخت افزار و نرم افزار	
نیروی انسانی ماهر	
قوانین و مقررات داخلی	عوامل اجتماعی
قوانین و مقررات بین المللی	
سیاست اقتصادی و مالی دولت	
رهبری اخلاقی	عوامل مدیریتی
مدیران متخصص	
تصمیم گیری و اقدام اخلاقی	
تغییرات مدیریتی	

مؤلفه	معیار
ارزشهای بانک	عوامل فرهنگی
روابط با مشتریان	
روابط با کارکنان	

مؤلفه	معیار
صداقت و درستکاری	گروههای ذی نفع: کارکنان مشتریان سهامداران رقبا
رعایت احترام و حفظ احترام متقابل	
تخصص و کارآمدی	
مسئولیت پذیری	
مشتری مداری	
مبارزه با رشوه خواری و فساد	مسئولیت اجتماعی:
کاهش هزینه ها	مسئولیت اقتصادی
مبارزه با پولشویی	مسئولیت اختیاری
بیان شفاف اطلاعات مالی	مسئولیت حقوقی
ارتقاء سلامت جامعه	مسئولیت اخلاقی
محرمانه نگهداشتن اطلاعات	فناوری اطلاعات: امنیت اطلاعات
قانون حفاظت و عدم مداخله	
دستکاری داده ها و تقلب مالی	
پیدایش خطا در معاملات مالی	
جلوگیری از افشای اطلاعات محرمانه و داخلی	

### جدول شماره ۲: فهرست معیارها و مؤلفه ها

#### اجرای تکنیک دلفی

دلفی رویکرد یا روش سیستماتیک در تحقیق برای استخراج نظرات از یک گروه متخصصان در مورد یک موضوع یا یک سؤال است و یا رسیدن به اجماع گروهی از طریق یکسری از راندهای پرسش نامه ای با حفظ گمنامی پاسخ دهندگان و بازخورد نظرات به اعضا پانل است (احمدی و همکاران ۱۳۸۷). بعد از مشخص کردن گروه خبرگان، پرسشنامه ی دور نخست که حاوی معیارها و مؤلفه های اصول اخلاقی بود، نظر آنها درباره میزان مناسب بودن مؤلفه های اولیه دریافت شد. در پایان دور نخست تعدادی از مؤلفه ها که دارای میانگین کمتر از

۲,۵ بودند، از فهرست حذف و دوباره پرسشنامه به خبرگان ارسال شد، در دور دوم نیز چند مؤلفه که دارای میانگین پایین تری بودند کنار گذاشته شدند. بالاخره در دور سوم، نظرات خبرگان به اشباع رسید و نتیجه حاصل از این نظر خواهی و ارزیابی منجر به تأیید و نهایی شدن فهرست عوامل و مدل مفهومی تحقیق گردید که در ادامه مقاله آمده است.

### ۵. پیشنهادهای کاربردی

اخلاق حرفه ای در حقیقت یک فرایند تفکر عقلایی است که هدف آن محقق کردن این امر است که در سازمان چه ارزشهایی را، چه موقع، باید حفظ و اشاعه نمود و نسبت به آن پایبند بود. در دنیای امروز توجه به ارزشهای انسانی و تکیه بر مدیریت اخلاقی یک نوع برتری رقابتی محسوب می شود، لذا پیشنهاد می شود:

≠ سیاستها و خط مشی های اخلاقی در حوزه بانکداری الکترونیکی تدوین گردد.  
 ≠ منشور اخلاقی بانکها با توجه به ویژگی ها و اهداف بانکداری الکترونیکی مورد توجه و بازنگری قرار گرفته و تعهد و باور لازم برای رعایت این منشور در عملکرد بانکها از جنبه های مختلف ایجاد گردد.

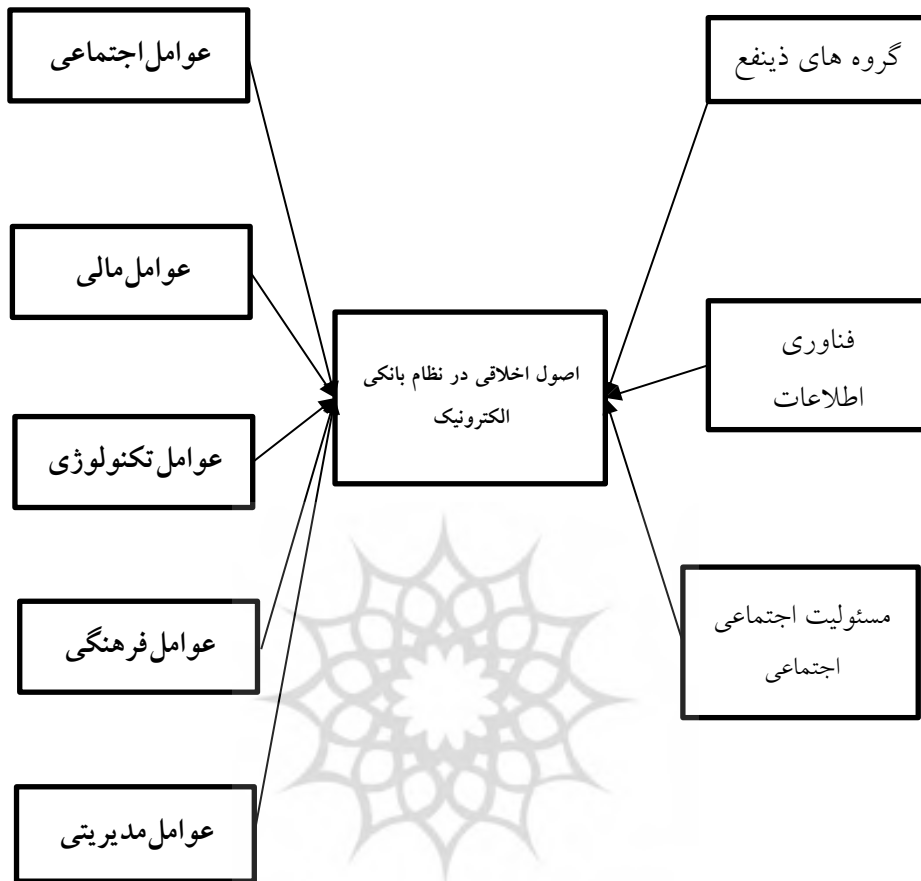
≠ نظر به اینکه تعریف ضوابط و ارائه صرف آموزش به کارکنان موجب اجرای دقیق ضوابط و مقررات اخلاقی نخواهد شد و این امر مستلزم نظارت دقیق و مستمر در اجرای ضوابط اخلاقی می باشد بنابراین ایجاد و استقرار نظام نظارتی اخلاقی و ارزیابی عملکرد اخلاقی ضرورت دارد.

≠ برقراری و اجرای نظام عادلانه و دقیق تشویق و تنبیه متناسب با عملکرد و استفاده از ابزارهای انگیزشی نظیر ترفیع شغلی و پاداش و ... با هدف هدایت، تشویق و ملزم نمودن کارکنان به اجرای اصول و مقررات اخلاقی.

≠ اطلاعات صریح، شفاف و قابل فهم در باره محصولات و خدمات بانکداری الکترونیک به مشتریان ارائه گردد تا آنها با آگاهی کامل نسبت به انتخاب محصولات و خدمات اقدام نمایند.

### ۶. الگوی مناسب اصول اخلاقی

**الگوی نهایی تحقیق:** الگوی طراحی شده از ۵ عامل اثر گذار بر اصول اخلاقی به علاوه معیارهایی چون گروه های ذینفع، فناوری اطلاعات و مسئولیت اجتماعی همراه با مؤلفه های آنها که بر اساس مطالعه پیشینه و منابع موجود همچنین نظر خواهی به عمل آمده از گروه خبرگان تشکیل شده است به صورت زیر می باشد:



نمودار شماره ۱: مدل نهایی اصول و معیارهای اخلاقی

### نتیجه گیری

مقوله اخلاق سازمانی، در جوامع توسعه یافته طی دهه های گذشته به عنوان بخشی از علم مدیریت به مرور نهادینه شده است. در شکل گیری اخلاق سازمانی عوامل فردی، سازمانی و فرا سازمانی دخیل هستند. این عوامل موجب جهت گیری مدیریت اخلاقی شده و در نهایت مدیریت اخلاقی را در سازمان کاربردی و عملی می کند.

با توجه به اینکه در دهه های اخیر، بانکداری با ثبات و اخلاق محور، در حال رشد بوده و به یک شاخص مهم در نظام مالی تبدیل شده است، صاحب نظران و فعالان حوزه مالی و اقتصادی هنگام صحبت از اخلاق و بانکداری در یک جمله به طور خلاصه می گویند: همه چیز بانکداری متأثر از اخلاق می شود.

این پژوهش با هدف شناسایی معیارهای شناسایی معیارهای اخلاقی و ارائه مدل در نظام بانکداری الکترونیکی انجام شده است. با توجه به اینکه اصول اخلاقی همواره یکی از مهمترین عوامل مؤثر بر ارتباط بین مشتریان و بنگاههای اقتصادی است، بانک نیز به عنوان یک بنگاه اقتصادی از این قاعده مستثنا نیست. بدون شک موضوع اخلاق و رعایت اصول اخلاقی در عصر حاضر نه تنها کم اهمیت نشده بلکه به دلیل پیچیدگی‌های موجود بر اهمیت آن افزوده شده است. نتایج تحقیقات، فارغ از تفاوت‌های زمانی و مکانی، فرهنگی و اجتماعی جوامع مختلف حاکی از آن است که مؤلفه‌های اخلاقی نظیر صداقت و درستکاری، اعتماد متقابل، سود و منافع متقابل، حفظ اطلاعات و رازداری، جلوگیری از افشاء اطلاعات محرمانه، احترام به ارزشهای اجتماعی و فرهنگی، مبارزه با پول شویی و ... در سیستم بانکداری الکترونیک بسیار مهم و حیاتی بوده و رعایت الزامات اخلاقی موجب بهبود تصویر بانکها در اذهان عمومی، کسب و افزایش اعتماد عمومی در کسب و کار، ایجاد اعتبار برای بانکها و ... می‌گردد.

همچنین بر اساس نتایج به دست آمده می‌توان بیان نمود معیارها و مؤلفه‌های اصلی که می‌بایست در صنعت بانکداری مد نظر قرار گیرند عبارتند از: کارکنان، مشتریان، سهامداران، رقبا، مسئولیت اقتصادی، مسئولیت اختیاری و داوطلبانه، مسئولیت اخلاقی و فناوری اطلاعات می‌باشد. نتایج حاصل از این پژوهش که منجر به شناسایی مؤلفه‌های اخلاقی صنعت بانکداری الکترونیکی شده است نه تنها می‌تواند به عنوان ابزاری جهت معرفی بایسته‌های اخلاقی به عنوان ملاک عمل در بانکداری الکترونیک بکار گرفته شود، بلکه با تلاش در جهت الگوسازی بانکداری الکترونیکی اخلاقی می‌تواند زمینه ساز ایجاد محیط اخلاقی و بهبود امنیت و کارایی بانکداری الکترونیکی را نیز فراهم نماید. با توجه به اینکه بانکداری الکترونیکی روز به روز در حال گسترش می‌باشد و سیاست بانکها به سمت مجازی شدن کلیه فرآیندها و فعالیت‌های بانکی و به تبع آن ایجاد شعب مجازی و ارائه کلیه خدمات بانکی بصورت غیر حضوری می‌باشد. بنابراین لازمه اجرایی شدن چنین طرحی نیازمند فناوری اطلاعات قوی، ایجاد اعتماد و اطمینان قوی در گروه ذینفعان، تبعیت از قوانین و مقررات داخلی و جهانی می‌باشد. از سوی دیگر به منظور برقراری رابطه با بانک‌های خارجی و رقابت با آنها نه تنها نیازمند تقویت فناوری مربوطه می‌باشیم بلکه رعایت و تبعیت از قوانین و مقررات بین‌المللی نیز بسیار مهم و حیاتی بوده و با توجه به اینکه سیاست بانکهای جهان به سمت اخلاقی شدن می‌رود، بنابراین قوانین و مقررات موجود نیاز به بازنگری دارد، همچنین نیاز به کارکنان متخصص و کارآمد نیز از الزامات اساسی می‌باشد.

### فهرست منابع

۱. احمدی، فضل الله، تکنیک دلفی: ابزاری در تحقیق مجله ی آموزش در علوم پزشکی، تابستان ۱۳۸۷.
۲. الهی، ب. ۱۳۷۶. مبانی معنویت فطری. ترجمه ملیکا ماہرن و فرزاد یمینی، پاریس: انتشارات دروی. چاپ اول. صفحه ۱۸۵.
۳. بلبل امیری، موقر، م و شیرخدايي، م. ۱۳۹۶. تحلیل رابطه فضای کاری اخلاقی و عملکرد کارکنان فروش. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری. ۱۲(۲): ۷۶-۶۷.
۴. حرعاملی، م. ۱۴۰۳ق. وسائل الشیعه الی تحصیل مسائل الشیعه. تهران. صفحه: ۲۴۶۳۵.
۵. خیاط مقدم، س. و م. طباطبایی نسب. ۱۳۹۵. مولفه های اخلاق حرفه‌ای در مدیریت. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری ۱۱(۱): ۱۳۶-۱۲۷.
۶. سید جوادین، ر. و م. سقطچی. ۱۳۸۵. بانکداری الکترونیک و سیر تحول آن در ایران. ماهنامه تدبیر ۱۷۰: ۵۷-۶۳.
۷. عیوضلو، ح و قلیچ، و. ۱۳۹۴. بانکداری اخلاقی. درس‌هایی برای نظام بانکی ایران. فصلنامه علمی-ترویجی اقتصاد و بانکداری اسلامی ۱۰(۱): ۲۷-۵۲.
۸. عیوضلو، ح و قلیچ، و. ۱۳۹۶. راهکارهای برقراری بانکداری اخلاقی در نظام بانکی ایران. فصلنامه علمی-ترویجی اقتصاد و بانکداری اسلامی، ۷۷: ۲۰-۴۹.
۹. عیوضلو، ح. ۱۳۸۷. درآمدی بر معرفی ارکان و هسته سخت اقتصاد اسلامی. دوفصلنامه مطالعات اقتصاد اسلامی ۱: ۱۵۸.
۱۰. مجلسی، محمد باقر. ۱۴۰۳ق. بحار الانوار لدرر الاخبار الائمه الاطهار. بیروت: موسسه الوفاء. صفحه ۲۵.
۱۱. محمدی ری شهری، م. ۱۳۶۷. میزان الحکمه. بیجا: مکتب الاعلام الاسلامی. ج. ۵. صفحه ۲۴۶۳۵.
۱۲. مکارم شیرازی، ناصر. ۱۳۸۵. اخلاق در قرآن. قم: نشر مدرسه الامام علی ابن ابی طالب (ع). صفحه ۲۴۴.

### لاتین

13. Aansari, M and Hosseini A and Rahmany-Youshanlouei H and Seifi S. ۲۰۱۲. Effect of Professional Ethics on the Loyalty of Bank Customers. Ethics in science & technology; ۷(۳): ۶۲. (In Persian).



14. AGWU ME.۲۰۱۷. Empirical Analysis of Retail Customers Adoption of Internet Banking Services in Nigeria. Journal of Internet Banking and Commerce; ۲۲(۱):.۱۷-۱
15. Arnaudov, K and Koseska .E.۲۰۱۲. Business ethics and social responsibility in tourist organizations in terms of changing environment. Procedia - Social and Behavioral Sciences; ۴۴: .۳۹۷-۳۸۷
16. Dajkhosh, Ss.۲۰۱۳. Modeling business ethics using analytic network process (ANP). A fussy approach.[MA Thesis].Tehran: Tarbiat Modares University.(In Persian).
17. Dahl R, Jacob and Mattsson, J. ۲۰۱۵. Ethics in the bank internet encounter: an
18. explorative study. Journal of Information. Communication and Ethics in Society; ۱۰(۱): ۳۶-۵۱
19. Dehghan Manshad ,S.۲۰۱۱. Identify and ranking of the factors affecting professional ethics. Entrepreneur Magazine; ۸۶. (In Persian)
20. Gharamaleki. F.۲۰۰۷. Ethics in business organizations. Tehran. National Centre for Globalization Studies. p. ۶۴-۴۵. (In Persian).
21. Moghimi, E. ۲۰۱۶. The relationship between ethics and employee creativity. Ethics in Science & Technology; ۱۰(۳): ۹۲-۸۵. (In Persian).
22. Tota, I and Shehu .H.۲۰۱۲. The Dilemma of Business Ethics. Procedia Economics and Finance; ۳: .۵۵۹-۵۵۵



شرویش گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتمال جامع علوم انسانی