

عنوان مقاله:

رتبه بندی معیارهای اعتبار سنجی مشتریان بانکی با رویکرد دلفی

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی بازاریابی خدمات بانکی (سال: 1388)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

سیدرضا موسوی - کارشناس ارشد مدیریت، پژوهشگر و مشاور بازاریابی دانشگاه تبریز

الناز قلی پور - کارشناس ارشد حسابداری، کارمند و متخصص امور بانکی، دانشگاه تبریز

خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر با هدف شناسایی عوامل موثر و اولویت بندی معیارهای اعتبار سنجی برای سنجش ریسک اعتباری مشتریان حقوقی بانکها انجام شده است. بدین منظور اطلاعات مورد نیاز از صاحبانظران و مسئولان تسهیلات بانکهای منتخب و با استفاده از ابزار پرسشنامه، جمع آور شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در این تحقیق پس از بررسی مبانی نظری و تحقیقات پیشین، ابتدا متغیرهای کلیدی موثر در ریسک اعتباری مشتریان بر مبنای مدل 5C شامل متغیرهای کیفی و مالی شناسایی و بررسی شد و از میان آنها 25 متغیر انتخاب گردید. سپس با استفاده از داده های گردآوری شده از طریق پرسشنامه، متغیرهای موثر بر ریسک اعتباری مشتریان اولویت دهی و نهایتاً با رویکردی فازی و با استفاده از نظرات پاسخ دهندگان، معیارهای اعتبارسنجی مشتریان بانک ها رتبه بندی شد. اساس این تحقیق براین مبنا گذاشته شده است که بین معیارهای چندگانه سنجش ریسک اعتباری مشتریان، تفاوت و اولویت وجود دارد و برخی از این معیارها و ابعاد در مقایسه با سایر معیارها از اهمیت بیشتری برخوردارند. تحقیق حاضر دلالت بر تایید نظریه های اقتصادی و مالی در زمینه عوامل موثر بر ریسک اعتباری نشان می دهد که عوامل موثر بر ریسک اعتباری مشتریان حقوقی بانکها دارای وزن مساوی نبوده و برخی از متغیرها در ارزیابی ریسک اعتباری مشتریان اهمیت بیشتری دارند.

کلمات کلیدی:

ریسک اعتباری، اعتبارسنجی، مشتریان حقوقی بانک و رتبه بندی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/74256>

