

عنوان مقاله:

مولفه های اخلاق کسب و کار و وضعیت اعتباری مشتریان حقوقی بانک ها

محل انتشار:

فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، دوره 16، شماره 2 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

محمدرضا اعتباری

ناصر فقهی فرهنگد

سلیمان ایران زاده

خلاصه مقاله:

زمینه: ریسک اعتباری یکی از مهمترین موضوعات سیستم بانکی است که می تواند باعث بروز بحران های مالی و اقتصادی در سطح خرد و کلان شود. بر همین اساس تعدادی از مطالعات انجام شده نشان داده اند که متغیرهای اخلاقی می توانند ریسک اعتباری بانک ها را به حداقل برسانند. با این وجود مطالعات تجربی زیادی در این خصوص در دسترس قرار ندارد. بر همین اساس هدف این تحقیق، بررسی مولفه های اخلاق کسب و کار بر اساس وضعیت اعتباری مشتریان حقوقی بانک ها می باشد. روش: پژوهش حاضر در زمره پژوهش های پس رویدادی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مشتریان حقوقی بانک پاسارگاد شمال غرب بوده که قبل از سال ۱۳۹۸ تسهیلات اعتباری از بانک دریافت نموده اند. حجم نمونه آماری ۱۵۷ مشتری حقوقی تعیین شده که به دو گروه مشتریان جاری و سررسید گذشته تقسیم شده اند. نمونه گیری به صورت هدفمند انجام شده است. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه بوده که روایی و پایایی آن با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی و ضریب الفای کرونباخ تایید شده است. به منظور تحلیل داده ها نیز از روش های آنالیز واریانس چند متغیره و ازمون میانگین دو جامعه مستقل استفاده شده است. یافته ها: یافته های پژوهش نشان می دهد که بین مولفه های اخلاقی کسب و کار در بین مشتریان جاری و سررسید گذشته تفاوت معنی داری وجود داشته است و میانگین امتیازات مشتریان جاری بیشتر از مشتریان سررسید گذشته بوده است. نتیجه گیری: نتایج نشان می دهد که مولفه های اخلاقی توان تعیین وضعیت اعتباری مشتریان حقوقی را داشته و لازم است در مدل های ارزیابی ریسک اعتباری از مولفه های اخلاقی استفاده شود. توجه به این مولفه ها در اعطای اعتبار می تواند باعث کاهش ریسک اعتباری شود.

کلمات کلیدی:

Business ethics, Credit status, Legal customers, اخلاق کسب و کار, وضعیت اعتباری, مشتریان حقوقی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1271059>

