



مولفه‌های اخلاق کسب و کار و وضعیت اعتباری مشتریان حقوقی بانک‌ها

دکتر محمدرضا اعتباری، دکتر ناصر فقهی فرهمند*، دکتر سلیمان ایران زاده

گروه مدیریت، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

(تاریخ دریافت: ۹۸/۶/۲، تاریخ پذیرش: ۹۸/۸/۱)

چکیده

زمینه: ریسک اعتباری یکی از مهمترین موضوعات سیستم بانکی است که می‌تواند باعث بروز بحران‌های مالی و اقتصادی در سطح خرد و کلان شود. بر همین اساس تعدادی از مطالعات انجام شده نشان داده‌اند که متغیرهای اخلاقی می‌توانند ریسک اعتباری بانک‌ها را به حداقل برسانند. با این وجود مطالعات تجربی زیادی در این خصوص در دسترس قرار ندارد. بر همین اساس هدف این تحقیق، بررسی مولفه‌های اخلاق کسب و کار بر اساس وضعیت اعتباری مشتریان حقوقی بانک‌ها می‌باشد.

روش: پژوهش حاضر در زمره پژوهش‌های پس‌رویدادی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مشتریان حقوقی بانک پاسارگاد شمال غرب بوده که قبل از سال ۱۳۹۸ تسهیلات اعتباری از بانک دریافت نموده‌اند. حجم نمونه آماری ۱۵۷ مشتری حقوقی تعیین شده که به دو گروه مشتریان جاری و سررسید گذشته تقسیم شده‌اند. نمونه‌گیری به صورت هدفمند انجام شده است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بوده که روایی و پایایی آن با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی و ضریب الفای کرونباخ تأیید شده است. به منظور تحلیل داده‌ها نیز از روش‌های آنالیز واریانس چند متغیره و از مون میانگین دو جامعه مستقل استفاده شده است.

یافته‌ها: یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بین مولفه‌های اخلاقی کسب و کار در بین مشتریان جاری و سررسید گذشته تفاوت معنی‌داری وجود داشته است و میانگین امتیازات مشتریان جاری بیشتر از مشتریان سررسید گذشته بوده است.

نتیجه‌گیری: نتایج نشان می‌دهد که مولفه‌های اخلاقی توان تعیین وضعیت اعتباری مشتریان حقوقی را داشته و لازم است در مدل‌های ارزیابی ریسک اعتباری از مولفه‌های اخلاقی استفاده شود. توجه به این مولفه‌ها در اعطای اعتبار می‌تواند باعث کاهش ریسک اعتباری شود.

کلید واژگان: اخلاق کسب و کار، وضعیت اعتباری، مشتریان حقوقی

سر آغاز

بانک‌ها، مشتریان را با توجه به مشخصات آن‌ها طبقه‌بندی می‌کنند. هنگام طبقه‌بندی، زمینه مالی مشتریان و عوامل فردی مربوط به آن‌ها ارزیابی می‌شود (۱). روش‌های امتیازدهی و رتبه‌بندی اعتباری در دهه ۱۹۵۰، در سراسر جهان گسترش یافتند (۲). از طریق این روش‌ها، جمع‌آوری اطلاعات از یک مشتری فرمول‌بندی می‌شود. علاوه بر این، سیستم امتیازدهی، پایه‌ای برای تصویب و اعطای وام تشکیل می‌دهد. در این میان ارزیابی ریسک اعتباری مشتریان پایه‌ای برای رتبه‌بندی اعتباری آنها در نظام بانکی است. مطالبات بانکی را می‌توان به دو دسته جاری و غیر جاری تقسیم نمود. در ادبیات بانکداری، مطالبات غیرجاری نتیجه بروز ریسک اعتباری است.

مفهوم مدیریت ریسک به طور گسترده در تئوری و عمل مورد بحث قرار گرفته است. تعدادی از مطالعات، موضوعات مربوط به تعریف و تعیین ریسک‌ها، تعداد و نحوه محاسبه ریسک را به عنوان مفاهیم و موضوعات اصلی ریسک مورد توجه قرار داده‌اند (۳ و ۴). با این وجود، بخش‌های متفاوتی از ادبیات مربوط به ریسک سازمانی اخیراً بر لزوم در نظر گرفتن یک حوزه جدید در مطالعات ریسک تأکید نموده و بر رشد اهمیت پویایی سازمان در شیوه‌های مدیریت ریسک تأکید می‌کنند (۵ و ۶): در نتیجه، مدیریت ریسک سازمانی به عنوان یک رویکرد جامع برای شناسایی، اندازه‌گیری و مدیریت ریسک‌ها پدید آمده است (۷ و ۸). حوزه فعالیت‌های بانکی به گونه‌ای است که ریسک‌های متنوعی را معطوف

شخص انسان مانند استقلال^۶ عزت نفس^۷، صداقت^۸ و عدم آسیب‌پذیری^۹ باشد.

اخلاق کسب و کار، نوعی اخلاق کاربردی^{۱۰} است؛ بنابراین از این نظر ویژگی‌های مشترکی با دیگر انواع اخلاق‌های کاربردی مانند اخلاق زیستی^{۱۱} اخلاق پزشکی^{۱۲}، اخلاق قضایی^{۱۳}، اخلاق مهندسی^{۱۴} و اخلاق رسانه‌ای^{۱۵} دارد. بر این اساس نیز اخلاق کاربردی بر اساس معانی اخلاق‌ها، زمینه‌های کاربرد، راه‌های ارتباط بین اخلاق و زمینه مورد بررسی تغییر می‌کند. این موضوع باعث می‌گردد تا اخلاق کاربردی دارای تنوع دیدگاه و تفسیرها شود (۲۰). در مقیاس کلان رعایت مسائل اخلاقی در فعالیت‌های کسب و کار و دلایل آن یکی از دغدغه‌های اندیشمندان در حوزه علمی اخلاق کسب و کار بوده است (۲۱). محققان عقیده دارند که اصطلاح اخلاق کسب و کار، رفتاری است که شرکتها در انجام فعالیتهای روزانه خود در محیطی که در آن فعالیت می‌کنند و احتمالاً گاهی خارج از محیط فعالیت خود نیز باید رعایت نمایند (۲۲). این محقق، اعتقاد دارد که اخلاق یک شرکت خاص می‌تواند هم در ارتباط با محیط پیرامون و هم در ارتباط با تک تک مشتریان سازمان دارای معنی و مفهوم جداگانه باشد. محقق دیگری در مقاله خود بیان می‌کند که برخی از شرکتها فقط به فکر درآمد بوده و در این بین به اخلاق توجهی ندارند. بنابراین به چنین شرکت‌هایی که عمدتاً فقط به فکر کسب درآمد از کسب و کار خود هستند، در خالص‌ترین شکل می‌توان از واژه سرمایه‌دار استفاده نمود؛ زیرا کسب و کارها حداقل میزانی از اخلاق را بایستی در مراودات و اقدامات خود در پیش گیرند (۲۳). محققان اعتقاد دارند که درآمدزایی در مشاغل به خودی خود اشتباه نیست، اما مسئله رفتار اخلاقی موضوعی است که بسیاری دیگر از شرکتها سعی در رعایت آن دارند (۲۴). این محقق نتیجه می‌گیرد که اخلاق خوب کسب و کار باید جزئی از هر کسب و کار و تجارتی باشد. محققین دیگری گزارش می‌کنند که بسیاری از برندهای اصلی به دلیل نقض مقررات اخلاقی در کسب و کار، میلیون‌ها دلار جریمه شده‌اند (۲۵). نویسندگان دریافته‌اند که برای برخی از شرکت‌های تجاری، پول عامل اصلی تصمیم‌گیری است. با این حال، هر سازمانی که به اخلاق تجاری پایبند نباشد و قوانین را زیر پا بگذارد، غالباً مورد هجوم قرار می‌گیرد.

ارزیابی اخلاق کسب و کار به راحتی امکان‌پذیر نیست. تعاریف و شاخصهای اخلاقی در محیطهای گوناگون، از یکدیگر متفاوت و متمایز می‌باشند (۲۶). در زمینه ارزیابی اخلاق کسب و کار مطالعات مختلفی انجام گرفته که بیشتر بر مبنای جو اخلاقی بوده است. در این بین پژوهشهای انجام شده از طرف برخی از محققین، باعث شده تا دو نمونه متفاوت از شاخص‌های سنجش اخلاق کسب و کار ارائه شود. محققینی در بحث از تفاوت بین اخلاق کسب و کار و مسئولیت اجتماعی سازمان، برای ارزیابی اخلاق کسب و کار از یک مقیاس هشت سنجهای استفاده کرده‌اند. داشتن کدهای اخلاقی، پرهیز از پرداخت رشوه، ارتباطات ناسالم، شفافیت مسائل مالی و کاری، مراقبت از آسیب‌رسانی به مشتریان، عدم فریب مشتریان، صادق بودن و ارجح دانستن منافع شرکت بر منافع فردی از طرف مدیران، از جمله سنج‌های ارزیابی

عملیات بانکی می‌سازد. بانک، اصلی‌ترین نهاد فعال در زمینه ارائه اعتبار می‌باشد که خود باعث شده است تا فعالیت بانک‌ها با ریسک اعتباری مواجه شود. به همین دلیل بانکها به بحث مدیریت پویای ریسک و طراحی مدل‌های درونی مدیریت ریسک توجه ویژه‌ای داشته و ساختار و تشکیلاتی متنوعی را نیز جهت مدیریت بهینه ریسک در بانکها تنظیم کرده‌اند. ریسک اعتباری یکی از اصلی‌ترین ریسک‌هایی است که بانک با آن روبه‌رو است. عدم مدیریت صحیح این ریسک و کنترل آن، بانک را دچار بحران و ورشکستگی می‌کند و از آنجایی که بانک یک نهاد تأثیرگذار در سیستم اقتصادی هر کشوری است، این بحرانها کل سیستم اقتصادی و اجتماعی را دچار مشکل می‌کنند (۹). ارزیابی ریسک اعتبار بانکی به طور گسترده‌ای در بانک‌های سراسر جهان مورد استفاده قرار می‌گیرد. همانطور که ارزیابی ریسک اعتباری بسیار مهم است، روش‌های گوناگونی برای محاسبه میزان ریسک نیز استفاده می‌شود. ارزیابی ریسک اعتباری یکی از وظایف اصلی جامعه بانکی است (۱). طبق نظر کمیته بال، ریسک اعتباری به عنوان پتانسیلی تعریف می‌شود که وام‌گیرنده بانک یا طرف قرارداد نتواند تعهدات خود را طبق شرایط مورد توافق برآورده سازد (۱۰). بر اساس نظر محققان، ریسک اعتباری با میزان بدهی‌های بد اندازه‌گیری می‌شود. عدم توانایی طلبکاران، برای ارزیابی دقیق ریسک اعتباری وام‌گیرندگان بالقوه، تأثیرات مخربی بر سیستم مالی جهانی و فعالیت‌های اقتصادی دارد (۱۱). بنابراین، ارزیابی اعتبار و پیش‌بینی مالی، دو مشکل عمده برای بازار مالی هستند. برخی مطالعات اخیر نشان دادند که رشد بیش از حد اعتبار، کیفیت اعتباری ضعیف و مدیریت ریسک اعتباری نامناسب، اصلی‌ترین دلایل بحران‌های مالی جهانی در سال‌های اخیر بوده‌اند (۱۲، ۱۳ و ۱۴). در این زمینه، توسعه ابزارهای مناسب، مؤثر و کارآمد ارزیابی ریسک اعتباری، برای تمام مؤسسات مالی ضروری است (۱۵).

تعدادی از مطالعات انجام شده (۱۶ و ۱۷) نشان داده‌اند که متغیرهای اخلاقی می‌توانند ریسک اعتباری بانک‌ها را به حداقل برسانند. برخی از مطالعات نیز بر این عقیده بوده‌اند که ویژگی‌های اخلاقی می‌توانند از عوامل مؤثر بر اندازه‌گیری ریسک‌های بانکی باشد. همچنین ویژگی‌های اخلاقی مشتریان می‌تواند اثر قابل ملاحظه‌ای در بازپرداخت تعهدات مشتریان و به عبارتی کاهش ریسک اعتباری داشته باشند (۱۷). اخلاق موضوعی است که معیارهای اخلاقی شخصی جامعه را مورد بررسی قرار می‌دهد (۱۸). اخلاق کسب و کار به عنوان تئوری و عمل به مسئولیت، اخلاق و مشروعیت شرکتها در یک جامعه جهانی تعریف شده است. همانطور که فیلسوف فرانسوی اظهار داشته، هدف اخلاق زندگی خوب همراه با دیگران و برای آنها در نهادهایی عادلانه است (۱۹). اخلاق کسب و کار این هدف را برای شرکتها، سازمانها و سایر زمینه‌های زندگی حرفه‌ای به کار می‌برد. در سطح نهادی، اخلاق کسب و کار با تئوری اخلاقی اقدامات شرکتها و سازمانها سروکار دارد. این امر منجر به کاربرد ارسطویی، کانتیانیسم، و فایده‌گرایی و سایر چارچوب‌های نظری اخلاقی در زمینه کسب و کار می‌شود. در سطح حمایت از افراد، ممکن است شامل اصول اخلاقی مانند محافظت از چهار اصل اخلاقی حمایت از



توسط موقعیت‌های خارجی یا داخلی را افزایش دهند. ریسک‌ها را می‌توان به دو دسته تقسیم کرد که این دو دسته به ترتیب ریسک‌های سنتی و ریسک‌های غیر سنتی می‌باشند (۳۶). ریسک‌های سنتی عبارت‌اند از: ریسک نقدینگی، ریسک اعتباری، ریسک سیاسی و حقوقی و ریسک عملیاتی (۳۷). درحالی‌که ریسک‌های غیر سنتی عبارت از ریسک بازار، ریسک نرخ بهره، ریسک ارز خارجی، ریسک نقدینگی، ریسک قیمت کالا، خطرات سرمایه‌گذاری اوراق بهادار و ریسک مشتقات مالی است. بر اساس وضعیت اعتباری مشتریان، ریسک اعتباری مهمترین ریسک موجود در بین ریسک‌های بانکی هست. این ریسک یکی از اساسی‌ترین و مهم‌ترین انواع ریسک بانکی است (۳۸). ریسک اعتباری به این احتمال اشاره دارد که بر اساس آن احتمال، طرف قرارداد پیمانی، تعهدات خود را به دلیل کاهش توان بازپرداخت یا عدم تمایل به پیروی از قرارداد برآورده نمی‌کند (۳۰، ۳۸، ۳۹ و ۴۰). بنابراین، خطر اعتباری وقتی به وجود می‌آید که یک بانک موفق نمی‌شود پولی که به وام‌گیرنده، طرف قرارداد یا ضامن قرض داده است را وصول کند. ریسک اعتباری تهدیدی است که بانک ممکن است قادر به جمع‌آوری اصل یا بهره وام‌ها و اوراق بهادار نباشد. به‌طور کلی، وام‌ها و مساعده‌ها بزرگ‌ترین و واضح‌ترین علت ریسک اعتباری در اکثر بانک‌ها هستند (۴۱). بانک‌ها، ریسک اعتباری را از طریق مدیریت کارآمد ریسک از بین می‌برند که چنین چیزی شامل تجزیه و تحلیل جامع ریسک بر اساس بررسی و نظارت بر برنامه‌های قابل اعتماد وام، میزان وثیقه، تنوع اوراق بهادار، قیمت‌گذاری دقیق وام بر اساس توان و قصد بازپرداخت وام‌گیرندگان می‌شود (۴۲، ۴۳ و ۴۴).

با توجه به مباحث مطرح شده، کمبود تحقیقات تجربی در حوزه بررسی مولفه‌های اخلاق کسب و کار بر اساس وضعیت اعتباری مشتریان حقوقی بانک‌ها به عنوان یک شکاف نظری مطرح بوده و می‌توان نوآوری این تحقیق را بررسی تجربی مولفه‌های اخلاق کسب و کار در وضعیت اعتباری مشتریان حقوقی بانک دانست. بنابراین هدف این پژوهش بررسی نقش مولفه‌های اخلاق کسب و کار در وضعیت اعتباری مشتریان حقوقی بانک‌ها بوده است. به عبارتی این تحقیق در پاسخ به این سوال اصلی شکل گرفته بود که مولفه‌های اخلاق کسب و کار چه نقشی در وضعیت اعتباری مشتریان حقوقی بانک‌ها و مدیریت ریسک اعتباری دارند؟ و اینکه آیا تفاوت معنی‌داری در مولفه‌های اخلاق کسب و کار بر اساس وضعیت اعتباری مشتریان حقوقی وجود دارد؟

روش

این تحقیق بر اساس هدف، کاربردی و بر اساس روش انجام کار در زمره پژوهش‌های پس‌رویدادی (علی - مقایسه‌ای) بوده است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مشتریان حقوقی شعبه‌های بانک پاسارگاد در شمال غرب کشور شامل استان‌های آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، اردبیل، زنجان و کردستان بوده که قبل از سال ۱۳۹۸ تسهیلات اعتباری از بانک دریافت نموده‌اند. حجم نمونه آماری ۱۵۷

اخلاق کسب و کار بوده‌اند (۲۷). صاحب‌نظران دیگری نیز در مدل سنجش اخلاق کسب و کار خود شش بعد و ۲۷ سنجه را به عنوان شاخص سنجش اخلاق کسب و کار مطرح نموده‌اند. اصول اخلاقی، اخلاق و فناوری، تصمیم‌سازی اخلاقی، سیستم منابع مالی، رهبری اخلاقی مدار و مسئولیت اجتماعی سازمان از جمله ابعاد اخلاق کسب و کار در شاخص سنجش اخلاق کسب و کار ارائه شده از طرف این محققان دسته‌بندی می‌گردد (۲۸).

اصطلاح ریسک در بانکداری به‌طور گسترده توسط محققان مختلف، در سال‌های اخیر بررسی قرار گرفته است و یک تعریف عمومی برای آن وجود ندارد (۲۹، ۳۰ و ۳۱). نویسندگان مختلف رویکردهای متنوعی را برای توصیف دامنه این اصطلاح به کار می‌گیرند. ریسک در بانکداری به معنی روبرو شدن با پیش‌بینی‌ناپذیری پیامدی است که شامل احتمال تغییر در بازده مورد انتظار یا مطلوب می‌شود (۳۱، ۳۲ و ۳۳).

محقق، ریسک در بانک‌ها را به‌عنوان یک ضرر بالقوه تعریف می‌کند که ممکن است به دلیل برخی اتفاقات مخالف مانند رکود اقتصادی، تغییرات نامطلوب در سیاست مالی و تجاری، تغییرهای نامطلوب در نرخ‌های بهره یا نرخ ارز خارجی یا کاهش قیمت سهام، رخ دهد (۳۰). محقق دیگری، ریسک بانکداری را به عنوان تأثیرات نامطلوب بر بهره به دلیل منابع متفاوت بی‌ثباتی تفسیر می‌کند. علاوه بر این، هر دوی این تعریف‌ها، دارای این محدودیت هستند که خطرات بانکی به شرایط دنیای واقعی بستگی دارد، که عمدتاً شامل ادغام شرایط در محیط خارجی می‌شود (۲۹). بانک دولتی پاکستان، ریسک‌های موجود در مؤسسات بانکی را یک اقدام یا رویداد احتمالی که ممکن است نتایج معکوسی را به بار آورد، توصیف می‌کند. چنین نتایجی می‌تواند منجر به کاهش مستقیم درآمد یا سرمایه شود و یا ممکن است اعمال محدودیتی در توانایی بانک برای دستیابی به اهداف کسب‌وکار خودش شود (۳۴). با توجه به تعریف بانک دولتی پاکستان، تأثیرات نامطلوب به دو گروه تقسیم می‌شوند: خسارات‌های مورد انتظار و خسارات‌های غیرمنتظره. تمامی خسارت‌هایی که امکان روی دادن آن‌ها با قطعیت منطقی توسط بانک‌ها پیش‌بینی می‌شوند (مانند خسارت ناشی از وام)، به‌عنوان خسارت‌های مورد انتظار تلقی می‌شوند. از سوی دیگر، تمام خسارت‌های ناشی از وقایع غیرمنتظره، زیان‌های غیرمنتظره در نظر گرفته می‌شوند؛ به‌عنوان مثال، خسارت‌هایی که بانک‌ها به دلیل رکود غیرمنتظره اقتصادی با آن روبرو می‌شوند و یا زیان‌های از کاهش نرخ بهره و یا نرخ ارز خارجی ناشی می‌شوند. از لحاظ آماری، اصطلاح ریسک، به‌عنوان احتمال یک نتیجه نامطلوب، انحراف استاندارد یا واریانس درباره بازپرداخت پیش‌بینی‌شده، یا به‌عنوان احتمال کاستی توصیف می‌شود؛ به‌طوری‌که مقدار ریسک زیاد به‌عنوان انحراف بیشتر و ناهمخوانی زیاد در احتمال وقوع گزارش می‌شود (۳۵).

درنهایت، اصطلاح ریسک در بانکداری را می‌توان با در نظر گرفتن تمام تعاریف فوق، به‌عنوان احتمال هر رویداد یا تهدیدی خلاصه کرد که چنین تهدیدهایی قابلیت بر هم زدن ظرفیت درآمد اصلی یک بانک را دارند یا می‌توانند نوسانات درآمد و جریان‌های نقدی به وجود آمده

مشتری حقوقی تعیین شده است. نمونه‌گیری به صورت هدفمند انجام شده است. بر این اساس دو دسته از مشتریان بر اساس وضعیت اعتباری مورد پرسش قرار گرفته‌اند. دسته اول مشتریانی هستند که در تقسیم‌بندی انواع مطالبات به عنوان مطالبات جاری شناخته می‌شوند؛ ویژگی این گروه مطالباتی است که پرداخت اصل و سود تسهیلات و یا بازپرداخت اقساط در سررسید صورت گرفته و یا حداکثر از سررسید آن دو ماه گذشته است. دسته دوم مطالبات سررسید گذشته است که از تاریخ سررسید اصل و سود تسهیلات و یا تاریخ قطع پرداخت اقساط بیش از دو ماه گذشته است، ولی تاخیر در بازپرداخت، هنوز از ۶ ماه تجاوز نکرده است. به دلیل عدم دسترسی به دو گروه معوق (بیش از ۶ ماه و کمتر از ۱۸ ماه از تاریخ سررسید و یا از تاریخ قطع پرداخت اقساط سپری شده و مشتری هنوز اقدامی برای بازپرداخت مطالبات موسسه اعتباری نکرده است) و مشکوک‌الوصول (تمامی اصل و سود تسهیلاتی که بیش از ۱۸ ماه از سررسید و یا از تاریخ قطع پرداخت اقساط آنها سپری شده و مشتری هنوز اقدام به بازپرداخت بدهی خود نکرده است)، این دو گروه کنار گذاشته شده و فقط دو گروه مشتریان جاری و سررسید گذشته از نظر اعتباری مورد توجه قرار گرفته است. این تحقیق از نظر مقطعی در یک بازه شش ماهه اقدام به جمع‌آوری داده‌ها نموده است و گروه مشتریان سررسید گذشته در فواصل زمانی مختلف مورد پرسش قرار گرفته است.

ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش پرسشنامه بوده است. پرسشنامه پژوهش بر اساس سنج‌های پژوهش محققان قبلی در زمینه سنجش اخلاق کسب و کار تنظیم شده است (۲۷). این پرسشنامه دارای هشت سوال بوده است. برای اجتناب از بار منفی سوال بر پاسخ دهنده، سوالات به صورت غیر مستقیم طرح شده است. برای مثال پرسیده شده که مدیران شرکت تا چه حدی شرکت‌هایی را که با ارتباطات نامناسب به دنبال سود و منفعت بوده‌اند را قبول دارند؟ طیف پاسخ‌ها به صورت

طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای از خیلی کم تا خیلی زیاد بوده است. روایی پرسشنامه به صورت روایی سازه و بر اساس تحلیل عاملی تأییدی بررسی و تأیید شده است. پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردیده است. نتایج مربوط به روایی و پایایی در جدول (۱) نشان داده شده است. برای ارتباط با مشتریان جاری نیز از ابزارهایی مانند ایمیل، مراجعه حضوری و مراجعه به بانک بهره گرفته شده است.

در بررسی روایی پرسشنامه ضمن توجه به بارهای عاملی و مقادیر t متناظر هر بار عاملی، شاخص‌های کفایت نمونه‌گیری و شاخص‌های مناسب بودن مدل تأییدی نیز در نرم‌افزار لیزرل مورد بررسی قرار گرفته است. به منظور مقایسه معیارهای اخلاقی کسب و کار در دو گروه جاری و سررسید گذشته نیز از آنالیز واریانس چند متغیره و آزمون میانگین دو جامعه به عنوان آزمون تعقیبی نتایج آنالیز واریانس چند متغیره بهره گرفته شده است.

یافته‌ها

برای بررسی روایی سازه و تعمیم سازه نظری به جامعه آماری با داده‌های نمونه، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شده است. در مدل‌های تأییدی قبل از بررسی بارهای عاملی، از شاخص‌های مختلفی برای بررسی مناسب بودن مدل تأییدی استفاده می‌شود. در این مقاله از شاخص‌های ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)، خی‌دو بهنجار شده (حاصل تقسیم خی‌دو به درجه آزادی)، نیکویی برازش (GFI)، برازش تطبیقی (CFI) استفاده شده است. همچنین به منظور بررسی کفایت نمونه‌گیری و توان سنج‌ها در استخراج ساختار عاملی از آزمون‌های KMO و سطح معنی‌داری آزمون بارتلت استفاده شده است. نتایج در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱: بررسی روایی و پایایی ابزار سنجش اخلاق کسب و کار

سنج‌های اخلاق کسب و کار	بار عاملی	مقدار T	KMO	بارتلت	RMSEA	خی‌دو بهنجار شده	GFI	CFI	آلفای کرونباخ
داشتن کدهای اخلاقی	۰/۹۰۷	۱۴/۱۲۷	۰/۸۸۸	۰/۰۰۰	۰/۰۶۸	۱/۸۳۳	۰/۹۳	۰/۹۴	۰/۸۹۳
پرهیز از پرداخت رشوه	۰/۸۵۷	۱۱/۳۸۴							
ارتباطات ناسالم	۰/۸۷۸	۱۲/۲۵۶							
شفافیت مسایل کاری و مالی	۰/۸۹۴	۱۳/۳۶۷							
مراقبت از آسیب رسانی به مشتریان	۰/۸۶۸	۱۱/۶۵۴							
عدم فریب مشتریان	۰/۸۸۱	۱۲/۹۵۶							
صادق بودن با ذینفعان	۰/۸۹۷	۱۳/۶۲۹							
ارجحیت منافع گروهی بر فردی	۰/۸۹۸	۱۳/۹۲۳							



می‌دهد که تمامی بارهای عاملی بزرگتر از ۰/۵ محاسبه شده‌اند. از نظر آماری بایستی مقدار t هر بار عاملی بزرگتر از قدر مطلق ۱/۹۶ محاسبه شود. نتایج جدول ۱ نشان می‌دهد که مقدار t تمامی بارهای عاملی بزرگتر از قدر مطلق ۱/۹۶ بدست آمده که نشان می‌دهد در سطح اطمینان ۹۵ درصد، ارتباط بین سنجه‌ها و سازه نظری تأیید شده و می‌توان پرسشنامه تحقیق را دارای روایی مناسب دانست. در نهایت مقدار آلفای کرونباخ به خاطر اینکه بزرگتر از ۰/۷ بدست آمده، نشان دهنده سازگاری درونی مناسب بین سنجه‌ها و تأیید کننده پایایی پرسشنامه بوده است.

پس از تأیید روایی و پایایی سازه، به منظور مقایسه سنجه‌های اخلاق کسب و کار در دو گروه مشتریان جاری و سررسید گذشته از تحلیل واریانس چند متغیری استفاده شده است. نتایج در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲: نتایج آزمون تحلیل واریانس چند متغیره

نام آماره	مقدار	مقدار F	سطح معنی داری
اثربخشی	۰/۹۴۶	۳۴۶/۶۷۷	۰/۰۰۰
لاندای ویلکس	۰/۰۵۴	۳۴۶/۶۷۷	۰/۰۰۰
اثر هتلینگ	۱۷/۵۵۳	۳۴۶/۶۷۷	۰/۰۰۰
بزرگترین ریشه روی	۱۷/۵۵۳	۳۴۶/۶۷۷	۰/۰۰۰

مشتریان جاری و سررسید گذشته بوده است. برای بررسی اینکه این اختلاف ناشی از کدام سنجه اخلاق کسب و کار بوده است، با توجه به دو گروه مشتریان، از آزمون میانگین دو گروه مستقل به تفکیک هر یک از سنجه‌ها استفاده شده است. نتایج در جدول ۳ نشان داده شده است.

نتایج جدول ۲، مقادیر محاسبه شده آماره‌ها را نشان می‌دهد. نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد که سطح معنی داری هر یک از آماره‌های اثر پیلای، لاندای ویلکس، اثر هتلینگ و بزرگترین ریشه روی و تقریب آنها به آماره F کوچکتر از ۰/۰۵ محاسبه شده است که نشان دهنده اختلاف معنی داری بین حداقل یکی از سنجه‌های اخلاق کسب و کار در دو گروه

جدول ۳: آزمون میانگین دو گروه مستقل به تفکیک هر یک از سنجه‌های اخلاق کسب و کار

سنجه اخلاقی	گروه	میانگین	تفاضل میانگین	مقدار t	سطح معنی داری	نتیجه
داشتن کدهای اخلاقی	جاری	۴/۱۶۱	۰/۳۶۱	۲/۱۹۱	۰/۰۳۰	تأیید اختلاف
	سررسید گذشته	۳/۸۰۰				
پرهیز از پرداخت رشوه	جاری	۴/۰۹۲	۰/۳۷۹	۲/۱۶۳	۰/۰۳۲	تأیید اختلاف
	سررسید گذشته	۳/۷۱۲				
ارتباطات ناسالم	جاری	۳/۸۱۶	۰/۵۰۳	۲/۳۴۸	۰/۰۲۰	تأیید اختلاف
	سررسید گذشته	۳/۳۱۲				
شفافیت مسایل کاری و مالی	جاری	۴/۱۱۴	۰/۳۷۷	۲/۱۹۰	۰/۰۳۰	تأیید اختلاف
	سررسید گذشته	۳/۷۳۷				
مراقبت از آسیب رسانی به مشتریان	جاری	۴/۱۴۹	۰/۴۳۷	۲/۵۴۰	۰/۰۱۲	تأیید اختلاف
	سررسید گذشته	۳/۷۱۲				
عدم فریب مشتریان	جاری	۴/۱۳۸	۰/۴۷۵	۲/۸۲۹	۰/۰۰۵	تأیید اختلاف
	سررسید گذشته	۳/۶۶۲				
صادق بودن با	جاری	۴/۱۲۶	۰/۴۰۱	۲/۳۴۵	۰/۰۲۰	تأیید اختلاف

ذینفعان	سررسید گذشته	۳/۷۲۵			
ارجحیت منافع	جاری	۴/۱۳۸	۰/۲۸۸	۱/۷۳۹	۰/۰۸۴
گروهی بر فردی	سررسید گذشته	۳/۸۵۰			عدم تأیید

نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد که مقدار t در سطح اطمینان ۹۵ درصد برای سنج‌های داشتن کدهای اخلاقی، پرهیز از پرداخت رشوه، ارتباطات ناسالم، شفافیت مسایل کاری و مالی، مراقبت از آسیب رسانی به مشتریان، عدم فریب مشتریان و صادق بودن با ذینفعان بزرگتر از ۱/۹۶ بوده و سطح معنی‌داری همه آنها کوچکتر از ۰/۰۵ محاسبه شده است. بر همین اساس می‌توان ادعا نمود که اختلاف معنی‌داری بین سنج‌های اخلاق کسب و کار در دو گروه مشتریان جاری و سررسید گذشته وجود داشته است. بررسی میانگین این دو گروه در سنج‌های اخلاق کسب و کار نشان می‌دهد که مطابق انتظار میانگین امتیازات گروه مشتریان جاری بیشتر از گروه مشتریان سررسید گذشته بوده است. لذا می‌توان ادعا نمود که پایداری اخلاقی در این گروه بیشتر از گروه مشتریان سررسید گذشته بوده و می‌توان ادعا نمود که سنج اخلاقی مورد نظر بر ریسک اعتباری (وضعیت اعتباری) تأثیر دارد. بررسی نتایج سنج ارجحیت منافع گروهی بر فردی نیز نشان می‌دهد که با وجود بیشتر بودن میانگین امتیاز مشتریان جاری نسبت به سررسید گذشته، مقدار t برای این آزمون ۱/۷۳۹ و کوچکتر از ۱/۹۶ محاسبه شده است. همچنین سطح معنی‌داری این آزمون برابر ۰/۰۸۴ و بزرگتر از ۰/۰۵ می‌باشد. بر همین اساس می‌توان ادعا نمود که اختلاف معنی‌داری در این سنج بین دو گروه مشتریان جاری و سررسید گذشته وجود نداشته است.

بحث

هدف از این پژوهش، بررسی مولفه‌های اخلاق کسب و کار براساس وضعیت اعتباری مشتریان حقوقی بانک‌ها بوده است. با توجه به اینکه بازار اعتبارات بانکی یکی از مهمترین عوامل رشد اقتصادی از طریق تجهیز و تخصیص منابع سرمایه‌گذاری به فعالیتهای اقتصادی است، لذا احتمال عدم بازپرداخت یا قصور مشتریان در بازپرداخت تسهیلات اعطایی به عنوان ریسک اعتباری یکی از موضوعات مهم در فعالیتهای بانکی تلقی می‌شود. تلاش‌های متعددی در جهت پیش‌بینی و ارزیابی ریسک اعتباری مشتریان انجام گرفته که در آنها از شاخص‌های مختلفی در این خصوص بهره گرفته شده است؛ با این وجود در این مطالعات مولفه‌های اخلاقی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. بررسی‌های اخیر نشان می‌دهد که توجه محققان در سال‌های اخیر به مولفه‌های اخلاقی در ارزیابی ریسک اعتباری بیشتر شده است. با این وجود، تلاش‌ها در ایجاد سنج‌های اخلاقی در ارزیابی ریسک اعتباری در مراحل ابتدایی بوده، تا جایی که بررسی محققان نشان می‌دهد که به صورت تجربی در این خصوص کار چندانی صورت نگرفته و مطالعات انجام گرفته بیشتر به صورت مروری بوده‌اند. بر همین اساس نیز، این

پژوهش به عنوان یک گام ابتدایی به بررسی مولفه‌های اخلاق کسب و کار بر اساس وضعیت اعتباری مشتریان حقوقی بانک پرداخته است. نتایج نشان داد که اختلاف معنی‌داری بین مولفه‌های اخلاق کسب و کار در دو گروه از مشتریان جاری و سررسید گذشته وجود داشته است. نتایج بررسی میانگین هر دو گروه به تفکیک مولفه‌های اخلاق کسب و کار نشان داد که میانگین امتیازات در گروه مشتریان جاری که پرداخت بموقع مطالبات داشته‌اند از گروه مشتریان سررسید گذشته بیشتر بوده و این به معنی نقش اخلاق کسب و کار در کاهش ریسک اعتباری است. بررسی تک به تک مولفه‌های بدست آمده از یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که افراد به طور ذاتی سعی در حفظ ارزش‌ها و هنجارهای اخلاقی دارند، هر چند در عمل موفق به رعایت آنها نشوند. نتایج همه مولفه‌های اخلاق کسب و کار برای مشتریان سررسید گذشته نشان می‌دهد که میانگین امتیاز بدست آمده برای مولفه‌ها بزرگتر از مقدار متوسط ۳ در طیف پاسخ‌ها بوده است، به طوری که مولفه‌های داشتن کدهای اخلاقی، پرهیز از پرداخت رشوه، ارتباطات ناسالم، شفافیت مسایل کاری و مالی، مراقبت از آسیب رسانی به مشتریان، عدم فریب مشتریان، صادق بودن با ذینفعان و ارجحیت منافع گروهی بر فردی در گروه مشتریان سررسید گذشته نزدیک به مشتریان جاری بوده است. این نتایج شاید در تفسیری به محدودیت ذاتی پرسشنامه برگردد که قادر به سنجش کامل واقعیات موجود نیست، ولی از طرفی این تفسیر را می‌تواند به همراه داشته باشد که برخی از شرکت‌ها و سازمان‌ها به مولفه‌های اخلاقی نگرش ساده‌انگارانه داشته و به صورت سطحی با مولفه‌های اخلاق کسب و کار برخورد می‌کنند. پیشینه تجربی قبلی زیادی در رابطه با موضوع تحقیق در دسترس قرار ندارد ولی می‌توان یافته‌های این تحقیق را در داخل کشور با یافته‌های پژوهش‌های قبلی همسو دانست (۱۷). محققان قبلی در مقاله خود نشان داده‌اند که ویژگی‌های اخلاقی مشتریان می‌تواند اثر قابل ملاحظه‌ای در بازپرداخت تعهدات مشتریان و به عبارت دیگر کاهش ریسک اعتباری داشته باشد. همچنین یافته‌های این تحقیق در خارج از کشور با مطالعات محقق دیگری نیز همسو بوده است (۴۵). این محقق فرایند اخلاقی دریافت اعتبار توسط مشتریان را در بانک‌های کشور آلبانی بررسی کرده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که مولفه‌های اخلاقی از مهمترین مولفه‌های ارتباطی بین مشتریان و بانک‌ها تلقی می‌شوند که می‌تواند موجب کاهش ریسک اعتباری و افزایش اعتماد متقابل بین مشتری و بانک باشد. محققین دیگری نیز نقش اخلاق را در روش‌های مدیریت ریسک مورد بررسی قرار داده و نتیجه گرفته‌اند که اخلاق نقش اصلی و مهمی در کاهش ریسک دارد (۴۶). یافته‌های این پژوهش می‌تواند بیانگر این موضوع نیز باشد که مولفه‌های اخلاقی توان تمیز ریسک اعتباری بین مشتریان را داشته و بایستی مدل‌ها و الگوهای جدید ارزیابی ریسک



ملاحظه‌های اخلاقی

این مقاله بخشی از پایان نامه دکتری بوده است که در جمع‌آوری داده‌ها به خصوص در رابطه با مشتریان سررسید گذشته، اهداف پژوهش به صورت کاملی برای آنان توضیح داده شده و اطمینان داده شده است که از آوردن نام فرد یا سازمان تحت هر شرایطی پرهیز گردد.

سپاسگزاری

نویسندگان مقاله بر خود لازم می‌دانند که از همه کسانی که در مراحل مختلف این پژوهش، با گروه پژوهش همکاری نموده‌اند، تشکر و سپاسگزاری نمایند.

واژه نامه

1. Credit rating	رتبه بندی اعتباری
2. Credit risk	ریسک اعتباری
3. Enterprise risk management	مدیریت ریسک زمانی
4. Business ethics	اخلاق کسب و کار
5. Legitimacy	مشروعیت
6. Autonomy	استقلال
7. Dignity	عزت نفس
8. Integrity	صداقت
9. Vulnerability	آسیب پذیری
10. Applied ethics	اخلاق کاربردی
11. Bioethics ethics	اخلاق زیستی
12. Medical ethics	اخلاق پزشکی
13. Legal ethics	اخلاق قضایی
14. Engineering ethics	اخلاق مهندسی
15. Media ethics	اخلاق رسانه

References

- Krichene A. (2017). Using a naive Bayesian classifier methodology for loan risk assessment: Evidence from a Tunisian commercial bank. *Journal of Economics. Finance and Administrative Science*; 22(42): 3-24.
- Abramowicz W, Nowak M, Szttykiel J. (2003). Bayesian networks as a decision support tool in credit scoring domain. In: *managing data mining technologies in organizations: techniques and applications*. Pennsylvania: IGI Global.
- Miller P, Power M. (1992). *Accounting, law and economic calculation*. Accounting and the Law. New Jersey: Prentice Hall.
- Blum Richard H. (1984). *Offshore haven banks, trusts, and companies: the business of crime in the Euromarket*. New York: Praeger.

اعتباری و رتبه‌بندی اعتباری بر مبنای مولفه‌های اخلاقی شکل گیرد. هر چند این پژوهش با محدودیت دسترسی به سایر گروه‌های مشتریان غیر جاری یعنی مشتریان معوق و مشکوک‌الوصول مواجه بود، ولی به عنوان تلاشی اولیه می‌تواند نشان دهنده نقش اخلاق در کاهش ریسک اعتباری تلقی شده و این پیشنهاد را برای محققان آتی داشته باشد که بتوانند مولفه‌های اخلاق کسب و کار را در شاخص‌های اعتبارسنجی خود وارد کرده و شاخص مناسبی برای اعتبارسنجی مشتریان ایجاد نمایند که در آن نقش مولفه‌های اخلاقی کسب و کار و فردی دیده شود.

این تحقیق مانند بسیاری از مطالعات انجام شده در حوزه علوم انسانی دارای محدودیت بوده است که از جمله مهمترین محدودیت این پژوهش عدم دسترسی (به دلیل عدم مراجعه به بانک جهت ایفای بموقع تعهدات) به مشتریان اعتباری در سرفصل معوق و مشکوک‌الوصول بوده است که باعث می‌گردد تا نتایج پژوهش در گروه مطالبات غیر جاری محدود به گروه مشتریان اعتباری سررسید گذشته گردد. بر همین اساس به محققان آتی پیشنهاد می‌گردد تا به منظور بررسی عمیق‌تر و تعمیم‌پذیری بیشتر یافته‌های تحقیق، سعی کنند تا داده‌های مربوط به دو گروه مشتریان اعتباری معوق و مشکوک‌الوصول را نیز در گروه مطالبات غیر جاری مورد مطالعه قرار دهند.

نتیجه گیری

نتایج نشان می‌دهد که مولفه‌های اخلاقی توان تعیین وضعیت اعتباری مشتریان حقوقی را داشته و لازم است در مدل‌های ارزیابی ریسک اعتباری از مولفه‌های اخلاقی استفاده شود. توجه به این مولفه‌ها در اعطای اعتبار می‌تواند باعث کاهش ریسک اعتباری شود. بحران‌های مالی و اقتصادی در کشورهای مختلف باعث شده تا توجه به ریسک اعتباری مشتریان در اولویت برنامه‌ها و فعالیت‌های بانکی قرار گیرد. وضعیت اعتباری و ریسک اعتباری از جمله مفاهیمی است که در سال‌های اخیر توجه جدی به آن شده است. در این بین تلاش‌ها برای ایجاد سنجه‌های مناسب به منظور اعتبارسنجی مشتریان نشان دهنده شاخص‌های مختلفی است. در سال‌های اخیر محققان با رویکردی جدید به دنبال بررسی سنجه‌های اخلاقی و ایجاد شاخص‌هایی مبتنی بر مفاهیم اخلاقی به منظور اعتبارسنجی مشتریان بوده‌اند. این بحث یعنی اضافه نمودن متغیرهای اخلاقی در اعتبارسنجی مشتریان هنوز جای کار فراوان داشته و ماهیت ریسک اعتباری باعث می‌گردد تا این تلاش‌ها مخالفان و موافقان مختلفی داشته باشد. برخی از محققان در مباحثی مانند ریسک اعتباری بر متغیرهای مالی و اقتصادی صرف تکیه کرده و اعتقاد دارند که اگر مشتریان توان مناسب مالی و اقتصادی داشته باشند، می‌توانند مطالبات خود را در اسرع وقت تسویه نمایند. برخی دیگر نیز نقش اخلاق را در این میان جدی می‌دانند. نتایج این مقاله نیز نشان می‌دهد که مولفه‌های اخلاقی توان تعیین وضعیت اعتباری مشتریان حقوقی را داشته و لازم است در مدل‌های ارزیابی ریسک اعتباری از مولفه‌های اخلاقی استفاده شود.

- Typology of entrepreneur leaders' commitment to business ethics. *Journal of Entrepreneurship Development*; 11(3): 401-420. (In Persian).
22. Obalola MA. (2008). Perceived role of ethics and social responsibility in the insurance industry: views from a developing country. *Journal of Knowledge Globalization*; 1(2).
23. Johnson G. (2002). *Exploring corporate strategy*. London: Prentice Hall.
24. Collins D. (2010). Designing ethical organizations for spiritual growth and superior performance: An organization systems approach. *Journal of Management, Spirituality and Religion*; 7(2): 95-117.
25. Brown ME, Mitchell MS. (2010). Ethical and unethical leadership: Exploring new avenues for future research. *Business Ethics Quarterly*; 20(4): 583-616.
26. Azar A, Fani AA, Dajkhosh SS. (2013). Modeling business ethics using fuzzy analytic network process. *Ethics in Science & Technology*; 8(3): 1-13. (In Persian).
27. Ferrell OC, Harrison DE, Ferrell L, Hair JF. (2019). Business ethics, corporate social responsibility, and brand attitudes: An exploratory study. *Journal of Business Research*; 95:491-501.
28. Azar A, Ramezani MR, Farrokhi H, Dolatkahi K. (2016). Designing a model for evaluation of business ethics implication. *Ethics in Science and Technology*; 11(1): 63-74. (In Persian).
29. Bessis J. (2002). *Risk management in banking*. New Jersey: John Wiley & Sons.
30. Ghosh A. (2012). *Managing risks in commercial and retail banking*. New Jersey: John Wiley & Sons.
31. Rahman NAA. (2012). The impact of ownership structure, moral hazard and capital regulation on risk taking in Malaysian banks [Ph.D Thesis]. Malaysia: Utara University.
32. Gallati R. (2003). *Risk management and capital adequacy*. New York: McGraw Hill.
33. Fayyaz A. (2006). *Managing risk in financial sector*. MS Umer Eds; 87-97.
34. State Bank of Pakistan. (2003). *Risk management guidelines for commercial banks & dfis*. Available at: <http://www.sbp.org.pk/riskmgm.pdf>. Accessed: 2 Jun 2018.
35. Van Horne James C. (2002). *Financial management & policy*. India: Pearson Education.
36. Angelopoulos P, Mourdoukoutas P. (2001). *Banking risk management in a globalizing economy*. Westport: Greenwood Publishing Group.
37. Evans J, Womersley R, Wong D, Woodbury GA. (2008). Operational risks in banks. *The Australasian Journal of Applied Finance*; (2): 1-8.
38. Colquit J. (2007). *Credit risk management: How to avoid lending disasters and maximize earnings*. New York: McGraw Hill.
39. Ammann M. (2001). *Credit risk valuation: methods, models, and applications*. Springer Science & Business Media.
5. Gephart Jr RP, Van Maanen J, Oberlechner T. (2009). Organizations and risk in late modernity. *Organization Studies*; 30(2-3):141-55.
6. Power M. (2004). *The risk management of everything: Rethinking the politics of uncertainty*. UK: Demos.
7. Power M. (2009). *The risk management of nothing*. Accounting. *Organizations and Society*; 34(6-7):849-55.
8. Arena M, Arnaboldi M, Azzone G. (2010). The organizational dynamics of enterprise risk management. *Accounting, Organizations and Society*; 35(7): 659-675.
9. Pires P, Pereira JP, Martins LF. (2015). The empirical determinants of credit default swap spreads: A quantile regression approach. *European Financial Management*; 21(3): 556-589.
10. Şafaklı OV. (2007). Credit risk assesment for the banking sector of northern Cyprus. *Journal of Yaşar University*; 2(6):615-630.
11. Ruziqa A. (2013). The impact of credit and liquidity risk on bank financial performance: the case of Indonesian Conventional Bank with total asset above 10 trillion Rupiah. *International Journal of Economic Policy in Emerging Economies*; 6(2): 93-106.
12. Chaplinska A. (2012). Evaluation of the borrower's creditworthiness as an important condition for enhancing the effectiveness of lending operations. Paris: SHS Web of Conferences/ EDP Sciences.
13. Mileris R. (2012). Macroeconomic determinants of loan portfolio credit risk in banks. *Engineering Economics*; 23(5): 496-504.
14. Khemakhem S, Boujelbene Y. (2018). Predicting credit risk on the basis of financial and non-financial variables and data mining. *Review of Accounting and Finance*; 17(3): 316-340.
15. Thomas LC, Edelman DB, Crook JN. (2002). *Credit scoring and its applications*. Philadelphia: Society for Industrial and Applied Mathematics.
16. Chua WF. (2007). Accounting, measuring, reporting and strategizing-Re-using verbs: A review essay. *Accounting, Organizations and Society*; 32(4-5): 487-494.
17. Mohammadi T, Johari H. (2018). Evaluating the credit risk models in banks with customer ethical characteristics approach. *Ethics in Science and Technology*; 13(1):1-8. (In Persian).
18. Velasquez MG, Velazquez M. (2002). *Business ethics: Concepts and cases*. New Jersey: Prentice Hall.
19. Rendtorff JD. (2012). *Business ethics, overview, encyclopedia of applied ethics*. Cambridge: Academic Press.
20. Enderle G. (2002). *Business ethics. The Blackwell companion to philosophy*. Translated by: Mohammad Ismail Tavassoli. *Islamic Economic*; 4(14): 155-182. (In Persian).
21. Aghamohammadi M, Mohammadi Elyasi G, Nazari Tavakkoli S, Ahmadpoor Draiani M. (2018).



- brong ahafo region of Ghana. *European Journal of Business and Management*; 5(24): 24-33.
45. Todri A. (2013). The unforeseen ethical issues and respective consequences in lending process: Albanian banking system case. *Mediterranean Journal of Social Sciences*; 4(9): 387.
46. Caldarelli A, Fiondella C, Maffei M, Spanò R, Zagaria C. (2012). Ethics in risk management practices: insights from the Italian mutual credit co-operative banks. *Journal of Co-operative Accounting and Reporting*; 1(1): 5-18.
40. Schroeck G. (2002). Risk management and value creation in financial institutions New Jersey: John Wiley & Sons.
41. Dhakan AAM. (2006). Managing risk in financial sector. Karachi: The Institute of Bankers Pakistan .
42. Karim I, (2006). Managing risk in financial sector. Karachi: The Institute of Bankers Pakistan.
43. Van Greuning H, Brajovic Bratanovic S. (2009). Analyzing banking risk a framework for assessing corporate governance and financial risk. USA: The World Bank.
44. Afriyie HO, Akotey JO, (2013). Credit risk management and profitability of rural banks in the