

XÂY DỰNG BỘ QUY TẮC ĐẠO ĐỨC KINH DOANH TRONG LĨNH VỰC NGÂN HÀNG Ở VIỆT NAM: THỰC TRẠNG VÀ MỘT VÀI KHUYẾN NGHỊ

TS. Bùi Hữu Toàn *

ThS. Viên Thế Giang **

Lịch sử phát triển đã chứng minh, để điều chỉnh hành vi của con người, xã hội đã sử dụng nhiều công cụ khác nhau, song pháp luật và đạo đức là những công cụ quan trọng nhất. Đạo đức nói chung, đạo đức kinh doanh nói riêng thuộc phạm trù nên làm hay không nên làm được dư luận xã hội thừa nhận, do vậy, dư luận xã hội, tập quán kinh doanh, lương tâm, trách nhiệm của từng ngân hàng có thể là cơ sở quan trọng để đánh giá tính không lành mạnh của hành vi cạnh tranh của các ngân hàng. Nó là sự thể hiện của “*sự trừng phạt của lương tri, người ta gọi là trừng phạt bên trong tạo nên sự xấu hổ để gạt bỏ cái xấu, thúc đẩy xã hội vận động tốt đẹp hơn*”. Tuy nhiên, để thức tỉnh “lương tâm, trách nhiệm” của từng ngân hàng thương mại (NHTM) quả thực là rất khó khăn. Vì vậy, để xác lập được nền tảng đạo đức kinh doanh vững chắc trong xã hội, mỗi Hiệp hội ngành nghề và từng doanh nghiệp xây dựng Bộ quy tắc đạo đức phù hợp với đặc thù của ngành nghề và doanh nghiệp mình. Việc xây dựng Bộ quy tắc đạo đức phù hợp với đặc thù kinh doanh ngân hàng đang là bước đi cần thiết đặt nền móng cho việc xây dựng nền tảng đạo đức kinh doanh ngân hàng trong điều kiện hội nhập quốc tế.

1. Tổng quan về nhận thức và thực hành đạo đức kinh doanh ngân hàng ở Việt Nam

1.1. Thực trạng nhận thức và thực hành đạo đức kinh doanh ngân hàng ở Việt Nam

Đạo đức kinh doanh bao gồm những nguyên tắc cơ bản và tiêu chuẩn điều chỉnh hành vi trong thế giới kinh doanh. Tuy nhiên, việc đánh giá một hành vi cụ thể là đúng hay sai, phù hợp với đạo đức kinh doanh hay không sẽ được quyết định bởi nhà đầu tư, nhân viên, khách hàng, các nhóm có quyền lợi liên quan, hệ thống pháp lý cũng như cộng đồng. Do vậy, khi đề cập đến đạo đức kinh doanh liên quan đến nhiều lĩnh vực không chỉ là việc tuân thủ pháp luật mà còn quan tâm đến việc bảo vệ quyền lợi cho những người có liên quan đến hoạt động của doanh nghiệp và quyền lợi của cộng đồng². Đạo đức kinh doanh là sự kết tinh của truyền thống văn hóa, tập quán kinh doanh của một cộng đồng doanh nghiệp cũng như ở tầm quốc gia. Đạo đức kinh doanh thể hiện sự phát triển của nền kinh tế quốc dân, thể hiện trách nhiệm của doanh nghiệp đối với bản thân, khách hàng và toàn xã hội.

NHTM là doanh nghiệp được thành lập để thực hiện một, một số hoặc tất cả các hoạt động ngân hàng. Theo quy định của Luật các Tổ chức tín dụng năm 2010, hoạt động ngân hàng là việc kinh doanh, cung ứng thường xuyên một hoặc một số nghiệp vụ sau đây³: i) Nhận tiền gửi; ii) Cấp tín dụng; iii)

Cung ứng dịch vụ thanh toán qua tài khoản. Trong hoạt động kinh doanh, ngoài việc tuân thủ pháp luật, các NHTM cũng phải tuân thủ các chuẩn mực đạo đức kinh doanh trong hoạt động ngân hàng. Là thị trường mới nổi và đang cố gắng gồng mình đáp ứng những đòi hỏi khắt khe của quá trình hội nhập quốc tế đã làm cho tình trạng vi phạm pháp luật ngày càng tăng với tính chất, mức độ ngày càng nghiêm trọng. Ngoài vi phạm pháp luật, tình trạng vi phạm đạo đức kinh doanh - tức là những hành vi không bị xử lý bởi các quy định pháp luật ngày càng trở nên phổ biến, làm cho niềm tin của công chúng vào hệ thống ngân hàng ngày càng suy giảm, nguy cơ đổ vỡ trong kinh doanh của hệ thống ngân hàng ngày càng trở nên rõ ràng hơn bao giờ hết. Chúng ta có thể đánh giá thực trạng nhận thức và thực hành đạo đức kinh doanh ngân hàng ở Việt Nam trên các khía cạnh sau đây:

Thứ nhất, ở cấp độ quốc gia, vấn đề đạo đức kinh doanh ở Việt Nam vẫn còn là điều mới mẻ cả về lý luận và thực tiễn, trong đó có đạo đức kinh doanh ngân hàng. Khi bàn về có hay không đạo đức kinh doanh của người Việt, Nguyễn Sĩ Dũng (2007) đã nhận định, “Nói có thật không dễ, nhưng nói không cũng thật không dễ”⁴. Theo quan điểm của Dương Trung Quốc (2007), “*Nghề doanh nhân đã bước sang một giai đoạn mới trong lịch sử kinh thương của nước nhà. Chúng ta tuy có đi chậm so với thế giới bởi*

* Ngân hàng Nhà nước Việt Nam

** Đại học Huế



Hoạt động kinh doanh ngân hàng đòi hỏi tuân thủ quy tắc đạo đức kinh doanh ở mức độ cao nhất

những lý do lịch sử nhưng đã đến lúc giới doanh nhân phải trả lời câu hỏi của xã hội: Người Việt đã có đạo kinh doanh chưa? Đây quả là một chủ đề rất hay, rất hữu ích và cũng rất khó!". Trên quan điểm lịch sử, Dương Trung Quốc dẫn lại nhận xét của Lương Văn Can về những yếu kém trong tư chất con người Việt Nam khi bước vào thương trường từ đầu thế kỷ trước: "Người mình không có thương phẩm - Không kiên tâm - Không nghị lực - Không biết trọng nghề - Không có thương học - Kém đường giao thiệp - Không biết tiết kiệm - Khinh hàng nội hoá"⁶. Nói cách khác, ở Việt Nam vấn đề đạo đức kinh doanh, kêu gọi doanh nghiệp thực hiện đạo đức kinh doanh mới chỉ dừng lại ở những đợt tuyên truyền mà chưa có sức lan tỏa để trở thành những hành động thực sự của từng doanh nghiệp trong thực tiễn kinh doanh.

Với tính chất là tổ chức quốc gia tập hợp và đại diện cho cộng đồng doanh nghiệp, người sử dụng lao động và các hiệp hội doanh nghiệp ở Việt Nam nhằm mục đích phát triển, bảo vệ và hỗ trợ các doanh nghiệp, góp phần phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, thúc đẩy các

quan hệ hợp tác kinh tế, thương mại và khoa học - công nghệ giữa Việt Nam với các nước trên cơ sở bình đẳng và cùng có lợi, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) có nhiệm vụ "Tổ chức các hoạt động tuyên truyền, vận động các doanh nghiệp thực hiện nghiêm chỉnh pháp luật, nâng cao trách nhiệm xã hội, đạo đức và văn hóa kinh doanh, xây dựng quan hệ lao động thuận hòa, bảo vệ môi trường và tham gia các hoạt động xã hội khác phù hợp với mục tiêu của Phòng"⁶. Như thế, định hướng xây dựng nền tảng đạo đức kinh doanh được xác định là nhiệm vụ của VCCI, song xem xét hoạt động của Tổ chức này chúng ta chưa thấy có những hướng dẫn, động viên các hội viên của mình xây dựng chuẩn mực đạo đức kinh doanh; Tổ chức này cũng chưa đúng ra "làm chủ" cho việc nhận diện hoặc xây dựng các chuẩn mực đạo đức kinh doanh. Nói khác đi, nhiệm vụ này của VCCI cũng mới chỉ dừng lại ở "khuyến khích và tạo phong trào". Kể từ khi thành lập đến nay, VCCI cũng mới chỉ 5 lần phối hợp với các bộ, ngành tổ chức giải thưởng Trách nhiệm xã hội Doanh nghiệp, nhằm ghi nhận sự đóng góp xuất

sắc của các doanh nghiệp đang hoạt động tại Việt Nam vào sự phát triển kinh tế xã hội của đất nước⁷.

Thứ hai, ở cấp độ ngành Ngân hàng, trước khi chuyển sang hoạt động theo cơ chế thị trường (mô hình ngân hàng hai cấp), vấn đề đạo đức kinh doanh ngân hàng không được đặt ra, nó được đồng nhất với đạo đức công vụ trong quá trình thực hiện nhiệm vụ "cấp phát vốn" của công chức ngân hàng. Sau khi chuyển sang hoạt động theo cơ chế thị trường, hoạt động kinh doanh ngân hàng phải tuân theo quy luật vốn có của kinh tế thị trường, và theo đó, những chuẩn mực đạo đức kinh doanh cũng dần được xã hội yêu cầu và dần định hình trong thực tiễn hoạt động kinh doanh.

Với tính chất là tổ chức đại diện cho các tổ chức tín dụng, Hiệp hội Ngân hàng có tôn chỉ, mục đích, đường hướng hoạt động nhất định nhằm mục đích bảo vệ và định hướng cho thành viên hoạt động đúng pháp luật cũng như những quy tắc do hiệp hội ngành nghề đặt ra. Hiệp hội Ngân hàng có vai trò quan trọng trong việc hình thành những quy tắc ứng xử cho các tổ chức tín dụng thành viên, là tiền đề cho việc hình thành những chuẩn mực ứng xử được cộng đồng doanh nghiệp thành viên tán thành và tuân thủ, những chuẩn mực ứng xử này sẽ là cơ sở cho việc đưa ra những phán quyết khi phát sinh mâu thuẫn giữa các thành viên. Nói cách khác, thông qua tôn chỉ, mục đích, đường hướng hoạt động của mình, Hiệp hội Ngân hàng sẽ hình thành những chuẩn quy tắc ứng xử giữa các thành viên phù hợp với đặc thù của ngành nghề, lĩnh vực kinh doanh, làm tiền đề cho việc phán xử những hành vi vi phạm của các thành viên.

Thứ ba, ở cấp độ từng ngân hàng,



tổ chức tín dụng cho thấy, hầu hết các ngân hàng Việt Nam đã xây dựng các giá trị cốt lõi cũng như lựa chọn khẩu hiệu kinh doanh, thể hiện quan điểm kinh doanh của ngân hàng mình⁸. Đây là tiền đề quan trọng cho việc xác lập nền tảng đạo đức kinh doanh của từng ngân hàng, bởi lẽ, việc xây dựng các giá trị cốt lõi cũng như lựa chọn khẩu hiệu kinh doanh cho phép các NHTM hành động theo những tiêu chuẩn mà họ đưa ra, là cơ sở cho việc định hướng phát triển ở hiện tại và tương lai. Những khẩu hiệu kinh doanh, giá trị cốt lõi mà ngân hàng đang xây dựng đều hướng tới các giá trị nhân văn, vì con người, vì cộng đồng xã hội. Đã có NHTM chú trọng đến công tác cán bộ, hệ thống kiểm soát nội bộ để theo dõi quá trình tác nghiệp của cán bộ tín dụng như ngân hàng Techcombank xây dựng một mô hình quản trị rủi ro theo tiêu chuẩn ngân hàng hiện đại, theo đó, bất kỳ hoạt động nghiệp vụ nào cũng có hai người cùng tiến hành (một thực hiện, một duyệt) theo nguyên tắc “4 mắt”; các bộ phận kiểm soát làm nhiệm vụ kiểm tra chéo phần việc của các bộ phận khác; thêm nữa, định kỳ bộ phận kiểm toán nội bộ kiểm tra hoạt động của tất cả các phòng ban và cuối cùng là nhóm làm việc về rủi ro nhóm họp hàng tháng nhằm thảo luận và đưa ra phương hướng giải quyết các vấn đề rủi ro hoạt động trọng yếu của ngân hàng⁹.

Tuy nhiên, so với những lĩnh vực kinh doanh khác, quá trình tác nghiệp của cán bộ quản lý, nhân viên ngân hàng thường xuyên tiếp xúc với những tài sản có giá trị lớn. Những giá trị tài sản này có mối liên hệ mật thiết với các quyết định của cán bộ ngân hàng, do vậy, trong nhiều trường hợp chỉ cần “tặc lưỡi” hay nhắm mắt cho qua hoặc chỉ là

tiếp tay hoặc bỏ qua những lỗi của khách hàng, cán bộ ngân hàng có thể thu được khoản tiền “thù lao” xứng đáng. Hoạt động kinh doanh ngân hàng đòi hỏi tuân thủ quy tắc đạo đức kinh doanh ở mức độ cao nhất, bởi lẽ, *“Rủi ro đạo đức có thể xảy ra ở bất kỳ lĩnh vực nào, nhưng ngân hàng là ngành thường xuyên tiếp xúc trực tiếp với tiền, tài sản quý nên chúng xuất hiện nhiều và rõ nét hơn. Những bộ phận tiếp xúc với khách hàng, với tiền mặt thường có nguy cơ cao về loại hình rủi ro này”*¹⁰.

Thứ tư, từ thực trạng nhận thức và thực hành đạo đức kinh doanh ngân hàng được phân tích ở trên, chúng tôi rút ra những nhận xét sau đây:

Một là, về phương diện lịch sử, Việt Nam là quốc gia có truyền thống trọng nông ức thương, coi thường nghề kinh doanh, một cách thái quá, người Việt coi hoạt động kinh doanh là không trung thực, gian dối từ quan niệm “mua rẻ, bán đắt” từ đó kinh doanh không trung thực, người kinh doanh trở thành bản tính (gian thương). Với lối suy nghĩ này, những hành vi gian dối trong kinh doanh được nhìn nhận là “tất yếu”, đương nhiên không cần bàn cãi và dường như những thua thiệt và không sòng phẳng trong quan hệ mua bán đối với người tiêu dùng cũng được người tiêu dùng chấp nhận một cách “tự nguyện”, từ đó, theo quan điểm và cách nhìn nhận của chúng tôi, sự im lặng hoặc tiếp tay của người tiêu dùng đối với những gian dối của giới kinh doanh là “bước khởi đầu” cho quá trình xói mòn đạo đức kinh doanh ở Việt Nam. Là quốc gia có nền kinh tế thị trường non trẻ, hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp Việt Nam phần đông mới đang cố gắng “*kinh doanh theo pháp luật*”, các giá trị xã hội, đạo

đức kinh doanh ở Việt Nam dường như vẫn còn khá “xa xỉ” đối với giới doanh nhân. Một bộ phận không nhỏ doanh nghiệp Việt Nam đang tiến hành kinh doanh bất chấp tất cả để tối đa hóa lợi nhuận. Theo chúng tôi, không ít hành vi của giới kinh doanh Việt Nam thời gian qua đã làm xói mòn đáng kể nền tảng đạo đức kinh doanh vốn đã “chông chênh” của người Việt Nam càng làm cho quá trình phát triển kinh tế của Việt Nam thiếu tính bền vững, niềm tin của người tiêu dùng, của xã hội vào trách nhiệm của giới doanh nhân. Vì vậy, xây dựng đạo đức kinh doanh đã được xem là nhiệm vụ khẩn cấp.

Hai là, hệ thống ngân hàng Việt Nam cũng như từng ngân hàng, tổ chức tín dụng đã phải trả giá đắt từ những hành vi vi phạm đạo đức kinh doanh. Tình hình tham nhũng và tội phạm tham nhũng trong lĩnh vực ngân hàng diễn biến hết sức phức tạp và có xu hướng gia tăng cả về số lượng và mức độ nghiêm trọng gây thất thoát nhiều tỷ đồng, ảnh hưởng không nhỏ đến sự phát triển kinh tế - xã hội. Hành vi lợi dụng cơ chế chính sách của ngành ngân hàng nhất là quy định về lãi suất, sơ hở trong khâu quản lý để lợi dụng làm trái, tham ô, lừa đảo chiếm đoạt vốn của ngân hàng¹¹. Một số NHTM cũng đã xảy ra nhiều vụ việc liên quan đến rủi ro tác nghiệp, rủi ro đạo đức biểu hiện ở một số hành vi như: Cán bộ, nhân viên ngân hàng nhận lợi ích vật chất của khách hàng để cấp tín dụng đảo nợ, cho vay dự án nhiều rủi ro; lợi dụng lòng tin khách hàng để vay ké, vay kèm; cố ý gây khó với khách hàng để họ “tự giác” bồi dưỡng; đánh cắp mật mã máy tính của lãnh đạo đơn vị để thực hiện hành vi ký duyệt lệnh chuyển tiền vào tài khoản của mình...¹².

Ba là, đạo đức kinh doanh ngân



hàng ở Việt Nam chưa hình thành một cách rõ nét ở cả cấp độ ngành ngân hàng và cấp độ từng ngân hàng, tổ chức tín dụng. Những khâu hiệu kinh doanh, các giá trị cốt lõi trong ngân hàng dù đã được xây dựng, song thực tế cho thấy, nhiều ngân hàng trong quá trình hoạt động lại không tuân thủ các giá trị cốt lõi trong ngân hàng mình. Đã có khá nhiều vụ tội phạm trong lĩnh vực ngân hàng đã được phát hiện, xử lý thời gian qua cho thấy, nhiều cán bộ ngân hàng bất chấp pháp luật, quy tắc nghề nghiệp đã thực hiện hành vi vi phạm gây thiệt hại lớn cho ngân hàng, suy giảm niềm tin của công chúng vào hệ thống ngân hàng. Nhà quản trị, nhân viên ngân hàng không tuân thủ các quy tắc đạo đức nghề nghiệp, lạm dụng vị trí công tác của mình hoặc gây sức ép đối với khách hàng để trục lợi với nhiều hành vi như cán bộ tín dụng móc nối với bộ phận liên quan lấy phôi trắng lập sổ tiết kiệm khống; tự ý lấy sổ tiết kiệm khách hàng điền thêm số tiền rồi đem thế chấp ở ngân hàng khác, rút tiền đánh chứng khoán, buôn đất; hay nhận hối lộ khách hàng để cấp tín dụng đảo nợ, cho vay dự án nhiều rủi ro; lợi dụng lòng tin khách hàng để vay kè, vay kèm; cố ý gây khó với khách hàng để nhận “bồi dưỡng” hoặc lợi dụng chính sách của Nhà nước để trục lợi...¹³. Do đó, đối với nhân viên ngân hàng, bảo đảm các tiêu chuẩn đạo đức cho người quản trị, nhân viên tác nghiệp ngân hàng chưa được các ngân hàng quan tâm và thường xuyên rà soát.

Bốn là, nhận thức và thực hành trách nhiệm xã hội của NHTM thời gian qua mới chỉ dừng lại ở các hoạt động từ thiện, nhân đạo mà chưa đi vào thực chất; hoạt động ngân hàng của các tổ chức tín dụng mới chỉ dừng lại ở việc tối đa hóa

lợi ích của mình mà chưa quan tâm đến lợi ích của toàn xã hội. Chẳng hạn, thị trường ngân hàng Việt Nam giai đoạn 2008 - 2011 đã diễn ra cuộc đua lãi suất huy động giữa các NHTM đã làm cho việc tiếp cận nguồn vốn của các doanh nghiệp rất khó khăn. Trong giai đoạn này nhiều doanh nghiệp kêu lỗ do không thể tiếp cận được nguồn vốn tín dụng, trong khi đó các ngân hàng công bố lãi suất rất cao. NHNN đã rất khó khăn trong việc kiểm soát tình trạng huy động vượt trần lãi suất huy động vốn của các TCTD và xã hội bắt đầu đặt vấn đề các NHTM có vi phạm đạo đức kinh doanh hay không? Thực tế thị trường cho thấy, nếu như các doanh nghiệp khác loay hoay tìm kiếm nguồn vốn kinh doanh để tránh đứng trước nguy cơ phá sản hoặc thu hẹp quy mô sản xuất kinh doanh thì các TCTD lại “hân hoan” với nguồn lợi nhuận khổng lồ thu được, nó hoàn toàn trái ngược với những lời kêu “lỗ” hoặc quá khó khăn của cộng đồng doanh nghiệp. Để tránh những tranh cãi kéo dài không có hồi kết, hàng loạt diễn giả đăng đàn “biện minh” cho con số lợi nhuận của ngân hàng là hoàn toàn “hợp lý” trong điều kiện nền kinh tế, cộng đồng doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn.

Năm là, sự tồn tại song song của thị trường tín dụng chính thức và thị trường tín dụng phi chính thức, trong đó, thị trường tín dụng đen đã làm cho không ít cán bộ ngân hàng tha hóa, tiếp tay cho sự tồn tại của thị trường này. Thị trường tín dụng “chợ đen”, thị trường tín dụng phi chính thức có thủ tục cho vay đơn giản, thuận tiện, người cho vay và người đi vay có thể “tiền trao, cháo múc” ngay sau khi thỏa thuận xong những nội dung của quan hệ vay mượn. Do đó, thị trường tín dụng “chợ đen”, thị trường tín dụng phi

chính thức đáp ứng ngay lập tức nhu cầu sử dụng vốn của người dân trong nền kinh tế, nên nó thường được ưu tiên lựa chọn hơn so với thị trường tín dụng chính thức. Tuy nhiên, khi tham gia thị trường tín dụng “chợ đen”, thị trường tín dụng phi chính thức, người đi vay sẽ phải trả lãi suất cao hơn và có thể bị “siết nợ” bằng các biện pháp của xã hội đen. Do đó, thị trường tín dụng “chợ đen”, thị trường tín dụng phi chính thức thường đồng nhất với nguyên nhân của những bất ổn, bất công xã hội.

Sáu là, cách thức giải quyết các cán bộ ngân hàng vi phạm pháp luật và đạo đức kinh doanh không triệt để. Một số vụ việc rủi ro tác nghiệp khiến cho các nhà quản trị NHTM phải “ngậm bồ hòn làm ngọt” bằng việc chọn cách “xử lý nội bộ”, không công khai ồn ào nhằm giữ uy tín, thương hiệu của ngân hàng mình. Có những trường hợp, người vi phạm đang nắm giữ chức vụ quản trị, điều hành ngân hàng nên việc phát hiện và xử lý những đối tượng này gặp nhiều khó khăn.

Thực tế đã chứng minh, người quản lý, điều hành doanh nghiệp, dù không muốn, một cách trực tiếp hay gián tiếp đều muốn phản ánh “dấu ấn” của mình trong quá trình lãnh đạo doanh nghiệp. Vì thế, nếu người điều hành doanh nghiệp có lương tâm, trách nhiệm sẽ định hướng, điều khiển doanh nghiệp theo hướng tốt, có lợi cho doanh nghiệp, cho người lao động, cho cộng đồng xã hội và ngược lại, nếu người điều hành hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp không có lương tâm, trách nhiệm, không có đạo đức sẽ dễ dẫn dắt công ty đến những sai lầm, vi phạm pháp luật, vi phạm đạo đức kinh doanh.

Đối với lĩnh vực ngân hàng, hiện cũng đã có một số ngân hàng xác

định tiêu chuẩn của người quản trị, điều hành ngân hàng. Chẳng hạn, phong cách lãnh đạo của Ngân hàng thương mại cổ phần Bưu điện Liên Việt là¹⁴: i) Lấy Đức, lấy Tài, lấy học thức để quản người; ii) Tam Tông: Tông tâm - Tông thực - Tông minh (Hưởng đến cái mới, thực tế và thực tiễn, minh bạch và công khai); iii) Không ngừng nâng cao trình độ qua “Học kỹ - Đọc hiểu - Viết lách”; iv) Học ở trường đời chiếm ¾ kiến thức, học ở thất bại chiếm 60% thắng lợi tương lai; v) Mục tiêu: Tâm nhìn - Cảm hứng - Hiệu quả; vi) Thực hiện 10 chữ vàng: “Lắng nghe - Thấu hiểu - Bàn bạc - Quyết định - Quyết liệt”. Khẳng định một cách hình ảnh hơn “LienVietPostBank là con tàu, Hội đồng Quản trị là ngọn hải đăng, Ban Điều hành là chỉ huy giỏi, cán bộ - nhân viên là thủy thủ tinh nhuệ”¹⁵, cho thấy, vị trí, vai trò quan trọng của người quản lý, điều hành TCTD trong việc xác lập và duy trì đạo đức kinh doanh của toàn hệ thống mạng lưới của TCTD.

1.2. Những khó khăn trong việc xây dựng/xác lập nền tảng đạo đức kinh doanh ngân hàng ở Việt Nam hiện nay

Một là, thị trường ngân hàng Việt Nam mới vận hành theo cơ chế thị trường chưa lâu nên chưa có thời gian đủ dài tích lũy kinh nghiệm để hình thành nên những tập quán, truyền thống, đạo đức kinh doanh, hơn nữa lại đang tập trung tìm kiếm các giải pháp để đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế nên vấn đề đạo đức kinh doanh chưa được quan tâm đúng mức. Về cơ bản có thể nhận thấy, những điểm yếu của các NHTM Việt Nam là:

Thứ nhất, quy mô vốn nhỏ và sau nhiều cố gắng các NHTM đã đáp ứng yêu cầu tối thiểu theo quy định của pháp luật¹⁶.

Thứ hai, vấn đề chính yếu của các NHTM Việt Nam hiện nay là cố gắng chạy cho kịp với sự phát triển của các NHTM nước ngoài, nên đa phần các NHTM Việt Nam đang tập trung nâng cấp dịch vụ và cung ứng sản phẩm dịch vụ ngân hàng mới¹⁷.

Thứ ba, tụt hậu về công nghệ ngân hàng của các tổ chức tín dụng Việt Nam cũng là vấn đề cần quan tâm. Theo kinh nghiệm của các chuyên gia nước ngoài, yếu tố công nghệ có thể giúp giảm 76% chi phí hoạt động của ngân hàng, nhưng để có được nền tảng công nghệ đòi hỏi các ngân hàng phải đầu tư lớn - đây là việc không dễ đối với các NHTM Việt Nam do vốn ít, năng lực tài chính hạn chế. Mặc dù nhận thức rất rõ yếu tố quyết định trong cạnh tranh là công nghệ và ưu tiên đầu tư cho lĩnh vực này, nhưng với tiềm lực hiện có thì công nghệ của các NHTM Việt Nam cũng chỉ ở mức thấp trong khu vực. Theo đánh giá của Ngân hàng Thế giới, chỉ số công nghệ của ngân hàng Việt Nam chỉ đạt -0,47, trong khi đó Thái Lan và Indonesia là 0,07, Malaysia 1,08, và Singapore là 1,95¹⁸. Như vậy, mâu thuẫn trong việc trang bị công nghệ hiện đại với thực trạng quy mô vốn với sức ép phải cung ứng các dịch vụ ngân hàng mới đã đặt các NHTM trong nước trước nhiều thách thức mới, trong đó có thách thức về công nghệ. Công nghệ ngân hàng, đặc biệt là những công nghệ hiện đại, mang tính bảo mật cao, nếu không được các NHTM quan tâm đầu tư thích đáng rất có thể sẽ trở thành nguyên nhân của tình trạng bất ổn, gây rủi ro hệ thống trên thị trường ngân hàng.

Thứ tư, những rủi ro tiềm tàng của hệ thống ngân hàng Việt Nam như nợ xấu, tính thanh khoản, tỷ giá, lãi suất đã dẫn đến tình trạng

mất thanh khoản và tăng chi phí xã hội... vẫn là vấn đề nổi cộm và chưa có giải pháp xử lý triệt để.

Hai là, ý thức pháp luật của đội ngũ cán bộ ngân hàng còn yếu. Năm 2012, NHNN có hẳn một chương trình nhằm nâng cao ý thức pháp luật cho cán bộ ngân hàng¹⁹. Trong điều kiện các NHTM đang cố gắng “kinh doanh theo pháp luật” thì việc kêu gọi các NHTM kinh doanh có đạo đức, có tinh thần trách nhiệm trong chia sẻ khó khăn với cộng đồng doanh nghiệp cũng như cộng đồng xã hội là rất khó khăn. Do vậy, khi nền tảng đạo đức kinh doanh trong hoạt động ngân hàng được xác lập sẽ góp phần từng bước hình thành ý thức trách nhiệm của ngân hàng đối với xã hội được thúc đẩy bởi lương tri của những người kinh doanh - đây là thứ còn rất thiếu trong điều kiện kinh tế Việt Nam.

Ba là, kiểu làm ăn chụp giạt, manh mún, chạy theo phong trào, lợi ích trước mắt và không quan tâm đến lợi ích lâu dài của không ít NHTM nhằm hướng tới hoạt động kinh doanh bền vững. Trong các lĩnh vực kinh doanh khác chúng ta có thể dễ dàng nhận ra nhiều “hội chứng phát triển”, thì trong lĩnh vực ngân hàng cũng gặp những hội chứng phát triển này như các NHTM mở rộng mạng lưới chi nhánh, văn phòng đại diện; đua nhau lập công ty chứng khoán, bảo hiểm, cho thuê tài chính, song hiệu quả hoạt động trong lĩnh vực này của các NHTM không cao dẫn đến đe dọa an toàn hoạt động của các tổ chức này.

Kinh nghiệm cải tổ thị trường ngân hàng các nước cho thấy, việc sàng lọc các NHTM để giữ lại số lượng ngân hàng vừa đủ là biện pháp có hiệu quả để tránh những hậu quả xấu đối với thị trường ngân hàng. Chẳng hạn, Hàn Quốc với

dân số gần 50 triệu người chỉ có chưa đầy 20 ngân hàng (tại thời điểm khủng hoảng kinh tế - tài chính châu Á năm 1997, Hàn Quốc có 33 ngân hàng nhưng sau đó, có 5 ngân hàng buộc phá sản, 10 ngân hàng khác sáp nhập để đến nay, tổng số ngân hàng chỉ còn là 18, trong đó có 13 NHTM và 5 ngân hàng chuyên biệt), Singapore chỉ có 4 ngân hàng nội địa, Thái Lan có khoảng 10 ngân hàng và Trung Quốc chỉ có một ngân hàng cổ phần. Trước thời điểm khủng hoảng tài chính - tiền tệ châu Á 1997, số lượng ngân hàng ở các quốc gia này cũng rất nhiều, nhưng sau đó hàng loạt ngân hàng đã được sáp nhập, hợp nhất, mua lại để tái cơ cấu, tránh đổ vỡ liên hoàn của hệ thống tài chính quốc gia²⁰.

Bốn là, thiếu các thiết chế của đạo đức quản trị ngân hàng. Một trong những đặc điểm của đạo đức kinh doanh ngân hàng là việc thực hành đạo đức kinh doanh ngân hàng của NHTM phụ thuộc vào đạo đức của người quản lý, điều hành của chính NHTM đó. Người quản lý điều hành NHTM chính là lực lượng cụ thể hóa các giá trị cốt lõi của NHTM và đưa nó vào trong thực tiễn thông qua các quyết định quản lý kinh doanh. Điều này có nghĩa là, hành vi đạo đức kinh doanh của NHTM được thực hiện và đánh giá thông qua hành vi của người quản lý điều hành NHTM, là tấm gương phản chiếu giá trị cốt lõi của mỗi NHTM. Song trên thực tế, nhiều NHTM chưa có những quy tắc đạo đức dành cho người quản trị ngân hàng, nhiều vụ vi phạm pháp luật trong hoạt động ngân hàng có sự tiếp tay của người quản trị ngân hàng cho thấy, việc thiếu vắng quy tắc đạo đức của người quản trị ngân hàng sẽ tạo ra nhiều rủi ro đạo đức cho ngân hàng. Các quy định về đạo đức người quản trị

mới chỉ dừng lại ở điều kiện chung được quy định trong Luật các Tổ chức tín dụng²¹.

Năm là, dư luận xã hội, sức mạnh của người tiêu dùng, giá trị của đạo đức kinh doanh trong lĩnh vực ngân hàng chưa được phát huy tác dụng, chưa trở thành công cụ hiệu quả trong việc chống hành vi cạnh tranh không lành mạnh trong lĩnh vực ngân hàng. Điều này được thể hiện ở, người tiêu dùng/khách hàng vẫn còn tâm lý “xin vay” và ngân hàng vẫn còn tư tưởng “cho vay” nên việc ngân hàng áp đặt những điều kiện bất lợi với khách hàng vay vốn vẫn còn phổ biến; các NHTM được “tự do” ấn định các loại phí, trong đó có không ít những thứ “phí vô lý”, song không có biện pháp hay cơ chế nào loại bỏ khiến người đi vay đành chấp nhận nó như một điều kiện bất xâm phạm. Không những thế, tình trạng vi phạm pháp luật, vi phạm đạo đức kinh doanh thông qua việc thông đồng giữa cán bộ tín dụng với người có thẩm quyền quyết định cho vay của NHTM vẫn còn khá phổ biến, tình trạng “lại quả” cho cán bộ tín dụng khi vay được vốn vẫn còn và chưa có biện pháp ngăn chặn...

2. Giải pháp xây dựng bộ quy tắc đạo đức kinh doanh ngân hàng ở Việt Nam hiện nay

2.1. Các cấp độ của Bộ quy tắc đạo đức kinh doanh ngân hàng và mối quan hệ giữa các cấp độ của Bộ quy tắc đạo đức kinh doanh ngân hàng

Nghiên cứu nội dung của các Bộ quy tắc đạo đức kinh doanh trong lĩnh vực ngân hàng cho thấy có hai cấp độ quy định Bộ quy tắc đạo đức kinh doanh cấp ngành thông qua Hiệp hội ngân hàng và cấp độ ở từng ngân hàng. Khi xác định các cấp độ của Bộ quy tắc đạo đức kinh

doanh trong lĩnh vực ngân hàng cần lưu ý đến mối quan hệ giữa Bộ quy tắc đạo đức kinh doanh do Hiệp hội ngân hàng xây dựng và Bộ quy tắc đạo đức kinh doanh do từng ngân hàng xây dựng trên các khía cạnh sau đây:

i) Bộ quy tắc đạo đức kinh doanh của Hiệp hội ngân hàng là sự thể hiện ý chí chung của toàn thể thành viên Hiệp hội hướng tới việc xác lập các chuẩn mực đạo đức chung ở toàn ngành, mang tính định hướng làm cơ sở cho các ngân hàng thành viên cụ thể hóa thành những tiêu chuẩn đạo đức phù hợp với lĩnh vực, phạm vi hoạt động ngân hàng được phép thực hiện.

ii) Bộ quy tắc đạo đức kinh doanh của từng NHTM cần nhấn mạnh đến các giá trị cốt lõi nhằm xác lập sự khác biệt, định hướng giá trị thương hiệu của ngân hàng trên thị trường. Trọng tâm của Bộ quy tắc đạo đức kinh doanh của các NHTM nhấn mạnh đến mối quan hệ giữa người quản trị, điều hành với cổ đông; giữa ngân hàng, nhân viên ngân hàng với khách hàng, đối tác được thể hiện qua chất lượng dịch vụ, cam kết trách nhiệm, mức độ minh cán, trung thực trong hoạt động tác nghiệp. Thực chất của Bộ quy tắc đạo đức kinh doanh của các NHTM là xác định quan hệ đạo đức bên trong và quan hệ đạo đức bên ngoài của ngân hàng.

Thông thường, Bộ quy tắc đạo đức ngân hàng thường giải quyết mối quan hệ nội bộ (quan hệ bên trong) và quan hệ bên ngoài. Đạo đức nội bộ có liên quan đến hạnh phúc của nhân viên và sự hài lòng của khách hàng như tiền lương, hiệu quả hoạt động của công đoàn, bình đẳng giới và việc sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường, giảm thiểu chi phí. Đạo đức bên ngoài liên quan đến các sản phẩm mà ngân hàng cung ứng, nó có mối

liên hệ chặt chẽ với mạng lưới hoạt động của ngân hàng. Nói chung, các ngân hàng không muốn mở rộng phạm vi của chính sách đạo đức bên ngoài. Đạo đức bên ngoài có thể được xem là quan trọng hơn đạo đức nội bộ bởi khả năng gây thiệt hại của đạo đức nội bộ đối với xã hội là rất ít trong khi nhiều công ty quỹ ngân hàng có khả năng gây thiệt hại trên diện rộng²².

Từ những phân tích trên cho thấy, một Bộ Quy tắc đạo đức kinh doanh tốt cần phải giải quyết hoặc bao hàm cả quan hệ đạo đức bên trong và đạo đức bên ngoài ngân hàng. Bởi lẽ, mục tiêu của Bộ Quy tắc đạo đức kinh doanh chính là việc tìm kiếm những giá trị đích thực, trọng yếu, cốt lõi của hoạt động kinh doanh và giá trị của ngân hàng. Thực tiễn kinh doanh của các NHTM cho thấy, NHTM không chỉ là các quan hệ nội bộ mà còn cả quan hệ với bên ngoài, trong đó, kiểm soát có hiệu quả hành vi vi phạm đạo đức nghề nghiệp/đạo đức trong quá trình tác nghiệp của nhân viên ngân hàng đòi hỏi ngân hàng phải gây dựng được đội ngũ cán bộ có trình độ chuyên môn cao, có tinh thần trách nhiệm - một giá trị cao hơn trách nhiệm pháp lý, có như vậy ngân hàng mới đủ sức ngăn chặn sức công phá của sự tha hóa bởi lòng tham của cán bộ khi tác nghiệp.

2.2. Những nội dung chủ yếu Bộ quy tắc đạo đức kinh doanh ngân hàng

Nhận diện và xác định những nội dung cơ bản của Bộ quy tắc đạo đức kinh doanh ngân hàng là vấn đề trọng tâm thu hút được sự quan tâm không chỉ của Hiệp hội ngân hàng, người quản trị mà còn cả khách hàng và đối tác, song hiện chưa có quan điểm thống nhất về vấn đề này. Sở dĩ có sự khác nhau trong nội dung của Bộ quy tắc đạo

đức kinh doanh ngân hàng là do mỗi ngân hàng có những mục tiêu, định hướng phát triển riêng, nghĩa là trong hoạt động kinh doanh, các ngân hàng đặt trọng tâm vào việc tìm kiếm sự khác biệt và xây dựng các giá trị cốt lõi. Nói cách khác, thực chất của việc xác định nội dung Bộ quy tắc đạo đức kinh doanh ngân hàng chính là giải quyết hài hòa mục tiêu lợi nhuận trong kinh doanh của ngân hàng với sứ mạng phục vụ xã hội và thăng tiến các giá trị xã hội của hoạt động kinh doanh ngân hàng.

Theo Ngô Thái Phương (2011, tr.14-17, Tạp chí Thị trường Tài chính tiền tệ số 18), quy tắc đạo đức kinh doanh ngân hàng cần bao gồm và đề cập đến sáu nội dung, giá trị đạo đức cơ bản sau: i) tính trung thực; ii) tính công bằng; iii) tính tin cậy; iv) đúng pháp luật; v) tính minh bạch; và vi) trách nhiệm xã hội²³. Bộ đạo đức kinh doanh của Bank of America - một trong những NHTM hàng đầu của Mỹ được sửa đổi và ban hành ngày 1/03/2011 được coi là điển hình và bao gồm các nội dung: (1) Hoạt động quản lý điều hành; (2) Các trường hợp mâu thuẫn lợi ích; (3) Bảo mật và an toàn thông tin; (4) Tài sản của ngân hàng; (5) Nghĩa vụ tài chính; (6) Tuân thủ pháp luật; (7) Những hạn chế về giao dịch kinh doanh chứng khoán và giao dịch nội bộ; (8) Trách nhiệm xã hội²⁴.

Bên cạnh những nội dung trên, Bộ quy tắc đạo đức này còn xác định năm giá trị cốt lõi của ngân hàng bao gồm: 1. Làm đúng: ngân hàng có trách nhiệm làm đúng cho khách hàng, cổ đông và cộng đồng; 2. Tin tưởng và làm việc theo nhóm: Ngân hàng chịu trách nhiệm tập thể cho sự hài lòng của khách hàng và vì sự thành công của ngân hàng; 3. Chế độ đãi ngộ nhân tài: Ngân hàng luôn chú trọng phát

triển nhân tài, đánh giá cao giá trị khác biệt của từng thành viên và tập trung vào kết quả phấn đấu để giúp tất cả các thành viên phát huy hết tiềm năng của họ; 4. Mục tiêu chiến thắng: Ngân hàng luôn có một niềm đam mê cho kết quả đạt được và giành chiến thắng cho khách hàng của ngân hàng, các cổ đông của ngân hàng và cộng đồng của ngân hàng; 5. Thực hiện quyết định đúng đắn: Ngân hàng sẽ luôn là nhà lãnh đạo, quyết định đúng đắn ở mọi cấp độ, mở rộng tầm nhìn và thực hiện hành động để giúp xây dựng một tương lai tốt hơn²⁵.

Tại Thổ Nhĩ Kỳ, cơ sở cho các quy định về đạo đức kinh doanh đoạn thứ hai của Điều 75, điểm (c) và (e) của Điều 80, và đoạn thứ ba của Điều 81 của Luật Ngân hàng số 5411 được Hiệp hội Ngân hàng của Thổ Nhĩ Kỳ xây dựng áp dụng cho các thành viên của Hiệp hội này²⁶. Mục tiêu của Bộ quy tắc đạo đức kinh doanh ngân hàng là để bảo đảm an toàn hoạt động ngân hàng và hệ thống các tổ chức tín dụng; bảo đảm duy trì chức năng dẫn chuyển vốn cho nền kinh tế và bảo vệ quyền, lợi ích của người gửi tiền, duy trì niềm tin và sự ổn định trong thị trường tài chính, và các yêu cầu của phát triển kinh tế của nước.

Bộ Quy tắc đạo đức kinh doanh ngân hàng của Hiệp hội ngân hàng Thổ Nhĩ Kỳ quy định những nguyên tắc cơ bản sau đây²⁷:

1. Nguyên tắc trung thực;
2. Nguyên tắc vô tư;
3. Nguyên tắc bảo đảm độ tin cậy;
4. Nguyên tắc minh bạch;
5. Nguyên tắc tuân theo lợi ích xã hội và bảo vệ môi trường;
6. Nguyên tắc chống tội phạm rửa;
7. Nguyên tắc chống giao dịch nội gián.

Bên cạnh các nguyên tắc của đạo đức kinh doanh, Bộ Quy tắc



đạo đức kinh doanh ngân hàng của Hiệp hội ngân hàng Thổ Nhĩ Kỳ điều chỉnh những quan hệ sau đây: *Thứ nhất*, quan hệ giữa ngân hàng với các cơ quan nhà nước có thẩm quyền²⁸; *Thứ hai*, trong mối quan hệ với các ngân hàng khác trên cơ sở các nguyên tắc về trao đổi thông tin, cạnh tranh về nhân sự và bảo đảm quyền tự do lao động, hợp đồng, hoạt động thông tin và quảng cáo yêu cầu các ngân hàng phải trung thực về thông tin trong các hoạt động công khai²⁹; *Thứ ba*, trong quan hệ của ngân hàng với khách hàng của họ, trong đó nhấn mạnh tới nghĩa vụ cung cấp thông tin, bảo mật thông tin khách hàng...³⁰; *Thứ tư*, mối quan hệ của ngân hàng với nhân viên được xác định trong hai mối quan hệ: quan hệ giữa ngân hàng với nhân viên và giữa nhân viên ngân hàng với khách hàng³¹.

Đối với ngân hàng Standard, các giá trị mà ngân hàng hướng tới là³²: 1. Dịch vụ cho khách hàng; 2. Thăng tiến giá trị con người; 3. Tối đa hóa lợi ích của cổ đông; 4. Năng động; 5. Làm việc nhóm; 6. Tôn trọng nhau; 7. Duy trì mức toàn vẹn cao nhất; 8. Luôn bảo vệ việc chống lại sự kiêu ngạo.

Từ nội dung Bộ quy tắc đạo đức kinh doanh ngân hàng được khảo sát ở trên, chúng tôi cho rằng, Bộ quy tắc đạo đức kinh doanh ngân hàng phải bao hàm những nội dung sau đây:

Thứ nhất, về hình thức thể hiện của Bộ quy tắc đạo đức kinh doanh ngân hàng là một văn kiện viết, ấn định những giá trị, chuẩn mực, cơ sở mà ngân hàng muốn áp dụng cả ở bên trong lẫn bên ngoài ngân hàng, có khả năng khuyến khích hoặc mang tính cưỡng chế đối với các ngân hàng trên thị trường³³. Khi được ban hành, bộ quy tắc đạo đức ngành ngân hàng là công

cụ điều tiết giữa các ngân hàng, người lao động và các bên tham gia, nó trở thành công cụ hữu hiệu để kiểm soát, chống lại các hành vi phi đạo đức trong kinh doanh. Kinh nghiệm của các nước đã chỉ rõ, việc pháp điển hóa/luật hóa các quy tắc đạo đức trong doanh nghiệp có ý nghĩa quan trọng nhằm xây dựng hệ thống doanh nghiệp có đạo đức. Do vậy, Hiệp hội Ngân hàng giữ vai trò đầu mối trong việc xây dựng, ban hành bộ quy tắc này và những chuẩn mực được quy định trong Bộ quy tắc này là tiêu chí “chấm điểm”, đánh giá, phân loại NHTM trong hoạt động.

Thứ hai, nội dung Bộ quy tắc đạo đức kinh doanh ngân hàng do Hiệp hội Ngân hàng xây dựng trên cơ sở ý kiến thảo luận của các thành viên. Các nội dung chính yếu của Bộ quy tắc đạo đức kinh doanh ngân hàng do Hiệp hội Ngân hàng xây dựng bao gồm:

- Sứ mạng của hoạt động ngân hàng là bảo đảm cho hoạt động luân chuyển nguồn vốn trong nền kinh tế được thuận lợi, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội.

- Các ngân hàng, tổ chức tín dụng thành viên phải coi trọng lợi ích chung của toàn hệ thống; tôn trọng lợi ích của nhau, cạnh tranh lành mạnh.

- Phục vụ và cung cấp cho khách hàng những dịch vụ ngân hàng tốt nhất là nhiệm vụ trung tâm của các thành viên. Giá trị chất lượng dịch vụ ngân hàng là một trong những tiêu chí xác định mức độ phát triển và giá trị của ngân hàng trong toàn hệ thống.

- Các nhà quản trị ngân hàng phải tôn trọng lợi ích toàn hệ thống, không vì quá chạy theo lợi ích cục bộ của ngân hàng mình mà làm ảnh hưởng đến lợi ích của các thành viên và các ngân hàng, tổ chức tín dụng khác trên thị trường.

- Nhân viên ngân hàng phải tận tâm và trung thành với ngân hàng. Trong mối quan hệ với khách hàng, cán bộ ngân hàng không vì lợi ích cá nhân mà vi phạm quy định về tác nghiệp đã được quy định.

Thứ ba, về nội dung Bộ quy tắc đạo đức của từng ngân hàng, tổ chức tín dụng. Các NHTM Việt Nam hiện tại đã có khá nhiều khẩu hiệu kinh doanh thể hiện giá trị cốt lõi của ngân hàng mình trong mối quan hệ với xã hội, khách hàng và đối thủ cạnh tranh. Vấn đề trọng tâm trong việc xây dựng nội dung Bộ quy tắc đạo đức của từng ngân hàng, tổ chức tín dụng chính là cụ thể hóa khẩu hiệu kinh doanh của từng ngân hàng thành những chuẩn mực đạo đức cụ thể trong mối quan hệ giữa ngân hàng, tổ chức tín dụng với cổ đông, người lao động, khách hàng, đối tác kinh doanh, đối thủ cạnh tranh và các vấn đề xã hội khác. Cụ thể là:

Một là, trách nhiệm của Ban lãnh đạo ngân hàng trong việc tạo lập, duy trì, bảo vệ đạo đức kinh doanh của ngân hàng mình thể hiện ở:

- Ban lãnh đạo phải là người đi đầu, gương mẫu chấp hành quy tắc đạo đức kinh doanh, nhất là giữ gìn phẩm chất đạo đức của người quản trị, tuân thủ quy tắc quản trị ngân hàng và tuyệt đối trung thành với lợi ích của ngân hàng.

- Công khai các lợi ích liên quan đến ngân hàng, nhất là những quan hệ có thể bị lạm dụng do vị trí lãnh đạo ngân hàng như công khai tỷ lệ sở hữu cổ phần, mối quan hệ với những người liên quan trong quá trình quản lý ngân hàng, tuân thủ chế độ cấp tín dụng...

- Kiểm tra, theo dõi, giám sát nhân viên trong quá trình tác nghiệp, kịp thời nhắc nhở nhân viên khi có biểu hiện vi phạm đạo đức kinh doanh ngân hàng.

- Hạn chế can thiệp trực tiếp vào

quá trình tác nghiệp của nhân viên bằng các hành vi lạm dụng quyền lực của người quản trị.

- Khách quan, công bằng, sáng suốt trong việc giải quyết xung đột lợi ích trong ngân hàng.

Hai là, giáo dục đạo đức tác nghiệp cho nhân viên là nhiệm vụ được tiến hành thường xuyên, không chỉ đối với nhân viên mới tuyển dụng mà còn cả với những nhân viên đã gắn bó lâu dài với ngân hàng.

Ba là, duy trì và không ngừng làm gia tăng giá trị của ngân hàng là trách nhiệm không những của người quản trị, người điều hành mà còn là trách nhiệm của từng nhân viên ngân hàng. Lợi ích của ngân hàng và lợi ích của nhân viên ngân hàng là thống nhất, không mâu thuẫn.

Bốn là, phục vụ khách hàng là nhiệm vụ trung tâm của toàn thể lãnh đạo và nhân viên ngân hàng. Bảo đảm lợi ích của khách hàng chính là bảo đảm lợi ích của ngân hàng, giá trị của ngân hàng được thể hiện ở sự hài lòng và tiếp tục sử dụng dịch vụ ngân hàng.

Năm là, tham gia cùng với Chính phủ, các tổ chức xã hội thực hiện các hoạt động nhân đạo, từ thiện, các hoạt động xã hội là việc làm thường xuyên. ■

1. Vũ Trọng Dung (2011), Mối quan hệ giữa đạo đức và pháp luật trong việc điều chỉnh hành vi của con người, *Thông tin Khoa học xã hội* số 8 năm 2011, tr.14.

2. Nguyễn Hoàng Anh, Đạo đức kinh doanh tại Việt Nam thực tại và giải pháp, www.hids.hochiminhcity.gov.vn/Hoithao/VNHOC/TB5/anh.pdf

3. Khoản 12 Điều 4 Luật các Tổ chức tín dụng

4. Bàn về đạo đức kinh doanh của người Việt: Thà muốn còn hơn không!, <http://vietbao.vn/Kinh-te/Ban-ve-dao-de-kinh-doanh-cua-nguoi-Viet-Tha-muon-con-hon-khong/45248580/87/>, Chủ nhật, 29 Tháng bảy 2007.

5. Bàn về đạo đức kinh doanh của người Việt: Thà muốn còn hơn không!, <http://vietbao.vn/Kinh-te/Ban-ve-dao-de-kinh-doanh-cua-nguoi-Viet-Tha-muon-con-hon-khong/45248580/87/>, Chủ nhật, 29 Tháng bảy 2007.

6. Khoản 5 Điều 6 Điều lệ của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam ban hành kèm theo Số 123/2003/QĐ-TTg, ngày 12 tháng 6 năm 2003 của Thủ tướng Chính phủ Về việc phê chuẩn Điều lệ

Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam

7. Trao giải thưởng trách nhiệm xã hội doanh nghiệp năm 2012, <http://vov.vn/Kinh-te/Trao-giai-thuong-Trach-nhiem-xa-hoi-Doanh-nghiep-nam-2012/253847.vov>, truy cập ngày 30/03/2012.

8. Một số khẩu hiệu kinh doanh của ngân hàng thương mại Việt Nam như:

- "Gắn xã hội trong kinh doanh" phương châm là hoạt động mang tính lâu dài của LienVietPostBank... cam kết gắn các hoạt động với các giá trị đạo đức và luân lý cao nhất;

- Phát triển bền vững là một trong những chiến lược kinh doanh chủ chốt của Ngân hàng trách nhiệm hữu hạn một thành viên HSBC (Việt Nam) từ cấp lãnh đạo cao nhất đến sự tham gia của tất cả nhân viên trong Ngân hàng. Sự phát triển bền vững với Ngân hàng HSBC bao hàm tính trách nhiệm, sự nhạy cảm trong phương thức quản lý kinh doanh theo chiến lược lâu dài mà trong đó lợi ích về người, xã hội và môi trường được đặt lên hàng đầu;

- Sự mang của Ngân hàng thương mại cổ phần Đông Á là bằng trách nhiệm, niềm đam mê và trí tuệ, chúng ta cùng nhau kiến tạo nên những điều kiện hợp tác hấp dẫn khách hàng, đối tác, cổ đông, cộng sự và cộng đồng. Giá trị cốt lõi của Ngân hàng chính là Niềm tin - Trách nhiệm - Đoàn kết - Nhân văn - Tuân Thủ - Nghiêm Chính - Đồng hành - Sáng tạo;

- Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam khẳng định bản sắc văn hóa của Ngân hàng này là "Trung thực, Kỷ cương, Sáng tạo, Chất lượng, Hiệu quả" với các đặc trưng: Gắn kết, Thân thiện, Nghĩa tình, Địa phương, Tam nông. Bản sắc văn hóa Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam được xây dựng dựa trên cơ sở: i) Đúng pháp luật Việt Nam và công ước quốc tế, kế thừa và phát huy truyền thống văn hóa Việt Nam đậm đà bản sắc dân tộc, hội nhập với các nền Văn hóa Doanh nghiệp tiên tiến trong khu vực và quốc tế theo đúng chủ trương, định hướng chỉ đạo của Nhà nước, Ngân hàng Nhà nước và Agribank; ii) Có tính thống nhất, khoa học, tính kế thừa, tính thực tiễn và tính phát triển, phù hợp với nhịp độ của Agribank; Có chương trình, phương án cụ thể triển khai thực hiện Văn hóa Doanh nghiệp xác định rõ mục đích, yêu cầu, kế hoạch, giải pháp thực hiện đảm bảo thiết thực, chất lượng, tiết kiệm, hiệu quả; iii) Thường xuyên tổ chức kiểm tra, giám sát, sơ kết, tổng kết đánh giá, bình xét thi đua khen thưởng về việc xây dựng Văn hóa Doanh nghiệp...

9. Ngân hàng chống rửa ro đạo đức, <http://fnews.vn/tai-chinh-ngan-hang/viet-nam/ngan-hang-chong-rui-ro-dao-duc.fns>, truy cập Thứ Năm, ngày 01/09/2011.

10. Ngân hàng chống rửa ro đạo đức, <http://fnews.vn/tai-chinh-ngan-hang/viet-nam/ngan-hang-chong-rui-ro-dao-duc.fns>, truy cập Thứ Năm, ngày 01/09/2011.

11. Nguyễn Ngọc Bình (2013), Tham nhũng trong lĩnh vực ngân hàng: Một thực trạng báo động hiện nay, <http://noichinh.vn/ho-so-tu-lieu/201309/tham-nhung-trong-linh-vuc-ngan-hang-mot-thuc-trang-bao-dong-hien-nay-292469/>, truy cập thứ Năm, ngày 26/09/2013

12. Nguyễn Hoà, Ngân hàng chống rửa ro đạo đức, <http://vneconomy.vn/20110901061936201POC6/ngan-hang-chong-rui-ro-dao-duc.htm>, truy cập thứ Năm, 01/9/2011.

13. Nguyễn Hoà, Ngân hàng chống rửa ro đạo đức, <http://vneconomy.vn/20110901061936201POC6/ngan-hang-chong-rui-ro-dao-duc.htm>, Thứ 5, 01/9/2011 21:16 (GMT +7)

14. Đại cương Văn hóa LienVietPostBank, <http://www.lienvietpostbank.com.vn/gioi-thieu/van-hoa-lien-viet/content/dai-cuong-van-hoa-lienvietbank>

15. Đại cương Văn hóa LienVietPostBank, <http://www.lienvietpostbank.com.vn/gioi-thieu/van-hoa-lien-viet/content/dai-cuong-van-hoa-lienvietbank>

www.lienvietpostbank.com.vn/gioi-thieu/van-hoa-lien-viet/content/dai-cuong-van-hoa-lienvietbank

16. Xem thêm:

- Võ Thị Mỹ Hương, Viên Thế Giang (2011), Bàn thêm về quyết định gia hạn tăng vốn pháp định của các tổ chức tín dụng Việt Nam, *Tạp chí Ngân hàng* số 14/2011.

- Viên Thế Giang, Võ Thị Mỹ Hương (2012), Hệ quả từ quyết định gia hạn tăng vốn pháp định của các tổ chức tín dụng, *Tạp chí Nghiên cứu Lập pháp* số 8/2012.

17. Trịnh Thanh Huyền (2008), Ngân hàng nội trước sức ép hội nhập, *Tạp chí Tài chính* số 10/2008, tr 43-46.

18. Nguyễn Thị Mùi, Hệ thống ngân hàng Việt Nam hướng tới sự phát triển bền vững, *Tạp chí Tài chính* tháng 10/2008, tr 38-42.

19. Xem cụ thể tại Quyết định số 340/QĐ-NHNN ngày 24/2/2012 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước ban hành kế hoạch theo dõi tình hình thi hành pháp luật năm 2012.

20. Bộ Công thương, Cục Quản lý cạnh tranh, Báo cáo tập trung kinh tế tại Việt Nam: hiện trạng và dự báo, Hà Nội tháng 1 năm 2009, tr 70 - 71.

21. Xem Điều 50 Luật các Tổ chức tín dụng năm 2010.

22. http://en.wikipedia.org/wiki/Ethical_banking

23. Ngô Thái Phụng (2011), Đạo đức kinh doanh trong lĩnh vực ngân hàng, *Tạp chí Thị trường tài chính* tiền tệ số 18 (339) ngày 15 tháng 09 năm 2011, tr. 14 - 17.

24. Ngô Thái Phụng (2011), Đạo đức kinh doanh trong lĩnh vực ngân hàng, *Tạp chí Thị trường tài chính* tiền tệ số 18 (339) ngày 15 tháng 09 năm 2011, tr. 16.

25. Kiên Dũng, Cùng suy ngẫm về bộ Quy tắc đạo đức của Bank of America, <http://lc.vietinbank.vn/sites/home/research/2011/11110201.html>

26. The Banks Association of Turkey, Code of Bank ethics, Approved with the Banking Regulation and Supervision Board's decision dated 15/06/2006, no. 1904, Article 2.

27. The Banks Association of Turkey, Code of Bank ethics, Approved with the Banking Regulation and Supervision Board's decision dated 15/06/2006, no. 1904, Article 3.

28. The Banks Association of Turkey, Code of Bank ethics, Approved with the Banking Regulation and Supervision Board's decision dated 15/06/2006, no. 1904, Article 4.

29. The Banks Association of Turkey, Code of Bank ethics, Approved with the Banking Regulation and Supervision Board's decision dated 15/06/2006, no. 1904, Article 5,6,7,8.

30. The Banks Association of Turkey, Code of Bank ethics, Approved with the Banking Regulation and Supervision Board's decision dated 15/06/2006, no. 1904, Article 9,10,11,12,13.

31. The Banks Association of Turkey, Code of Bank ethics, Approved with the Banking Regulation and Supervision Board's decision dated 15/06/2006, no. 1904, Article 14,15,16,17,18.

32. StandardBankGroup, Code of ethics, October, 2011, <http://www.standardbank.com/resources/downloads/FinalCodeofEthicsOctober2011.pdf>

33. Nội dung này chúng tôi lấy ý tưởng từ Jérôme Ballet, Francoise De Bry, Doanh nghiệp và đạo đức, Nxb Thế giới, Hà Nội 2005 (Dương Nguyên Thuận và Đinh Thùy Anh dịch), tr. 439