

Trách nhiệm xã hội của ngân hàng: Kinh nghiệm quốc tế và thực tiễn Việt Nam

TRẦN THỊ HOÀNG YẾN*

Bài viết này tổng quan các nghiên cứu trên thế giới về trách nhiệm xã hội (TNXH) của ngân hàng và thực tiễn về trách nhiệm xã hội tại các ngân hàng thương mại (NHTM) Việt Nam. Tác giả đã thực hiện điều tra khảo sát gồm 150 bảng hỏi đối với lãnh đạo các NHTM Việt Nam để tìm hiểu, đánh giá về thực tiễn trách nhiệm xã hội tại các NHTM Việt Nam. Kết quả cho thấy: i) các ngân hàng đều nhận thức được về lợi ích của ngân hàng khi thực hiện trách nhiệm xã hội; ii) mục tiêu chủ yếu thực hiện TNXH của Ngân hàng là nâng cao thương hiệu, hình ảnh và danh tiếng trong xã hội; iii) các ngân hàng có ý thức tự nguyện thực hiện trách nhiệm xã hội, nhưng do cách hiểu về TNXH, hoạt động này mới chỉ giới hạn ở trách nhiệm tài trợ từ thiện cho các hoạt động xã hội và cộng đồng mà chưa xem xét đến các yếu tố như quản trị công ty, sản phẩm xanh (tín dụng xanh, giảm khí thải, năng lượng xanh...); iv) hầu hết các NHTM Việt Nam chưa xây dựng chiến lược về thực hiện TNXH. Tác giả cũng đề xuất mô hình xây dựng ngân hàng TNXH, trên cơ sở kinh nghiệm quốc tế, phù hợp với Việt Nam, nhằm phát triển kinh tế xanh và bền vững.

Từ khóa: Trách nhiệm xã hội, ngân hàng thương mại Việt Nam, tín dụng xanh.

1. Mở đầu

Trong những năm gần đây, khái niệm TNXH của doanh nghiệp đang được phổ biến ngày một rộng rãi trên toàn thế giới và ở mọi lĩnh vực, trong đó có ngành ngân hàng. Điều này có nguyên nhân từ sự phát triển mạnh mẽ của quá trình toàn cầu hóa và sự phát triển xã hội đã và đang thu hút tất cả các doanh nghiệp dù là lớn hay nhỏ, trong nước và quốc tế xem xét lại trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp mình bằng cách nâng cao hiệu quả tác động tích

cực đối với môi trường và xã hội (Qi Lai, 2006). Thêm vào đó, do những tác động tiêu cực của cuộc Khủng hoảng tài chính toàn cầu và sự cạnh tranh mạnh mẽ trên thị trường tài chính, thì lĩnh vực ngân hàng, một trong những lĩnh vực dễ bị tổn thương nhất, đóng một vai trò then chốt trong việc tạo điều kiện phát triển kinh tế trong nước và giúp hoàn thiện TNXH (Namrata Singh et al., 2013).

TNXH khác biệt theo từng vị trí địa lý, ngành công nghiệp và thời gian. Mặc dù thiếu một khái niệm đồng nhất về TNXH giữa các học giả và những người trong ngành (Abagial

*Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội

McWilliams et al., 2003), nhưng rõ ràng là TNXH có thể mang lại rất nhiều lợi ích cho ngành ngân hàng, mà quan trọng nhất là giúp nâng cao uy tín và hoạt động tài chính của các ngân hàng, bởi đối với ngành ngân hàng, chữ tín luôn được coi là yếu tố quyết định để giữ chân những khách hàng cũ và thu hút những khách hàng mới, dẫn tới nâng cao vị thế tài chính của ngân hàng. Bên cạnh đó, nếu tập trung vào TNXH, một ngân hàng có thể đạt được rất nhiều ích lợi như quản trị rủi ro tốt hơn, nâng cao sự cam kết của nhân viên, cũng như uy tín của ngân hàng được tăng lên. Như vậy có thể thấy rằng nếu ngân hàng muốn tối đa hóa lợi nhuận thì cần hiểu rằng, điều này có đạt được hay không sẽ do chính các khách hàng của họ quyết định.

TNXH trong ngành ngân hàng đã và đang trở thành một đòi hỏi của toàn thế giới không chỉ riêng đối với ngành ngân hàng tại Việt Nam. Ngày nay, bằng cách nhận dạng TNXH, các ngân hàng trên toàn thế giới đều tán thành các sáng kiến về chương trình giáo dục, văn hóa, môi trường, cũng như y tế. Thêm vào đó, họ cũng triển khai các hoạt động tài trợ hướng tới các nhóm dễ bị tổn thương và các tổ chức từ thiện phi lợi nhuận (Persefoni Polychronidou et al., 2013). Trên thực tế, đã có nhiều cuộc nghiên cứu để tìm hiểu thực trạng TNXH của các ngân hàng trên thế giới. Tuy nhiên, các vấn đề liên quan tới nhận thức về thực hiện TNXH, các rào cản thực hiện TNXH, các mô hình TNXH trong ngân hàng và các yếu tố thành công trong thực hiện TNXH trong lĩnh vực ngân hàng lại chưa được đưa ra cụ thể trong các nghiên cứu này. Do vậy cần thiết phải có thêm những nghiên cứu về các vấn đề quan trọng trên.

Bài viết này được cấu trúc gồm 4 phần gồm phần mở đầu, phần tổng quan nghiên cứu về TNXH, phần 3 tập trung phân tích kết quả điều tra khảo sát về thực tiễn thực hiện TNXH trong các NHTM Việt Nam, và phần cuối cùng – kết

luận và một số khuyến nghị nhằm thúc đẩy và khuyến khích các NHTM thực hiện trách nhiệm xã hội.

2. Tổng quan nghiên cứu về trách nhiệm xã hội trong ngân hàng

2.1. Định nghĩa trách nhiệm xã hội

Rất nhiều nhà nghiên cứu, chính phủ, các tổ chức quốc tế và thậm chí cả các hội doanh nghiệp cũng đã đề cập tới các vấn đề TNXH kể từ những năm 1950. Tuy nhiên, một định nghĩa rõ ràng và khách quan về TNXH vẫn chưa có sự thống nhất và cho tới nay đã có tới 37 định nghĩa về TNXH (Alexander Dahlsrud, 2006). Đó là bởi khái niệm này, bản thân nó vốn là một thuật ngữ không rõ ràng và rắc rối với nhiều tầng ý nghĩa, và mỗi tác giả đến từ một quốc gia khác nhau lại có những quan điểm khác nhau về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (Matten and Moon, 2005; Gokce Akdemir Omur et al., 2012). Những quan điểm và luận giải khác nhau về khái niệm này có thể phân làm 2 nhóm:

Các khái niệm thiên về hướng đạo đức

Khái niệm TNXH chính thức xuất hiện năm 1953 trong cuốn sách của Bowen với nhan đề “Trách nhiệm xã hội của doanh nhân” nhằm mục đích tuyên truyền và kêu gọi người quản lý tài sản không làm tổn hại đến các quyền và lợi ích của người khác, kêu gọi lòng từ thiện nhằm bồi hoàn những thiệt hại do các doanh nghiệp làm tổn hại cho xã hội.

Định nghĩa về TNXH của McGuire (1963), “Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp là nói tới một công ty không chỉ có nghĩa vụ về mặt kinh tế và chấp hành luật pháp, mà còn phải có những trách nhiệm nhất định khác đối với xã hội. Những trách nhiệm này phải được mở rộng và vượt lên trên những nghĩa vụ và bổn phận khác”. Theo Davis (1973), “Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp bao gồm sự đáp ứng và kết hợp tất cả các nhu cầu vượt trên các yêu cầu về kinh tế, kỹ thuật và luật pháp, để đạt được các mục tiêu xã hội cũng tốt như các mục tiêu kinh tế”.

Theo Sethi (1975), “Trách nhiệm xã hội hàm ý nâng hành vi của doanh nghiệp lên một mức phù hợp với các quy phạm, giá trị và kỳ vọng xã hội đang phổ biến”. Còn Carroll (1999) sau khi chỉ ra vai trò chủ yếu của mọi doanh nghiệp là tạo ra lợi nhuận bằng cách bán sản phẩm và dịch vụ cho xã hội đã khẳng định “Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp bao gồm sự mong đợi của xã hội về kinh tế, luật pháp, đạo đức và lòng từ thiện đối với các tổ chức tại một thời điểm nhất định”.

Các khái niệm về trách nhiệm hướng tới các bên liên quan

Ngược lại, Friedman (1970) lại thấy bản chất của TNXH là sự mâu thuẫn. Tác giả bổ sung thêm vào khái niệm về TNXH khi cho rằng việc tham gia vào thực hiện TNXH là một vấn đề hoặc một sự xung đột về lợi ích giữa nhà quản lý và các cổ đông. Nói cách khác, trong khi các nhà quản lý cố gắng sử dụng TNXH như một công cụ làm tăng bảng thành tích sự nghiệp, chính trị và xã hội của mình thì điều này lại không hề có lợi cho các cổ đông.

Freeman (1983) gọi TNXH doanh nghiệp chính là cam kết của các cổ đông. Davis và Frederick (1984), “TNXH doanh nghiệp là bổn phận của tổ chức trong việc cam kết thực hiện các hoạt động bảo vệ và đóng góp cho phúc lợi xã hội bao gồm các hoạt động cộng đồng, khách hàng, cổ đông, môi trường và nhân viên”. Thêm vào đó ông cho rằng “TNXH doanh nghiệp bao gồm việc sử dụng các nguồn lực và sự cam kết thực hiện các hoạt động để gia tăng lợi nhuận, miễn là doanh nghiệp đó thực hiện đúng luật chơi. Điều này có nghĩa là doanh nghiệp đó cam kết mở rộng và tự do hóa cạnh tranh không bao gồm các hành động dẫn đến sự hiểu lầm và gian lận”.

Hai tác giả Maignan và Ferrell cũng đưa ra một khái niệm về TNXH “Một doanh nghiệp có TNXH khi có quyết định và hoạt động nhằm tạo

ra và cân bằng các lợi ích khác nhau của những cá nhân và tổ chức liên quan”. Naylor (1999) định nghĩa trách nhiệm xã hội như là nghĩa vụ của các nhà quản lý lựa chọn và hành động theo cách có lợi cho cả tổ chức nói riêng và xã hội nói chung. Michael Hopkins (2003) chỉ ra rằng TNXH quan tâm đến việc xử lý các bên liên quan cả trong và ngoài nước của một doanh nghiệp, theo một cách có trách nhiệm với xã hội. Nói cách khác, mục tiêu rộng hơn của TNXH là nhằm tạo ra một mức sống ngày càng cao, trong khi vẫn duy trì khả năng sinh lời của doanh nghiệp cho các bên hữu quan của mình. L.Zu (2009), mặt khác, lại định nghĩa một cách ngắn gọn rằng “TNXH nghĩa là các công ty hợp nhất các mối quan tâm về xã hội và môi trường trong hoạt động kinh doanh và sự tương tác của mình với các bên hữu quan trên cơ sở tự nguyện”.

Khái niệm trách nhiệm hướng tới phát triển bền vững.

Khái niệm TNXH do Nhóm Phát triển kinh tế tư nhân của Ngân hàng Thế giới (WB) đưa ra năm 1998 được sử dụng rộng rãi nhất. Theo đó, “Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là sự cam kết của doanh nghiệp đóng góp vào việc phát triển kinh tế bền vững, thông qua những hoạt động nhằm nâng cao chất lượng đời sống của người lao động và các thành viên gia đình họ, cho cộng đồng và toàn xã hội, theo cách có lợi cho cả doanh nghiệp cũng như phát triển chung của xã hội”.

Trong Bộ tiêu chuẩn ISO 26000 được ban hành năm 2010 đã chỉ rõ các nội hàm trong TNXH gồm 7 nhân tố cốt lõi: i) Quản trị công ty nhằm đảm bảo lợi ích cho cổ đông; ii) thực hiện tốt quyền con người; iii) quan hệ và đối xử tốt với người lao động; (iv) bảo vệ môi trường; v) hoạt động quản trị minh bạch; vi) bảo đảm lợi ích và an toàn cho người tiêu dùng; vii) đóng góp cho cộng đồng xã hội.

Như vậy có thể thấy, TNXH là một phạm trù rộng và có thể được hiểu và diễn đạt theo nhiều cách khác nhau dựa trên quan điểm của từng tác giả. Vấn đề gây tranh cãi ở đây không phải là định nghĩa TNXH mà là về cách TNXH được cấu thành về mặt xã hội trong một bối cảnh cụ thể (Alexander Dahlsrud, 2006). Về cơ bản, trong xã hội hiện đại, việc chú ý tới mục tiêu cuối cùng

của TNXH là nhằm đóng góp vào việc xây dựng một nền kinh tế năng động, cạnh tranh và gắn kết chặt chẽ dựa vào tri thức là rất quan trọng (Persefoni Polychronidou et al., 2013). Để đạt được mục tiêu này, các doanh nghiệp cần luôn nhớ rằng họ phải biết cách cân bằng mọi chủ thể có liên quan, từ nhân viên, cổ đông, nhà cung cấp, cho tới khách hàng và cộng đồng.

Sự hình thành và phát triển các định nghĩa về TNXH được thể hiện ở bảng dưới đây:

1953	<ul style="list-style-type: none"> - Howard Bowen: TNXH của doanh nhân - Tuyên truyền và kêu gọi người quản lý không làm tổn hại đến quyền lợi của người khác; kêu gọi lòng từ thiện của doanh nghiệp nhằm bồi hoàn những tổn thất cho xã hội
1970	<ul style="list-style-type: none"> - Milton Friedman: Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp - Có 1 và chỉ 1 trách nhiệm duy nhất đó là tối đa hóa lợi nhuận trong khuôn khổ luật chơi của thị trường và không bao gồm các hành động dẫn đến sự hiểu lầm và gian lận
1991	<ul style="list-style-type: none"> - Archie.B.Carroll: Mô hình kim tự tháp - hướng tới quản trị đạo đức của các cổ đông trong tổ chức - TNXH doanh nghiệp bao gồm 4 trách nhiệm: kinh tế, pháp lý, đạo đức và từ thiện
2000	<ul style="list-style-type: none"> - Hội đồng kinh doanh thế giới vì sự phát triển bền vững (WBSCD) - Cam kết của doanh nghiệp đóng góp và việc phát triển kinh tế bền vững, thông qua những hoạt động nhằm nâng cao chất lượng đời sống của người lao động và các thành viên gia đình họ, cho cộng đồng và toàn xã hội
2010	<ul style="list-style-type: none"> - ISO 26000 - Tiêu chuẩn TNXH doanh nghiệp gồm 7 nhân tố cốt lõi: Quản trị công ty, quyền con người, đối xử với người lao động, môi trường, quản trị tổ chức minh bạch, người tiêu dùng và đóng góp cộng đồng

Tổng hợp các khái niệm đã nêu trong khuôn khổ nghiên cứu này, TNXH của doanh nghiệp được hiểu là những trách nhiệm nội biên và trách nhiệm ngoại biên của doanh nghiệp đối với các bên liên quan bao gồm: nhân viên, cổ đông, khách hàng, chính phủ, môi trường và cộng đồng.

2.2. Mô hình TNXH trong ngân hàng

Dưới góc độ TNXH trong ngân hàng, các nghiên cứu cho thấy không có một mô hình cụ thể nào bởi nó phụ thuộc vào các đặc điểm lịch sử khác nhau ở từng quốc gia (N, Kostyuk et al., 2012), cấu trúc khái niệm, công cụ, phương pháp và ý nghĩa quản lý (T. M. Jones, 1983).

Mô hình ổn định TNXH thường hướng tới lợi ích kinh tế dài hạn. Ngược lại, mô hình bình chọn của TNXH lại coi doanh nghiệp như một tổ chức tập hợp rất nhiều nhóm người (David Millon, 2011). Mô hình thực hiện xã hội cho thấy trách nhiệm xã hội là rất nhiều những vấn đề khác nhau, như sự an toàn của sản phẩm, sự kỳ thị, và môi trường (Archie B. Carroll, 1979). Những mô hình này bao hàm sự khác biệt trong giả định tiềm ẩn của họ, khuôn khổ khái niệm, công cụ phương pháp, và ý nghĩa quản lý mà có thể đóng góp vào nhiều những mô hình TNXH khác nữa (T. M. Jones, 1983; the Committee for Economic Development (CED), 1971).

Gần đây, Aviva Gena VIVA GEVA (2008) đã phân tích so sánh ba mô hình TNXH đã được thừa nhận bao gồm hình kim tự tháp, vòng tròn giao thoa (IC), và những vòng tròn đồng tâm (CON). Một trong những khác biệt lớn nhất giữa mô hình kim tự tháp và mô hình IC đó là mô hình IC bác bỏ trật tự thứ bậc của mô hình kim tự tháp. Ngoài ra, mô hình IC cũng chỉ ra rằng các lĩnh vực khác nhau của TNXH đều có mối tương quan và tầm quan trọng như nhau. Tuy nhiên, điểm yếu của mô hình IC đó là nó để cho các nhà quản lý phải tự đối mặt với trách nhiệm cạnh tranh mà việc đưa ra quyết định là không hề dễ dàng. Trong khi đó, tương tự mô hình kim tự tháp, mô hình CON coi vai trò kinh tế của doanh nghiệp là nhiệm vụ chính. Tuy vậy, nó cũng xem xét đến cả những áp lực từ bên ngoài và nhấn mạnh đến việc thực thi đồng thời một loạt các trách nhiệm riêng rẽ mà đều được coi là rất cần thiết để phát triển xã hội.

Trên thực tế, có rất nhiều loại mô hình TNXH khác nhau trong các ngân hàng từ các nước phát triển cho tới các nước đang phát triển như Mỹ, Anh, Australia, Trung Quốc, Malaysia... Cụ thể hơn, các ngân hàng Mỹ không tập trung vào lợi ích của các nhóm hữu quan chính mà là lợi ích của cộng đồng. Nói cách khác, hoạt động từ thiện và tình

nguyện là những công cụ chính để thực hiện TNXH và cũng là đặc điểm nổi bật của mô hình TNXH ở Mỹ. So sánh với hệ thống ngân hàng ở Anh, thủ tục thực hiện TNXH thường chịu tác động bởi các bên hữu quan có liên quan như chính phủ, đối thủ cạnh tranh và người tiêu dùng (A, N, Kostyuket al., 2012). Một vài nước phát triển như Mỹ, Australia và Anh cũng có xu hướng tận dụng thị trường quốc tế để tiến hành các trách nhiệm xã hội, thậm chí trong bối cảnh của cuộc khủng hoảng tài chính. Cuối cùng, tác giả kết luận rằng mô hình TNXH của Mỹ là mô hình phổ biến nhất trên thế giới hiện nay. Trong khi đó, ở một số nước châu Á như Trung Quốc và Indonesia lại không hề coi TNXH là một nhân tố quan trọng của lợi thế cạnh tranh, và hiện giờ họ đang phát triển các quy tắc TNXH của riêng mình.

Việc nhìn nhận, đánh giá những mô hình TNXH này có thể giúp mở ra những hướng đi mới trong nghiên cứu mô hình TNXH ở các ngân hàng. Mô hình nên đi theo hướng điều tra thứ tự tầm quan trọng của các vùng TNXH và nghiên cứu một cách sâu sắc hơn trong môi trường hợp điển hình. Quan trọng nhất là mô hình mới này phải được điều chỉnh để thích nghi với sự phát triển hiện tại của lĩnh vực ngân hàng và phù hợp với các đặc điểm của quốc gia cũng như khuôn khổ khái niệm lịch sử mà các ngân hàng vẫn đang thực hiện.

2.3. Các lợi ích thực hiện TNXH của ngân hàng

Thái độ của ngân hàng đối với những vấn đề đương thời của xã hội liên quan đến văn hóa và môi trường đang ngày càng được công nhận rộng rãi hơn bởi các khách hàng của ngân hàng. Kết quả là các ngân hàng trong thời gian gần đây, được thúc đẩy bởi các mục tiêu khác hơn là lợi nhuận, doanh thu và thị phần, bởi những mục tiêu thay thế này mang lại ích lợi nhiều hơn cho cả xã hội và bản thân ngân hàng.

Công ty tham gia vào chương trình TNXH sẽ đạt được những lợi thế cạnh tranh gián tiếp trên thị trường thông qua giảm dần hoặc loại bỏ hoàn toàn những khoản phạt (Belkaoui, 1976; Bragdon & Marlin, 1972; Freedman & Stagliano, 1991; Shane & Spicer, 1983) và sự phân biệt sản phẩm do chính phủ quy định. Đồng thời, nó có thể giúp giảm những rủi ro chung mà công ty phải đương đầu (Godfrey, 2004). Thêm vào đó, TNXH cũng có tác động tích cực đến giá trị hiện tại của các luồng tiền của doanh nghiệp (McWilliams & Siegel, 2001; Waddock & Graves, 1997; Godfrey, 2004).

Các sáng kiến TNXH cũng có khả năng cải thiện tinh thần của nhân viên, dẫn tới năng suất lao động cao hơn, làm việc tốt hơn (McGuire et al., 1988), và ít xảy ra các vấn đề trong quá trình lao động hơn (L.Zu, 2009). Ngoài những điểm cộng này, TNXH cũng tác động tích cực đến các ngân hàng, điều này có thể được phân tích theo hai mối quan hệ chính giữa TNXH với hoạt động tài chính và TNXH với uy tín của ngân hàng.

3. Đánh giá thực tiễn thực hiện TNXH của các NHTM Việt Nam

Bảng 1:

Đối tượng trả lời phiếu khảo sát

Chức danh	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Thành viên hội đồng quản trị (HDQT)	3	2,0
Thành viên Ban điều hành	4	2,7
Giám đốc các khối/ban hội sở	8	5,3
Trưởng/phó phòng hội sở	43	28,7
Giám đốc/Phó giám đốc chi nhánh/ công ty trực thuộc/ trung tâm/ ban	19	12,7
Trưởng/phó phòng ban chi nhánh/ công ty trực thuộc/ trung tâm/ ban	46	30,7
Khác	27	18,0
Tổng	150	100,0

Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả, 2015.

3.1. Mô tả khảo sát

Để đánh giá thực tiễn thực hiện TNXH của các NHTM Việt Nam, tác giả đã gửi bảng hỏi đến lãnh đạo các NHTM Việt Nam từ cấp trưởng, phó phòng cấp chi nhánh trở lên. Tổng số mẫu thu về là 150 phiếu từ 32 ngân hàng (NH) trong đó gồm: i) nhóm NHTM nhà nước: $\frac{3}{4}$ NH, (ii) nhóm NHTM cổ phần trong nước: 29/32 NH (tính đến thời điểm 30/08/2015). Chi tiết đối tượng trả lời phiếu khảo sát (xem Bảng 1), thể hiện đối tượng cung cấp thông tin là những người có liên quan trực tiếp đến hoạt động thực hiện TNXH, từ cấp lãnh đạo cấp cao – hoạch định chiến lược ngân hàng, đến cán bộ quản lý – thực hiện chiến lược và kế hoạch kinh doanh của ngân hàng. Đa số người được hỏi đều có kinh nghiệm làm việc trong NH từ 5-7 năm (chiếm 83%), còn lại 27% người được hỏi cũng có ít nhất 3 năm làm việc trong NH, có hiểu biết tương đối đầy đủ về chiến lược, hoạt động kinh doanh của NH. Mô tả người được hỏi cho thấy nguồn cung cấp thông tin là phù hợp và khách quan cho nghiên cứu về thực tiễn thực hiện TNXH trong các NHTM tại Việt Nam.

3.2. Đánh giá thực tiễn thực hiện TNXH của các NHTM Việt Nam

Tác giả đã đánh giá thực tiễn thực hiện TNXH của các NHTM Việt Nam trên các khía cạnh: i) nhận thức của lãnh đạo ngân hàng về lợi ích thực hiện TNXH; ii) vai trò của thực hiện TNXH trong ngân hàng; iii) các yếu tố thúc đẩy ngân hàng thực hiện TNXH, và iv) đánh giá mức độ thực hiện TNXH của các NHTM Việt Nam.

Nhận thức của lãnh đạo về lợi ích thực hiện TNXH

Để tìm hiểu nhận thức về lợi ích thực hiện TNXH của ngân hàng, đáp viên được cung

cấp một danh sách những nhận định và được yêu cầu đánh giá mức độ đồng ý theo thang 5 điểm như sau: 1. Hoàn toàn không đồng ý; 2. Không đồng ý; 3. Trung bình/Bình thường; 4. Đồng ý; 5. Hoàn toàn đồng ý. Kết quả khảo sát cho thấy, đa số người được hỏi chiếm 66% trên tổng số đồng ý thực hiện TNXH đem lại lợi ích cho ngân hàng và chỉ có 3,4% không đồng ý và không có đáp án viên nào trả lời hoàn toàn không đồng ý. Như vậy, có thể thấy rằng các lãnh đạo NH đều nhận thức rõ về lợi ích của việc thực hiện TNXH.

Bảng 2: Nhận thức về lợi ích thực hiện TNXH trong ngân hàng

		Số lần	Tỷ lệ (%)
Mức độ đồng ý	Không đồng ý	5	3,4
	Trung bình/Bình thường	24	16,0
	Đồng ý	99	66,0
	Hoàn toàn đồng ý	22	14,6
	Tổng	150	100

Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả, 2015.

Bảng 3: Vai trò của thực hiện TNXH trong ngân hàng

	Số lần	Tối thiểu	Tối đa	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Tăng lợi nhuận dài hạn	144	1	5	3,87	0,787
Nâng cao danh tiếng/thương hiệu	149	3	5	4,43	0,536
Gia tăng sự trung thành của khách hàng/người lao động	147	1	5	4,09	0,711
Hấp dẫn nhà đầu tư và khách hàng mới	148	2	5	3,81	0,759
Phát triển kinh tế - xã hội	148	2	5	4,14	0,650
Triển khai các giá trị cốt lõi của ngân hàng một cách bền vững	150	2	5	4,18	0,760
Quản trị rủi ro được cải thiện	149	1	5	3,39	1,011
Tăng lợi thế cạnh tranh	149	2	5	3,93	0,644

Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả, 2015.

Để làm rõ vai trò của thực hiện TNXH trong ngân hàng, tác giả đã đưa ra các gợi ý về vai trò của TNXH trong ngân hàng: i) Thực hiện TNXH làm gia tăng lợi nhuận dài hạn của NH; ii) Thực hiện TNXH giúp nâng cao danh tiếng/thương hiệu của NH; iii) Thực hiện TNXH giúp gia tăng sự trung thành của khách hàng/người lao động của NH; iv) Thực hiện TNXH giúp hấp dẫn các nhà đầu tư hoặc khách hàng mới; v) Thực hiện TNXH giúp phát triển kinh tế - xã hội; vi) Thực hiện TNXH giúp triển khai các giá trị cốt lõi của ngân hàng một cách bền vững; vii) Thực hiện TNXH giúp quản trị rủi ro của NH được cải thiện; viii) Thực hiện TNXH giúp tăng lợi thế cạnh tranh của NH trên thị trường.

Kết quả khảo sát cho thấy, hầu hết người được hỏi đều đồng tình các vai trò, tác động của TNXH trong ngân hàng. Trong đó mức độ đồng tình cao nhất (4,43/5) đối với ý kiến cho rằng thực hiện TNXH giúp NH nâng cao danh tiếng/thương hiệu. Với vai trò thực hiện TNXH

giúp quản trị rủi ro của NH được cải thiện mức độ đồng tình là thấp nhất (3,39/5).

Các yếu tố thúc đẩy NH thực hiện TNXH

Nhằm làm rõ các yếu tố thúc đẩy các NH thực hiện TNXH, tác giả đã đưa ra các gợi ý về các yếu tố thúc đẩy NH thực hiện TNXH gồm: i) Yếu tố thúc đẩy NH thực hiện TNXH là do các quy định của luật pháp quốc gia; ii) Yếu tố thúc đẩy NH thực hiện TNXH là bởi áp lực từ các đối thủ cạnh tranh; iii) Yếu tố thúc đẩy NH thực hiện TNXH là do yêu cầu phải tuân thủ các chuẩn mực quốc tế; iv) Yếu tố thúc đẩy NH thực hiện TNXH là đáp ứng mong đợi của cộng đồng/địa phương; v) Yếu tố thúc đẩy NH thực hiện TNXH là bởi áp lực từ nhà đầu tư/cổ đông; vi) Yếu tố thúc đẩy NH thực hiện TNXH là theo yêu cầu của khách hàng; vii) Yếu tố thúc đẩy NH thực hiện TNXH là theo đòi hỏi của người lao động; viii) Yếu tố thúc đẩy NH thực hiện TNXH là do NH tự nguyện chủ động thực hiện TNXH.

Bảng 4: Các yếu tố thúc đẩy NH thực hiện TNXH

	Số lần	Tối thiểu	Tối đa	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Do các quy định của luật pháp quốc gia	147	1	5	3,40	1,045
Bởi áp lực từ các đối thủ cạnh tranh	149	1	5	3,33	0,873
Tuân thủ các chuẩn mực quốc tế	149	1	5	3,48	0,970
Đáp ứng mong đợi của cộng đồng/địa phương	149	1	5	3,83	0,766
Áp lực từ nhà cổ đông/cổ đông	149	1	5	3,13	0,794
Theo yêu cầu của khách hàng	149	1	5	2,93	0,875
Theo đòi hỏi của người lao động	149	1	5	3,25	0,892
Tự nguyện chủ động thực hiện TNXH	150	2	5	3,89	0,804

Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả, 2015.

Kết quả khảo sát này cho thấy một tín hiệu khả quan trong ngành ngân hàng khi đa số lãnh đạo NH đều trả lời rằng NH tự nguyện chủ động thực hiện TNXH (3,89/5). Mức độ được đồng ý thấp nhất đó là theo yêu cầu của khách hàng (2,93/5). Như vậy có thể thấy rằng, hiện tại các NHTM Việt Nam đều đang chủ động thực hiện TNXH một cách tự nguyện. Tuy nhiên, vai trò của khách hàng hay áp lực từ phía khách hàng thúc đẩy ngân hàng thực hiện TNXH là chưa cao.

Mức độ thực hiện TNXH trong các NHTM Việt Nam

Để tìm hiểu về mức độ thực hiện TNXH trong các NHTM Việt Nam, đáp viên được cung cấp một danh sách những nội dung về thực hiện TNXH theo hướng dẫn về tiêu chuẩn thực hiện TNXH ISO 26000 gồm 7 nội dung cốt lõi như sau: i) Quản trị công ty; ii) Quyền con người; iii) Thực hành lao động; iv) Môi trường; v) Công bằng trong hoạt động; vi) Khách hàng; vii) Cộng đồng.

Bảng 5: Mức độ thực hiện TNXH trong các NHTM Việt Nam

	Số lần	Tối thiểu	Tối đa	Trung bình	Độ lệch chuẩn
NH thực hiện TNXH thực hành lao động tốt	142	1	5	4,01	0,658
NH thực hiện TNXH quản trị công ty tốt	148	1	5	3,71	1,012
NH thực hiện TNXH bảo vệ môi trường tốt	147	1	5	3,62	0,770
NH thực hiện TNXH với khách hàng tốt	150	3	5	4,15	0,653
NH thực hiện TNXH công bằng trong hoạt động tốt	147	1	5	3,94	0,960
NH thực hiện TNXH với cộng đồng tốt	150	2	5	4,33	0,690
NH thực hiện TNXH quyền con người tốt	150	1	5	4,28	0,743

Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả, 2015.

Qua bảng phân tích trên có thể thấy mức độ thực hiện TNXH của ngân hàng được thể hiện mạnh ở nội dung thực hiện TNXH với cộng đồng tốt với mức độ đồng ý trung bình là 4,28/5. Hàng năm các ngân hàng đều có báo cáo về thực hiện TNXH trong đó nêu rõ tổng tài trợ và các chương trình tài trợ trong năm cho các hoạt động y tế, giáo dục, văn hóa và cộng đồng. Nội dung có mức độ thực hiện TNXH thấp nhất là bảo vệ môi trường (3,62/5). Hiện nay, đa số các ngân hàng chưa áp dụng chương trình tín dụng xanh bởi tín dụng xanh có thể làm chậm quá trình khai thác thế mạnh tiềm năng của ngân hàng, chi phí đầu tư lớn, giảm lợi nhuận ngân hàng, các dự án thân thiện với môi trường

giá thành thường cao, thời gian thu hồi vốn dài, sự phức tạp về kỹ thuật về công nghệ đánh giá tín dụng xanh, năng lực nhân viên của ngân hàng chưa đủ để đánh giá rủi ro về môi trường và xã hội, thiếu các quy định, chính sách của NHNN về cấp tín dụng xanh, và nhu cầu của xã hội đối với tín dụng xanh thấp.

5. Kết luận

Trong giai đoạn hội nhập kinh tế và chuyển đổi mô hình tăng trưởng, phù hợp với chiến lược phát triển bền vững, việc đẩy mạnh NH thực hiện TNXH là tất yếu. Rõ ràng, những lợi ích và tác động lan tỏa của TNXH đến nền kinh tế đã được chứng minh qua các nghiên cứu. Từ

kết quả khảo sát, tác giả đề xuất một số ý kiến nhằm thúc đẩy NHTM thực hiện TNXH như sau: Nhà nước cần xây dựng bộ chỉ số đánh giá về TNXH trong ngành ngân hàng; Khuyến khích các NH thực hiện TNXH tốt phát huy vai trò trong nền kinh tế. Cần có các văn bản pháp

quy về phát triển ngân hàng đặc biệt trong tín dụng xanh nhằm phát triển kinh tế bền vững. Cuối cùng, cần thống nhất cách hiểu về TNXH trong ngân hàng, không đơn thuần là trách nhiệm với cộng đồng mà là trách nhiệm với tất cả các bên có liên quan♦

Tài liệu tham khảo:

1. A, N, Kostyuk, Ya. I. Mozghovyi, D. A. Riabichenko, M.Econ, D. A. Govorun, Yu. H. Lapina. (2012): *Corporate Social Responsibility in banks: An international overview*.
2. Bowen, H. R. (1953): *Social responsibilities of the businessman*. NewYork: Harper&Row.
3. Carroll AB. (1999): *Corporate social responsibility – evolution of a definitional construction*. Business and Society, pp. 268 – 295.
4. Freeman, R. E. (1984): *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
5. Friedman M. (1970): *The social responsibility of business is to increase its profits*. The New York Times Magazine 13 September, pp. 32 – 33, pp. 122 –126.
6. KPMG. (2014): *International corporate responsibility reporting survey 2014*.
7. L.Zu. (2009): *Corporate Social Responsibility, Corporate Restructuring and Firm's Performance – Empirical Evidence from Chinese Enterprises*. Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2009, Chapter 6 The Effects of Managerial Values on Socially Responsible Restructuring.
8. Margolis, J. D., Walsh, J. P. (2003): *Misery loves companies: Rethinking social initiatives by business*, Administrative Science Quarterly 48, pp. 655 – 689.
9. Namrata Singh et al. (2013): *CSR practices and & CSR Reporting in India Banking Sector, International Journal of Scientific and Research Publications*, Volume 3, Issue 12, December 2013 1 ISSN 2250 - 3153.
10. Persefoni Polychronidoua, Evanthia Ioannidoua, Anagnostis Kipourosa, Lambros Tsourgiannisb, Georg Friedrich Simet., (2014): *Corporate Social Responsibility in Greek Banking Sector - An Empirical Research*, Procedia Economics and Finance 9 (2014) 193 – 199.