

# UEH Digital Repository

---

Book Chapter

---

2021

Chuyển đổi số, nhận thức của người tiêu dùng về biến đổi khí hậu và thực hành tài chính bền vững

PGS.TS. Bùi Thị Mai Hoài

UEH University

**Citation:**

PGS.TS. Bùi Thị Mai H. (2021), "Chuyển đổi số, nhận thức của người tiêu dùng về biến đổi khí hậu và thực hành tài chính bền vững", Thông tin và Truyền thông

**Available at** <https://digital.lib.ueh.edu.vn/handle/UEH/62532>

---

*This item is protected by copyright and made available here for research and educational purposes. The author(s) retains copyright ownership of this item. Permission to reuse, publish, or reproduce the object beyond the bounds of Vietnam Intellectual Property Law (2005, 2009 and 2022) or other exemptions to the law must be obtained from the author(s).*

# **CHUYỂN ĐỔI SỐ, NHẬN THỨC CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG VỀ BIẾN ĐỔI KHÍ HẬU VÀ THỰC HÀNH TÀI CHÍNH BỀN VỮNG**

**PGS.TS. Bùi Thị Mai Hoài**

*Viện Tài chính bền vững SFI - UEH*

## **TÓM TẮT**

Tài chính bền vững đề cập đến quá trình ra quyết định đầu tư trong đó các yếu tố ESG (Môi trường, Xã hội và Quản trị) được đánh giá cẩn trọng với định hướng gia tăng đầu tư dài hạn vào các hoạt động kinh tế bền vững. Thực hành tài chính bền vững của doanh nghiệp đóng vai trò quan trọng trong thực hiện mục tiêu phát triển bền vững của các quốc gia. Với cuộc cách mạng công nghệ 4.0 và sức ép của các bên liên quan, chuyển đổi số và kinh doanh bền vững trở thành con đường phát triển chính cho các doanh nghiệp trong nền kinh tế hiện đại (Davis-Peccoud & ctg, 2018; Tomažević et al., 2017). Chuyển đổi số sẽ hỗ trợ doanh nghiệp đưa ra được các quyết định đầu tư bền vững thông qua việc đánh giá được hành vi người tiêu dùng, đánh giá được các rủi ro khi môi trường kinh doanh thay đổi và công nghệ mới xuất hiện. Chuyển đổi số cũng giúp các doanh nghiệp phát triển được dữ liệu ESG; Và, việc công bố thông tin về ESG của doanh nghiệp trên các phương tiện truyền thông lại có ảnh hưởng đến lợi nhuận của doanh nghiệp cả trong ngắn hạn lẫn dài hạn (Yoo & Magani, 2021). Qua phỏng vấn sâu các doanh nghiệp có báo cáo bền vững tốt nhất, đánh giá thực trạng ứng dụng chuyển đổi số trong thực hành tài chính bền vững, bài viết chỉ ra động cơ thực hành tài chính bền vững, các nhân tố tác động đến mức độ chuyển đổi số và thực hành tài chính bền vững của các doanh nghiệp Việt Nam. Đồng thời, để có thêm luận cứ cho các khuyến nghị, một thử nghiệm nhỏ được thực hiện để xem xét ảnh hưởng của nhận thức về biến đổi khí hậu đến việc điều chỉnh hành vi tiêu dùng. Các khuyến nghị tập trung vào việc đẩy mạnh chuyển đổi số gắn với việc phát triển dữ liệu ESG, nâng cao nhận thức của người

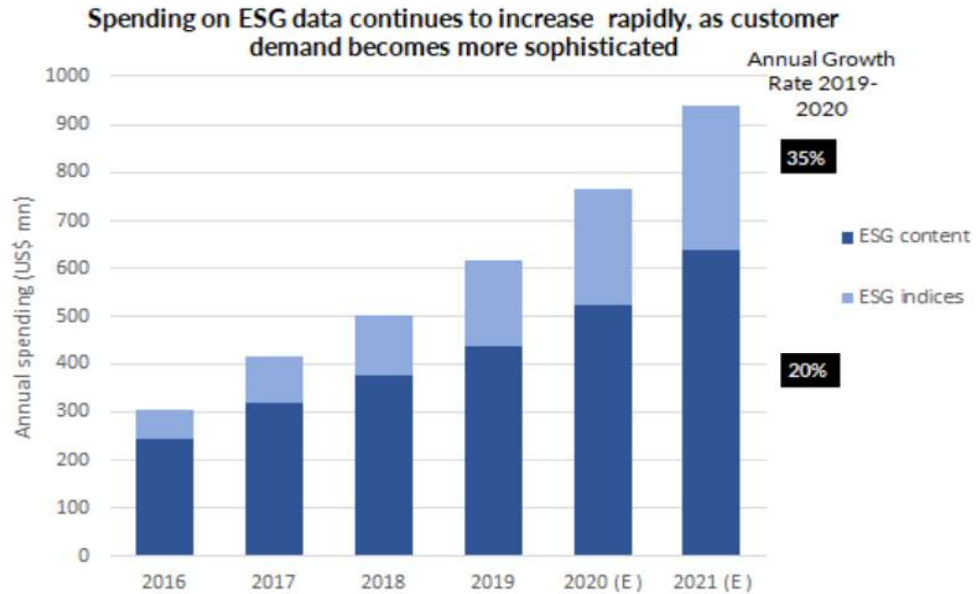
tiêu dùng về biến đổi khí hậu và tài chính bền vững nhằm thúc đẩy các doanh nghiệp thực hành tài chính bền vững.

**Từ khóa:** *Chuyển đổi số, ESG, Phát triển bền vững, Tài chính bền vững, Việt Nam.*

## **1. GIỚI THIỆU**

*Chuyển đổi số trong lĩnh vực tài chính* đề cập đến việc tích hợp big data, trí tuệ nhân tạo (AI), nền tảng di động, blockchain và Internet vạn vật (IoT) trong việc cung cấp các dịch vụ tài chính, ra quyết định tài chính và đầu tư. *Tài chính bền vững* đề cập đến quá trình ra quyết định đầu tư trong đó các yếu tố ESG được đánh giá cẩn trọng với định hướng gia tăng đầu tư dài hạn vào các hoạt động kinh tế bền vững. Khi doanh nghiệp kết nối hai mảng này lại với nhau nghĩa là họ đang ứng dụng chuyển đổi số vào trong thực hành tài chính bền vững: tận dụng lợi thế của các công nghệ mới nổi để thu thập và phân tích dữ liệu, từ đó đưa ra được các quyết định đầu tư vừa đảm bảo đạt được mục tiêu kinh doanh của doanh nghiệp nhưng vẫn lồng ghép được mục tiêu xã hội và mục tiêu môi trường (Karin Oertli, 2020). Thật vậy, tiếp cận dữ liệu chất lượng cao và có thể so sánh được sẽ rất quan trọng để tăng cơ hội đầu tư bền vững hơn. Dữ liệu là xương sống của việc ra quyết định đầu tư: các nhà đầu tư cần có dữ liệu ESG để hiểu các công ty phải trả giá như thế nào khi môi trường thay đổi, công nghệ mới xuất hiện và hành vi của khách hàng thay đổi. Đến lượt mình, các thông tin về ESG của doanh nghiệp được công bố rộng rãi trên các phương tiện truyền thông lại có ảnh hưởng tích cực đến lợi nhuận của doanh nghiệp trong cả ngắn hạn lẫn dài hạn (Yoo & Magani, 2021). Từ thực tế này, thị trường dữ liệu ESG toàn cầu đang bùng nổ. Các nhà cung cấp dữ liệu trên thế giới đã phát triển một gam màu đầy đủ các sản phẩm ESG, từ dữ liệu thô đến điểm tổng hợp và đang nhân rộng các nguồn dữ liệu của họ. Với tốc độ tăng trưởng hàng năm dự kiến là 20% cho dữ liệu ESG và 35% cho các chỉ số ESG, thị trường chung có thể đạt gần 1 tỷ đô la vào năm 2021.

FIGURE 1. ESG DATA MARKET SIZE



Source: Opimas estimates

Đến năm 2025, các ước tính chỉ ra rằng có thể có hơn 160 zettabyte dữ liệu trên thế giới và 80% dữ liệu này là phi cấu trúc (Thomas Kuh, 2018). Tuy vậy, vẫn còn thiếu khá nhiều dữ liệu và chất lượng dữ liệu cũng là điều đáng bàn. Chất lượng và độ tin cậy kém của dữ liệu và phân tích ESG vẫn là rào cản quan trọng nhất cản trở sự tăng trưởng của tài chính bền vững (KPMG, 2020).

Ngoài việc cung cấp cơ sở cho các quyết định đầu tư, công nghệ cũng có thể giúp nâng cao nhận thức của người tiêu dùng về ý nghĩa môi trường và xã hội của các quyết định tiêu dùng và đầu tư, khuyến khích họ lựa chọn tài nguyên bền vững hơn. Thật vậy, ngành công nghiệp FinTech tiêu dùng đang trong giai đoạn tăng trưởng đáng kinh ngạc, từ 16% năm 2015 lên 64% vào năm 2019 (EY, 2019). Việc sử dụng rộng rãi các ứng dụng ngân hàng di động và ngân hàng điện tử mở ra cơ hội mới cho các tổ chức tài chính cung cấp cho người tiêu dùng “bản đồ” tiêu dùng hàng ngày và hỗ trợ người tiêu dùng trong việc lựa chọn các sản phẩm và dịch vụ phù hợp với giá trị cá nhân và thân thiện với môi trường. Khi người tiêu dùng ngày càng nhận thức rõ hơn về việc mua các sản phẩm và dịch vụ thân thiện với môi trường sẽ khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào sản xuất “xanh” nhiều hơn. Lúc này, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng sẽ mang lại lợi



ích cho môi trường cũng như doanh nghiệp. Các công ty tập trung vào tính bền vững cũng có thể mong đợi ngày càng trở nên hấp dẫn đối với các nhà đầu tư. Nghiên cứu tại Châu Âu cho thấy hơn 50% người tiêu dùng sẵn sàng trả nhiều tiền hơn cho các sản phẩm bền vững. Tại Thụy Sĩ, 42% thế hệ millennials càng ngày càng quan tâm hơn đến các công ty có tác động tích cực đối với xã hội hoặc môi trường (Deloitte, 2019). Các sản phẩm bền vững đang bắt đầu chứng minh tốc độ tăng trưởng cao hơn so với các sản phẩm không bền vững. Tại Mỹ, các sản phẩm được tiếp thị bền vững chỉ chiếm 16% thị trường hàng tiêu dùng đóng gói, nhưng đóng góp 55% sự tăng trưởng (Randi Kronthal-Sacco & Tensie Whelan, 2020). Hermenegildo Gil-Gomez và cộng sự (2020) cho rằng sự hiểu biết về quản lý quan hệ khách hàng (CRM) sẽ là giải pháp công nghệ mang tính cốt lõi để quản lý kinh doanh hiệu quả qua việc đánh giá tác động của từng thành phần: bán hàng, tiếp thị và dịch vụ trên cả ba khía cạnh của tài chính bền vững: môi trường – xã hội – quản trị. CRM do đó có thể được coi là một loại công nghệ thông tin xanh để lồng ghép chuyển đổi số vào thực hành tài chính bền vững.

Mô hình "*phát triển trước và dọn dẹp sau*" của Stockhammer và cộng sự (1997) đã dẫn đến sự suy thoái ngày càng tăng của tài nguyên thiên nhiên và hệ sinh thái, dẫn đến tổn thất rất lớn và thường không thể đảo ngược về vốn tự nhiên, đa dạng sinh học và dịch vụ hệ sinh thái. Chỉ riêng chi phí suy thoái đất đai, lên tới 490 tỷ đô la Mỹ / năm (UNCCD, 2015), là một minh họa cho những tổn thất hoặc "chi phí không hành động" (Kendall et al., 1996). Rất lâu trước đại dịch, người ta ước tính rằng các chi phí này dao động từ 10 đến 17% GDP toàn cầu (Costanza et al., 2014; ELD, 2015). Con số này có khả năng ngày càng cao hơn.

Báo cáo Rà soát Đầu tư và Chi tiêu công cho Biến đổi khí hậu của Việt Nam (Bộ KH-ĐT, 2015)<sup>120</sup> khẳng định *Việt Nam thuộc nhóm các quốc gia chịu tác động nặng nề của biến đổi khí hậu*. Nhận thức được điều này, ngay trong năm 2015 Chính phủ đã khởi xướng các cải cách thể chế và chính sách, trong đó có việc xây dựng chiến lược quốc gia về hạn chế tác động và thích ứng biến đổi khí hậu, tăng trưởng xanh, kinh tế carbon thấp, bảo vệ môi trường và trách nhiệm xã hội. Theo tinh thần này của Chính phủ, cũng trong năm 2015 Sở GDCK TP.HCM và Sở GDCK Hà Nội chính

---

<sup>120</sup> Ngân sách cho ứng phó với biến đổi khí hậu ở Việt Nam: Đầu tư thông minh vì tương lai bền vững (Bộ KH-ĐT, 2015). Báo cáo được phối hợp thực hiện giữa Bộ KH-ĐT, Ngân hàng Thế Giới, và Chương trình phát triển Liên Hiệp Quốc (UNDP).

thức trở thành đối tác của *Sáng kiến Sở GDCK Phát triển Bền vững của Liên Hợp quốc (SSE)* cùng 19 Sở GDCK hàng đầu trên toàn cầu. Với việc gia nhập SSE, Sở GDCK TP.HCM thể hiện cam kết sẽ chia sẻ và thúc đẩy các thông lệ liên quan đến phát triển bền vững đối với các công ty niêm yết. Trong khi đó, Sở GDCK Hà Nội có cơ hội chia sẻ và học hỏi kinh nghiệm các thông lệ tốt về quản trị công ty và phát triển bền vững để từ đó khuyến khích áp dụng cho các doanh nghiệp niêm yết nhằm tăng cường quản trị công ty và trách nhiệm với xã hội trong nhận thức về Tài chính bền vững. Tương tự, NHNN Việt Nam năm 2015 cũng đã ban hành chỉ thị 03 về *thúc đẩy tăng trưởng tín dụng xanh và quản lý rủi ro môi trường và xã hội trong hoạt động cấp tín dụng*. Theo đó, nhiệm vụ của các đơn vị tại trụ sở chính của NHNN VN, của chi nhánh NHNN các tỉnh thành phố và của các tổ chức tín dụng trong việc thực hiện mục tiêu phát triển bền vững được xác định. Tiếp đó năm 2018, NHNN đã ban hành Quyết định số 1604/QĐ-NHNN để phê duyệt *Đề án phát triển ngân hàng xanh tại Việt Nam* với mục tiêu tăng cường nhận thức và trách nhiệm xã hội của hệ thống ngân hàng đối với việc bảo vệ môi trường, chống biến đổi khí hậu, từng bước xanh hóa hoạt động ngân hàng, hướng dòng vốn tín dụng vào việc tài trợ dự án thân thiện với môi trường. Thông tư 155/2015/TT-BTC thì yêu cầu các doanh nghiệp niêm yết công bố thông tin về mục tiêu phát triển bền vững và báo cáo tác động liên quan đến môi trường và xã hội. Tuy nhiên, kết quả đánh giá qua các năm cho thấy, nhiều doanh nghiệp chưa cung cấp đầy đủ các thông tin được yêu cầu trong báo cáo.

Mục tiêu của bài viết này là đưa ra các khuyến nghị nhằm thúc đẩy các doanh nghiệp Việt Nam thực hành tài chính bền vững và ứng dụng chuyển đổi số trong thực hành tài chính bền vững.

## **2. CHUYỂN ĐỔI SỐ CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM**

Chuyển đổi số là quá trình thay đổi từ mô hình truyền thống sang doanh nghiệp số bằng cách áp dụng công nghệ mới như dữ liệu lớn (Big Data), Internet vạn vật (IoT), điện toán đám mây (Cloud)... để thay đổi phương thức điều hành, lãnh đạo, quy trình làm việc, văn hóa công ty nhằm tạo ra những cơ hội và giá trị mới (Gartner; Microsoft). Quá trình chuyển đổi số của doanh nghiệp thường sẽ được thực hiện thông qua 3 giai đoạn:

- **Số hóa (Digitization):** Doanh nghiệp chuyển dữ liệu ở dạng giấy truyền thống thành những dữ liệu lưu trữ trên phần mềm máy tính;

- **Ứng dụng số hóa (Digitalization):** Doanh nghiệp sẽ sử dụng các phần mềm hoặc công cụ tin học khác để tối ưu hóa dữ liệu, loại bỏ các công việc hành chính thủ công trước đây như ghi chép, thống kê, tìm kiếm thông tin...;
- **Chuyển đổi số (Digital transformation):** Ở giai đoạn này, doanh nghiệp sẽ thay đổi toàn bộ cách thức vận hành, cách thức làm việc, khai thác dữ liệu để tạo ra hiệu quả hoạt động cao hơn, *tạo ra giá trị mới mà tiết kiệm được nhiều thời gian và chi phí.*

Như vậy, chuyển đổi số có thể góp phần cắt giảm chi phí vận hành, tiếp cận tối đa các khách hàng tiềm năng trong cùng một khoảng thời gian, hỗ trợ lãnh đạo đưa ra quyết định nhanh chóng và chính xác hơn nhờ các hệ thống báo cáo được tổng hợp tự động theo thời gian thực. Từ đó, doanh nghiệp sẽ cải thiện được kết quả hoạt động kinh doanh và đáp ứng tốt hơn các tiêu chí về phát triển bền vững. Khảo sát của Microsoft (2017) tại khu vực châu Á - Thái Bình Dương (2017) cho thấy chuyển đổi số đóng góp 6% GDP năm 2017, nhưng dự đoán tăng lên 25% năm 2019 và 60% năm 2021. Chuyển đổi số cũng làm tăng năng suất lao động 15% trong năm 2017, dự đoán 2020 là 21% và 85% vào năm 2021.

Tại Việt Nam, Chính phủ và chính quyền các cấp đang nỗ lực xây dựng Chính phủ điện tử để chuyển đổi song hành cùng các doanh nghiệp. Cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin hiện đại quốc gia đang dần hoàn thiện để đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số. Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định số 645/QĐ-TTg ngày 15/5/2020 phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021-2025, Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 3/6/2020 phê duyệt Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030.

Tuy vậy, *theo khảo sát của Phòng Công nghiệp và thương mại Việt Nam (VCCI) năm 2019*, phần lớn doanh nghiệp vừa và nhỏ (chiếm tới gần 98% số lượng doanh nghiệp của Việt Nam) vẫn gặp nhiều rào cản trong chuyển đổi số do: (i) chưa nhận thức đúng vai trò của quá trình này và có tới trên 80% số doanh nghiệp mới bắt đầu biết về chuyển đổi số; (ii) chưa đủ nguồn lực để thực hiện sự chuyển đổi (6,6% doanh nghiệp cho rằng đủ nguồn lực để thay đổi hoàn toàn từ hệ thống cũ sang hệ thống công nghệ mới, 34,6% doanh nghiệp sẽ thay đổi từng bước do không đủ nguồn lực, 27,5% đang trong quá trình chuẩn bị vốn và nguồn lực và có tới 31,1% doanh nghiệp vẫn chưa làm gì để theo kịp CMCN 4.0). Tương tự, *khảo sát*

của Bộ Công thương cho thấy có tới 16/17 ngành khảo sát đang có mức độ sẵn sàng thấp trước xu hướng tham gia ứng dụng chuyển đổi số vào hoạt động của doanh nghiệp. Báo cáo “Chỉ số phát triển kỹ thuật số của doanh nghiệp vừa và nhỏ khu vực châu Á - Thái Bình Dương” của Cisco (4/2019) cũng cho thấy bức tranh tương tự: các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam đang đối mặt với những trở ngại trong quá trình chuyển đổi kỹ thuật số như thiếu kỹ năng số và nhân lực (17%), thiếu nền tảng công nghệ thông tin đủ mạnh để cho phép chuyển đổi kỹ thuật số (16,7%), thiếu tư duy kỹ thuật số hoặc các thách thức về văn hóa kỹ thuật số trong doanh nghiệp (15,7%),... Rất ít doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam đầu tư vào (và cũng chỉ mới bước đầu) công nghệ đám mây (18%), an ninh mạng (12,7%), nâng cấp phần mềm, phần cứng để chuyển đổi số (10,7%). Hiện tại, sau gần 2 năm đại dịch Covid-19 xảy ra, chuyển đổi số không còn là lựa chọn nữa mà dường như đã trở thành nhu cầu của các doanh nghiệp. Số liệu khảo sát mới nhất (4/2021) của VCCI cho thấy nhận thức về nhu cầu phải chuyển đổi số của doanh nghiệp Việt Nam tăng mạnh, đã có 75% doanh nghiệp **bắt đầu quan tâm** ứng dụng số vào trong hoạt động của doanh nghiệp. Nhưng rất ít các doanh nghiệp thật sự ứng dụng chuyển đổi số trong thực hành tài chính bền vững.

Qua kinh nghiệm thực tiễn chuyển đổi số của các doanh nghiệp trên thế giới cho thấy, có 3 vấn đề đáng lưu tâm để chuyển đổi số của doanh nghiệp thành công:

*Vấn đề thứ nhất là dữ liệu.* Quá trình chuyển đổi số của doanh nghiệp phải hướng đến tạo ra nhiều dữ liệu cần thiết và hữu ích không chỉ cho doanh nghiệp mà còn cho cả khách hàng của họ, bằng cách đó họ vừa có thể đạt được mục tiêu lợi nhuận, vừa đảm bảo được mục tiêu xã hội và mục tiêu môi trường.

*Vấn đề thứ 2 là mỗi doanh nghiệp cần có chiến lược và lộ trình chuyển đổi số của riêng mình* gắn với đặc thù của doanh nghiệp thay vì chạy theo phong trào. Doanh nghiệp nên xác định mục tiêu của chuyển đổi số theo lộ trình cụ thể, và thực hiện từng bước một nhằm thấy được hiệu quả của chuyển đổi số để tạo niềm tin và động lực đi tiếp mạnh mẽ hơn.

*Vấn đề thứ 3 là sự hỗ trợ từ chính phủ và chính quyền địa phương.* Hỗ trợ này tập trung vào việc chuyển đổi số khu vực công sao cho tạo ra nhiều tiện ích và tiết kiệm chi phí cho doanh nghiệp.

### 3. CHUYỂN ĐỔI SỐ, NHẬN THỨC CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG VỀ BIẾN ĐỔI KHÍ HẬU VÀ ẢNH HƯỞNG CỦA NÓ ĐẾN THỰC HÀNH TÀI CHÍNH BỀN VỮNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

Như đã đề cập, chuyển đổi số trong thực hành tài chính bền vững là việc tận dụng lợi thế của các công nghệ mới nổi để thu thập và phân tích dữ liệu, từ đó đưa ra được các quyết định đầu tư vừa đảm bảo đạt được mục tiêu kinh doanh của doanh nghiệp nhưng vẫn lồng ghép được mục tiêu xã hội và mục tiêu môi trường. Ngoài việc cung cấp cơ sở cho các quyết định tài chính và đầu tư, công nghệ còn có thể giúp nâng cao nhận thức của người tiêu dùng về ý nghĩa môi trường và xã hội của các quyết định tiêu dùng và đầu tư, và khuyến khích họ lựa chọn tài nguyên bền vững hơn. Khi người tiêu dùng ý thức lựa chọn các sản phẩm thân thiện với môi trường thì sẽ ảnh hưởng đến đầu ra của các doanh nghiệp. Lúc này thực hành tài chính bền vững sẽ trở thành một “*tình huống kinh doanh*”.

Bên cạnh lập luận thực hành tài chính bền vững là một “*tình huống kinh doanh*”, “*thực hiện trách nhiệm xã hội đối với cộng đồng*” cũng là một lập luận nữa để khuyến khích các doanh nghiệp thực hành tài chính bền vững. Julian Rode & ctg (2021) đã thực hiện một khảo sát trực tuyến, kết quả cho thấy việc thuyết phục doanh nghiệp thực hành tài chính bền vững qua “*tình huống kinh doanh*” có vẻ hiệu quả hơn “*thực hiện trách nhiệm xã hội đối với cộng đồng*”. Vấn đề đặt ra là, chính phủ và chính quyền địa phương các cấp làm sao đưa ra các chính sách đủ để doanh nghiệp nhận thấy việc thực hành tài chính bền vững và ứng dụng chuyển đổi số trong thực hành tài chính bền vững thật sự là “*một tình huống kinh doanh*”? Để trả lời câu hỏi này **chúng tôi tiến hành phỏng vấn sâu một số doanh nghiệp** nằm trong top 10 và top 100 giải thưởng Doanh nghiệp có báo cáo bền vững tốt nhất. Kết quả được tổng hợp như sau:

▪ **Động cơ thực hành tài chính bền vững và ứng dụng chuyển đổi số vào thực hành tài chính bền vững:** Kết quả phỏng vấn sâu cho thấy động cơ sâu xa vẫn là “*tình huống kinh doanh*”, và ngay cả động cơ là “*tình huống kinh doanh*” thì vẫn có thể chia các doanh nghiệp thành hai nhóm:

Nhóm thứ nhất: Thụ động trong thực hành tài chính bền vững và ứng dụng chuyển đổi số trong thực hành tài chính bền vững:

- ✓ Có những doanh nghiệp thực hành tài chính bền vững là vì “*qui định bắt buộc phải thế*”. Và với những doanh nghiệp này, việc thực

hành tài chính bền vững mới chỉ thực hiện ở những bước cơ bản. Nhận thức về tài chính bền vững của nhóm doanh nghiệp này cũng chưa toàn diện: “*Cứ doanh thu và lợi nhuận tăng đều đều nghĩa là kinh doanh bền vững*”.

- ✓ Có những doanh nghiệp thực hành tài chính bền vững là vì yêu cầu của các cổ động/các nhà đầu tư đến từ các quốc gia phát triển: “*Các cổ đông nước ngoài yêu cầu phải như thế họ mới đầu tư*”.
- ✓ Hầu hết các doanh nghiệp trong nhóm này có mức độ nhận thức về chuyển đổi số chưa đầy đủ; việc ứng dụng chuyển đổi số nói chung, ứng dụng chuyển đổi số nói riêng trong thực hành tài chính bền vững chỉ mới dừng lại ở giai đoạn số hóa. Ngay cả việc thu thập dữ liệu để thực hiện báo cáo bền vững của họ cũng còn rất thụ động, không có chiến lược trước: “*...Chưa bao giờ chúng tôi đánh giá xem việc thực hành tài chính bền vững ảnh hưởng như thế nào đến kết quả hoạt động kinh doanh...Chúng tôi không có dữ liệu để đánh giá*”.

Nhóm thứ 2: Từng bước có sự chủ động trong thực hành tài chính bền vững và ứng dụng chuyển đổi số vào thực hành tài chính bền vững:

Nhóm doanh nghiệp này họ nhận thức rất rõ chuyển đổi số và thực hành tài chính bền vững là “*đầu tư dài hạn*” của họ, mặc dù họ cũng đã từng trải qua giai đoạn đầu khoảng 2- 3 năm đối phó, chập chững như nhóm doanh nghiệp thứ nhất nói trên. Một số doanh nghiệp ở nhóm thứ 2 này đã nhìn thấy rằng nhận thức của người tiêu dùng về biến đổi khí hậu, về tài chính bền vững sẽ ảnh hưởng rất lớn đến sự lựa chọn nhà cung cấp sản phẩm của người tiêu dùng, và từ đó ảnh hưởng đến đầu ra của các doanh nghiệp. Đặc biệt là đối với những doanh nghiệp xuất khẩu sản phẩm sang những thị trường của các nước phát triển, nơi mà nhận thức của người tiêu dùng về biến đổi khí hậu, về các vấn đề xã hội đã ở mức cao, thì việc thực hành tài chính bền vững càng và ứng dụng chuyển đổi số trong thực hành tài chính bền vững được chú trọng. Trong bối cảnh nhận thức của người tiêu dùng trong nước về biến đổi khí hậu và các vấn đề xã hội chưa cao thì các doanh nghiệp này coi việc thực hành tài chính bền vững như một khoản đầu tư dài hạn.

“*Bạn nghĩ xem, một ngày không xa, do sự phát triển của khoa học – công nghệ, dữ liệu...thì sự khác biệt về một loại sản phẩm giữa các nhà cung cấp khác nhau sẽ không còn. Trong khi đó, nhận thức của người tiêu dùng thì ngày càng được nâng cao, sự lộ diện rõ của mức độ tàn phá hành tinh của con người ngày càng lớn thì người ta chắc chắn sẽ chọn sản phẩm của doanh nghiệp nào thật sự*

*quan tâm đến các yếu tố ESG để tiêu dùng. Thế nên, khi nhà đầu tư nước ngoài họ thuyết phục, thấy ý tưởng và kế hoạch hợp lý thì chúng tôi đồng ý ngay, chúng tôi coi đây là khoản đầu tư dài hạn. Và sau hơn 5 năm thực hiện, chúng tôi nhận thấy rằng quyết định của chúng tôi là đúng đắn”.*

Tuy vậy, ngay cả trong nhóm doanh nghiệp thứ 2 thì nhận thức của họ, mức độ được “truyền cảm hứng” từ các nhà đầu tư nước ngoài của họ cũng không đồng đều. Có những doanh nghiệp thực hành tài chính bền vững khá tốt trong bối cảnh của Việt Nam nhưng gần như chưa hề có các động thái mang tính hệ thống đối với chuyển đổi số. Và ngay cả doanh nghiệp có mức độ chuyển đổi số tốt nhất trong nhóm này cũng chỉ mới ứng dụng các dữ liệu ESG của riêng công ty mình, chưa khai thác hoặc thậm chí là chưa có ý niệm về việc sử dụng big data trong thực hành tài chính bền vững.

*“Chuyển đổi số của chúng tôi đã bắt đầu bước vào giai đoạn thứ 3. Việc thu thập dữ liệu hiện nay gần như được thực hiện tự động qua việc ứng dụng các phần mềm và AI. Chẳng hạn bước vào thang máy để lên văn phòng công ty là ‘mất thần” trong thang máy đã truyền tải dữ liệu chấm công đến bộ phận nhân sự... Chúng tôi có sự chủ động và có chiến lược rõ ràng trong thu thập dữ liệu để bất kỳ cái gì cần phục vụ cho quản lý, cho việc đưa ra các quyết định là chúng tôi có thể trích xuất ngay”.*

*“Chúng tôi chưa ứng dụng big data, chỉ thu thập dữ liệu liên quan trực tiếp hoạt động của tập đoàn”.*

▪ **Yếu tố tác động đến mức độ thực hành tài chính bền vững và ứng dụng chuyển đổi số trong thực hành tài chính bền vững:**

Ba yếu tố quan trọng tác động đến mức độ thực hành tài chính bền vững và ứng dụng chuyển đổi số trong thực hành tài chính bền vững của các doanh nghiệp Việt Nam đó là:

- ✓ **Yếu tố cổ đông nước ngoài:** Các nhà đầu tư đến từ các nước phát triển nơi có cộng đồng người tiêu dùng nhận thức rõ về tác động của hành vi đầu tư và hành vi tiêu dùng đến biến đổi khí hậu thường yêu cầu hoặc thuyết phục các doanh nghiệp Việt Nam thực hành tài chính bền vững. Các nhà đầu tư này cũng nhận thức rõ vai trò của chuyển đổi số đối với hoạt động của doanh nghiệp trong bối cảnh cuộc CMCN 4.0, khi họ đàm phán để trở thành cổ đông chiến lược họ cũng thường thuyết phục doanh nghiệp Việt Nam về sự cần thiết phải đi đầu trong tiến trình chuyển đổi số. Và điều này trở thành một yếu tố

rất quan trọng thúc đẩy chuyển đổi số và thực hành tài chính bền vững đối với các doanh nghiệp Việt Nam. Điều đáng mừng là, những doanh nghiệp như thế này, sau thời gian thực hiện, họ đã nhận thấy kết quả rất khả quan, tiết kiệm được nhiều chi phí cho doanh nghiệp bên cạnh góp phần thực hiện các mục tiêu xã hội và môi trường. Phát hiện này có vẻ trái ngược với nghiên cứu của Ellen Pey-yi Yu và cộng sự (2021). Ellen Pey-yi Yu và cộng sự (2021) trên cơ sở sử dụng điểm công bố ESG của Blomberg làm thước đo số lượng thông tin công bố của 1.963 công ty vốn hóa lớn có trụ sở tại 49 quốc gia, đã kết luận rằng tỷ lệ sở hữu của cổ đông nước ngoài không làm tăng mức độ công bố thông tin ESG. Điều này thực ra cũng có thể giải thích được, vì 1.963 công ty nói trên chủ yếu đến từ các nền kinh tế phát triển, nơi mà nhận thức của người tiêu dùng về phát triển bền vững cao hơn Việt Nam. Ngoài ra, nghiên cứu của Ellen Pey-yi Yu và cộng sự (2021) cũng cho rằng các công ty có niêm yết trên thị trường chứng khoán của nhiều quốc gia thì mức độ cung cấp thông tin ESG nhiều hơn những công ty chỉ niêm yết giao dịch trên thị trường trong nước. Chính kết luận này cho thấy rõ rằng, khi một doanh nghiệp bị “giám sát” từ nhiều cộng đồng người tiêu dùng khác nhau thì sức ép đối với việc cung cấp thông tin ESG cũng tăng lên. Điều này cũng phù hợp với kết quả nghiên cứu của chúng tôi.

*“Việc thực hành tài chính bền vững và chuyển đổi số của chúng tôi đã bắt đầu mang lại những hiệu quả nhất định: tiết kiệm chi phí xử lý chất thải, tiết kiệm chi phí đầu vào ở giai đoạn kế tiếp của chuỗi sản xuất và cung ứng, khích lệ tinh thần hợp tác, cố gắng của người lao động...Chúng tôi thật sự thích cụm từ **kinh tế tuần hoàn!**”.*

*“Sản phẩm của tập đoàn chúng tôi chủ yếu bán ở nước ngoài, nơi có yêu cầu nghiêm ngặt về bảo vệ môi trường và các khía cạnh xã hội. Nhận thức của người tiêu dùng về tiêu dùng xanh cũng cao...”*

- ✓ **Yếu tố ngành nghề hoạt động:** các doanh nghiệp hoạt động trong các lĩnh vực mà người tiêu dùng dễ dàng nhìn thấy hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp trực tiếp tác động đến sức khỏe của người tiêu dùng và môi trường, thì thường có thực tiễn thực hành tài chính bền vững tốt hơn. Chẳng hạn sản xuất và kinh doanh hàng nông hải thủy sản, sản xuất sữa và các chế phẩm từ sữa, các sản phẩm vệ sinh tẩy rửa gia dụng...Phát hiện này cũng phù hợp với nghiên cứu của Sanches Garcia, Mendes-Da-Silva và Orsato (2017) rằng các



doanh nghiệp hoạt động trong các lĩnh vực nhạy cảm với môi trường và các vấn đề xã hội thực hành tài chính bền vững tốt hơn các doanh nghiệp ở lĩnh vực không nhạy cảm.

*“Các cổ đông chiến lược đến từ các nước phát triển họ yêu cầu chúng tôi thực hành tài chính bền vững, và chị cũng biết đấy, lĩnh vực hoạt động của chúng tôi là cung cấp các sản phẩm nông thủy hải sản, thực phẩm liên quan trực tiếp đến sức khỏe người tiêu dùng và môi trường, chúng tôi coi đây là đầu tư dài hạn...”*

- ✓ **Yếu tố dịch bệnh:** Một số doanh nghiệp cho rằng đại dịch covid-19 tác động thúc đẩy họ có nhận thức sâu sắc hơn về vai trò chuyển đổi số đối với nắm bắt sự thay đổi hành vi của người tiêu dùng để đưa ra các quyết định đầu tư và kinh doanh bền vững.

*"Thương mại điện tử và công nghệ số là một thị trường đầy tiềm năng tại Việt Nam. Khi đại dịch ập tới, một lần nữa nó kích thích các doanh nghiệp phải thật sự nghiêm túc trong việc đầu tư cũng như linh hoạt để duy trì và phát triển kinh doanh bền vững".*

*“Hành vi của khách hàng đã thay đổi với tốc độ chưa từng có vì đại dịch. Do đó, nắm bắt được hành vi của họ là một trong những thách thức kinh doanh lớn và khó lường nhất trong trạng thái "bình thường mới".*

- ✓ **Kinh nghiệm chuyển đổi số cũng được các doanh nghiệp chia sẻ:**

Những chia sẻ này cũng trùng khớp với các kinh nghiệm quốc tế đó là: quyết tâm của lãnh đạo; phải có chiến lược và lộ trình phù hợp với mong muốn và xuất phát từ những bất cập hiện tại của doanh nghiệp; thực hiện từng bước nhỏ; nhân sự để triển khai. Về *khả năng tài chính* thì rất nhiều doanh nghiệp cho rằng nó cũng là vấn đề, nhưng cũng có doanh nghiệp chia sẻ rằng có thể vận dụng phương thức dùng bao nhiêu trả tiền bấy nhiêu để giải quyết phần nào bài toán về vốn.

*“Theo trải nghiệm của công ty chúng tôi, việc chuyển đổi số diễn ra nhanh hay chậm phụ thuộc vào các yếu tố chính: (i) nhận thức và quyết tâm của lãnh đạo đóng vai trò mấu chốt; (ii) khả năng tài chính (nhưng điều này lại không phải vấn đề của doanh nghiệp chúng tôi trong chuyển đổi số); (iii) nhân sự để vận hành...”*

*"Đầu tiên, doanh nghiệp nên khảo sát nhu cầu 'hot' nhất của mình và triển khai từng phần. Và số hoá là một quá trình chứ không phải là 1-2 dự án, nên cần có lộ trình 3-5 năm".*

Ngoài ra, để có thêm luận cứ cho các khuyến nghị ở phần 4, **chúng tôi cũng tiến hành một thí nghiệm qui mô nhỏ** để kiểm tra sự thay đổi nhận thức về biến đổi khí hậu, về tài chính bền vững của người tiêu dùng ảnh hưởng như thế nào đến hành vi mua hàng của họ. Cụ thể, chúng tôi chọn một số học viên cao học và thực hiện các bước sau:

**Bước 1:** khảo sát hiểu biết của họ về biến đổi khí hậu, thói quen sinh hoạt và tiêu dùng của họ. Kết quả cho thấy, hầu hết học viên tham gia nhận thức được những khía cạnh cơ bản chẳng hạn như việc sử dụng các đồ dùng sinh hoạt có thể tái sử dụng. Tuy nhiên, đa phần chưa nhận thức được rằng, việc lựa chọn nhà cung cấp sản phẩm mà họ tiêu dùng cũng gián tiếp ảnh hưởng lớn đến biến đổi khí hậu, đến thực hành tài chính bền vững của các doanh nghiệp.

**Bước 2:** “đo” mức thải carbon của họ qua phương pháp đo được công bố trên trang web của WWF <https://footprint.wwf.org.uk/#/methodology> và các câu hỏi cụ thể tại <https://footprint.wwf.org.uk/#/>. Kết quả cho thấy, dường như người nào có nhận thức sâu sắc hơn một chút thì mức thải carbon của họ thấp hơn một chút. Nhưng đa phần, mức thải carbon của họ lớn hơn mức trung bình của thế giới (xem phụ lục đính kèm).

**Bước 3:**

- ✓ Thảo luận nhóm để họ chia sẻ về sự thay đổi trong nhận thức của họ sau khi họ tham gia thực hiện đo lường mức thải carbon vào môi trường. Kết quả khá thú vị: sau khi thực hiện đo lường carbon họ thải ra môi trường, **phần lớn** trong số họ rất ngạc nhiên về việc có rất nhiều hành vi sinh hoạt và tiêu dùng có thể gây hại cho môi trường mà trước nay họ không hề nhận thức được. Cũng cần lưu ý, đối tượng tham gia thí nghiệm là học viên cao học – nghĩa là những người có trình độ cao. Từ đó, có thể thấy rằng đại đa số dân chúng có lẽ không thể có nhận thức tốt hơn.
- ✓ Khuyến khích họ trong khả năng có thể thay đổi một số thói quen sinh hoạt và hành vi tiêu dùng mà họ dễ dàng thực hiện trong dài hạn:
  - Suy nghĩ 2 ngày, sau đó liệt kê ra những thói quen sinh hoạt và tiêu dùng mà họ tự tin có thể thay đổi được trong dài hạn;
  - Thực hiện nó.

**Bước 4:** Đo lại lượng carbon mà họ thải ra để xem nó có thay đổi hay không sau một thời gian họ thực hiện điều chỉnh hành vi sinh hoạt và tiêu

dùng. Kết quả cho thấy lượng carbon thải ra ít hơn khá nhiều, và chính điều này lại kích lệ họ cam kết thực hiện lâu dài (xem phụ lục đính kèm).

**Bước 5:** Tổ chức thảo luận nhóm với họ.

Kết quả cho thấy: Khi nhận thức của người tiêu dùng về biến đổi khí hậu được nâng lên, cộng với việc có những tác động khuyến khích, họ sẽ thay đổi thói quen sinh hoạt và thực hiện hành vi tiêu dùng “xanh”. Họ quan tâm hơn trong việc lựa chọn những sản phẩm thân thiện với môi trường, không chỉ ở bản chất của sản phẩm mà còn xem quá trình sản xuất của doanh nghiệp tạo ra sản phẩm đó có gây hại cho môi trường hay không. Thay đổi này nếu được diễn ra trên diện rộng sẽ ảnh hưởng đến đầu ra của các doanh nghiệp. Cuối cùng, sẽ khuyến khích các doanh nghiệp thực hành tài chính bền vững và ứng dụng chuyển đổi số trong thực hành tài chính bền vững.

#### **4. MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ**

Từ tất cả những cơ sở trên, kết hợp với kết quả từ các công trình nghiên cứu liên quan, chúng tôi đưa ra các khuyến nghị sau nhằm thúc đẩy các doanh nghiệp Việt Nam thực hành tài chính bền vững, thực hiện chuyển đổi số và ứng dụng chuyển đổi số vào thực hành tài chính bền vững.

##### ***4.1. Nâng cao nhận thức của người dân về biến đổi khí hậu, về tài chính bền vững, đồng thời có những biện pháp kích lệ người dân thay đổi thói quen sinh hoạt và thực hiện hành vi tiêu dùng “xanh”***

Với Việt Nam trong bối cảnh hiện tại, có lẽ đây là gốc rễ của vấn đề. Vì cả lý thuyết, các nghiên cứu thực nghiệm của các tác giả khác cũng như kết quả phỏng vấn và thí nghiệm của chúng tôi đã cho thấy có 2 động cơ thúc đẩy các doanh nghiệp thực hành tài chính bền vững: (i) thực hiện trách nhiệm xã hội đối với cộng đồng, và (ii) thực hiện được mục tiêu kinh doanh. Trong đó, động cơ thứ 2 mang tính “căn cơ” và mạnh mẽ hơn. Và, hầu hết các doanh nghiệp đi đầu trong thực hành tài chính bền vững ở Việt Nam là những doanh nghiệp có các cổ đông chiến lược đến từ những quốc gia phát triển, nơi mà nhận thức của người tiêu dùng về biến đổi khí hậu đã ở mức cao, các cổ đông này hiểu rõ doanh nghiệp nào ở Việt Nam đi đầu trong lĩnh vực này sẽ đảm bảo kinh doanh bền vững trong dài hạn. Đặc biệt, thí nghiệm và thảo luận của chúng tôi đối với một nhóm học viên đã cho thấy rõ: Hiện tại nhận thức của người tiêu dùng Việt nam về biến đổi khí hậu và thực hành tài chính bền vững chưa cao, nhưng khi nhận thức của người tiêu dùng về biến đổi khí hậu và thực hành tài chính bền vững được nâng lên, cộng với

việc có những tác động khuyến khích sẽ dẫn đến gia tăng tỷ lệ tiêu dùng “xanh” của người tiêu dùng. Họ quan tâm hơn trong việc lựa chọn những sản phẩm thân thiện với môi trường không chỉ ở bản chất của sản phẩm mà còn xem xét quá trình sản xuất của doanh nghiệp và cả chuỗi cung ứng sản phẩm đó có gây hại cho môi trường hay không. Thay đổi này nếu được diễn ra trên diện rộng sẽ ảnh hưởng đến đầu ra của các doanh nghiệp. Cuối cùng, sẽ khuyến khích các doanh nghiệp thực hành tài chính bền vững, đặc biệt là ứng dụng chuyển đổi số để có thể nắm bắt thị hiếu và hành vi của khách hàng nhằm giữ chân khách hàng cũ, thu hút khách hàng mới thông qua việc đáp ứng thị hiếu tiêu dùng xanh của khách hàng.

Các giải pháp nâng cao nhận thức của người dân về biến đổi khí hậu, về tài chính bền vững và những biện pháp khích lệ người dân thay đổi thói quen sinh hoạt và thực hiện hành vi tiêu dùng “xanh” cần được triển khai một cách dài hơi, bài bản và cần có sự tham gia của nhiều chủ thể trong xã hội và qua nhiều kênh khác nhau.

Trước mắt, thông qua fanpage của tổ chức Đoàn thanh niên, cho tất cả các sinh viên của các trường đại học và cao đẳng trên toàn quốc thực hiện đo lượng các bon họ thải ra môi trường - coi như một sự cảnh tỉnh. Sau khi thực hiện đo, cũng thông qua tổ chức Đoàn thanh niên, triển khai các chương trình tuyên truyền, thuyết phục để họ thay đổi thói quen sinh hoạt và thực hiện tiêu dùng “xanh”. ***Hiệu ứng đám đông của mạng xã hội*** trong trường hợp này có thể sẽ phát huy tác dụng. Còn về lâu dài, giáo dục về biến đổi khí hậu và các vấn đề xã hội cần phải được lồng ghép vào các môn học và hoạt động liên quan một cách phù hợp từ chương trình mầm non, đến tiểu học lẫn chương trình giáo dục phổ thông.

Hệ thống ngân hàng (Ngân hàng nhà nước Việt Nam và các tổ chức tín dụng) cũng có thể có đóng góp quan trọng trong việc nâng cao nhận thức của người dân về các vấn đề môi trường và tài chính bền vững. Tuy vậy, cũng cần được lưu ý: (i) đối với NHNN, việc lồng ghép nhiệm vụ thúc đẩy phát triển bền vững không được làm sao nhãng hay phương hại đến nhiệm vụ chính của ngân hàng trung ương; (ii) đối với các tổ chức tín dụng, việc lồng ghép nhiệm vụ thúc đẩy phát triển bền vững phải đảm bảo được tình trạng “win-win” vì các tổ chức tín dụng (ngoại trừ các ngân hàng chính sách) vẫn phải thực hiện mục tiêu lợi nhuận của mình. Cụ thể:

- ✓ Do tính chất đặc thù, không chỉ ở các nước trên thế giới mà ngay tại Việt Nam, ngân hàng có lẽ là khu vực thực hiện chuyển đổi số sớm và

nhanh nhất. Việc sử dụng rộng rãi các ứng dụng ngân hàng di động và ngân hàng điện tử mở ra cơ hội mới cho các tổ chức tín dụng có thể dễ dàng cung cấp thông tin cho người tiêu dùng là khách hàng của ngân hàng mình về mô hình tiêu dùng hàng ngày của khách hàng và hỗ trợ khách hàng trong việc lựa chọn các sản phẩm và dịch vụ vừa phù hợp với giá trị cá nhân của khách hàng và vừa thân thiện với môi trường. Chẳng hạn, việc ứng dụng big data và AI vào hoạt động ngân hàng cho phép các ngân hàng thương mại và tổ chức tín dụng có thể “dịch” dữ liệu giao dịch tài chính thành các dấu chân carbon riêng lẻ (footprint) của từng khách hàng. Khi kết quả “dịch thuật” được tích hợp với các dịch vụ ngân hàng kỹ thuật số, giúp làm nổi bật tác động môi trường của việc mua hàng của từng khách hàng trong thời gian thực. Gửi thông tin này cho khách hàng cộng thêm các thông tin về các dự án bền vững đã được ngân hàng tài trợ trên cơ sở thẩm định một cách nghiêm túc sẽ làm cho 3 bên cùng có lợi: khách hàng của ngân hàng sẽ có những lựa chọn tốt cho sức khỏe của bản thân và thân thiện với môi trường; doanh nghiệp có dự án xanh sẽ quảng bá được hình ảnh và dự án của mình đến một số lượng khách hàng khổng lồ của ngân hàng; ngân hàng thương mại hay tổ chức tín dụng đã tài trợ cho dự án xanh đó sẽ giảm thiểu được rủi ro tín dụng khi tài trợ cho dự án nông nghiệp xanh. Bằng cách này, tình trạng “win-win” cũng sẽ đạt được.

- ✓ Về phía NHNN, bên cạnh những cơ chế để khuyến khích các tổ chức tín dụng chuyển đổi số gắn với mục tiêu “xanh hóa” hệ thống ngân hàng, cũng cần xây dựng các cơ chế **kiểm soát sự minh bạch, trách nhiệm của các tổ chức tín dụng** trong việc “dịch thuật” “dấu chân carbon” của khách hàng và cung cấp thông tin về các dự án xanh do mình tài trợ.

Ngoài ra, các quỹ về chống biến đổi khí hậu cũng nên tập trung vào nội dung nâng cao nhận thức của người dân và các giải pháp khuyến khích người dân thực hiện hành vi tiêu dùng “xanh”, thay vì tổ chức các cuộc hội thảo mà chỉ các chuyên gia và các nhà khoa học ngồi thảo luận với nhau như thời gian qua.

#### ***4.2. Thúc đẩy các doanh nghiệp thực hiện chuyển đổi số***

Như đã đề cập trong phần thực trạng, các trở lực chính ngăn cản quá trình chuyển đổi số của các doanh nghiệp Việt Nam đó là: lãnh đạo doanh

ngành chưa nhận thức đúng về chuyển đổi số và vai trò của chuyển đổi số trong bối cảnh 4.0; thiếu nguồn lực tài chính và cả nhân sự đủ khả năng để thực hiện. Do vậy, để thúc đẩy quá trình chuyển đổi số của các doanh nghiệp nên tập trung vào các giải pháp sau:

▪ **Nâng cao nhận thức và quyết tâm chuyển đổi số của lãnh đạo các doanh nghiệp**

Từ khảo sát của VCCI, của Bộ công Thương và của Cisco đều cho thấy trên 80% các doanh nghiệp Việt Nam chưa nhận thức đúng về chuyển đổi số. Quá trình phỏng vấn sâu của chúng tôi cũng cho kết quả tương tự. Đặc biệt, kết quả phỏng vấn cho thấy, những doanh nghiệp đã thực hiện quá trình chuyển đổi số và vận dụng chuyển đổi số vào thực hành tài chính bền vững khá thành công đều khẳng định: “*nhận thức và quyết tâm của lãnh đạo đóng vai trò mấu chốt*”. Do vậy, Chính phủ và chính quyền địa phương các cấp cần có những giải pháp để lãnh đạo các doanh nghiệp nhận thức đúng về chuyển đổi số. Các giải pháp này tập trung vào:

✓ *Tuyên truyền thông qua minh chứng*

MIT đã từng tiến hành một khảo sát, kết quả cho thấy các doanh nghiệp chuyển đổi số thành công có doanh thu cao hơn đối thủ cạnh tranh tới 26%. Vậy nên Chính phủ và chính quyền các địa phương ở Việt Nam nên chủ động thống kê và so sánh kết quả kinh doanh trước và sau chuyển đổi số của các doanh nghiệp chuyển đổi số thành công để làm minh chứng truyền thông về chuyển đổi số. Khi lãnh đạo các doanh nghiệp nhận thức đúng về hiệu quả của chuyển đổi số họ sẽ quyết tâm thực hiện.

✓ *Truyền thông về tầm quan trọng của sự tham gia của lãnh đạo doanh nghiệp vào quá trình chuyển đổi số*

Chuyển đổi số là quá trình không chỉ thay đổi về cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin mà còn là quá trình thay đổi về phương thức điều hành, lãnh đạo, quy trình làm việc, văn hóa công ty nhằm tạo ra những cơ hội và giá trị mới. Do vậy, sự tham gia của lãnh đạo doanh nghiệp vào quá trình chuyển đổi số vừa đảm bảo lãnh đạo doanh nghiệp hiểu và sử dụng hiệu quả các công nghệ và dữ liệu trong quản trị điều hành, đồng thời còn là tấm gương buộc tất cả các thành viên còn lại trong công ty phải tham gia vào quá trình chuyển đổi. Đây cũng là một khía cạnh mấu chốt của chuyển đổi số thành công.

## ▪ Xử lý nhu cầu về nguồn tài chính và nguồn nhân lực

Nguồn lực tài chính và nhân lực thực hiện chuyển đổi số cũng là vấn đề quan trọng với các doanh nghiệp. Nhưng một khi lãnh đạo doanh nghiệp nhận thức đúng về chuyển đổi số, nhìn thấy những lợi ích chuyển đổi số mang lại cho doanh nghiệp thì tự khắc họ sẽ phải tìm giải pháp để xử lý câu chuyện về tài chính và nhân lực. Ngoài ra, các doanh nghiệp Việt Nam có thể tham khảo kinh nghiệm của các doanh nghiệp quốc tế trong xử lý bài toán về nguồn lực tài chính và nhân lực cho chuyển đổi số, chẳng hạn như:

- ✓ Sử dụng mô hình SASE được phát triển bởi công ty nghiên cứu và tư vấn công nghệ Gartner: Đây là mô hình có thể tích hợp Security vào các tính năng của SD-WAN và cung cấp chúng dưới một dịch vụ duy nhất. Ngoài ưu điểm có thể truy nhập streamlining network, cải thiện security, tăng hiệu suất mạng, mô hình này còn giúp các doanh nghiệp giảm chi phí đầu tư vì: (i) doanh nghiệp sẽ không cần đầu tư server và cơ sở hạ tầng tốn kém, giảm số vendors (nhà cung cấp) và số lượng thiết bị mà các chuyên viên IT phải xử lý; (ii) doanh nghiệp có thể sử dụng phương thức “dùng bao nhiêu trả tiền bấy nhiêu”.
- ✓ Mỗi doanh nghiệp cần nhìn nhận đúng mục tiêu và nhu cầu hàng đầu của doanh nghiệp mình trong chuyển đổi số là gì, sắp xếp trình tự ưu tiên và vạch lộ trình để triển khai từng bước. Việc triển khai từng bước có 3 tác dụng: (i) sớm thấy kết quả sẽ tạo động lực và niềm tin để thực hiện tiếp (ii) không làm cho đội ngũ nhân sự liên quan cảm thấy bị “ngộp” trong quá trình chuyển đổi, và; (iii) có những điều chỉnh phù hợp nếu có sai lầm mà không quá tốn kém.
- ✓ Chuyển đổi số phải hướng đến việc tạo ra nhiều dữ liệu cần thiết và hữu ích không chỉ cho doanh nghiệp mà còn cho cả khách hàng của họ, bằng cách đó họ xử lý được sự tương quan hợp lý giữa mục tiêu lợi nhuận với mục tiêu xã hội và môi trường. Ngoài ra, trong quá trình này mỗi doanh nghiệp cũng cần xem xét chọn lọc các “đối tác trong chia sẻ tài nguyên và dữ liệu dùng chung” để tiết kiệm chi phí và tiếp cận được nhiều khách hàng hơn. Facebook là một ví dụ điển hình cho khía cạnh này. Nhiều người dùng buộc phải sử dụng Facebook do lượng dữ liệu hoặc/và các mối quan hệ hữu ích đối với người dùng ở trên nền tảng này chứ chưa hẳn do người dùng thích Facebook. Bên cạnh đó người dùng Facebook chắc cũng thấy rõ: hễ người dùng Facebook tìm kiếm thông tin nào đó trên Google thì ngay lập tức các

trang bán hàng hóa – dịch vụ liên quan sẽ hiển thị vào trang Facebook của người dùng. Facebook và Google đang chia sẻ dữ liệu và tài nguyên với nhau. Đây là một hiện tượng thực tế mà các doanh nghiệp nên quan tâm khi thực hiện chuyển đổi số.

#### ▪ **Cải thiện sự hỗ trợ của Chính phủ và chính quyền địa phương**

Chính phủ và Chính quyền các địa phương cần quan tâm đến sắp xếp và khai thác các nguồn lực và **sử dụng chúng một cách thật hiệu quả** để hỗ trợ kỹ thuật về chuyển đổi số cho các doanh nghiệp, hỗ trợ phát triển các nền tảng số. Các chương trình, dự án hỗ trợ doanh nghiệp chuyển đổi số phải đi vào thực chất, nguồn quỹ phải được sử dụng cho việc hỗ trợ thật sự hữu ích thay vì tiêu dùng cho các hoạt động mang tính hình thức như lễ công bố, hội họp,... Ngoài ra, việc chuyển đổi số khu vực công cần tập trung vào việc tạo ra nhiều tiện ích và tiết kiệm chi phí cho doanh nghiệp. Thái Lan có thể là một ví dụ gần gũi với Việt Nam cho kinh nghiệm này. Có 3 điểm nổi bật trong hoạt động hỗ trợ của Chính phủ Thái Lan đối với chuyển đổi số của doanh nghiệp:

- ✓ Tạo ra cổng thông tin duy nhất "Farmer One" để hỗ trợ các quy trình sản xuất nông nghiệp như: đăng ký trồng trọt, liên hệ nguồn nguyên liệu đầu vào, tư vấn tình hình giá bán của từng loại nông phẩm,...
- ✓ "Biz Portal" là cổng thông tin để khởi nghiệp cho mọi tầng lớp: doanh nhân có thể đăng ký kinh doanh, thực hiện các báo cáo về nhân sự, bảo hiểm, yêu cầu cấp giấy phép xây dựng nhà xưởng văn phòng làm việc, yêu cầu kết nối điện, nước và các dịch vụ liên quan khác online.
- ✓ Hệ thống Kiosk thông minh của chính phủ và Smart Service: cung cấp các dữ liệu 24/24 để doanh nghiệp và người dân có thể truy cập.

#### ***4.3. Thúc đẩy ứng dụng chuyển đổi số vào thực hành tài chính bền vững***

Hermenegildo Gil-Gomez và ctg (2020) đã chứng minh rằng quản lý quan hệ khách hàng (CRM) sẽ là giải pháp công nghệ mang tính cốt lõi để quản lý kinh doanh hiệu quả qua việc đánh giá tác động của từng thành phần CRM (bán hàng, tiếp thị và dịch vụ) trên ba khía cạnh của tài chính bền vững (môi trường, xã hội và quản trị). Đặc biệt, CRM được cho là công cụ quan trọng để đổi mới kinh doanh, thúc đẩy các doanh nghiệp vừa và nhỏ thực hành tài chính bền vững. CRM do đó có thể được coi là một loại



công nghệ thông tin xanh, hướng tới chuyển đổi số và đổi mới mô hình kinh doanh bền vững đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Ứng dụng kết quả nghiên cứu này vào thực tiễn chuyển đổi số hướng đến thực hành tài chính bền vững ở Việt Nam theo chúng tôi là hoàn toàn phù hợp. Vì ở Việt Nam, doanh nghiệp vừa và nhỏ chiếm tới gần 98% số lượng doanh nghiệp. CRM xuất hiện vào những năm 1970 (Buttle, 2004) ban đầu được coi như một công cụ để quản lý và tối ưu hóa, tự động hóa hoạt động bán hàng trong các doanh nghiệp. Ngày nay CRM đã trở thành một công cụ phổ biến nhất để quản lý thông tin của doanh nghiệp không chỉ cho mục đích bán hàng và tiếp thị thụ động, mà còn để tương tác với khách hàng hiệu quả hơn (King & Burgess, 2007). CRM không chỉ bao gồm phần mềm hoặc công nghệ, mà còn bao gồm cả kiến thức chiến lược, và vì vậy nó trở thành giải pháp toàn cầu để phân tích dữ liệu chính xác hơn và đưa ra các quyết định kinh doanh và đầu tư tốt hơn (Krizanova, Gajanova & Nadanyiova, 2018). Jiayao Hu & ctg (2019) cũng cho rằng dữ liệu về nhận thức của khách hàng có tác động tích cực đến việc thực hành quản trị bền vững của các doanh nghiệp, đặc biệt là quản trị bền vững chuỗi cung ứng. Chuyển đổi số thành công sẽ cho phép doanh nghiệp tiếp cận các dữ liệu đa dạng, trích xuất và phân tích dữ liệu nhanh chóng để có cái nhìn tổng quát nhất về hành vi của khách hàng, từ đó đưa ra được các quyết định nhanh và chính xác nhằm đạt cả ba mục tiêu: môi trường, xã hội và quản trị.

Bên cạnh số lượng, chất lượng dữ liệu về ESG cũng cực kỳ quan trọng để các doanh nghiệp có thể trích xuất, phân tích nhằm đưa ra chiến lược kinh doanh và đầu tư bền vững. Cho đến hiện tại, nhiều chuyên gia chỉ trích ba cách đánh giá thực hành tài chính bền vững đang được các doanh nghiệp và các tổ chức ở các quốc gia trên thế giới sử dụng là thiếu chính xác, đó là: (i) dựa trên xếp hạng bền vững quốc gia của RobecoSam; (ii) tiêu chuẩn hiệu suất IFC; và (iii) xếp hạng chủ quyền của ETH. Chính các cách đánh giá không đạt yêu cầu này trở thành nút thắt quan trọng trong việc gia tăng qui mô đầu tư bền vững (Hofer, 2017). Simone Quatrini (2021) đề xuất mô hình đánh giá Impact ASSURANCE - là một mô hình đánh giá sử dụng khung đánh giá tác động tích hợp, năng lực dự báo vượt trội và kỹ thuật xác minh phân tán được hỗ trợ bởi trí tuệ nhân tạo để đánh giá thực hành tài chính bền vững. Simone Quatrini (2021) cũng cho rằng mô hình đánh giá Impact ASSURANCE là một giải pháp đầy hứa hẹn để mở rộng qui mô tài chính bền vững. Ở góc nhìn này, một lần nữa chúng ta lại thấy chuyển đổi số đóng một vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy thực hành tài chính bền vững.

Ngoài ra, tại Chương trình nghị sự 21 của Hội nghị thượng đỉnh về Trái đất (1992), các nhà lãnh đạo cấp cao của các quốc gia cũng đã thừa nhận rằng hầu hết các thách thức về môi trường và phát triển bền vững đều có nguồn gốc trong hoạt động của từng quốc gia, từng địa phương. Do vậy, bản địa hóa, địa phương hóa các mục tiêu phát triển bền vững sẽ thu hút sự tham gia của các bên liên quan tại địa phương vào thực hiện mục tiêu phát triển bền vững. Chương trình nghị sự 2030 cũng đã hướng đến điều này. Đặc biệt, Suzanna ElMassah, Mahmoud Mohieldin (2020) cho rằng việc nội địa hóa, địa phương hóa các mục tiêu phát triển bền vững sẽ làm gia tăng vai trò của chuyển đổi số đối với việc thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững. Từ đây, chúng tôi kiến nghị rằng, để thực hiện mục tiêu phát triển bền vững, về phía khu vực công, Chính phủ và chính quyền các địa phương cần phải cụ thể hóa mục tiêu này gắn với đặc thù của từng địa phương. Trên cơ sở đó: (i) tiến hành phân bổ ngân sách theo trình tự ưu tiên theo các mục tiêu đã vạch ra; (ii) có chính sách khuyến khích cộng đồng doanh nghiệp và cư dân hướng đến các mục tiêu cụ thể này qua hoạt động đầu tư và tiêu dùng của họ. Và để làm được điều đó, dữ liệu làm cơ sở để ra quyết định lại hết sức quan trọng. Theo đánh giá của Liên Hiệp Quốc, xét chung trên toàn cầu, chỉ có 22% chỉ tiêu SDGs có liên quan đến môi trường được cập nhật liên tục và 68% chỉ tiêu thống kê khác không có dữ liệu để đánh giá tiến trình thực hiện (Campbell, 2019). Nguyên nhân là do các chính phủ đã không đầu tư thích đáng cho mục tiêu phát triển bền vững (Campbell, 2019). Và một khi thiếu dữ liệu thì các chủ thể liên quan lại không biết làm gì để đạt mục tiêu. Do vậy, thời gian tới Chính phủ và các chính quyền địa phương cần đầu tư cho việc thu thập dữ liệu về phát triển bền vững một cách bài bản.

#### ***4.4. Khuyến khích các tổ chức nghiên cứu và các doanh nghiệp phát triển dữ liệu về ESG***

Khuyến khích các tổ chức nghiên cứu và các doanh nghiệp phát triển dữ liệu về ESG là một kiến nghị quan trọng nhưng cần nhiều thời gian để thực hiện. Nếu không đầu tư đúng mức cho phát triển dữ liệu thì chúng ta không biết phải làm gì để đạt mục tiêu phát triển bền vững. Cơ sở dữ liệu trở thành một nguồn tài nguyên mới của thời đại kỹ thuật số (UNDP, 2019), do vậy các quốc gia nên đầu tư để thu thập tất cả các dữ liệu bằng cả những cách thông thường và cả những cách thức sáng tạo miễn hợp đạo lý và sử dụng cho mục tiêu đúng đắn.

Trong tương lai, nhiều người hy vọng rằng các công nghệ như AI, machine learning và xử lý ngôn ngữ tự nhiên (natural language processing) sẽ được sử dụng để tạo ra và phân tích dữ liệu ESG. Những công nghệ này có thể giúp xử lý lượng dữ liệu khổng lồ, bao gồm cả trong các lĩnh vực mà thông tin thường được trình bày theo những cách không tương thích. Các nhà đầu tư cũng sẽ xác định hiệu quả các tín hiệu được nhúng trong dữ liệu phi cấu trúc để có được những hiểu biết sâu sắc hơn hoặc thậm chí dự đoán về đầu tư bền vững. Những công nghệ này cũng sẽ giúp giảm chi phí tìm kiếm thông tin và cải thiện việc đo lường và theo dõi "màu xanh lá cây" của các khoản đầu tư. Tuy nhiên, công nghệ không phải là thuốc chữa bách bệnh, mà chỉ là công cụ hiệu quả để tăng cường phán đoán của con người và khuếch đại hiệu quả của phân tích ESG. Sự sẵn có của những hiểu biết chất lượng cao dựa trên dữ liệu sẽ hỗ trợ các tổ chức tài chính trong việc cải thiện hồ sơ bền vững của danh mục đầu tư của nhà đầu tư và tư vấn cho khách hàng về cách sắp xếp các khoản đầu tư theo sở thích cá nhân của họ. Các tổ chức tài chính cũng có thể tạo ra các mô hình tài chính sáng tạo hướng nguồn tiền của khách hàng đến các dự án mới đầy hứa hẹn và các công ty khởi nghiệp tiên tiến. Đối với các nhà đầu tư thì nhận thức về biến đổi khí hậu, mô hình hóa tác động tài chính tiềm năng của biến đổi khí hậu đối với các tài sản hoặc danh mục đầu tư cụ thể có thể giúp họ hiểu được mức độ rủi ro gây ra bởi biến đổi khí hậu đối với hoạt động đầu tư. Được trang bị những thông tin này, các nhà đầu tư sau đó có thể xem xét làm thế nào để giảm thiểu, thích nghi hoặc chuyển đổi danh mục đầu tư.

Ở Việt Nam, cho đến hiện tại dữ liệu về ESG thiếu trầm trọng. Bản thân các doanh nghiệp thì chỉ thu thập dữ liệu của riêng mình và ngay cả những doanh nghiệp có Báo cáo phát triển bền vững nằm trong top 10 và top 100 thì cũng rất ít các doanh nghiệp có chiến lược rõ ràng trong thu thập dữ liệu phục vụ cho phân tích ESG để đưa ra các quyết định đầu tư mang tính bền vững. Một vài tổ chức có thu thập dữ liệu ESG trên diện rộng để đưa ra các chỉ số đánh giá phát triển bền vững. Cụ thể, Sở giao dịch chứng khoán TP.HCM xây dựng chỉ số phát triển bền vững VNSI (Vietnam Sustainability Index) bằng cách tính giá trị vốn hóa thị trường có điều chỉnh tỷ lệ tự do chuyên nhượng (free-float) với thành phần là các cổ phiếu của công ty có điểm phát triển bền vững tốt nhất được niêm yết trên HOSE thuộc VN100 với tần suất tính toán theo thời gian thực 5 giây/lần. Hay Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam phối hợp với một vài tổ chức xây dựng Bộ Chỉ số Doanh Nghiệp Phát triển bền Vững – CSI dựa trên các cơ sở:

- Hệ thống pháp luật Việt Nam
- Khung G4 để thực hiện lập báo cáo bền vững của tổ chức GRI 2014
- Bộ tiêu chuẩn quốc tế tự nguyện về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp ISO26000
- Các thông lệ công bố thông tin của các quốc gia trên thế giới
- Các cam kết thực hiện các nghĩa vụ trong các hiệp định thương mại song phương/đa phương.

Với hơn 150 tiêu chí và các doanh nghiệp chủ động điền thông tin qua mạng.

Các chỉ số đánh giá trên chưa đạt độ tin cậy cần thiết, vì: (i) chủ thể được khảo sát tự điền câu trả lời mà không kiểm chứng được độ tin cậy như thế nào; (ii) phương pháp không dựa trên khung lý thuyết vững chắc.

Chính vì vậy, để việc ứng dụng chuyển đổi số trong thực hành tài chính bền vững có ý nghĩa hơn thì Chính phủ, chính quyền địa phương ở Việt Nam cần có các biện pháp khuyến khích các tổ chức nghiên cứu và các doanh nghiệp quan tâm phát triển dữ liệu về ESG. Khi có nhiều nhà đầu tư tiếp cận đầu tư có trách nhiệm thì số lượng và chất lượng dữ liệu ESG được công bố bởi các công ty sẽ trở nên quan trọng hơn để các nhà đầu tư xem xét nhằm đưa ra các quyết định đầu tư (Albarrak, Elnahass, & Salama, 2019; Breuer, Mueller, Rosenbach, & Salzmann, 2018).

#### ***4.5. Có những giải pháp khuyến khích phát triển thị trường trái phiếu “xanh” đi kèm với yêu cầu nghiêm ngặt về cung cấp dữ liệu ESG***

Trái phiếu “xanh” là loại trái phiếu kết hợp cả 2 tính năng “**trái phiếu**” và “**xanh**”. Tính năng “xanh” ở đây yêu cầu tiền thu được từ phát hành trái phiếu này sẽ phải đầu tư vào các dự án đảm bảo không gây hại cho môi trường.

Tháng 6/2007, Ngân hàng đầu tư châu Âu đã lần đầu tiên phát hành *Trái phiếu nhận thức về khí hậu toàn cầu* để tài trợ cho các dự án “xanh”. Kể từ đó, thị trường trái phiếu xanh đã trải qua giai đoạn phát triển ban đầu (2007-2012) và từ 2013 – nay đang bước vào giai đoạn phát triển thứ 2 với sự gia tăng về cả qui mô và phạm vi phân phối (từ châu Âu đến khắp nơi trên thế giới, đặc biệt là các nước đang phát triển). Tổ chức tài chính quốc tế IFC (2021) cho biết, giá trị phát hành trái phiếu xanh năm 2019 ở các thị

trường đang phát triển đạt 52 tỷ USD, tăng 21% so với năm trước. Đặc biệt, trái phiếu xanh ngày càng thu hút các nhà đầu tư, tổ chức, các quỹ hưu trí, công ty quản lý tài sản...

Ở Việt Nam, sau Nghị quyết số 24-NQ/TW và các quyết định của Thủ tướng Chính phủ, Bộ Tài chính đã ban hành Quyết định số 2183/QĐ-BTC ngày 20/10/2015 về Kế hoạch hành động của ngành Tài chính thực hiện chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh đến năm 2020. Trong đó có đề cập việc xây dựng, hoàn thiện khung chính sách tài chính, nhằm phát triển thị trường vốn xanh và các sản phẩm tài chính xanh. Bên cạnh đó, thực hiện Quyết định số 1191/QĐ-TTg phê duyệt Lộ trình phát triển thị trường trái phiếu giai đoạn 2017-2020, tầm nhìn đến năm 2030 của Chính phủ, Bộ Tài chính đang chủ trì xây dựng và ban hành các cơ chế chính sách về phát triển thị trường trái phiếu xanh. Thiết nghĩ, việc xây dựng và ban hành cơ chế chính sách về trái phiếu xanh cần phải kết hợp giữa học hỏi kinh nghiệm một cách chọn lọc từ các quốc gia trên thế giới và thực tiễn của Việt Nam trên cơ sở thực hiện các cuộc khảo sát đáng tin cậy.

Ở các nước trên thế giới, Nhà nước thường khuyến khích phát triển thị trường trái phiếu “xanh” bằng cách khuyến khích các công ty đầu tư tài chính, các quỹ hưu trí, người dân đầu tư vào loại trái phiếu này thông qua biện pháp *ưu đãi về thuế* kết hợp với việc *yêu cầu chủ thể phát hành cung cấp các dữ liệu đầy đủ và nghiêm ngặt về ESG* cho nhà đầu tư có cơ sở quyết định. Ngoài ra, theo Yao Wang và Qiang Yi (2016) chính sách khuyến khích phát triển thị trường trái phiếu xanh cũng *cần quan tâm xử lý mâu thuẫn giữa hiệu quả của trái phiếu và yếu tố “xanh”*. Mấu chốt của xử lý mâu thuẫn này là *phải tạo ra được tính thanh khoản cho trái phiếu “xanh” bằng các hoạt động giao dịch phái sinh*.

Linh Phạm và Huỳnh Lưu Đức Toàn (2020) xem xét mối quan hệ giữa sự quan tâm của các nhà đầu tư và hoạt động của thị trường trái phiếu xanh cho thấy sự quan tâm của các nhà đầu tư ảnh hưởng đến lợi nhuận và sự biến động của thị trường trái phiếu xanh. Ngoài ra, nghiên cứu trên cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của thông tin tích hợp đối với việc định hướng dòng tài chính chảy vào các hoạt động đầu tư bền vững.

Nhóm của Minh Châu (2020) đã thực hiện một khảo sát với đối tượng khảo sát 250 nhà đầu tư (NĐT) cá nhân tham gia đầu tư trên thị trường chứng khoán TP. Hồ Chí Minh nhằm đánh giá: (i) mức độ quan tâm đến trái phiếu; (ii) mức độ quan tâm đến môi trường của NĐT; (iii) mức độ quan

tâm, hiểu biết của các NĐT về công cụ huy động vốn trái phiếu xanh, (iv) những yếu tố liên quan đến trái phiếu xanh sẽ thu hút các nhà đầu tư. Kết quả cho thấy:

- Chỉ có 35,9% các nhà đầu tư cho rằng trái phiếu hấp dẫn họ;
- Có 15,6% các nhà đầu tư *rất quan tâm* và 45,3% các nhà đầu tư *có quan tâm* đến yếu tố môi trường khi đầu tư. Mặc dù chỉ khảo sát trên mẫu nhỏ, nhưng con số này ít nhiều cho thấy đây là tín hiệu thuận lợi cho các doanh nghiệp khi quan tâm đến phát hành trái phiếu xanh;
- Chỉ có khoảng 10,9% các nhà đầu tư có nghiên cứu về trái phiếu xanh và không có nhà đầu tư nào thật sự nghiên cứu sâu về loại trái phiếu này;
- Đặc điểm đầu tiên thu hút nhà đầu tư chính là trái phiếu xanh được phát hành bởi những chủ thể có uy tín trên thị trường, đảm bảo nguồn vốn huy động được sử dụng cho các dự án xanh. Tính thanh khoản của trái phiếu xanh là đặc điểm quan trọng thứ 2 mà đối tượng khảo sát lựa chọn. Điều này không chỉ đảm bảo cho khả năng sinh lời, mức độ rủi ro của trái phiếu xanh đối với nhà đầu tư mà còn có ý nghĩa quan trọng trong việc thực hiện cam kết về môi trường của trái phiếu xanh. Và kết quả này cũng cho thấy việc yêu cầu nghiêm ngặt về cung cấp dữ liệu ESG của chủ thể phát hành là cực kỳ cần thiết.

Mặc dù khảo sát này còn một số hạn chế, song bước đầu cho chúng ta cái nhìn sơ bộ về sự quan tâm của nhà đầu tư cá nhân đối với trái phiếu xanh. Thời gian tới, để xây dựng được khung chính sách và đưa ra được các giải pháp phù hợp, cần thực hiện các cuộc khảo sát trên qui mô rộng với phương pháp có độ tin cậy cao hơn.

## 5. KẾT LUẬN

Cùng với cuộc cách mạng công nghệ 4.0 và sức ép của các bên liên quan, chuyển đổi số và kinh doanh bền vững trở thành con đường phát triển chính cho các doanh nghiệp trong nền kinh tế hiện đại. Trong con đường phát triển đó, bên cạnh nỗ lực tự thân của các doanh nghiệp, cũng rất cần các chính sách thúc đẩy, hỗ trợ của Chính phủ và chính quyền địa phương, sự hỗ trợ của hệ thống ngân hàng. Các chính sách đó phải hướng đến: (i) nâng cao nhận thức của người dân về biến đổi khí hậu, về tài chính bền

vững, đồng thời có những biện pháp khích lệ người dân thay đổi thói quen sinh hoạt và thực hiện hành vi tiêu dùng “xanh”; (ii) nâng cao nhận thức và quyết tâm chuyển đổi số của lãnh đạo các doanh nghiệp; (iii) nội địa hóa, địa phương hóa các mục tiêu phát triển bền vững để làm gia tăng vai trò của chuyển đổi số đối với việc thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững; (iv) khuyến khích các tổ chức nghiên cứu và các doanh nghiệp phát triển dữ liệu về ESG, đồng thời bản thân Chính phủ và chính quyền địa phương cũng cần đầu tư cho việc thu thập dữ liệu về phát triển bền vững một cách bài bản; sắp xếp và khai thác các nguồn lực và sử dụng chúng một cách thật hiệu quả để hỗ trợ kỹ thuật về chuyển đổi số, hỗ trợ phát triển các nền tảng số cho các doanh nghiệp. Các chương trình, dự án hỗ trợ doanh nghiệp chuyển đổi số phải đi vào thực chất, nguồn quỹ phải được sử dụng cho việc hỗ trợ thật sự hữu ích thay vì tiêu dùng cho các hoạt động mang tính hình thức như lễ công bố, hội họp,.... Ngoài ra, việc chuyển đổi số khu vực công cần tập trung vào việc tạo ra nhiều tiện ích và tiết kiệm chi phí cho doanh nghiệp. Cuối cùng, thực hiện khảo sát trên diện rộng để có thể để xây dựng được khung chính sách và đưa ra được các giải pháp phù hợp nhằm triển khai và phát triển thị trường “trái phiếu xanh” thành công ở Việt Nam. Về phía doanh nghiệp, cần phải nhìn nhận ứng dụng chuyển đổi số vào thực hành tài chính bền vững là “đầu tư dài hạn”. Tuy vậy, cần xác định đúng mục tiêu và nhu cầu hàng đầu của doanh nghiệp mình trong chuyển đổi số là gì, sắp xếp trình tự ưu tiên và vạch lộ trình để triển khai từng bước phù hợp với khả năng tài chính và nguồn nhân lực. Tận dụng mô hình SASE của Gartner cũng là một gợi ý để góp phần tháo gỡ rào cản về tài chính và nhân lực của doanh nghiệp trong quá trình chuyển đổi số. Kế đến, chuyển đổi số phải hướng đến việc tạo ra nhiều dữ liệu cần thiết và hữu ích không chỉ cho doanh nghiệp mà còn cho cả khách hàng của mình. Cuối cùng, trong quá trình chuyển đổi số mỗi doanh nghiệp cũng cần xem xét chọn lọc các “đối tác trong chia sẻ tài nguyên và dữ liệu dùng chung” để tiết kiệm chi phí và tiếp cận được nhiều khách hàng hơn.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Albarrak, Elnahass, & Salama (2019), The effect of carbon dissemination on cost of equity, Journal of Cleaner Production Volume 150, 1 May 2017, Pages 135-147;
2. Breuer, Mueller, Rosenbach, & Salzmman (2018), Corporate social responsibility, investor protection, and cost of equity: A cross-country comparison, Journal of Banking and Finance, 96 (2018), pp. 34-55;
3. Buttle, F. (2004). Customer relationship management. Concepts and tools. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann [Crossref], [Google Scholar]
4. Campbell, J. (2019). We lack data for 68% of SDG Indicators, <https://un-spbf.org/guest-insights/jillian-campbell/we-lack-data-for-68-of-sdg-indicators-closing-data-gaps-essential-to-achieving-sdgs/> (truy cập 23/5/2021);
5. Costanza. R, de Groot. R, Sutton. P , et al (2014) Changes in the global value of ecosystem services, Global Environ. Change, 26 (2014), pp. 152-158;
6. Davis-Peccoud, J., Baculard, L.P., Caimi, G., & Straehle, O., **Organizing for a Digital World**, Bain & Company Inc, London (2018) Google Scholar
7. Deloitte (2019), The Deloitte Global Millennial Survey 2019: Socidiscord and technological transformation create a “generation disrupted”, <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/deloitte-2019-millennial-survey.pdf> (truy cập 28/5/2021);
8. ELD Initiative (2015), The value of land: Prosperous lands and positive rewards through sustainable land management, Economics of Land Degradation (ELD) Initiative, GIZ; [https://www.researchgate.net/publication/284513313\\_The\\_value\\_of\\_land\\_Prosperous\\_lands\\_and\\_positive\\_rewards\\_through\\_sustainable\\_land\\_management](https://www.researchgate.net/publication/284513313_The_value_of_land_Prosperous_lands_and_positive_rewards_through_sustainable_land_management) (truy cập 27/5/2021)
9. Ellen Pey-yi Yu & Bac Van Luu (2021) International variations in ESG disclosure – Do cross-listed companies care more?, International Review of Finance Analysis, Volume 75, May 2021, 101731
10. ElMassah & Mohieldin (2020), Digital transformation and localizing the Sustainable Development Goals (SDGs), Ecological Economics, 2020, 106490, Volume 169;
11. EY (2019), Global FinTech Adoption Index 2019, [https://www.ey.com/en\\_gl/ey-global-fintech-adoption-index](https://www.ey.com/en_gl/ey-global-fintech-adoption-index) (truy cập 23/5/2021).

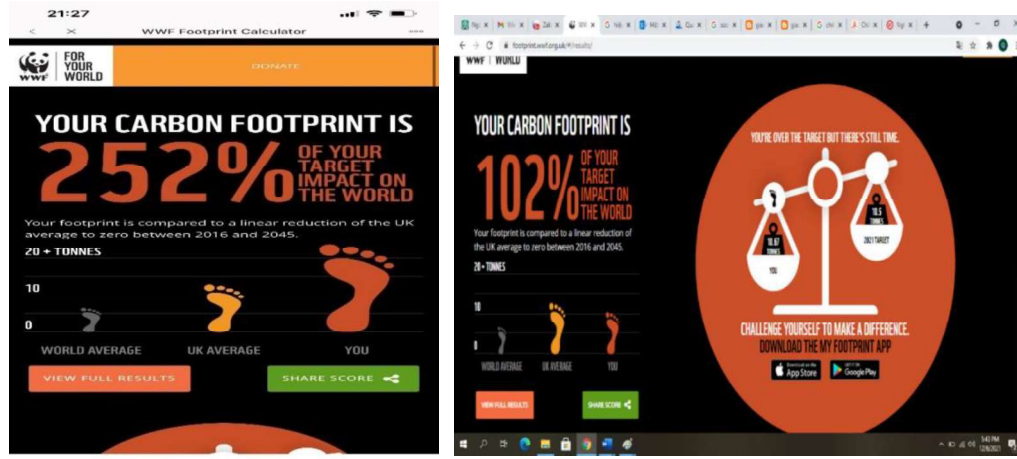


12. Foubert (2020), ESG Data market: No stopping its rise now, <http://www.opimas.com/research/547/detail/> (truy cập 22/5/2021)
13. Garcia, Silva và Orsato (2017), Sensitive industries produce better ESG performance: Evidence from emerging markets
14. Gomez, Navarro & Badenes (2020), Customer relationship management: digital transformation and sustainable business model innovation, *Economic Research – Ekonomska*, P. 2733-2750 (2020), Volume 33;
15. Hu, Liu & Yuen (2019), Do green practices really attract customers? The sharing economy from the sustainable supply chain management perspective - Resource, Conversation and Recycling, P.177-187 (2019), Volume 149;
16. Kendal, H.W., Arrow, K.J, Borlaug, N., 1996. Meeting the challenges of population, environment and resources: the costs of inaction (No. 15989, p.1). The World Bank.
17. King, S. F., & Burgess, T. F. (2007). Understanding success and failure in customer relationship management. *Industrial Marketing Management*, 37(4), 421–431.  
doi:10.1016/j.indmarman.2007.02.005 [Crossref], [Web of Science ®], [Google Scholar]
18. KPMG (2020), The time has come: The KPMG Survey of Sustainability Reporting 2020, <https://home.kpmg/lu/en/home/insights/2020/11/the-time-has-come-survey-of-sustainability-reporting.html> (truy cập 30/5/2021)
19. Krizanova, A., Gajanova, L., & Nadanyiova, M. (2018). Design of a CRM level and performance measurement model. *Sustainability*, 10(7), 1–17.  
doi:10.3390/su10072567 [Crossref], [PubMed], [Web of Science ®], [Google Scholar]
20. Kuh (2018), ESG Research in the Information Age, [https://www.factset.com/hubfs/Website/Resources%20Section/White%20Papers/ESG\\_Research\\_in\\_the\\_information\\_age.pdf?hsCtaTracking=43354226-38c2-48f0-8050-77f22b943ce2%7Cd239ba45-95eb-4cbb-aab2-4eb1020da9e9](https://www.factset.com/hubfs/Website/Resources%20Section/White%20Papers/ESG_Research_in_the_information_age.pdf?hsCtaTracking=43354226-38c2-48f0-8050-77f22b943ce2%7Cd239ba45-95eb-4cbb-aab2-4eb1020da9e9) (truy cập 4:38pm ngày 15/7/2021)
21. Linh Phạm và Huỳnh Lưu Đức Toàn (2020), How does investor attention influence the green bond market?, *Finance Research Letters* 35(5):101533, May 2020;

22. Minh Châu (2020) Trái phiếu xanh: Thuận lợi và khó khăn để phát triển ở thị trường chứng khoán Việt Nam <https://thitruongtaichinhthiente.vn/trai-phieu-xanh-thuan-loi-va-kho-khan-de-phat-trien-o-thi-truong-chung-khoan-viet-nam-25536.html> (truy cập 25/5/2021)
23. Oertli, 2020, World Economic Forum, How sustainable digital finance can unlock a low-carbon economy;
24. Quatrini (2021), Challenges and opportunities to scale up sustainable finance after the COVID-19 crisis: Lessons and promising innovations from science and practice
25. Rode, Heinz, Cornelissen & cộng sự (2021), How to encourage business professionals to adopt sustainable practices? Experimental evidence that the ‘business case’ discourse can backfire, *Journal of Cleaner Production*, (2021), 124618, Volume 283;
26. Randi Kronthal-Sacco Tensie Whelan (2020), Sustainable Market Share Index™ Research on 2015-2020 IRI Purchasing Data Reveals Sustainability Drives Growth, Survives the Pandemic.
27. Stockhammer, E., Hochrei, H., Obermayr, B., & Steiner, K., (1997), The index of sustainable economic welfare (ISEW) as an alternative to GDP in measuring. The results of the Australian ISEW calculation 1955-1992 *Ecol. Econ.*, 21 (1) (1997), pp.19-34;
28. Tomaževič, N., Tekavčič, M., Peljhan, D., Towards excellence in public administration: organisation theory-based performance management model *Total Q. Manag. Bus. Excellence*, 28 (5–6) (2017), pp. 578-599
29. UNCCD, 2015. Review of the financial support to the implementation of the Convention. UN Global Mechanism (ICCD/CRIC(13)/7/Rev1), Bonn, Germany. 2015;
30. UNDP, 2019. Data in the Digital Age, <https://www.oecd.org/going-digital/data-in-the-digital-age.pdf> (truy cập 15/7/2021);
31. Wang & Yi (2016), The role of green finance in environmental protection: Two aspects of market mechanism and policies, *Energy Procedia*, 2016, P. 311-316;
32. Yoo and Managi, 2021, Disclosure or action: Evaluating ESG behavior towards financial performance, *Finance Research Letters*, 2021, 102108.

**Phụ lục : So sánh kết quả đo lường thải carbon của một số học viên trước và sau thay đổi nhận thức và hành vi**

**1. Học viên AN:**



**Ghi chú: Các hành vi thay đổi:**

- Trời nắng nóng tắt hết thiết bị máy nước nóng trong nhà, kêu gọi mọi người trong nhà tắm sớm để tránh phải dùng tới máy nước nóng không cần thiết

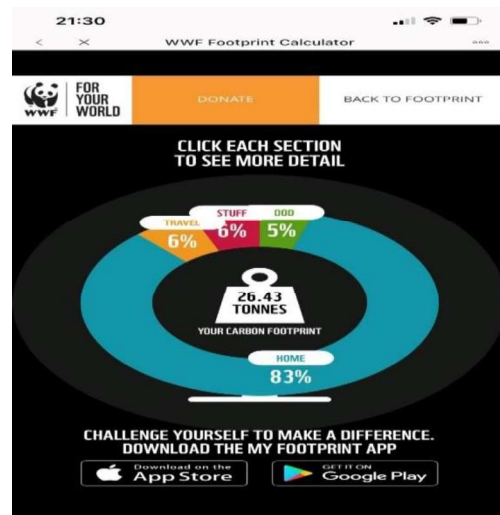
- Trời mưa mát, mở cửa để lấy gió, hạn chế dùng máy lạnh

- Ban ngày thì mở hết rèm cửa để lấy sáng, tránh dùng đèn điện trong phòng

- Đã và đang thay thế một số thiết bị điện trong nhà xe, ngoài vườn bằng đèn năng lượng mặt trời để tiết kiệm điện

- Mang hộp, bình theo đựng đồ ăn nếu có nhu cầu mua đồ ăn sáng hoặc đựng nước trái cây

- Đem theo túi có thể tái sử dụng nhiều lần để đi chợ, siêu thị, tránh phải dùng túi nilon quá nhiều

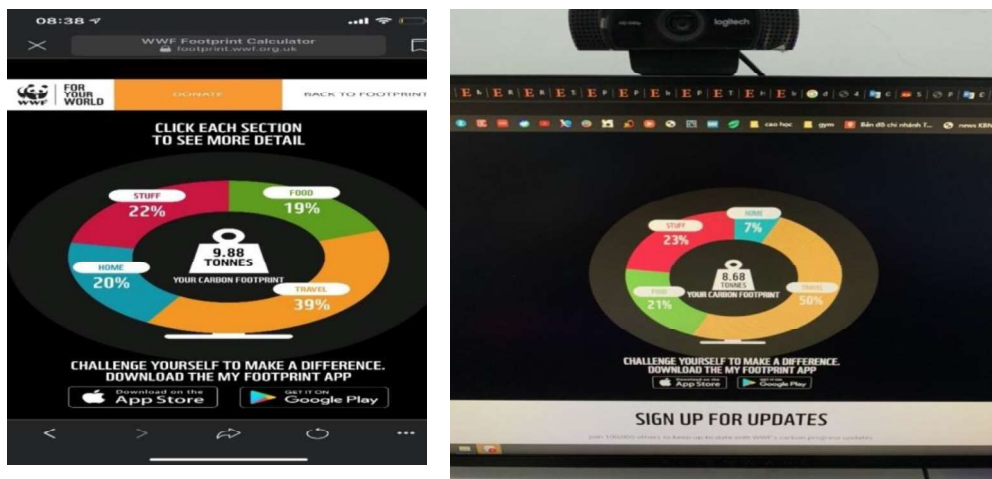
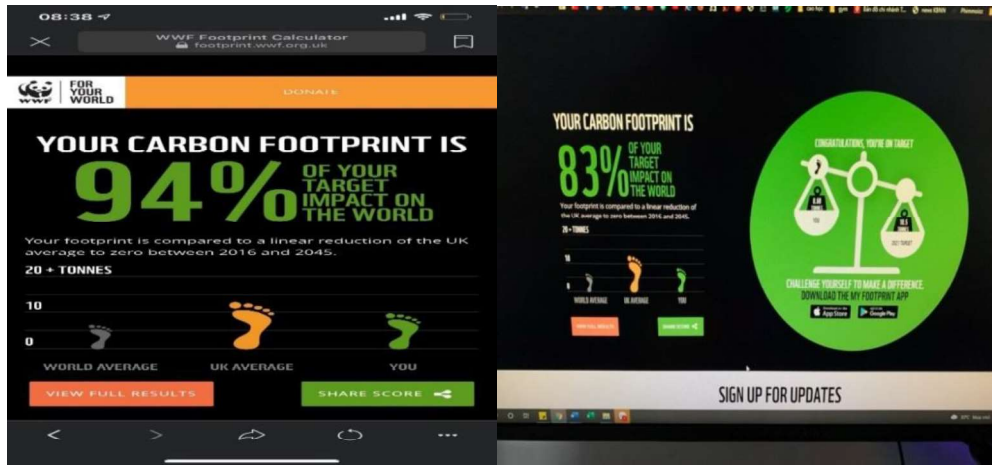


- Những lúc làm bếp xong rửa tay lau lại bằng khăn giấy thì vẫn giữ lại để dùng lau qua những chảo dầu ăn cho sạch dầu mỡ trước khi rửa, giúp hạn chế dùng quá nhiều nước và xả bông rửa chén

- Do nhà có khá nhiều cây nên khi vo gạo hoặc rửa rau sẽ lọc lại nước và đem đi tưới cây...

- Thay đổi thói quen ăn rau, cá nhiều hơn ăn thịt, tinh bột...

## 2. Học viên TA:

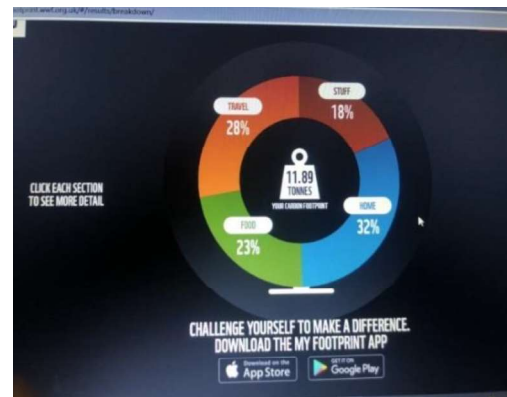
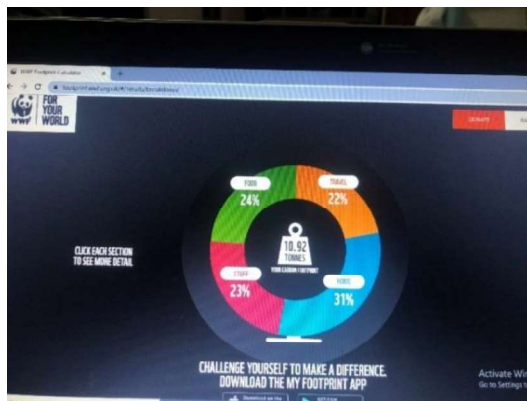


### Ghi chú: các hành vi thay đổi:

- Ăn cá, rau nhiều hơn thịt
- Nấu đủ lượng thức ăn trong ngày ko để lãng phí.
- Đã mua thay thế một số đồ điện tiết kiệm của Điện Quang và Tuya.

- Còn cần tiếp tục khắc phục: hạn chế di chuyển bằng xe máy khi không cần thiết.

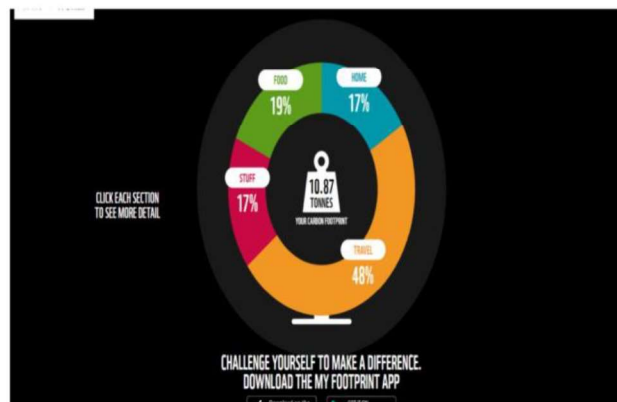
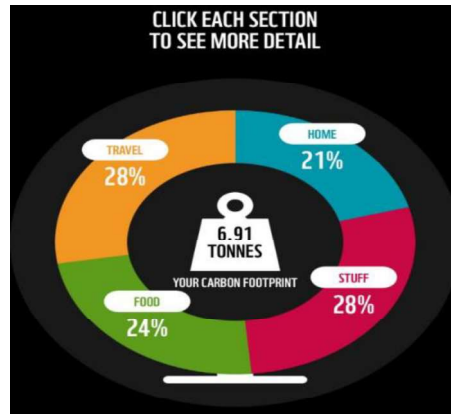
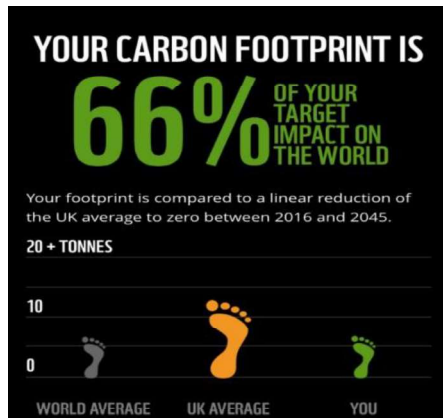
### 3. Học viên KH:



### Ghi chú: các hành vi thay đổi:

- Hạn chế ăn thịt;
- Giảm khẩu phần ăn hằng ngày (cũng là vì giảm cân);
- Hạn chế sử dụng túi ( 1 túi sử dụng để nhiều món đồ)

#### 4. Học viên TT



#### Ghi chú: các hành vi thay đổi:

- Không để lãng phí đồ ăn (nấu vừa đủ ăn)
- Sử dụng lại các đồ dùng: lọ uống nước, ...
- Gia tăng % bù đắp lại cho môi trường sau khi thực hiện các chuyến bay.

## 5. Học viên NT



### Ghi chú: các hành vi thay đổi:

Tăng các bữa ăn chay thay cho bữa ăn có thịt, đa dạng hóa các loại rau củ trong bữa ăn hơn và lựa chọn trái cây đúng mùa. Nguồn thực phẩm chủ yếu được gửi từ quê lên (chủ yếu là rau, cá, gà, vịt... ở nhà có). Và một vấn đề được chú ý hơn sau khi làm khảo sát đó là việc đóng gói vận chuyển từ nhà ở quê đến nơi ở đã tiêu hao rất nhiều và thức sự có tác động đến môi trường.

Lựa chọn mua thực phẩm có uy tín ở gần nhà để giảm bớt số lần gửi thực phẩm từ quê lên, sắp xếp thứ tự thực phẩm sử dụng để tránh lãng phí.

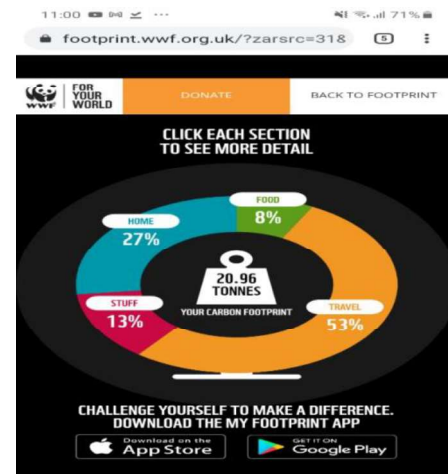
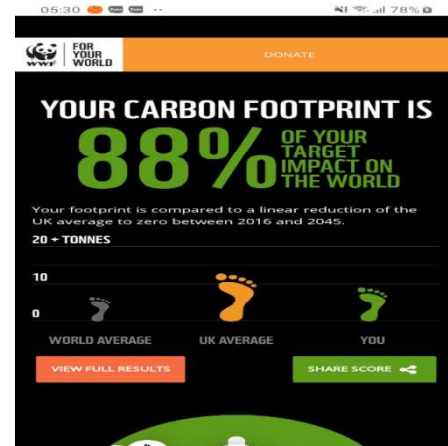
Việc cân nhắc trước khi sử dụng sữa “vô tội vạ” và đưa yếu tố môi trường vào trong những tiêu chí lựa chọn nguồn cung là điều sẽ làm sắp tới.



Cần nhắc trước khi mua quần áo, đồ dùng... Em không phải là người hay mua sắm quá nhiều quần áo và đồ dùng, nhưng vì nhu cầu sử dụng cũng không nhiều nên vẫn tạo ra sự dư thừa. Đây sẽ là hành vi tiếp theo mà em chắc chắn sẽ điều chỉnh.

Tuy không nhiều, những chuyến đi chơi khoảng 300km hơn thường chọn đi bằng xe máy. Một phần vì thích và một phần vì say xe nên em thường sẽ chọn xe máy làm phương tiện di chuyển chính. Với những thông tin đã có từ bài khảo sát và được chia sẻ trong quá trình nhỏ vừa qua, thì trong tương lai khi trở lại với những chuyến đi xa bằng xe máy hoặc các chuyến bay. Bản thân sẽ nhớ việc phải bù đắp cho chúng.

## 6. Học viên HH:



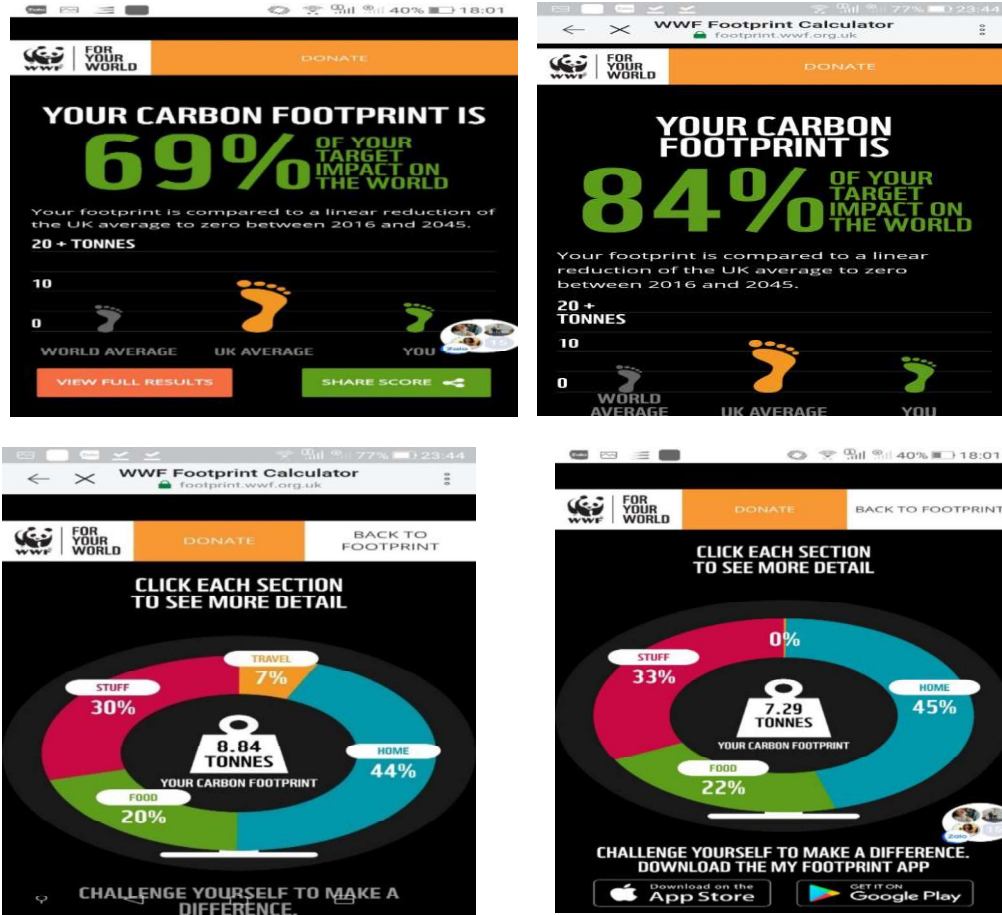
SIGN UP FOR UPDATES

### Ghi chú: các hành vi thay đổi:

- Giảm bớt dùng xe máy đi hóng gió và đi chơi xa.
- Duy trì ăn rau, cá nhiều hơn ăn thịt.



## 7. Học viên NQ

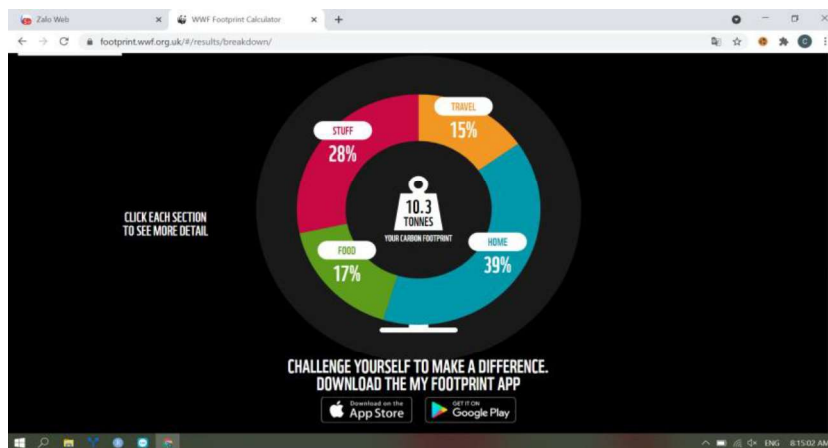
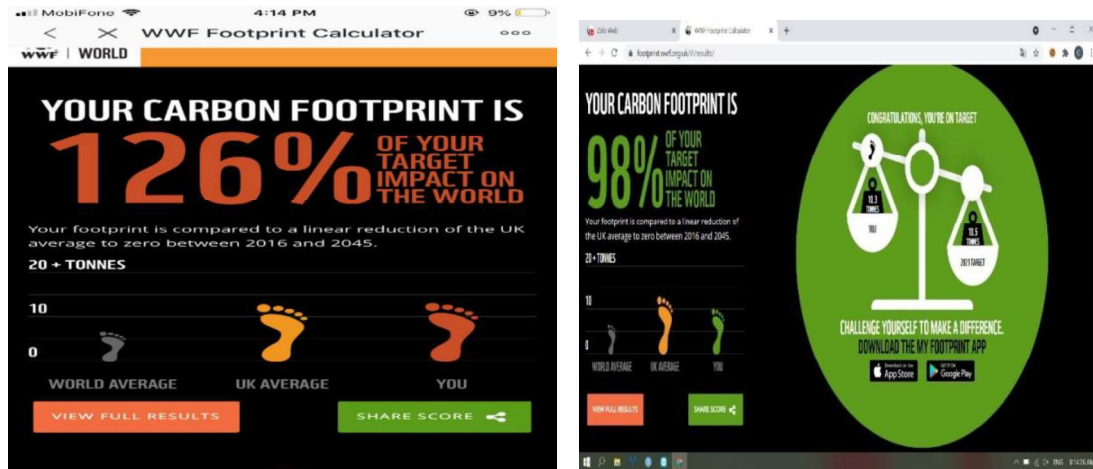


### Ghi chú: các hành vi thay đổi:

- Giảm tối đa ăn thịt, chuyển sang ăn cá và các loại rau, hạt.
- Khi mua thức ăn mang về thì đem theo cà men, nước uống dùng ly của mình đem đến, không lấy uống hút và muỗng nhựa.
- Ở nhà khi ra khỏi phòng tắt đèn, quạt. Chỉ mở máy lạnh buổi tối khi trời nóng. Tận dụng ánh sáng, gió tự nhiên để tiết kiệm điện.
- Ở nơi làm việc chỉ mở máy lạnh khi trời quá nóng, tắt quạt khi ra khỏi phòng. Khi ra về tắt hết các thiết bị VP.
- Hạn chế sử dụng nước xả vải, nước lau sàn, chất tẩy rửa nhà tắm. Tái sử dụng nước lau nhà, rửa rau để tưới cây. Ưu tiên sử dụng các loại sản phẩm thân thiện môi trường, có nguồn gốc thiên nhiên.
- Sử dụng các thiết bị gia dụng tiết kiệm điện.
- Đi chợ bằng xe đạp.

- Đi siêu thị đem theo túi, không lấy túi ny lông của siêu thị.
- Sử dụng máy nước nóng năng lượng mặt trời.

## 8. Học viên MH



**Ghi chú: các hành vi thay đổi: Tự tin có thể duy trì các thói quen sau:**

- Giảm tối đa ăn thịt, chuyển sang các loại rau, hạt;
- Tái sử dụng bao ni lon, túi nhựa, chai nhựa;
- Ở nhà khi ra khỏi phòng tắt đèn, quạt. Chỉ mở máy lạnh buổi tối khi trời nóng. Tận dụng ánh sáng, gió tự nhiên để tiết kiệm điện.
- Hạn chế sử dụng nước xả vải, nước lau sàn, chất tẩy rửa nhà tắm.
- Sử dụng các thiết bị gia dụng tiết kiệm điện.
- Đi bộ đi chợ, thường xuyên sử dụng xe buýt đi làm
- Đi siêu thị đem theo túi, không lấy túi ny lông của siêu thị.