

TÁC ĐỘNG CỦA CÔNG BỐ THÔNG TIN TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI ĐẾN LỢI ÍCH VÀ CHI PHÍ VỐN CỦA CÁC NHTM VIỆT NAM

• ĐỖ CẨM NHUNG

Trường Đại học Hàng Hải Việt Nam

TÓM TẮT:

Nghiên cứu phân tích mối tương quan giữa mức độ công bố trách nhiệm xã hội và chi phí vốn của các ngân hàng thương mại Việt Nam (NHTM) giai đoạn 2019 - 2024. Tác giả sử dụng kết hợp giữa phương pháp phân tích nội dung và hồi quy theo mô hình CAPM để thu thập số liệu về công bố trách nhiệm xã hội (CSR - Corporate Social Responsibility) và chi phí vốn ngân hàng. Kết quả tương quan Pearson và Spearman cho thấy, trách nhiệm xã hội có quan hệ nghịch chiều với chi phí vốn, nhưng cường độ chủ yếu ở mức trung bình, gợi mở mối quan hệ phức tạp giữa 2 yếu tố, trong bối cảnh hoạt động ngân hàng tại Việt Nam.

Từ khóa: trách nhiệm xã hội, ngân hàng thương mại, chi phí vốn, ngân hàng thương mại.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh nền kinh tế toàn cầu đang đối mặt với những thách thức ngày càng gia tăng liên quan đến biến đổi khí hậu, bất bình đẳng xã hội và yêu cầu phát triển bền vững, CSR đã trở thành một trong những nội dung trọng tâm trong chiến lược phát triển dài hạn của các tổ chức kinh tế. Không chỉ giới hạn trong khu vực sản xuất - kinh doanh truyền thống, xu hướng thực hiện và công bố thông tin trách nhiệm xã hội ngày càng lan rộng sang lĩnh vực tài chính - ngân hàng, xuất phát từ vai trò trung gian tài chính quan trọng của các ngân hàng trong việc phân bổ nguồn vốn cho các hoạt động kinh tế xanh, phát triển cộng đồng và tăng trưởng bền vững.

Về phương diện lý thuyết, việc công bố thông tin trách nhiệm xã hội có thể ảnh hưởng đáng kể đến chi phí vốn của ngân hàng thông qua nhiều cơ chế khác nhau. Một mặt, mức độ minh bạch cao hơn trong công bố thông tin CSR giúp giảm bất cân xứng thông tin, nâng cao uy tín và mức độ tín nhiệm của ngân hàng, từ đó góp phần làm giảm rủi ro cảm nhận của

nhà đầu tư và chi phí huy động vốn. Mặt khác, việc triển khai và duy trì các hoạt động trách nhiệm xã hội cũng đòi hỏi nguồn lực tài chính đáng kể, có thể tạo áp lực lên hiệu quả hoạt động trong ngắn hạn. Do đó, các NHTM đứng trước bài toán cân bằng giữa mục tiêu tối đa hóa giá trị tài chính và thực hiện cam kết phát triển bền vững.

Mối quan hệ giữa công bố thông tin trách nhiệm xã hội và chi phí vốn đã thu hút sự quan tâm đáng kể của các học giả trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng trong những năm gần đây. Trên phương diện lý thuyết, các nghiên cứu chủ yếu dựa trên nền tảng lý thuyết bất cân xứng thông tin, lý thuyết các bên liên quan (stakeholder theory) và lý thuyết tín hiệu (signaling theory) để giải thích cơ chế tác động của công bố thông tin trách nhiệm xã hội đến chi phí huy động vốn của doanh nghiệp nói chung và NHTM nói riêng. Theo đó, việc công bố thông tin CSR minh bạch và đầy đủ được xem là tín hiệu tích cực về chất lượng quản trị, mức độ tuân thủ đạo đức kinh doanh và khả năng quản lý rủi ro, qua đó giúp giảm mức độ

không chắc chắn đối với nhà đầu tư và chủ nợ, từ đó làm giảm chi phí vốn.

Các nghiên cứu thực nghiệm tại các quốc gia phát triển phần lớn ghi nhận tác động theo chiều hướng tích cực của công bố thông tin trách nhiệm xã hội đối với việc giảm chi phí vốn. Nghiên cứu của Dhaliwal và cộng sự (2011) cho thấy, các doanh nghiệp có mức độ công bố thông tin CSR cao thường có chi phí vốn cổ phần thấp hơn do cải thiện tính minh bạch và giảm rủi ro thông tin. Tương tự, El Ghouli và cộng sự (2011) chỉ ra các doanh nghiệp thực hiện tốt trách nhiệm xã hội có khả năng tiếp cận nguồn vốn với chi phí thấp hơn nhờ nâng cao uy tín và mức độ tin cậy trên thị trường tài chính. Trong lĩnh vực ngân hàng, các nghiên cứu gần đây cho thấy, việc tăng cường công bố thông tin liên quan đến môi trường, xã hội và quản trị (ESG) góp phần cải thiện đánh giá tín nhiệm, giảm chi phí huy động vốn và tăng khả năng thu hút nhà đầu tư dài hạn.

Tuy nhiên, một số nghiên cứu khác lại cho thấy, tác động của công bố thông tin CSR không hoàn toàn đồng nhất. Theo quan điểm chi phí - lợi ích, việc đầu tư vào các hoạt động trách nhiệm xã hội và hệ thống báo cáo liên quan có thể làm gia tăng chi phí hoạt động trong ngắn hạn, từ đó chưa chắc mang lại hiệu quả giảm chi phí vốn ngay lập tức, đặc biệt tại các thị trường tài chính kém phát triển hoặc nơi mức độ quan tâm của nhà đầu tư đối với thông tin phi tài chính còn hạn chế (Zhou & cộng sự, 2021). Một số bằng chứng thực nghiệm tại các nền kinh tế mới nổi cho thấy, tác động của CSR phụ thuộc đáng kể vào chất lượng thể chế, mức độ phát triển thị trường vốn và khung pháp lý về công bố thông tin.

Tại Việt Nam, các nghiên cứu liên quan đến trách nhiệm xã hội chủ yếu tập trung vào mối quan hệ giữa CSR và hiệu quả hoạt động hoặc khả năng sinh lời của doanh nghiệp (Salehi & cộng sự, 2020; Sudiyatno & cộng sự, 2024; Matuszaka & Rózańska, 2017; Tran & cộng sự, 2021), trong khi các nghiên cứu xem xét trực tiếp tác động của công bố thông tin trách nhiệm xã hội đến chi phí vốn, đặc biệt trong lĩnh vực NHTM, còn tương đối hạn chế. Một số nghiên cứu bước đầu cho thấy, việc tăng cường minh bạch thông tin và nâng cao chất lượng quản trị có thể giúp doanh nghiệp giảm rủi ro tài chính và cải thiện khả năng tiếp cận vốn, song bằng chứng thực nghiệm chuyên sâu đối với hệ thống ngân hàng vẫn chưa đầy đủ.

Trong bối cảnh Chính phủ thúc đẩy chiến lược tăng trưởng xanh và phát triển bền vững, yêu cầu nâng cao minh bạch thông tin và thực hiện trách nhiệm xã hội trong ngành ngân hàng ngày càng trở nên cấp thiết. Tuy nhiên, hoạt động công bố thông tin CSR của các NHTM Việt Nam vẫn đang trong giai đoạn hoàn thiện, đặt ra câu hỏi quan trọng về việc liệu mức độ công bố thông tin trách nhiệm xã hội có thực sự giúp các ngân hàng giảm chi phí vốn hay không.

Xuất phát từ khoảng trống nghiên cứu nêu trên, bài viết tập trung phân tích tác động của công bố thông tin trách nhiệm xã hội đến chi phí vốn của các NHTM Việt Nam, qua đó cung cấp bằng chứng thực nghiệm nhằm làm rõ vai trò của minh bạch thông tin CSR trong việc nâng cao khả năng tiếp cận nguồn vốn và hỗ trợ phát triển bền vững của hệ thống ngân hàng. Kết quả nghiên cứu kỳ vọng mang lại hàm ý chính sách quan trọng cho các NHTM cũng như cơ quan quản lý trong việc thúc đẩy công bố thông tin trách nhiệm xã hội như một công cụ nâng cao hiệu quả tài chính và ổn định hệ thống ngân hàng.

2. Thực trạng hoạt động công bố thông tin trách nhiệm xã hội của các NHTM Việt Nam

Trong những năm gần đây, hoạt động công bố thông tin CSR của các NHTM Việt Nam đã có những bước chuyển biến tích cực, gắn liền với xu hướng phát triển bền vững và yêu cầu nâng cao tính minh bạch trong hệ thống tài chính. Dưới tác động của tiến trình hội nhập quốc tế, định hướng phát triển tài chính xanh và các cam kết phát triển bền vững của Chính phủ, nhiều NHTM đã từng bước quan tâm hơn đến việc công bố các thông tin liên quan đến trách nhiệm môi trường, xã hội và quản trị doanh nghiệp (ESG).

Hiện nay, thông tin trách nhiệm xã hội của các NHTM Việt Nam chủ yếu được công bố thông qua báo cáo thường niên, báo cáo phát triển bền vững, báo cáo quản trị công ty và website chính thức của ngân hàng. Nội dung công bố tập trung vào các hoạt động như tài trợ cộng đồng, an sinh xã hội, hỗ trợ giáo dục - y tế, phát triển nguồn nhân lực, thúc đẩy tài chính toàn diện, tín dụng xanh và quản lý rủi ro môi trường - xã hội trong hoạt động cấp tín dụng. Một số ngân hàng quy mô lớn hoặc có vốn sở hữu nước ngoài đã bắt đầu xây dựng báo cáo phát triển bền vững riêng biệt, tham chiếu theo các chuẩn mực

quốc tế như GRI hoặc tích hợp các tiêu chí ESG trong chiến lược hoạt động.

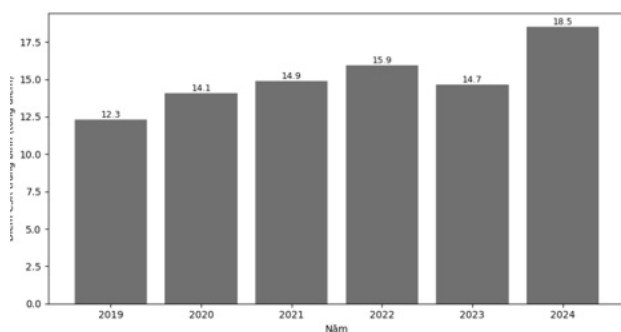
Tuy nhiên, thực tiễn cho thấy mức độ công bố thông tin trách nhiệm xã hội giữa các ngân hàng vẫn còn sự khác biệt đáng kể. Các ngân hàng có quy mô lớn, năng lực quản trị tốt và mức độ hội nhập quốc tế cao thường có xu hướng công bố thông tin đầy đủ, có hệ thống và định lượng hơn so với các ngân hàng quy mô nhỏ. Phần lớn thông tin CSR hiện nay vẫn mang tính mô tả định tính, thiếu các chỉ tiêu đo lường cụ thể, chưa đảm bảo tính so sánh qua thời gian cũng như giữa các tổ chức. Bên cạnh đó, việc công bố thông tin trách nhiệm xã hội tại Việt Nam phần lớn vẫn mang tính tự nguyện do chưa có khung pháp lý thống nhất và tiêu chuẩn báo cáo bắt buộc riêng cho ngành ngân hàng.

Ngoài ra, hoạt động công bố thông tin CSR của các NHTM Việt Nam vẫn chủ yếu tập trung vào các hoạt động từ thiện và trách nhiệm xã hội truyền thống, trong khi các nội dung có ý nghĩa quan trọng đối với nhà đầu tư và thị trường vốn như quản trị rủi ro ESG, phát thải carbon, quản lý tác động môi trường của danh mục tín dụng hoặc hiệu quả tài chính của các chương trình bền vững còn được đề cập hạn chế. Điều này phần nào làm giảm vai trò của công bố thông tin trách nhiệm xã hội như một công cụ giảm bất cân xứng thông tin và hỗ trợ đánh giá rủi ro tài chính của ngân hàng.

Hình 1 thể hiện xu hướng thay đổi trong công bố thông tin trách nhiệm xã hội của các NHTM Việt Nam trong vòng 5 năm (từ 2019 - 2024).

Biểu đồ cho thấy mức công bố CSR của các NHTM Việt Nam nhìn chung tăng lên qua giai đoạn

Hình 1: Tình hình công bố thông tin trách nhiệm xã hội của các NHTM Việt Nam (2019 - 2024)



Nguồn: Tác giả tự tổng hợp

2019 - 2024, dù có dao động nhẹ vào năm 2023. Xu hướng này phù hợp với bối cảnh khung pháp lý về minh bạch thông tin ngày càng được siết chặt, đặc biệt đối với các ngân hàng niêm yết, dưới khuôn khổ Thông tư số 96/2020/TT-BTC về công bố thông tin trên thị trường chứng khoán và các văn bản sửa đổi, bổ sung sau đó như Thông tư số 68/2024/TT-BTC, Thông tư số 18/2025/TT-BTC và Thông tư số 08/2026/TT-BTC. Điều này cho thấy, công bố CSR không còn mang tính tự nguyện đơn thuần mà ngày càng gắn với yêu cầu tuân thủ, quản trị minh bạch và xây dựng uy tín trên thị trường vốn. Mức tăng mạnh năm 2024 cũng hàm ý các ngân hàng đang chủ động hơn trong việc chuẩn hóa báo cáo trách nhiệm xã hội để đáp ứng kỳ vọng của nhà đầu tư, cơ quan quản lý và áp lực cạnh tranh trong ngành.

Nhìn chung, mặc dù hoạt động công bố thông tin trách nhiệm xã hội của các NHTM Việt Nam đã có những cải thiện đáng ghi nhận trong thời gian gần đây, mức độ minh bạch, tính chuẩn hóa và chiều sâu thông tin vẫn còn nhiều dư địa hoàn thiện. Thực trạng này đặt ra yêu cầu cần tiếp tục nâng cao chất lượng công bố thông tin CSR nhằm tăng cường niềm tin của nhà đầu tư, cải thiện khả năng tiếp cận nguồn vốn và hướng tới phát triển hệ thống ngân hàng theo định hướng bền vững.

3. Tác động của công bố thông tin trách nhiệm xã hội đến lợi ích về chi phí vốn của các NHTM Việt Nam

3.1. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

Thu thập số liệu nghiên cứu

Dữ liệu của nghiên cứu được thu thập và tính toán theo 2 nhóm: (i) mức độ công bố thông tin trách nhiệm xã hội (CSR) và (ii) chi phí vốn của ngân hàng (gồm chi phí vốn chủ sở hữu r_e , chi phí nợ r_d và WACC).

Đối với CSR, nghiên cứu áp dụng phân tích nội dung dựa trên hệ thống tiêu chí thang đo được xây dựng từ Thông tư số 96/2020/TT-BTC/41/VBHN-BTC về công bố thông tin trên thị trường chứng khoán và thu thập thông tin từ báo cáo thường niên, báo cáo quản trị, cùng với thông tin công bố trên website. Với từng tiêu chí trong thang đo, thông tin được chấm theo thang 3 mức: 2 điểm nếu công bố định lượng rõ ràng, 1 điểm nếu công bố định tính và 0 điểm nếu không công bố hoặc công bố không đủ

cơ sở xác định.

Chi phí vốn chủ sở hữu r_e được tính theo mô hình CAPM dựa trên dữ liệu thị trường. Cụ thể, thu thập giá cổ phiếu của từng ngân hàng và chỉ số thị trường (VN-Index) theo tần suất ngày. Hệ số beta của cổ phiếu ngân hàng được ước lượng bằng hồi quy chuỗi thời gian trên một cửa sổ quan sát 12 tháng, để nhận $\hat{\beta}_i$. Khi đó, $r_{(e,it)}$ được xác định theo công thức:

$$r_{e,it} = R_{f,t} + \hat{\beta}_i \times (R_m - R_f)$$

Chi phí nợ r_d được tính từ báo cáo tài chính theo công thức

$$r_d = \frac{\text{Chi phí lãi vay}}{\text{Tổng nợ ngân hàng}}$$

Cuối cùng, WACC được tính là chi phí vốn bình quân gia quyền của r_e và r_d .

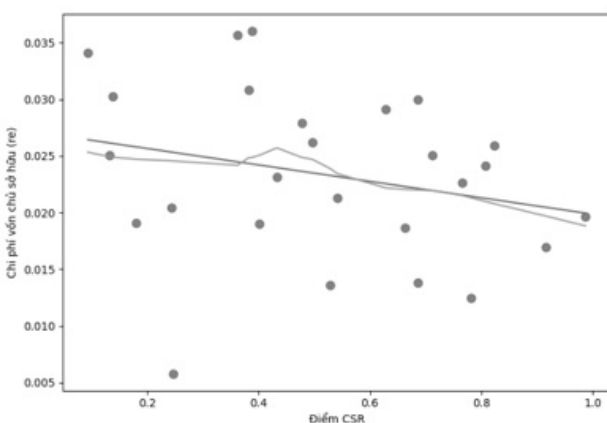
Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng mô tả kết hợp phân tích tương quan để đánh giá mối liên hệ giữa mức độ công bố trách nhiệm xã hội và chi phí vốn của các NHTM Việt Nam giai đoạn 2019 - 2024. Mối liên hệ giữa các biến được kiểm định bằng hệ số tương quan Pearson và Spearman, kèm trực quan hóa bằng biểu đồ phân tán và đường xu hướng.

3.2. Kết quả nghiên cứu

Kết quả đo lường tương quan giữa điểm CSR và chi phí vốn chủ sở hữu (r_e) được thể hiện trong Hình 2.

Hình 2: Tương quan giữa điểm CSR và chi phí vốn chủ sở hữu



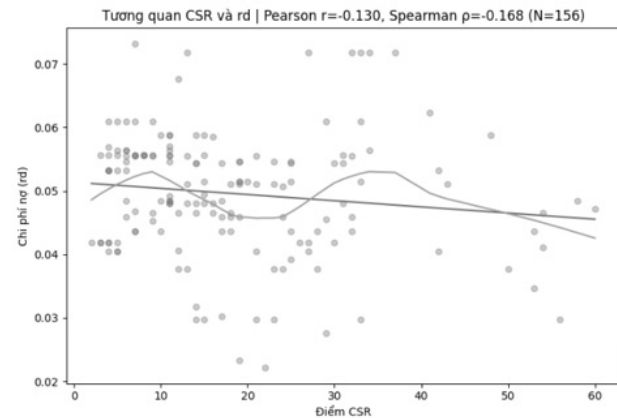
Nguồn: Tác giả trích xuất kết quả từ Stata 16

Kết quả phân tích cho thấy tồn tại mối quan hệ ngược chiều giữa điểm CSR với chi phí vốn chủ sở hữu của các NHTM. Cụ thể, hệ số tương quan Pearson

$r = -0,248$, cho thấy mối liên hệ tuyến tính âm ở mức yếu, tức là khi điểm trách nhiệm xã hội doanh nghiệp tăng thì chi phí vốn chủ sở hữu có xu hướng giảm. Đồng thời, hệ số tương quan Spearman $\rho = -0,319$, phản ánh mối liên hệ âm theo thứ hạng ở mức cao hơn, nghĩa là các ngân hàng có thứ hạng trách nhiệm xã hội doanh nghiệp cao hơn thường đi kèm với thứ hạng chi phí vốn chủ sở hữu thấp hơn. Về mặt kinh tế, kết quả này hàm ý việc nâng cao chất lượng thực hiện và công bố trách nhiệm xã hội doanh nghiệp có thể góp phần giảm bất cân xứng thông tin, cải thiện niềm tin của nhà đầu tư và qua đó làm giảm mức sinh lời yêu cầu.

Hình 3: Tương quan giữa điểm CSR và chi phí nợ

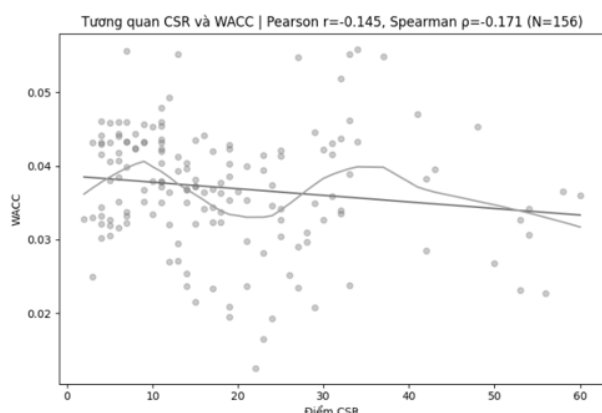
Kết quả tại Hình 3 cho thấy, mối liên hệ nghịch



Nguồn: Tác giả trích xuất kết quả từ Stata 16

chiều giữa điểm CSR và chi phí nợ của ngân hàng, nhưng mức độ liên hệ còn yếu. Hệ số Pearson $r = -0.130$ cho thấy khi điểm CSR tăng thì chi phí nợ có xu hướng giảm theo quan hệ tuyến tính, song cường độ không lớn. Hệ số Spearman $\rho = -0.168$ cho thấy xu hướng giảm nhất quán hơn khi xét theo thứ hạng CSR, gợi ý quan hệ có thể không hoàn toàn tuyến tính. Về mặt trực quan, đường xu hướng tuyến tính đi xuống phù hợp với dấu âm của các hệ số tương quan, trong khi độ phân tán lớn của các điểm quan sát cho thấy chi phí nợ còn chịu tác động đáng kể bởi các yếu tố khác như điều kiện lãi suất theo thời kỳ và đặc thù rủi ro từng ngân hàng.

Hình 4: Tương quan giữa điểm CSR và chi phí vốn bình quân gia quyền



Nguồn: Tác giả trích xuất kết quả từ Stata 16

Kết quả tại Hình 4 cho thấy mối liên hệ nghịch chiều giữa điểm CSR và WACC, tuy nhiên cường độ liên hệ còn yếu. Hệ số Pearson $r = -0.145$ hàm ý khi điểm CSR tăng, WACC có xu hướng giảm theo quan hệ tuyến tính nhưng mức độ không lớn. Hệ số Spearman $\rho = -0.171$ cho thấy xu hướng giảm tương đối nhất quán hơn khi xét theo thứ hạng CSR, gợi ý mối quan hệ có thể không hoàn toàn tuyến tính. Về mặt trực quan, khả năng tồn tại yếu tố phi tuyến hoặc ảnh hưởng của khác biệt theo thời kỳ và đặc thù từng ngân hàng. Đồng thời, độ phân tán đáng kể của các điểm quan sát cho thấy WACC còn chịu tác động đồng thời bởi các nhân tố khác như cấu trúc vốn, điều kiện lãi suất và rủi ro hoạt động.

Lời cảm ơn:

Nghiên cứu này được tài trợ bởi trường Đại học Hàng hải Việt Nam trong đề tài mã số DT25-26.152.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Dhaliwal D. S., Li O. Z., Tsang A., & Yang Y. G. (2011). Voluntary nonfinancial disclosure and the cost of equity capital: The initiation of corporate social responsibility reporting. *The Accounting Review*, 86(1), 59-100. <https://doi.org/10.2308/accr.000000005>.
- El Ghouli S., Guedhami O., Kwok C. C. Y., & Mishra D. R. (2011). Does corporate social responsibility affect the cost of capital? *Journal of Banking & Finance*, 35(9), 2388-2406. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2011.02.007>.
- Cheng B., Ioannou I., & Serafeim G. (2014). Corporate social responsibility and access to finance. *Strategic Management Journal*, 35(1), 1-23. <https://doi.org/10.1002/smj.2131>
- Goss A., & Roberts G. S. (2011). The impact of corporate social responsibility on the cost of bank loans. *Journal of Banking & Finance*, 35(7), 1794-1810. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2010.12.002>.
- Sharfman M. P., & Fernando C. S. (2008). Environmental risk management and the cost of capital. *Strategic Management Journal*, 29(6), 569-592. <https://doi.org/10.1002/smj.678>.

4. Kết luận

Trong bối cảnh thị trường ngân hàng Việt Nam giai đoạn 2019 - 2024, dấu âm của các hệ số tương quan giữa điểm CSR với chi phí vốn chủ sở hữu, chi phí nợ và chi phí vốn bình quân gia quyền có thể được lý giải theo hướng CSR góp phần cải thiện niềm tin, giảm bất cân xứng thông tin và rủi ro danh tiếng, từ đó làm giảm mức lợi suất mà nhà đầu tư và chủ nợ yêu cầu đối với ngân hàng có mức công bố CSR cao hơn. Tuy nhiên, việc tương quan chỉ ở mức yếu đến yếu-trung bình là phù hợp với đặc thù thị trường trong giai đoạn này.

Cụ thể, chi phí vốn của ngân hàng chịu chi phối mạnh bởi chu kỳ vĩ mô và điều hành tiền tệ, đặc biệt trong các giai đoạn biến động như thời kỳ dịch bệnh, giai đoạn phục hồi và các cú sốc liên quan đến bất động sản và thị trường trái phiếu doanh nghiệp, khiến mặt bằng lãi suất và khẩu vị rủi ro thay đổi đáng kể theo thời gian. Đồng thời, cơ chế hình thành chi phí vốn của ngân hàng còn phụ thuộc lớn vào các yếu tố nền tảng như chất lượng tài sản, nợ xấu, thanh khoản, năng lực vốn, cấu trúc huy động, cũng như các ràng buộc quản lý như hạn mức tăng trưởng tín dụng và yêu cầu an toàn vốn. Kết quả nghiên cứu gợi mở mối quan hệ phức tạp giữa công bố CSR và chi phí vốn của các NHTM, do đó, các nghiên cứu sau có thể nghiên cứu rõ hơn về quan hệ nhân quả và các biến trung gian cũng như các biến điều tiết trong mối quan hệ giữa 2 yếu tố này■

Clarkson P. M., Fang X., Li, Y., & Richardson G. (2013). The relevance of environmental disclosures: Are such disclosures incrementally informative? *Journal of Accounting and Public Policy*, 32(5), 410-431. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2013.06.008>.

Salehi M., Mahmoudabadi M., Adibian M. S., & Ranjbar H. R. (2020), The potential impact of managerial entrenchment on firms' corporate social responsibility activities and financial performance: Evidence from Iran, *International Journal of Productivity and Performance Management*, 70(7), 1793-1815. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-06-2019-0259>.

Sudiyatno B., Bagana B.D., Hardiyanti W., Puspitasari E. & Safitri S.D. (2024), The role of corporate social responsibility as a moderating factor in influencing bank performance in Indonesia, *Banks and Bank Systems*, 19(1), 1-11, doi:10.21511/bbs.19(1).2024.01.

Tran Q. T., Vo T. D., & Le X. T. (2021), Relationship between profitability and corporate social responsibility disclosure: Evidence from Vietnamese listed banks. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 875-883, <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0875>.

Zhou G., Sun Y., Luo S., Liao J. (2021). Corporate social responsibility and bank financial performance in China: The moderating role of green credit. *Energy Economics*, 97, 105190. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2021.105190>.

Matuszaka Ł., & Róžańska E. (2017). An examination of the relationship between CSR disclosure and financial performance: The case of Polish banks. *Accounting And Management Information Systems*, 16(4), 522-533. <https://doi.org/10.24818/jamis.2017.04005>.

Ngày nhận bài: 15/01/2026

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/01/2026

Ngày chấp nhận đăng bài: 05/02/2026

THE IMPACT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE ON THE COST OF CAPITAL IN VIETNAMESE COMMERCIAL BANKS

● DO CAM NHUNG

Vietnam Maritime University

ABSTRACT:

This study investigates the relationship between the level of corporate social responsibility (CSR) disclosure and the cost of capital among Vietnamese commercial banks from 2019 to 2024. Employing a combination of content analysis and CAPM-based regression, data were collected on CSR disclosure and banks' cost of capital. Pearson and Spearman correlation analyses reveal an inverse relationship between CSR engagement and the cost of capital, with the effect size remaining moderate. These findings suggest a nuanced and potentially complex interplay between CSR practices and capital costs within the Vietnamese banking sector.

Keywords: social responsibility, commercial banking, cost of capital, commercial bank