

MỐI QUAN HỆ GIỮA TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI DOANH NGHIỆP VÀ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG DOANH NGHIỆP: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP CÁC DOANH NGHIỆP CHẾ BIẾN THỰC PHẨM TẠI VIỆT NAM

THE RELATIONSHIP BETWEEN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND CORPORATE PERFORMANCE: A CASE STUDY OF FOOD PROCESSING ENTERPRISES IN VIETNAM

Lê Thị Nhung^{1,*}

DOI: <http://doi.org/10.57001/huinh5804.2025.220>

TÓM TẮT

Bài báo trình bày kết quả đánh giá tác động của công bố thông tin trách nhiệm xã hội (CSR) đến hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp chế biến thực phẩm niêm yết ở Việt Nam trong giai đoạn 2018 - 2023. Tác giả áp dụng phương pháp hồi quy dữ liệu bảng tĩnh, sử dụng bộ dữ liệu gồm 42 doanh nghiệp với 252 quan sát. Kết quả thực nghiệm cho thấy, công bố thông tin CSR có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả hoạt động doanh nghiệp, đồng thời củng cố các luận điểm của lý thuyết các bên liên quan, lý thuyết về tính hợp pháp và lý thuyết tín hiệu. Những phát hiện này cũng phù hợp với kết quả từ các nghiên cứu thực nghiệm trước đây. Dựa trên kết quả nghiên cứu, bài báo đề xuất một số khuyến nghị chính sách nhằm thúc đẩy minh bạch hóa thông tin CSR như một công cụ quản trị hiệu quả, góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động và hướng đến phát triển bền vững trong ngành chế biến thực phẩm tại Việt Nam.

Từ khóa: Doanh nghiệp chế biến thực phẩm, hiệu quả hoạt động doanh nghiệp, trách nhiệm xã hội doanh nghiệp.

ABSTRACT

The article examines the impact of corporate social responsibility (CSR) disclosure on the performance of listed food processing enterprises in Vietnam during the period 2018 -2023. The author employs a static panel data regression method, utilizing a dataset comprising 42 enterprises with 252 observations. The empirical findings indicate that CSR disclosure has a positive effect on corporate performance, reinforcing the arguments of stakeholder theory, legitimacy theory and signaling theory. These results are also consistent with prior empirical studies. Based on the findings, the paper proposes several policy recommendations to promote CSR transparency as an effective managerial tool, contributing to improved corporate performance and fostering sustainable development in Vietnam's food processing industry.

Keywords: Food processing enterprise, corporate performance, corporate social responsibility.

¹Khoa Kinh tế, Học viện Chính sách và Phát triển

*Email: nhunglt@apd.edu.vn

Ngày nhận bài: 02/3/2025

Ngày nhận bài sửa sau phản biện: 25/4/2025

Ngày chấp nhận đăng: 28/6/2025

1. GIỚI THIỆU

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và cạnh tranh ngày càng gay gắt, các doanh nghiệp không chỉ đối mặt với áp lực nâng cao hiệu quả hoạt động mà còn phải đảm bảo hài hòa lợi ích với các bên liên quan. Việc thực hiện trách

nhiệm xã hội doanh nghiệp (Corporate Social Responsibility - CSR) ngày càng được coi là một trong những yếu tố then chốt góp phần nâng cao hiệu quả vận hành và xây dựng lợi thế cạnh tranh bền vững. CSR không chỉ thể hiện cam kết của doanh nghiệp đối với xã hội và

môi trường, mà còn được xem như một chiến lược quản trị hiện đại nhằm cải thiện hình ảnh thương hiệu, thu hút nhà đầu tư và tạo dựng niềm tin từ cộng đồng.

Nhiều nghiên cứu quốc tế đã chỉ ra mối liên hệ tích cực giữa mức độ công bố thông tin CSR và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, thể hiện qua các chỉ tiêu như lợi nhuận trên tài sản (ROA), lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE) hay thu nhập trên mỗi cổ phiếu (EPS) [1, 2]. Tuy nhiên, vẫn tồn tại các quan điểm trái chiều, cho rằng tác động của CSR đến hiệu quả hoạt động chưa thực sự rõ ràng, thậm chí có thể tạo gánh nặng chi phí trong ngắn hạn [3, 4]. Điều này làm nổi bật tầm quan trọng của việc kiểm định lại mối quan hệ này trong các bối cảnh ngành và quốc gia cụ thể.

Ngành chế biến thực phẩm tại Việt Nam là một trong những lĩnh vực có tốc độ tăng trưởng nhanh, đóng vai trò quan trọng trong chiến lược phát triển nông nghiệp và xuất khẩu. Bên cạnh yêu cầu về chất lượng sản phẩm và khả năng cạnh tranh quốc tế, các doanh nghiệp trong ngành cũng đang đối mặt với những kỳ vọng ngày càng cao từ xã hội về trách nhiệm với người lao động, môi trường và cộng đồng. Trong những năm gần đây, nhiều doanh nghiệp chế biến thực phẩm tại Việt Nam đã chủ động triển khai các hoạt động CSR như đầu tư vào chuỗi cung ứng nguyên liệu bền vững, nâng cao điều kiện lao động, cải tiến công nghệ xử lý chất thải và thực hiện các chương trình thiện nguyện. Đồng thời, các doanh nghiệp cũng ngày càng quan tâm đến việc công bố minh bạch thông tin CSR trong báo cáo thường niên và báo cáo phát triển bền vững, nhằm đáp ứng yêu cầu của nhà đầu tư và quy định pháp lý hiện hành.

Trên cơ sở đó, nghiên cứu này được thực hiện nhằm phân tích mối quan hệ giữa mức độ công bố thông tin CSR và hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp chế biến thực phẩm niêm yết tại Việt Nam trong giai đoạn 2018 - 2023. Nghiên cứu sử dụng phương pháp hồi quy dữ liệu bảng để kiểm định giả thuyết rằng công bố thông tin CSR có tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu không chỉ đóng góp về mặt lý luận trong việc làm rõ tác động của CSR đối với hiệu quả tài chính doanh nghiệp trong bối cảnh ngành đặc thù, mà còn mang lại hàm ý chính sách quan trọng trong việc thúc đẩy công bố CSR, hướng đến mục tiêu phát triển bền vững của doanh nghiệp Việt Nam.

Cấu trúc của bài báo được sắp xếp như sau: Phần 2 trình bày cơ sở lý thuyết và tổng quan các nghiên cứu liên quan. Phần 3 giới thiệu dữ liệu và phương pháp nghiên cứu. Phần 4 thảo luận về kết quả nghiên cứu thực nghiệm.

Cuối cùng, phần 5 đưa ra kết luận và hàm ý chính sách của nghiên cứu.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý thuyết

Việc nghiên cứu mối quan hệ giữa CSR và hiệu quả hoạt động doanh nghiệp thường được tiếp cận trên nền tảng các lý thuyết kinh tế và quản trị hiện đại. Trong khuôn khổ nghiên cứu này, ba lý thuyết nền tảng được sử dụng để lý giải vai trò và cơ chế tác động của CSR đến hiệu quả hoạt động bao gồm: Lý thuyết các bên liên quan, lý thuyết về tính hợp pháp và lý thuyết tín hiệu.

2.1.1. Lý thuyết các bên liên quan (Stakeholder theory)

Lý thuyết các bên liên quan được xem là nền tảng quan trọng trong việc giải thích vai trò của CSR trong hoạt động doanh nghiệp. Theo lý thuyết này, doanh nghiệp không chỉ chịu trách nhiệm trước cổ đông mà còn có trách nhiệm với các bên liên quan khác như người lao động, khách hàng, nhà cung cấp, cộng đồng và môi trường [5]. CSR, trong bối cảnh đó, được xem là công cụ để doanh nghiệp đáp ứng kỳ vọng xã hội, nâng cao niềm tin và củng cố mối quan hệ với các bên liên quan. Việc thực hiện hiệu quả các hoạt động CSR có thể giúp doanh nghiệp giảm thiểu rủi ro, duy trì sự hỗ trợ từ các bên liên quan và nâng cao uy tín trên thị trường. Nghiên cứu [6] cho rằng, CSR là một phần không thể thiếu trong chiến lược kinh doanh nhằm đảm bảo sự ổn định dài hạn và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp thông qua sự hợp tác và đồng thuận từ các đối tác xã hội.

2.1.2. Lý thuyết về tính hợp pháp

Lý thuyết về tính hợp pháp cho rằng các doanh nghiệp hoạt động trong một "khế ước xã hội" không chính thức với cộng đồng, trong đó doanh nghiệp phải thể hiện rằng các hành vi, chính sách và kết quả hoạt động của mình phù hợp với giá trị, chuẩn mực và mong đợi của xã hội [7]. Tính hợp pháp không phải là một thuộc tính tĩnh mà là trạng thái được xã hội công nhận và phải liên tục được duy trì. CSR được xem là công cụ để doanh nghiệp duy trì hoặc giành lại tính hợp pháp, đặc biệt trong bối cảnh xã hội ngày càng đòi hỏi tính minh bạch, đạo đức và phát triển bền vững. Theo [8], doanh nghiệp có khả năng xây dựng vị thế vững chắc và nâng cao hiệu quả hoạt động thông qua việc tích cực thực hiện và công bố các sáng kiến CSR, đáp ứng kỳ vọng của cộng đồng và cơ quan quản lý.

2.1.3. Lý thuyết tín hiệu

Lý thuyết tín hiệu được sử dụng để giải thích cách thức doanh nghiệp truyền tải thông tin đến thị trường thông

qua các hành vi mang tính công khai. Trong đó, CSR được xem là một tín hiệu tích cực phản ánh năng lực quản trị, sự ổn định tài chính và cam kết dài hạn của doanh nghiệp đối với phát triển bền vững [9]. Việc công bố minh bạch các hoạt động CSR, đặc biệt trong các báo cáo thường niên hoặc báo cáo phát triển bền vững, không chỉ giúp doanh nghiệp gia tăng độ tin cậy với nhà đầu tư mà còn nâng cao giá trị thị trường và hiệu quả hoạt động. Ngược lại, việc thiếu thông tin hoặc công bố không đầy đủ có thể khiến doanh nghiệp bị đánh giá thấp, làm gia tăng chi phí vốn và giảm năng lực cạnh tranh [10, 11].

2.1.4. Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp

CSR, xét trên bình diện thực tiễn và học thuật, được hiểu là cam kết tự nguyện của doanh nghiệp trong việc lồng ghép các vấn đề xã hội và môi trường vào chiến lược và hoạt động kinh doanh một cách minh bạch, có đạo đức và tuân thủ pháp luật. Theo hướng dẫn của ISO 26000, CSR không chỉ bao gồm trách nhiệm pháp lý, mà còn là sự chủ động đáp ứng kỳ vọng của xã hội, tạo lập giá trị chung cho doanh nghiệp và cộng đồng [12].

2.2. Tổng quan nghiên cứu

Mối quan hệ giữa CSR và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp là một chủ đề nhận được sự quan tâm rộng rãi trong các nghiên cứu lý thuyết và thực nghiệm. Tuy nhiên, các kết quả nghiên cứu đến nay vẫn còn nhiều điểm chưa thống nhất, phản ánh sự phức tạp và tính bối cảnh của vấn đề.

Trường phái hoài nghi về hiệu quả của CSR được đại diện bởi Friedman [13], ông cho rằng mục tiêu chính của doanh nghiệp là tối đa hóa lợi nhuận cho cổ đông và việc chi tiêu cho CSR có thể làm gia tăng chi phí, ảnh hưởng tiêu cực đến giá trị doanh nghiệp trong ngắn hạn. Theo lập luận này, CSR có thể mang lại lợi ích cho xã hội nhưng là gánh nặng tài chính đối với doanh nghiệp.

Ngược lại, nhiều nghiên cứu đã cung cấp bằng chứng thực nghiệm cho thấy CSR có thể cải thiện hiệu quả hoạt động thông qua việc nâng cao uy tín doanh nghiệp, thu hút nhà đầu tư, duy trì quan hệ tốt với các bên liên quan và giảm thiểu rủi ro pháp lý cũng như hoạt động. Waddock S. A. và Graves S. B. là những người đầu tiên chỉ ra mối quan hệ tích cực giữa thực hiện CSR và hiệu quả hoạt động doanh nghiệp [14]. Tuy nhiên, nghiên cứu [3] cho rằng mối quan hệ này có thể bị ảnh hưởng bởi hiện tượng biến bị bỏ sót như chi tiêu cho nghiên cứu và phát triển (R&D), vốn có tương quan với cả CSR và hiệu quả hoạt động.

Bên cạnh đó, các nghiên cứu gần đây tiếp cận vấn đề từ góc nhìn quản trị rủi ro và vốn xã hội, cho thấy CSR có

thể hoạt động như một cơ chế bảo hiểm, giúp doanh nghiệp giảm thiểu tác động tiêu cực trong bối cảnh bất định hoặc khủng hoảng [15, 16]. Nghiên cứu [17] cũng khẳng định rằng trong thời kỳ khủng hoảng tài chính, các doanh nghiệp có mức độ thực hành CSR cao duy trì được mức độ tin cậy và hiệu quả hoạt động tốt hơn so với các doanh nghiệp khác.

Ngoài ra, các nghiên cứu như [2, 18] đã chứng minh rằng doanh nghiệp có chính sách CSR rõ ràng và minh bạch có khả năng tiếp cận vốn tốt hơn trên thị trường tài chính, nhờ vào việc phát đi tín hiệu tích cực tới nhà đầu tư. Điều này đặc biệt đúng trong bối cảnh thị trường vốn ở các nền kinh tế đang phát triển còn thiếu hiệu quả và dễ biến động.

Tại Việt Nam, nghiên cứu về mối quan hệ giữa CSR và hiệu quả hoạt động còn tương đối hạn chế, đặc biệt là đối với các ngành có đặc thù về chuỗi cung ứng và tác động xã hội rộng như ngành chế biến thực phẩm. Trong khi một số nghiên cứu tập trung vào mối liên hệ giữa CSR và giá trị doanh nghiệp niêm yết, thì các nghiên cứu chuyên sâu theo ngành chưa thực sự phổ biến, dẫn đến khoảng trống trong việc cung cấp bằng chứng thực nghiệm mang tính đặc thù và định hướng chính sách phù hợp.

Từ cơ sở lý thuyết và tổng quan các nghiên cứu đã trình bày, bài báo này đề xuất giả thuyết nghiên cứu như sau:

Giả thuyết H1: Mức độ công bố thông tin CSR có tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp chế biến thực phẩm niêm yết tại Việt Nam.

3. DỮ LIỆU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Dữ liệu nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng dữ liệu thứ cấp được thu thập từ báo cáo thường niên, báo cáo tài chính và báo cáo phát triển bền vững của các doanh nghiệp chế biến thực phẩm niêm yết trên Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh (HOSE) và Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội (HNX) trong giai đoạn 2018 - 2023. Tổng cộng có 42 doanh nghiệp đáp ứng tiêu chí lựa chọn, tạo thành tập dữ liệu bảng cân bằng với 252 quan sát.

Thời gian nghiên cứu được lựa chọn nhằm đảm bảo độ dài chuỗi dữ liệu đủ lớn để phân tích xu hướng và kiểm định thống kê, đồng thời phản ánh đầy đủ sự thay đổi trong chính sách công bố thông tin CSR theo các quy định pháp lý hiện hành, đặc biệt là Thông tư số 96/2020/TT-BTC của Bộ Tài chính.

3.2. Xác định và đo lường các biến trong mô hình

3.2.1. Biến phụ thuộc

Dựa trên nghiên cứu [19, 20], tác giả sử dụng chỉ tiêu ROA đo lường hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp để

đánh giá tác động của hoạt động CSR đến hiệu quả hoạt động công ty.

ROA= Lợi nhuận sau thuế/ Tổng tài sản

3.2.2. Biến độc lập

Biến độc lập của mô hình là chỉ số minh bạch thông tin CSR (CSRI). CSRI được xây dựng thông qua phương pháp phân tích nội dung trên báo cáo thường niên, báo cáo phát triển bền vững, với các tiêu chí cụ thể dựa theo hướng dẫn công bố thông tin trong Thông tư số 96/2020/TT-BTC của Bộ Tài chính. Phương pháp này đã được sử dụng phổ biến trong nhiều nghiên cứu về công bố thông tin CSR tại cả các quốc gia phát triển và đang phát triển [21, 22]. Các bước thực hiện bao gồm:

Bước 1: Xây dựng 33 chỉ mục CSR thuộc 3 nhóm nội dung: (i) Môi trường (18 điểm), (ii) người lao động (10 điểm), (iii) cộng đồng (5 điểm).

Bước 2: Mã hóa thông tin theo thang điểm nhị phân: Nếu doanh nghiệp công bố thông tin, chỉ mục được ghi "1", nếu không công bố, ghi "0".

Bước 3: Xác định chỉ số CSRI theo công thức:

CSRI = (Tổng điểm thực tế doanh nghiệp công bố/ 33) x 10%

CSRI thể hiện mức độ công bố thông tin CSR của doanh nghiệp, với giá trị càng cao thể hiện mức độ minh bạch càng lớn.

Bảng 1 trình bày chi tiết phương pháp chấm điểm cho từng chỉ tiêu minh bạch thông tin CSR.

Bảng 1. Chấm điểm các chỉ tiêu minh bạch thông tin CSR

Mã	Các khoản mục thông tin	Điểm tối đa
A1	Thông tin liên quan đến môi trường	18
A1.MAT	Quản lý nguồn nguyên vật liệu	5
A1.ENE	Tiêu thụ năng lượng	5
A1.WAT	Tiêu thụ nước	5
A1.ENV	Tuân thủ pháp luật về bảo vệ môi trường	3
A2	Thông tin liên quan đến người lao động	10
A3	Thông tin liên quan đến phục vụ cộng đồng	5
	Tổng điểm	33

Nguồn: Nghiên cứu xây dựng dựa trên Thông tư số 96/2020/TT-BTC

Trong đó: Mục thông tin A1 gồm 4 tiêu chí, tiêu chí A1.MAT, A1.ENE, A1.WAT có 5 chỉ mục mỗi tiêu chí, tương ứng với điểm tối đa là 5 điểm; tiêu chí A1.ENV có 3 chỉ mục, với điểm tối đa là 3 điểm. Mục thông tin A2 có 10 chỉ

mục, với điểm tối đa là 10 điểm. Mục thông tin A3 có 5 chỉ mục với điểm tối đa là 5 điểm.

3.2.3. Biến kiểm soát

Dựa trên các nghiên cứu [23, 24], nghiên cứu này sử dụng hai biến kiểm soát sau:

Một là, đòn bẩy tài chính (LEV): Phản ánh mức độ sử dụng nợ trong cơ cấu vốn của doanh nghiệp, có thể ảnh hưởng đến khả năng thực hiện và công bố thông tin về CSR.

Hai là, quy mô doanh nghiệp (SIZE): Được đo lường dựa trên tổng tài sản của doanh nghiệp, phản ánh khả năng nguồn lực của doanh nghiệp trong việc thực hiện các hoạt động CSR.

Việc đưa hai biến kiểm soát này vào mô hình giúp tăng cường độ tin cậy của kết quả nghiên cứu, đồng thời kiểm soát các yếu tố có thể ảnh hưởng đến mối quan hệ giữa CSR và hiệu quả hoạt động doanh nghiệp.

3.3. Mô hình nghiên cứu

Bài báo xây dựng mô hình nhằm đánh giá tác động của CSR đến hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp chế biến thực phẩm niêm yết tại Việt Nam dựa trên nghiên cứu [1]. Mô hình hồi quy được đề xuất như sau:

$$BP_{it} = \beta_1 + \beta_2 CSRI_{it} + \beta_3 X_{it} + \mu_i + \varepsilon_{it} \quad (*)$$

Trong đó:

BP: Hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp;

CSRI: Mức độ công bố thông tin CSR;

X: Các biến kiểm soát của mô hình gồm: LEV, SIZE;

μ : Hiệu ứng cố định;

ε : Thành phần ngẫu nhiên.

Chỉ số dưới (i, t) biểu thị quan sát thứ i ở thời điểm t.

3.4. Phương pháp phân tích dữ liệu

Nghiên cứu áp dụng phương pháp ước lượng dữ liệu bảng tính với sự hỗ trợ của phần mềm STATA, gồm: Phương pháp bình phương nhỏ nhất dạng gộp (POLS), mô hình ảnh hưởng cố định (FEM), mô hình ảnh hưởng ngẫu nhiên (REM). Trong đó: Kiểm định Hausman được sử dụng để lựa chọn giữa mô hình FEM và REM. Để lựa chọn mô hình tốt nhất giữa hai mô hình Pooled và REM, nghiên cứu sử dụng kiểm định Breusch- Pagan. Kiểm định F được sử dụng để lựa chọn giữa mô hình FEM và Pooled OLS. Ngoài ra, các kiểm định chẩn đoán về hiện tượng khuyết tật của mô hình, gồm kiểm định phương sai thay đổi, tự tương quan và đa cộng tuyến, sẽ được thực hiện đối với mô hình được lựa chọn nhằm đảm bảo độ tin cậy của kết quả nghiên cứu.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

4.1. Kết quả nghiên cứu

4.1.1. Phân tích ban đầu với dữ liệu

Nghiên cứu thực hiện thống kê mô tả các biến trong mô hình tại bảng 2.

Bảng 2. Thống kê mô tả các biến trong mô hình

Biến	Số quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
BP	252	8,2105	6,3388	-2,7125	35,0693
CSRI	252	0,6679	0,2815	0,2091	0,8855
SIZE	252	27,9718	1,5504	21,4720	32,7711
LEV	252	0,4016	0,3422	0,0009	1,2465

Nguồn: Tổng hợp kết quả từ phần mềm STATA

Dữ liệu tại bảng 2 cho thấy, hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp trung bình đạt mức 8,21%, trong đó mức thấp nhất là -2,71% và cao nhất là 35,07%. Về mức độ công bố thông tin CSR trung bình đạt 0,67, trong đó mức thấp nhất là 0,21 và cao nhất là 0,89. Các biến kiểm soát có mức độ dao động tương đối mạnh.

Bảng 3. Ma trận tương quan giữa các biến trong mô hình

	BP	CSRI	SIZE	LEV
BP	1			
CSRI	0,1720	1		
SIZE	0,0144	0,1203	1	
LEV	0,1256	0,1706	0,0021	1

Nguồn: Tổng hợp kết quả từ phần mềm STATA

Số liệu bảng 3 cho thấy CSRI có tương quan cùng chiều với BP. Các biến độc lập và biến kiểm soát trong mô hình có hệ số tương quan đều nhỏ hơn 0,5. Tuy nhiên, đây chỉ là tương quan cặp giữa các biến, để kiểm định về hiện tượng đa cộng tuyến của mô hình, nghiên cứu kiểm tra hệ số nhân tử phóng đại phương sai (VIF) với số liệu thu được tại bảng 4.

Bảng 4. Kết quả nhân tử phóng đại phương sai

Biến	VIF
CSRI	1,25
SIZE	1,22
BSIZE	1,26
Trung bình VIF	1,24

Nguồn: Tổng hợp kết quả từ phần mềm STATA

Bảng 4 cho thấy, trung bình hệ số VIF là 1,24, mô hình (*) không có đa cộng tuyến.

4.1.2. Kiểm định lựa chọn mô hình

Nghiên cứu sử dụng kiểm định Hausman để lựa chọn giữa mô hình FEM và REM. Kết quả kiểm định Hausman cho giá trị P-value = 0,0000, như vậy mô hình FEM trong trường hợp này là phù hợp hơn. Tiếp theo, nghiên cứu thực hiện kiểm định lựa chọn mô hình FEM và Pooled OLS. Kết quả kiểm định F cho thấy giá trị P-value = 0,0000, do đó sử dụng mô hình FEM là phù hợp. Nghiên cứu kiểm định phương sai sai số thay đổi và tự tương quan đối với mô hình FEM được chọn. Kết quả P-value = 0,0000 cho thấy mô hình FEM tồn tại phương sai sai số thay đổi và tự tương quan.

Do đó, nghiên cứu tiến hành khắc phục khuyết tật của mô hình bằng phương pháp ước lượng bình phương nhỏ nhất tổng quát (GLS). Như vậy, kết quả của mô hình GLS sẽ sử dụng để thảo luận kết quả nghiên cứu.

Bảng 5. Kết quả hồi quy của mô hình

Biến phụ thuộc	FEM	GLS
	BP	BP
CSRI	0,6192*	0,7143***
	(0,4012)	(0,2861)
SIZE	0,3528	0,2056**
	(0,4203)	(0,1174)
LEV	0,2011	-0,3692***
	(0,2251)	(0,1339)
_CONS	1,1745*	1,3058**
	(0,7632)	(0,6622)
N	252	252

*p < 0,1, **p < 0,05, ***p < 0,01

Nguồn: Tổng hợp kết quả từ phần mềm STATA

4.2. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả ước lượng bằng phương pháp bình phương nhỏ nhất tổng quát (GLS) cho thấy mức độ công bố thông tin CSR (CSRI) có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, với mức ý nghĩa 1%. Điều này khẳng định rằng việc minh bạch hóa thông tin liên quan đến trách nhiệm xã hội không chỉ là một yêu cầu tuân thủ quy định pháp lý, mà còn mang lại giá trị thiết thực cho doanh nghiệp thông qua việc cải thiện hiệu quả tài chính. Phát hiện này nhất quán với giả thuyết H1 đã được đề xuất và phù hợp với nhiều nghiên cứu [1, 3] trước đây.

Cụ thể, hệ số dương và có ý nghĩa thống kê của biến CSRI cho thấy các doanh nghiệp thực hiện công bố CSR ở

mức độ cao có xu hướng đạt hiệu quả hoạt động cao hơn. Kết quả này củng cố lập luận của lý thuyết tín hiệu, theo đó công bố thông tin CSR đóng vai trò như một tín hiệu tích cực về năng lực quản trị và sự ổn định của doanh nghiệp trong dài hạn. Đồng thời, việc công bố minh bạch các hoạt động trách nhiệm xã hội có thể tạo ra lợi thế cạnh tranh nhờ vào sự tin nhiệm từ nhà đầu tư, khách hàng và các bên liên quan khác.

Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu cũng ủng hộ lý thuyết về tính hợp pháp, cho rằng doanh nghiệp cần duy trì sự phù hợp với kỳ vọng xã hội để đảm bảo vị thế và khả năng tồn tại bền vững. Trong bối cảnh ngành chế biến thực phẩm tại Việt Nam chịu nhiều áp lực từ cộng đồng liên quan đến an toàn thực phẩm, nguồn gốc nguyên liệu và môi trường, việc thực hiện và công bố CSR là công cụ hiệu quả giúp doanh nghiệp đáp ứng kỳ vọng của xã hội và cơ quan quản lý.

Ngoài ra, kết quả cũng nhất quán với lý thuyết các bên liên quan, khẳng định vai trò của CSR trong việc duy trì mối quan hệ tích cực với các đối tượng có ảnh hưởng đến hoạt động của doanh nghiệp. Doanh nghiệp công bố CSR một cách chủ động có thể nhận được sự ủng hộ từ người lao động, khách hàng và đối tác, qua đó nâng cao hiệu quả hoạt động tổng thể.

Về các biến kiểm soát, quy mô doanh nghiệp (SIZE) có ảnh hưởng tích cực và có ý nghĩa thống kê ở mức 5%. Điều này cho thấy các doanh nghiệp lớn có lợi thế về nguồn lực và hệ thống quản trị, từ đó có khả năng triển khai các hoạt động CSR hiệu quả hơn và đạt được hiệu suất hoạt động tốt hơn. Ngược lại, đòn bẩy tài chính (LEV) lại có tác động tiêu cực và có ý nghĩa thống kê đến hiệu quả hoạt động. Điều này phù hợp với lập luận cho rằng gánh nặng nợ vay có thể hạn chế khả năng đầu tư cho các hoạt động tạo giá trị dài hạn như CSR, đồng thời gia tăng rủi ro tài chính cho doanh nghiệp.

Nhìn chung, các kết quả thực nghiệm của nghiên cứu đã cung cấp bằng chứng thuyết phục về mối quan hệ tích cực giữa công bố CSR và hiệu quả hoạt động doanh nghiệp, đồng thời làm sáng tỏ cơ chế tác động của CSR trong bối cảnh ngành chế biến thực phẩm tại Việt Nam. Những phát hiện này góp phần khẳng định tầm quan trọng của chiến lược CSR không chỉ dưới góc độ đạo đức xã hội mà còn xét trên hiệu quả kinh tế doanh nghiệp.

5. KẾT LUẬN

Nghiên cứu này nhằm đánh giá mối quan hệ giữa mức độ công bố thông tin CSR và hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp chế biến thực phẩm niêm yết tại Việt Nam trong giai đoạn 2018 - 2023. Thông qua mô hình hồi quy

dữ liệu bảng và phương pháp ước lượng GLS, kết quả thực nghiệm cho thấy mức độ minh bạch trong công bố CSR có ảnh hưởng tích cực và có ý nghĩa thống kê đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, được đo lường thông qua chỉ tiêu ROA.

Phát hiện này đồng thời củng cố các luận điểm lý thuyết nền tảng gồm lý thuyết các bên liên quan, lý thuyết về tính hợp pháp và lý thuyết tín hiệu, cho thấy CSR không chỉ là một cam kết đạo đức mà còn là chiến lược quản trị hiệu quả, góp phần nâng cao hiệu suất kinh doanh và củng cố lòng tin từ các bên liên quan. Ngoài ra, các biến kiểm soát như quy mô doanh nghiệp và đòn bẩy tài chính cũng thể hiện vai trò đáng kể trong việc lý giải hiệu quả hoạt động, phản ánh ảnh hưởng của đặc điểm nội tại doanh nghiệp đến kết quả kinh doanh.

Dựa trên kết quả nghiên cứu, bài báo đề xuất một số khuyến nghị: Thứ nhất, các doanh nghiệp cần chủ động thực hiện và công bố thông tin CSR như một phần trong chiến lược phát triển bền vững, không chỉ để tuân thủ quy định pháp lý mà còn để gia tăng giá trị thương hiệu và hiệu quả hoạt động; Thứ hai, cần nâng cao nhận thức và năng lực thực hiện CSR trong nội bộ doanh nghiệp, thông qua đào tạo và lồng ghép vào quy trình quản trị; Thứ ba, các cơ quan quản lý nhà nước cần hoàn thiện hành lang pháp lý, đồng thời khuyến khích và giám sát việc công bố thông tin CSR nhằm thúc đẩy sự minh bạch và trách nhiệm trong cộng đồng doanh nghiệp.

Mặc dù nghiên cứu đã cung cấp một số bằng chứng thực nghiệm có giá trị, vẫn tồn tại một số hạn chế nhất định: Một là, nghiên cứu chỉ tập trung vào các doanh nghiệp chế biến thực phẩm niêm yết, chưa mở rộng sang các ngành khác hoặc doanh nghiệp chưa niêm yết; Hai là, việc đánh giá CSR mới dừng lại ở số lượng thông tin được công bố, chưa phản ánh chất lượng và tính thực chất của các hoạt động CSR. Do đó, các nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng phạm vi mẫu và sử dụng thang đo nâng cao để phân tích sâu hơn mối quan hệ giữa CSR và hiệu quả hoạt động trong bối cảnh nền kinh tế đang hướng đến phát triển bền vững.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Bidhari S.C., Salim U., Aisjah S., "Effect of corporatesocial responsibility information disclosure on financial performance and firm value in banking industry listed at Indonesia stock exchange," *European Journal of Business and Management*, 5(18), 39-46, 2013.
- [2]. Cheng B., Ioannou I., Serafeim G., "Corporate social responsibility and access to finance," *Strategic Management Journal*, 35(1), 1-23, 2014.

- [3]. McWilliams A., Siegel D., "Corporate social responsibility and financial performance: Correlation or misspecification," *Strategic Management Journal*, 21(5), 603-609, 2000.
- [4]. Yaparto M., Frisko K.D., Eriandani R., "Influence of Corporate Social Responsibility Financial Performance Against SektorManufaktur Registered in Indonesia Stock Exchange Period 2010-2011," *Student Scientific journal Universitas Surabaya*, 2(1), 1-19, 2013.
- [5]. Freeman R.E., *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman, Boston. 1984.
- [6]. Kusumadilaga R., *Against the influence of Corporate Social Responsibility Corporate Values with Profitability As moderating Variables*. Semarang: Faculty of Economics, University of Diponegoro, 2010.
- [7]. Suchman M. C., "Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches," *The Academy of Management Review*, 20(3), 571-610, 1995.
- [8]. Hadi N., *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- [9]. Spence M., "Job Market Signaling," *Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355-374, 1973.
- [10]. Drever M., Stanton P., McGowan S., "Fundamental Properties of Reporting Information," *Contemporary Issues in Accounting*, 7-36, 2007.
- [11]. Fitriyani F., *The Relationship Between Environmental Performance, Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR), and Financial Performance*, 2012.
- [12]. Resturiyani N., *Influence of Corporate Social Responsibility Disclosure of Financial Performance*. Study on Mining Company Listed in Indonesia Stock Exchange in 2011, 2012.
- [13]. Friedman M., "The social responsibility of business is to increase its profits," *New York times magazine*, 1970.
- [14]. Waddock S. A., Graves S. B., "The corporate social performance-financial performance link," *Strategic Management Journal*, 18(4), 303-319, 1997.
- [15]. Godfrey P. C., "The relationship between corporate philanthropy and shareholder wealth: A risk management perspective," *Academy of Management Review*, 30(4), 777-798, 2005.
- [16]. Shiu Y. M., Yang S. L., "Does engagement in corporate social responsibility provide strategic insurance like effects?," *Strategic Management Journal*, 38(2), 455-470, 2017.
- [17]. Lins K. V., Servaes H., Tamayo A., "Social capital, trust, and firm performance: The value of corporate social responsibility during the financial crisis," *The Journal of Finance*, 72(4), 1785-1824, 2017.
- [18]. Flammer C., "Does corporate social responsibility lead to superior financial performance? A regression discontinuity approach," *Management Science*, 61(11), 2549-2568, 2015.
- [19]. Wu M. W., Shen C. H., "Corporate social responsibility in the banking industry: Motives and financial performance," *Journal of Banking and Finance*, 37(9), 3529-3547, 2013.
- [20]. Usman A. B., Amran N. A. B., "Corporate social responsibility practice and corporate financial performance: Evidence from Nigerian companies," *Social responsibility Journal*, 11(4), 749-763, 2015.
- [21]. Roberts R. W., "Determinants of corporate social responsibility disclosure: An application of stakeholder theory," *Accounting, Organizations and Society*, 17(6), 595-612, 1992.
- [22]. Esa E., Ghazali M. N. A., "Corporate social responsibility and corporate governance in Malaysian government," *Corporate Governance*, 12(3), 292-305, 2012.
- [23]. Aras G., Aybars A., Kutlu O., "Managing corporate performance investigating the relationship between corporate social responsibility and financial performance in emerging market," *International Journal of Productivity and Performance management*, 59(3), 229-254, 2010.
- [24]. Bayoud N. S., Kavanagh M., Slaughter G., "An empirical study of the relationship between corporate responsibility disclosure and organizational performance: Evidence from Libya," *International Journal of Management and Marketing Research*, 5(3), 69-82, 2012.
- [25]. Menard S., "Sage University paper series on quantitative applications in the social sciences," *Applied logistic regression analysis*, 07-106, 1995.

AUTHOR INFORMATION

Le Thi Nhung

Faculty of Economics, Academy of Policy and Development, Vietnam