

Trang chủ/Diễn đàn khoa học/Công bố nghiên cứu

Nghiên cứu tác động của trách nhiệm xã hội đến hành vi đổi mới xanh, đạo đức kinh doanh và phát triển bền vững tại các doanh nghiệp Việt Nam

06:55 | 12/08/2024

EFR Nghiên cứu này tìm hiểu mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) với môi trường, đạo đức, hành vi đổi mới xanh. Đây là những yếu tố ảnh hưởng tới sự phát triển bền vững của doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) ở Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy: Có mối quan hệ giữa Hành vi đổi mới xanh, Đạo đức, Trách nhiệm xã hội của...

Từ khóa: CSR, smartPLS 4, môi trường, đạo đức, hành vi đổi mới xanh

Summary

This study explores the relationship between corporate social responsibility (CSR), the environment, ethics, and green innovation behavior. These factors affect the sustainable development of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Vietnam. The research results show that: There is a relationship between Green Innovation Behavior, Ethics, Environmental Corporate Social Responsibility (ECSR), and Sustainable Development. Meanwhile, CSR has a positive relationship with Green Innovation Behavior, Ethics and ECSR. On this basis, the authors propose several recommendations to improve the effectiveness of sustainable development for businesses.

Keywords: CSR, smartPLS 4, environment, ethics, green innovation behavior

GIỚI THIỆU

Tại Việt Nam, mối quan hệ giữa CSR với môi trường và hành vi đổi mới xanh đang là vấn đề ngày càng được quan tâm (Dinh và cộng sự, 2023). Có nhiều yếu tố tác động đến mối quan hệ giữa CSR với môi trường và hành vi đổi mới xanh ở Việt Nam, như: văn hóa truyền thống, chính trị, kiến thức về môi trường, hành vi xã hội xanh (Vuong và Nguyen, 2024). Do đó, các doanh nghiệp Việt Nam được khuyến khích tận dụng các kỹ năng xanh dưới hình thức vốn trí tuệ và đổi mới xanh. Tóm lại, mối quan hệ giữa CSR với môi trường và hành vi đổi mới xanh ở Việt Nam đòi hỏi sự nhận thức và được xác định bởi bối cảnh cụ thể của đất nước, cũng như sự chú trọng vào hoạt động bền vững của doanh nghiệp (Nguyen và Adomako, 2022).

Mục đích của nghiên cứu này là tìm hiểu và phân tích rõ ràng các yếu tố nêu trên, nhằm giúp nâng cao sự thành công của các DNNVV. Nghiên cứu này cũng nhằm tìm lời giải cho các câu hỏi: (i) Các hành vi đổi mới xanh tác động như thế nào đến sự phát triển của các DNNVV ở Việt Nam trong môi trường kinh doanh hiện nay?; (ii) Các yếu tố CSR về môi trường tác động như thế nào đến sự phát triển của các DNNVV ở Việt Nam?

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Cơ sở lý thuyết

Phát triển bền vững

Phát triển bền vững (BD) được định nghĩa là hành động để mang lại hiệu quả dài hạn cho doanh nghiệp hoặc tổ chức nhất định (Bacinello và cộng sự, 2021). Phát triển bền vững đóng vai trò là sợi dây kết nối tất cả các hoạt động hoặc bộ phận của doanh nghiệp, hỗ trợ doanh nghiệp mở rộng và cải thiện doanh số, doanh thu, dịch vụ sản phẩm, thu hút nhân tài, dịch vụ khách hàng và nhận diện thương hiệu (Amornkitvikai và Pholphirul, 2023).

Hành vi đổi mới xanh

Hành vi đổi mới xanh (GBI) đề cập đến các hành động đổi mới, nhưng với mục tiêu giảm thiểu ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường, đồng thời tối ưu hóa việc sử dụng tài nguyên thiên nhiên. Các hoạt động đổi mới xanh có thể có ảnh hưởng đáng kể đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp và môi trường. Quan điểm của doanh nghiệp có thể tác động đến những hành vi này và việc nhấn mạnh vào đổi mới xanh, để có thể có những hành động điều tiết trong quá trình vận hành, sản xuất, kinh doanh... (Khan và cộng sự, 2022;). Hành vi đổi mới xanh đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển và bền vững của doanh nghiệp. Có thể thấy, hành vi đổi mới xanh là rất quan trọng để doanh nghiệp nâng cao hoạt động môi trường, đạt được sự phát triển bền vững, giảm thiểu chi phí môi trường và đạt được lợi thế cạnh tranh (Salih và cộng sự, 2024). Đổi mới xanh, với tư cách là một phương pháp mới, có khả năng giải quyết thành công các vấn đề, như: ngăn ngừa và kiểm soát ô nhiễm, tiết

kiệm năng lượng, nâng cấp công nghệ xanh và quản lý xanh của doanh nghiệp. Nó mang lại lợi ích cho doanh nghiệp bằng cách củng cố hình ảnh xanh, thúc đẩy phát triển bền vững và đạt được các lợi ích kinh tế (Li và cộng sự, 2023). Do vậy, nhóm tác giả đề xuất giả thuyết như sau:

H1: Hành vi đổi mới xanh (với 4 biến quan sát) có mối quan hệ đáng kể với Phát triển bền vững.

Đạo đức trong doanh nghiệp

Đạo đức (E) có thể đề cập đến phong tục, thói quen, tính cách hoặc khí chất. Nó liên quan đến việc phân biệt giữa thiện và ác trên thế giới, giữa hành vi đúng và xấu của con người, giữa những thuộc tính thiện và bất thiện của con người. Nói một cách đơn giản, đạo đức là một tập hợp các nguyên tắc đạo đức tác động đến cách các cá nhân đưa ra quyết định và lựa chọn lối sống của họ (Tutton và Brand, 2023). Mối quan hệ giữa đạo đức và phát triển bền vững có thể được xem xét từ nhiều góc độ. Các DNNVV phải đạt được sự cân bằng giữa các giá trị đạo đức và mục tiêu chiến lược, cũng như thích ứng với những điều kiện thị trường đang thay đổi. Đạo đức trong kinh doanh không chỉ đơn giản là tuân thủ pháp luật hay làm điều "đúng"; đó còn là thúc đẩy một môi trường làm việc coi trọng sự trung thực và minh bạch, trong khi vẫn đạt được kết quả kinh doanh tốt (Oliveira và cộng sự, 2022). Trên phương diện đó, nhiều nghiên cứu đã chứng minh rằng, đạo đức là điều cần thiết cho sự thành công lâu dài của doanh nghiệp (Oliveira và cộng sự, 2022; Tutton và Brand, 2023). Do đó, nhóm tác giả đề xuất giả thuyết như sau:

H2: Đạo đức (với 4 biến quan sát) có mối quan hệ chặt chẽ với Phát triển bền vững.

Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp về môi trường (ECSR)

ECSR là cách các doanh nghiệp có thể giảm tác động tiêu cực đến môi trường, đồng thời tăng tác động tích cực (Salihi và cộng sự, 2024; Ni và cộng sự, 2023). ECSR có thể mang lại lợi ích cho doanh nghiệp bằng cách nâng cao danh tiếng, giảm chi phí, khuyến khích đổi mới và thu hút người tiêu dùng, cũng như nhà đầu tư quan tâm đến môi trường (Sun và cộng sự, 2024; Ni và cộng sự, 2023). Có một mối quan hệ đáng kể giữa ECSR và phát triển bền vững. Bằng cách kết hợp tăng trưởng kinh tế với sự bền vững về môi trường và phúc lợi xã hội, ECSR đóng vai trò quan trọng trong phát triển bền vững (Khan và cộng sự, 2022; Li và cộng sự, 2023). Bởi vậy, nhóm tác giả đề xuất giả thuyết như sau:

H3: Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp về môi trường (với 4 biến quan sát) có mối quan hệ đáng kể với Phát triển bền vững.

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

CSR là một mô hình kinh doanh tự điều chỉnh, giúp các doanh nghiệp có trách nhiệm xã hội với chính họ, các bên liên quan và cộng đồng (Tran, 2022; Akhter và Hassan, 2023). Tham gia CSR có nghĩa là doanh nghiệp có thể hỗ trợ xã hội, đồng thời quảng bá thương hiệu của mình trong quá trình kinh doanh.

Một số nghiên cứu đã phát hiện ra rằng, CSR có ảnh hưởng thuận lợi đến hành vi đổi mới xanh, đó là việc nâng cao và sàng lọc các sản phẩm hoặc quy trình xanh hiện tại (Li và cộng sự, 2023). Điều này là do CSR có thể giúp doanh nghiệp xây dựng hình ảnh thị trường khác biệt và thuận lợi, cũng như nâng cao danh tiếng và lòng trung thành của khách hàng, tất cả đều rất quan trọng để phát triển hành vi đổi mới xanh. Tóm lại, mối quan hệ giữa CSR và hành vi đổi mới xanh rất phức tạp và đa dạng, nó thay đổi tùy theo cách thức tiếp cận, thực hành CSR, loại hình và mức độ đổi mới xanh, cũng như mức độ quan tâm của người quản lý về môi trường (Li và cộng sự, 2023; Mason, 2019). Do đó, nhóm tác giả đề xuất giả thuyết như sau:

H4: Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (với 4 biến quan sát) có mối quan hệ tích cực với Hành vi đổi mới xanh.

Mối quan hệ giữa CSR và Đạo đức rất phức tạp. Một doanh nghiệp có đạo đức thường đưa ra các quyết định khuyến khích CSR tốt (Oliveira và cộng sự, 2022). CSR đôi khi được xem như một nỗ lực "bổ sung" cho doanh nghiệp, hơn là một phần không thể thiếu trong triết lý và hoạt động của họ. Một số nghiên cứu cho rằng, CSR là một kỹ thuật để các công ty trốn tránh luật pháp, xoa dịu dư luận hoặc cải thiện hình ảnh thương hiệu của họ hơn là thực sự quan tâm đến hậu quả xã hội và môi trường do hành động của họ gây ra (Oliveira và cộng sự, 2022; Tutton và Brand, 2023). Do đó, CSR và đạo đức chỉ mang tính chất bổ sung cho nhau. Một doanh nghiệp muốn vừa có trách nhiệm với xã hội, vừa có đạo đức, thì nên liên kết chiến lược CSR của mình với các giá trị, sứ mệnh và tầm nhìn. Do đó, nhóm tác giả đề xuất giả thuyết như sau:

H5: Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (với 4 biến quan sát) có mối quan hệ tích cực với Đạo đức.

Mối quan hệ giữa CSR và ECSR có thể được hiểu từ nhiều góc độ khác nhau. Theo một số quan điểm, ECSR là một trong bốn loại CSR, cùng với các nghĩa vụ kinh tế, pháp lý và đạo đức, như được mô tả trong kim tự tháp CSR của Carroll. Tuy nhiên, một số quan điểm khác cho rằng, ECSR là động lực cơ bản của CSR, khi các mối quan tâm về môi trường ngày càng trở nên cấp bách và mạnh mẽ trong bối cảnh toàn cầu (Li và cộng sự, 2023; Khan và cộng sự, 2022). Quá trình thực hiện CSR và ECSR được kết nối theo mục tiêu của doanh nghiệp. Tuy nhiên, cả CSR và ECSR đều rất quan trọng để doanh nghiệp đạt được tính bền vững và khả năng cạnh tranh lâu dài (Li và cộng sự, 2023). Do đó, nhóm tác giả đề xuất các giả thuyết như sau:

H6: Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có mối quan hệ tích cực với ECSR.

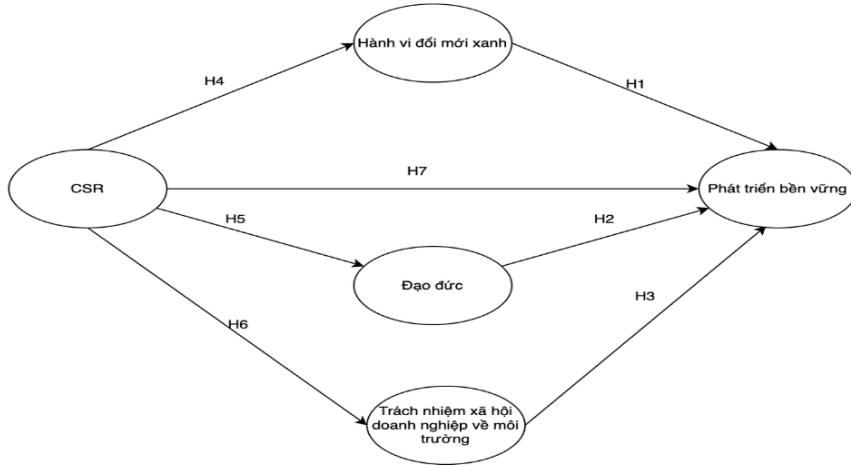
H7: Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có mối quan hệ tích cực với Phát triển bền vững của doanh nghiệp (với 4 biến

quan sát).

Mô hình nghiên cứu đề xuất

Trên cơ sở khảo lược các lý thuyết liên quan, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như Hình 1.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Đề xuất của nhóm tác giả

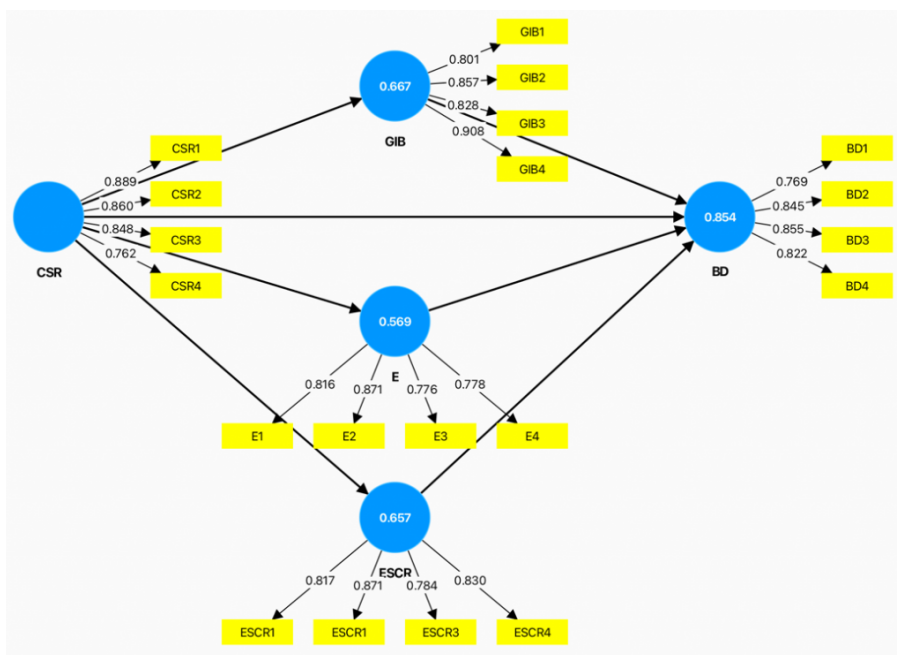
Phương pháp nghiên cứu

Dữ liệu nghiên cứu được nhóm tác giả thu thập thông qua xây dựng bảng hỏi và gửi qua Google Form đến các đối tượng đang làm việc tại các DNNVV ở Việt Nam trong tháng 10/2023. Trong tổng số 120 phiếu phát ra, nhóm tác giả thu về 100 phiếu hợp lệ (trong đó có ý kiến của 12 lãnh đạo cấp cao nhất là tổng giám đốc, chủ tịch hội đồng quản trị hoặc phó giám đốc công ty; lãnh đạo cấp trung là 27 người; còn lại là nhân viên các phòng, ban trong các doanh nghiệp. Phần mềm smartPLS 4 được sử dụng để phân tích dữ liệu nghiên cứu (*Bài viết sử dụng cách viết số thập phân theo chuẩn quốc tế*).

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu sử dụng smartPLS 4 để kiểm định các giả thuyết và giải thích mối tương quan giữa các biến trong mô hình nghiên cứu. Hình 2 dưới đây là mô hình nghiên cứu cùng các biến sau khi đã chạy bằng thuật toán PLS SEM.

Hình 2: Kết quả mô hình nghiên cứu với thuật toán PLS SEM



Nguồn: Đề xuất của nhóm tác giả

Theo kết quả nghiên cứu, tất cả các biến đều có giá trị VIF < 3. Điều này có nghĩa là không có sự cộng tuyến giữa các biến dự đoán, nên các biến trong mô hình có sự ổn định và độ tin cậy của kết quả hồi quy (Bảng 2).

Bảng 2: Hệ số VIF của mô hình

Biến quan sát	VIF
BD1	1.666
BD2	2.066
BD3	2.191
BD4	1.926
CSR1	2.694
CSR2	2.258
CSR3	2.12
CSR4	1.809
E1	2.077
E2	2.474
E3	1.645
E4	1.576
ECSR1	2.251
ECSR2	1.828
ECSR3	1.744
ECSR4	1.858
GIB1	1.934
GIB2	2.513
GIB3	1.91
GIB4	3.224

Nguồn: Tổng hợp từ dữ liệu nghiên cứu của nhóm tác giả

Hệ số tải outer loading được sử dụng để đánh giá chất lượng của các biến quan sát. Theo kết quả nghiên cứu, hệ số outer loading của tất cả các biến (ngoại trừ GIB5) đều > 0.800. Điều này cho thấy, chất lượng đo lường tốt, cũng như mối liên hệ chặt chẽ giữa các biến tiềm ẩn và các chỉ số của chúng (Bảng 3).

Bảng 3: Hệ số outer loading

Biến quan sát	BD	CSR	E	ECSR	GIB
BD1	0.769				
BD2	0.845				
BD3	0.855				
BD4	0.822				
CSR1		0.889			
CSR2		0.86			
CSR3		0.848			
CSR4		0.762			
E1			0.816		
E2			0.871		

E3			0.776		
E4			0.778		
ECSR1				0.871	
ECSR2				0.817	
ECSR3				0.784	
ECSR4				0.83	
GIB1					0.801
GIB2					0.857
GIB3					0.828
GIB4					0.908

Nguồn: Tổng hợp từ dữ liệu nghiên cứu của nhóm tác giả

Cronbach's Alpha của tất cả các biến đều > 0.8. Điều này cho thấy, mức độ nhất quán nội bộ cao và các mục đo lường cho tất cả các biến đều đáng tin cậy và tính nhất quán. Ngoài ra, giá trị độ tin cậy tổng hợp (rho_a) của cả 5 biến đều > 0.6. Điều này cho thấy, mức độ nhất quán và độ tin cậy bên trong, thậm chí còn cao hơn và kết cấu được kiểm tra một cách nhất quán bằng các hạng mục trong dụng cụ đo, xác nhận độ tin cậy của kết cấu. Cuối cùng, phương sai trung bình của cả 5 biến đều > 0.6. Điều này cho thấy, sự hội tụ hợp lý giữa các mục và gợi ý rằng, cấu trúc thể hiện đầy đủ phương sai dự kiến (Bảng 4).

Bảng 4: Độ tin cậy Cronbach's Alpha và Rho

Biến quan sát	Cronbach's Alpha	rho_a	AVE
GIB	0.871	0.674	0.722
CSR	0.862	0.771	0.708
ECSR	0.844	0.85	0.682
BD	0.841	0.643	0.678
E	0.826	0.628	0.658

Nguồn: Tổng hợp từ dữ liệu nghiên cứu của nhóm tác giả

R² biểu thị mức độ giải thích các biến độc lập lên một biến phụ thuộc trong mô hình đang được mô tả. Tất cả các biến có giá trị R² > 0.5. Điều này có nghĩa là các biến độc lập trong mô hình có thể giải thích cho sự biến thiên của biến phụ thuộc (Bảng 5).

Bảng 5: R²

Biến quan sát	R ²	R ² hiệu chỉnh
BD	0.736	0.848
E	0.569	0.565
ECSR	0.657	0.654
GIB	0.667	0.663

Nguồn: Tổng hợp từ dữ liệu nghiên cứu của nhóm tác giả

Tiếp theo, nghiên cứu sử dụng thuật toán Bootstrapping để đo lường giá thuyết (Bảng 6).

Bảng 6: Kết quả kiểm định giả thuyết

Paths	Sample Mean	Standard Deviation	P-values	Results
CSR->BD	0.054	0.1	0.519	Reject
CSR->E	0.751	0.09	0	Support
CSR->ECSR	0.806	0.051	0	Support

CSR->GIB	0.815	0.059	0	Support
E->BD	0.097	0.094	0.0387	Support
ECSR->BD	0.477	0.118	0	Support
GIB->BD	0.342	0.131	0.007	Support

Nguồn: Tổng hợp từ dữ liệu nghiên cứu của nhóm tác giả

Với kết quả kiểm định giả thuyết như bảng trên, nghiên cứu chấp nhận các giả thuyết chính với P-value < 0.05. Điều này có nghĩa là chấp nhận các giả thuyết H1, H2, H3, H4, H5 và H6, loại bỏ giả thuyết H7.

THẢO LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

Thảo luận

Đầu tiên, "Có mối quan hệ đáng kể giữa Hành vi đổi mới xanh và Phát triển bền vững", nghĩa là các doanh nghiệp có hành vi đổi mới xanh sẽ tạo dựng các quy tắc hành vi chuẩn mực trong doanh nghiệp, nhờ đó mà hỗ trợ cho sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.

Thứ hai, "Có mối quan hệ đáng kể giữa Đạo đức và Phát triển bền vững". Đạo đức là nền tảng để phát triển doanh nghiệp hiệu quả, vì nó cho phép doanh nghiệp đáp ứng lợi ích của cả các bên liên quan và xã hội nói chung.

Thứ ba, "Có mối quan hệ đáng kể giữa ECSR và Phát triển bền vững". Bằng cách tích hợp tăng trưởng kinh tế với tính bền vững của môi trường và phúc lợi xã hội, ECSR đóng một vai trò thiết yếu trong phát triển bền vững (Akhter và Hassan, 2023; Campobasso và cộng sự, 2023).

Thứ tư, "CSR có mối quan hệ tích cực với Hành vi đổi mới xanh", nhưng đây là mối quan hệ rất phức tạp, thay đổi tùy theo loại và số lượng CSR, loại và mức độ đổi mới xanh, cũng như mức độ chăm sóc môi trường và khả năng chuyển đổi xanh của người quản lý (Khan và cộng sự, 2022; Li và cộng sự, 2023).

Thứ năm, "CSR có mối quan hệ tích cực với Đạo đức", nghĩa là các doanh nghiệp muốn chịu trách nhiệm cả về mặt xã hội và đạo đức, thì phải kết hợp cách tiếp cận CSR với các giá trị, sứ mệnh và tầm nhìn cốt lõi của họ (Oliveira và cộng sự, 2022).

Cuối cùng, "CSR có mối quan hệ tích cực với ECSR", bởi cả CSR và ECSR đều rất quan trọng để các công ty đạt được tính bền vững và khả năng cạnh tranh lâu dài.

Các khuyến nghị

Từ kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất các khuyến nghị như sau:

Một là, các DNNVV có thể nâng cao CSR bằng cách áp dụng hành vi đổi mới xanh. Các doanh nghiệp áp dụng hành vi đổi mới xanh có thể hoạt động thích ứng hơn, giảm thiểu tác động của thảm họa thiên nhiên, môi trường và các nguyên nhân bất khả kháng khác, đồng thời mạnh mẽ hơn bằng cách kết hợp công nghệ vào mô hình công ty.

Hai là, các DNNVV có thể thúc đẩy văn hóa đạo đức doanh nghiệp tốt hơn để thu hút nhân viên bằng cách mang lại sự hài lòng, giao tiếp cởi mở và công nhận khuyến khích sự gắn kết.

Ba là, các DNNVV cần phản hồi các ý kiến đóng góp và tạo cơ hội phát triển để thúc đẩy hoạt động kinh doanh phát triển./.

Nguyễn Ngọc Tú - Tập đoàn Xăng dầu Việt Nam

Nguyễn Mạnh Hùng - Trường Đại học Thương mại

(Theo Tạp chí Kinh tế và Dự báo, số 14, tháng 7/2024)

Tài liệu tham khảo

- Amornkitvikai, Y., and Pholphirul, P. (2023), Business productivity and efficiency from aligning with sustainable development goals: Empirical evidence from ASEAN manufacturing firms, *Business Strategy & Development*, 6(2), 189–204, <https://doi.org/10.1002/bsd2.233>.
- Bacinello, E., Tontini, G., and Alberton, A. (2021), Influence of corporate social responsibility on sustainable practices of small and medium-sized enterprises: Implications on business performance, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(2), 776–785, <https://doi.org/10.1002/csr.2087>.
- D. C. Turner, J., and Howard, T. (2023), Occupied territories and the exceptions to WTO and EU rules on grounds of public morality, public order and public policy, *European Business Law Review*, 34(4), 695–722. <https://doi.org/10.54648/eulr2023035>.

4. Dinh, H. L. H., Le, D. T., Le, T. T. H., Nguyen, M. H., and Nguyen, H. V. (2023), CSR transmission modes in the buyer–supplier relationship: The case studies of garment companies in Vietnam, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, <https://doi.org/10.1002/csr.2626>.
5. Khan, M. A. S., Du, J., Malik, H. A., Anuar, M. M., Pradana, M., and Yaacob, M. R. B. (2022), Green innovation practices and consumer resistance to green innovation products: Moderating role of environmental knowledge and pro-environmental behavior, *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100280>.
6. Li, C., Aziz, F., Asim, S., Shahzad, A., and Khan, A. (2023), Employee green behavior: a study on the impact of corporate social responsibility (CSR) on employee green behavior, green culture: the moderating role of green innovation, *Environmental Science and Pollution Research International*, 30(48), 105489–105503, <https://doi.org/10.1007/s11356-023-29798-7>.
7. Nguyen, D. P., and Nguyen, D. T. (2022), *Law on corporate social responsibility for consumers*, Ministry of Science and Technology, Vietnam, 64(2), 93–104, [https://doi.org/10.31276/vmostjossh.64\(2\)](https://doi.org/10.31276/vmostjossh.64(2)).
8. Nguyen, N. P., and Adomako, S. (2022), Stakeholder pressure for eco-friendly practices, international orientation, and eco-innovation: A study of small and medium-sized enterprises in Vietnam, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(1), 79–88, <https://doi.org/10.1002/csr.2185>.
9. Oliveira, M., Proença, T., and Ferreira, M. R. (2022), Do corporate volunteering programs and perceptions of corporate morality impact perceived employer attractiveness?, *Social Responsibility Journal*, 18(7), 1229–1250, <https://doi.org/10.1108/srj-03-2021-0109>.
10. Salihi, A. A., Ibrahim, H., and Baharudin, D. M. (2024), Environmental governance as a driver of green innovation capacity and firm value creation, *Innovation and Green Development*, 3(2), 100110, <https://doi.org/10.1016/j.igd.2023.100110>.
11. Sun, Z., Sun, X., and Dong, Y. (2024), Does negative environmental performance feedback induce substantive green innovation? The moderating roles of external regulations and internal incentive, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, <https://doi.org/10.1002/csr.2722>.
12. Tran, T. Q. (2022), The impact of financial performance on corporate social responsibility disclosure: the case of VN100 in Vietnam, *Social Responsibility Journal*, 18(4), 744–756, <https://doi.org/10.1108/srj-09-2020-0363>.
13. Tutton, J., and Brand, V. (2023), Should business have ‘a sense of morality’?: Company director views on corporate engagement with socio-political issues, *Public Relations Review*, 49(1), 102278. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2022.102278>.
14. Vuong, Q. H., Nguyen, M. H. (2024). *Better Economics for the Earth: A Lesson from Quantum and Information Theories*. AISDL.

URL: <https://kinhtevadubao.vn/nghien-cuu-tac-dong-cua-trach-nhiem-xa-hoi-den-hanh-vi-doi-moi-xanh-dao-duc-kinh-doanh-va-phat-trien-ben-vung-tai-cac-doanh-nghiep-viet-nam-29479.html>

© Kinh tế và Dự báo - Bộ Kế hoạch và Đầu tư