Transport and Communications Science Journal, Vol 75, Issue 05 (06/2024), 1735-1749

Transport and Communications Science Journal

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND FIRM PERFORMANCE: A COMPREHENSIVE OVERVIEW AND IMPLICATIONS FOR FUTURE IN CONSTRUCTION INDUSTRY

Trinh Thi Trang[1*], Nguyen Luong Hai[2]

[1]Campus in Ho Chi Minh City, University of Transport and Communications, No 450-451 Le Van Viet Street, Thu Duc, Ho Chi Minh City, Vietnam

[2]University of Transport and Communications, No 3 Cau Giay Street, Hanoi, Vietnam

ARTICLE INFO

TYPE: Research Article
Received: 03/11/2023
Revised: 09/05/2024
Accepted: 10/06/2024
Published online: 15/06/2024
https://doi.org/10.47869/tcsj.75.5.3

[*] *Corresponding author*
Email: trangtt_ph@utc.edu.vn

Abstract. The topic of Corporate Social Responsibility and Firm Performance (CSR-FP) has attracted substantial attention in recent years from both the corporate sector and academic communities. This heightened in interest responds to the pressing challenges of climate change, global warming, and escalating environmental degradation facing our planet. The primary aim of this study is to systematically synthesize the existing literature on the impact of corporate social responsibility on business performance. Utilizing content analysis, we reviewed 291 documents from the Scopus database, highlighting the geographic distribution of the research efforts, the industrial domains scrutinized, the methodological approaches used, and the findings of previous studies. Our analysis reveals that firm size plays a crucial role in moderating the CSR-FP relationship. We observed that most studies focus on financial performance, often neglecting the specific industries and sectors involved, as well as the intermediary factors that influence the CSR-FP connection. This research enriches the academic dialogue by laying a solid foundation for decision-makers in the construction sector to devise strategies and policies that foster sustained organizational success. Simultaneously, it provides a framework for scholars to explore gaps in the literature concerning the CSR-FP relationship within various sectors, especially regarding organizational social responsibility.

Keywords: Corporate social responsibility, CSR, firm performance, FP, construction enterprise, research, co-word analysis.

@ 2024 University of Transport and Communications

Tạp chí Khoa học Giao thông vận tải

TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI VÀ HIỆU QUẢ CỦA DOANH NGHIỆP: TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ HÀM Ý TƯƠNG LAI CHO LĨNH VỰC XÂY DỰNG

Trịnh Thị Trang[1*], Nguyễn Lương Hải[2]

[1]Phân hiệu tại Thành phố Hồ Chí Minh, Trường Đại học Giao thông vận tải, 450-451 Lê Văn Việt, Thủ Đức, Tp. Hồ Chí Minh, Việt Nam

[2]Trường Đại học Giao thông vận tải, Số 3 Cầu Giấy, Hà Nội, Việt Nam

THÔNG TIN BÀI BÁO

CHUYÊN MỤC: Công trình khoa học
Ngày nhận bài: 03/11/2023
Ngày nhận bài sửa: 09/05/2024
Ngày chấp nhận đăng: 10/06/2024
Ngày xuất bản Online: 15/06/2024
https://doi.org/10.47869/tcsj.75.5.3

** Tác giả liên hệ*
Email: trangtt_ph@utc.edu.vn

Tóm tắt. Trách nhiệm xã hội và hiệu quả của doanh nghiệp (CSR-FP) là chủ đề nhận được sự quan tâm rất lớn không chỉ của các doanh nghiệp mà còn cả giới học thuật những năm gần đây do tình trạng biến đổi khí hậu, nóng lên toàn cầu và suy thoái môi trường ngày càng trở nên trầm trọng. Bài báo tập trung vào hệ thống hóa các nghiên cứu về tác động của trách nhiệm xã hội tới hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Dựa trên việc thống kê mô tả nội dung 291 tài liệu từ cơ sở dữ liệu Scopus, nghiên cứu chỉ ra khu vực địa lý thực hiện nghiên cứu, lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp, phương pháp nghiên cứu sử dụng và kết quả nghiên cứu đạt được từ các nghiên cứu trước. Kết quả nghiên cứu chỉ ra quy mô của doanh nghiệp điều tiết mối liên hệ giữa CSR-FP, đồng thời các mối quan hệ CSR-FP chủ yếu tập trung vào hiệu quả tài chính và thiếu vắng sự tập trung cho từng ngành và lĩnh vực cụ thể với sự tham gia tác động của các nhân tố trung gian trong mối quan hệ CSR-FP. Kết quả nghiên cứu là cơ sở khoa học để các nhà quản trị doanh nghiệp trong lĩnh vực xây dựng đưa ra chiến lược và chính sách phù hợp nhằm mang lại hiệu quả bền vững cho doanh nghiệp. Đồng thời, kết quả nghiên cứu giúp các học giả nhìn thấy khoảng trống nghiên cứu liên quan đến mối quan hệ CSR-FP của từng lĩnh vực cụ thể trong mối quan hệ với trách nhiệm xã hội của tổ chức.

Từ khóa: Trách nhiệm xã hội, CSR, hiệu quả doanh nghiệp, FP, doanh nghiệp xây dựng, nghiên cứu, phân tích từ khóa.

@ 2024 Trường Đại học Giao thông vận tải

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Những năm gần đây trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR-Corporate Social Responsibility) đang nhận được sự chú ý của rất nhiều doanh nghiệp trên phạm vi toàn cầu kèm theo đó là sự ra đời của các nghiên cứu về chủ đề này được thực hiện bởi giới học thuật. Khái niệm trách nhiệm xã hội không phải là thuật ngữ mới được xuất hiện trong thời gian gần đây bởi từ năm 1930 khái niệm này đã bắt đầu được Wendell Wilkie đề cập đến và trở thành một chủ đề được đề cập nhiều vào khoảng giữa những năm 1950. Tuy trải qua một khoảng thời gian khá dài nhưng cho đến nay vẫn có nhiều cách hiểu khác nhau về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Theo Singh và Misra [1], khái niệm CSR đã được nâng cấp theo thời gian theo cách tinh vi hơn để cân bằng tầm quan trọng của nó đối với các mục tiêu phát triển bền vững, đồng thời thu hút sự chú ý của các doanh nghiệp và các bên liên quan. Ở giai đoạn sơ khai Friedman [2] lập luận rằng trách nhiệm của công ty là đạt được lợi nhuận và trách nhiệm xã hội sẽ thể hiện sự phân phối tài sản của cổ đông công ty để đạt được lợi ích riêng của các nhà quản lý hay Steiner lại cho rằng trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có liên quan đến trách nhiệm kinh tế, tuân thủ pháp luật và các hoạt động từ thiện [3]. Caroll [4] trong nghiên cứu của mình lại khẳng định trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp bao gồm trách nhiệm đối với những kỳ vọng của xã hội đặt ra cho doanh nghiệp về mặt kinh tế, luật pháp, đạo đức, từ thiện tại một thời điểm nhất định. Cho đến nay đa phần các nhà nghiên cứu lại cho rằng một doanh nghiệp tự nguyện trong việc thực hiện các hoạt động quản lý có trách nhiệm với xã hội và môi trường đối với các bên liên quan khác nhau của họ vì một tương lai bền vững trên sự cân bằng giữa giá trị kinh tế, xã hội và môi trường chính là đang thực hiện trách nhiệm xã hội của tổ chức [5, 6]. Nhưng dù được diễn đạt theo cách nào đi chăng nữa thì bản chất của trách nhiệm xã hội đối với doanh nghiệp chính là bên cạnh những lợi ích phát triển riêng của từng doanh nghiệp phù hợp với các quy định pháp luật hiện hành thì đều phải gắn kết với lợi ích phát triển chung của cộng đồng xã hội. Điều này xuất phát từ quan điểm cho rằng doanh nghiệp là một tế bào của xã hội, sử dụng nguồn lực của xã hội và môi trường, các hoạt động của doanh nghiệp có thể tác động tiêu cực tới xã hội và môi trường nên doanh nghiệp phải có ý thức về những tác động từ hoạt động sản xuất kinh doanh của mình và có trách nhiệm với chính hành vi của mình trước xã hội.

Bên cạnh đó, khí hậu ngày càng trở nên cực đoan, sự nóng lên của trái đất và ô nhiễm môi trường ngày càng trầm trọng khiến đòi hỏi việc thực hiện trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp phải được chú trọng và thực hiện một cách nghiêm túc. Nhưng điều mà các nhà quản trị quan tâm và đặt câu hỏi đó là liệu rằng việc thực hiện trách nhiệm xã hội có tác động như thế nào đến hiệu quả của doanh nghiệp (FP-Firm Performance), nếu có thì sự tác động đó được thực hiện theo cơ chế nào và mức độ tác động ra sao? [7, 8]. Những cuộc thảo luận về mối quan hệ này bắt đầu nảy sinh từ những năm 1980. Để giúp các nhà quản trị trả lời những câu hỏi này không ít các nghiên cứu về mối quan hệ CSR-FP đã được tiến hành ở nhiều quốc gia, trong nhiều lĩnh vực và với những phương pháp khác nhau. Nghiên cứu của Saeidi S.P và cộng sự [7], Flammer C. [9], Wang Q. và các cộng sự [10] cho rằng xét về mặt tổng thể thì mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội và hiệu quả tài chính của doanh nghiệp là có ý nghĩa và theo chiều hướng tích cực. Trái lại, khi thực hiện các nghiên cứu dựa trên dữ liệu bảng của 100 công ty thuộc danh mục The Fortune Most Admired Companies từ năm 2007-2016 sử dụng mô hình véc tơ tự hồi quy Lin W.L và các cộng sự đã chỉ ra tác động tiêu cực đáng kể giữa CSR và FP (xét ở các chỉ tiêu lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu, lợi nhuận trên tài sản và lợi nhuận trên vốn đầu tư) [11]. Tương tự, Rutledge R.W và cộng sự khi thực hiện nghiên cứu về CSR-FP trong trường hợp các công ty nhà nước của Trung Quốc cũng đi đến kết luận rằng CSR có tác động tiêu cực đến FP [12]. Khác với hai quan điểm trái chiều nhau ở trên, Chin-Huang Lin và các cộng sự lại đi đến kết luận rằng trong ngắn hạn CSR không có ảnh hưởng tích cực đến FP nhưng

xét trong dài hạn thì CSR lại góp phần mang đến hiệu quả tài chính đáng kể cho doanh nghiệp [13]. Cũng thuộc nhóm những nghiên cứu đưa ra tác động hỗn hợp thì sau khi thực hiện nghiên cứu Nollet Joscha và nhóm nghiên cứu của mình đã đi đến kết luận rằng kết quả của mô hình tuyến tính cho thấy có mối quan hệ tiêu cực đáng kể giữa CSR và tỷ suất lợi nhuận trên vốn (ROC) tuy nhiên, các mô hình phi tuyến tính lại cung cấp bằng chứng về mối quan hệ hình chữ U giữa CSR và các thước đo về hiệu quả tài chính [14]. Do vậy, đáp án chính xác cho những nghi vấn về mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội và hiệu quả của doanh nghiệp vẫn còn là dấu chấm hỏi [15]. Lời giải thích được đa số các nhà nghiên cứu chấp nhận cho sự không đồng nhất trong các kết quả nghiên cứu trên đó là do sự khác biệt trong thang đo được sử dụng để đo lường trách nhiệm xã hội và hiệu quả doanh nghiệp [16], lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp được sử dụng trong nghiên cứu, quy mô doanh nghiệp, khu vực địa lý, lý thuyết sử dụng [17] phương pháp xây dựng và đo lường mô hình nghiên cứu đề xuất, và đặc biệt đó là bỏ qua tác động trung gian của các khái niệm khác. Điều này cũng dẫn đến sự chuyển đổi trong xu hướng nghiên cứu của các nhà khoa học thay vì những mô hình đánh giá tác động trực tiếp như ở giai đoạn đầu thì nổi bật trong những năm gần đây với sự xuất hiện của các biến trung gian được thêm vào trong mô hình nghiên cứu.

Là một lĩnh vực đóng góp đáng kể vào tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của các quốc gia hàng năm, ngành xây dựng được đánh giá là một bộ phận quan trọng của nền kinh tế quốc dân ở hầu hết các quốc gia trên thế giới [18, 19]. Bên cạnh những đóng góp quan trọng đó thì ngành xây dựng cũng được liệt vào lĩnh vực tiêu tốn nhiều tài nguyên và gây ra ảnh hưởng tiêu cực không hề nhỏ tới môi trường sinh thái [20]. Hàng năm một lượng lớn các công trình tòa nhà văn phòng, dân dụng, công trình giao thông, hạ tầng kỹ thuật được xây dựng đã tiêu tốn một lượng vật liệu không hề nhỏ và phát thải ra môi trường một lượng CO2 và chất thải đáng lo ngại [21]. Chưa dừng lại ở đó, việc vận hành các công trình đã và đang sử dụng một lượng lớn năng lượng và tài nguyên nước. Để đối phó với tình trạng này, chính phủ các nước đang ngày càng quan tâm đến xu hướng phát triển bền vững trong xây dựng và do vậy việc thực hành trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực xây dựng trở nên vô cùng cần thiết. Tuy nhiên, theo như các nghiên cứu đã được công bố, hầu hết các quốc gia đang phát triển trong đó có Việt Nam thì trách nhiệm xã hội chưa được các doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp xây dựng nói riêng thực sự chú trọng [22].

Xuất phát từ thực tiễn khách quan đó, nghiên cứu này tiến hành thực hiện phân tích tổng hợp các tài liệu nghiên cứu về mối quan hệ CSR-FP của các doanh nghiệp nói chung và trong lĩnh vực xây dựng nói riêng dựa trên cơ sở dữ liệu đáng tin cậy được thu thập từ hệ thống Scopus. Kết quả nghiên cứu sẽ vẽ lên một bức tranh tổng quát về tình hình nghiên cứu hiện tại, khoảng trống nghiên cứu và đề xuất các hướng nghiên cứu trong tương lai tập trung vào lĩnh vực xây dựng. Dựa theo mục tiêu đã đặt ra, kết cấu bài báo được chia thành 5 phần chính như sau: phần 1 nhóm tác giả đặt ra vấn đề cần nghiên cứu, phần 2 là phương pháp nghiên cứu, phần 3 trình bày kết quả nghiên cứu thu được, dựa vào kết quả này thì những bàn luận và hàm ý nghiên cứu sẽ được nhóm tác giả trình bày ở phần thứ 4 trước khi đi đến kết luận ở phần cuối cùng của bài báo.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Phương pháp thu thập dữ liệu

Để có được cơ sở dữ liệu đáng tin cậy cho việc phân tích thống kê mô tả liên quan đến chủ đề CSR-FP, tác giả sử dụng chức năng tìm kiếm theo từ khóa xuất hiện trong tên bài báo từ cơ sở dữ liệu Scopus-một trong những cơ sở dữ liệu được trích dẫn nhiều nhất trên thế giới vì độ

phủ rộng của chủ đề nghiên cứu và tạp chí khoa học uy tín [23]. Để tìm kiếm được các bài báo phù hợp với mục tiêu nghiên cứu, nhóm tác giả tổ hợp các cụm từ khóa bao gồm "CSR", "corporate social responsibility", "firm performance", "financial performance". Đồng thời để đảm bảo chất lượng nghiên cứu, nhóm tác giả hạn chế loại tài liệu sử dụng là bài báo khoa học (article), ngôn ngữ là tiếng Anh (English) trong phần điều kiện giới hạn. Kết quả tìm kiếm trả về 569 bài báo phù hợp với tiêu chí đề ra (kết quả tìm kiếm vào ngày 11/10/2023). Tuy nhiên để có thể xét đến ảnh hưởng của CSR-FP một cách tổng quát nhất, tác giả chỉ lựa chọn những nghiên cứu trong đó CSR đóng vai trò là biến độc lập duy nhất và FP đóng vai trò là biến phụ thuộc không xét đến trường hợp CSR đóng vai trò làm trung gian ảnh hưởng đến FP. Do đó, cơ sở dữ liệu vừa tìm kiếm được sẽ được lọc lại bằng cách đọc kĩ tiêu đề và tóm tắt của từng bài báo để bỏ bớt những bài báo không phù hợp trước khi tiến hành phân tích. Kết quả sau khi gạn lọc dữ liệu không phù hợp thu được 291 công bố phù hợp để đưa vào phân tích sâu hơn.

2.2. Phương pháp xử lý dữ liệu

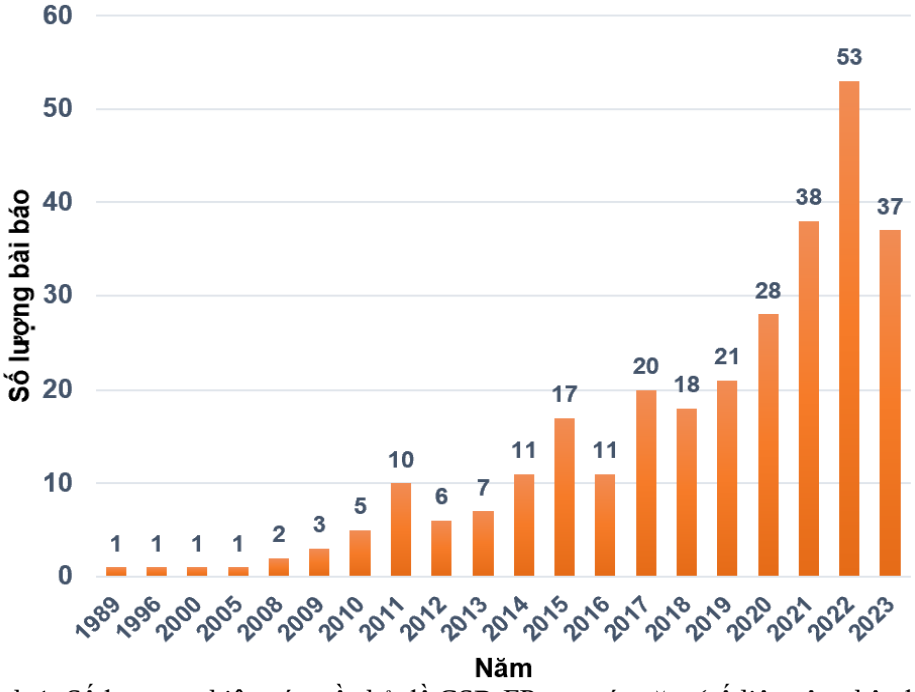
Bằng phương pháp thống kê và phân tích bộ dữ liệu tìm kiếm được sau khi gạn lọc và bỏ đi các tài liệu không phù hợp, nhóm tác giả tập trung xem xét các thông tin cơ bản từ các tài liệu này như năm xuất bản, quốc gia nơi thực hiện nghiên cứu, lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp được chọn làm đối tượng nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu sử dụng trong bài báo. Kết quả thống kê sau đó sẽ được tổng hợp lại và trực quan hóa bằng cách sử dụng các biểu đồ. Ở bước kế tiếp, nhóm tác giả tiến hành đi sâu vào tìm hiểu nội dung của các nghiên cứu kết hợp với phân tích từ khóa trong VOS viewer để chỉ ra sự thay đổi trong xu hướng nghiên cứu về chủ đề CSR-FP. VOS viewer được biết đến như một công cụ phần mềm được dùng để xây dựng mạng lưới liên kết các ấn phẩm, tạp chí khoa học, nhà nghiên cứu, quốc gia hoặc từ khóa, thuật ngữ bằng cách biểu diễn đồ họa dưới dạng bản đồ và thuận lợi cho việc phân tích, khám phá hay nói ngắn gọn hơn chính là trực quan hóa các điểm tương đồng [24]. Dựa vào các tính năng này, chức năng phân tích từ khóa được nhóm tác giả sử dụng trong nghiên cứu nhằm xây dựng một mạng lưới các từ khóa về chủ đề CSR-FP, trong đó các từ khóa xuất hiện cùng nhau sẽ được kết nối với nhau bằng các đường liên kết, độ mạnh yếu của liên kết cho thấy số lần xuất hiện cùng nhau nhiều hay ít của chúng và được thể hiện bằng khoảng cách và độ đậm của đường liên kết trên bản đồ. Để xây dựng được bản đồ từ khóa về chủ đề CSR-FP, nhóm tác giả dùng file dữ liệu định dạng "*.csv" được trích xuất từ cơ sở dữ liệu Scopus, sử dụng chức năng "co-occurrence" (phân tích từ khóa) của tất cả các từ khóa trong các công bố (bao gồm từ khóa của nhóm tác giả đề xuất và từ khóa chỉ mục) số lần xuất hiện của mỗi từ khóa được đặt ra trong ngưỡng đầu vào là 8 lần. Dựa vào việc phân tích biểu đồ mạng lưới từ khóa này, các nhánh nghiên cứu trong tương lai liên quan đến chủ đề CSR-FP sẽ được nhóm tác giả đề xuất.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

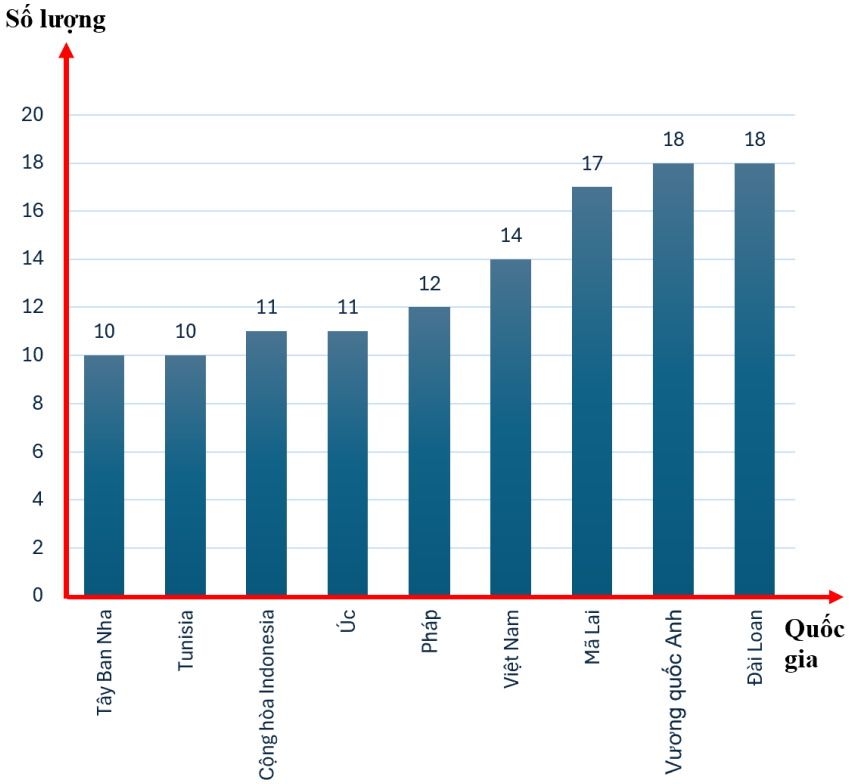
3.1. Thống kê mô tả về tình hình nghiên cứu chủ đề CSR-FP

Từ Hình 1 có thể thấy rằng các công bố về chủ đề CSR-FP tăng nhanh trong những năm gần đây. Có thể thấy rằng ở giai đoạn trước năm 2010 chủ đề này chưa nhận được sự quan tâm đáng kể của các nhà khoa học khi số lượng công bố mỗi năm chỉ dao động từ 1-3 bài. Tuy nhiên giai đoạn sau chứng kiến sự tăng lên nhanh chóng trong số lượng công bố khoa học có liên quan đến mối quan hệ trách nhiệm xã hội-hiệu quả doanh nghiệp, đặc biệt là trong ba năm gần đây với con số ấn tượng là 38, 53 và 37 ứng với số bài báo khoa học được công bố ở năm 2021, 2022 và 2023. Năm 2023 số lượng bài báo theo thống kê là 37 ít hơn số lượng công bố ở hai năm trước đó, tuy nhiên điều này là do số liệu thống kê nhóm tác giả thu được đến ngày 11/10/2023 tại thời điểm này số lượng bài báo như trên là chưa đầy đủ để có thể đại diện cho

toàn bộ năm 2023 do đó mặc dù trên biểu đồ có thể hiện xu hướng giảm nhẹ của các nghiên cứu công bố về chủ đề CSR-FP nhưng điều này không đồng nghĩa với việc giảm sự quan tâm của các học giả về chủ đề này.

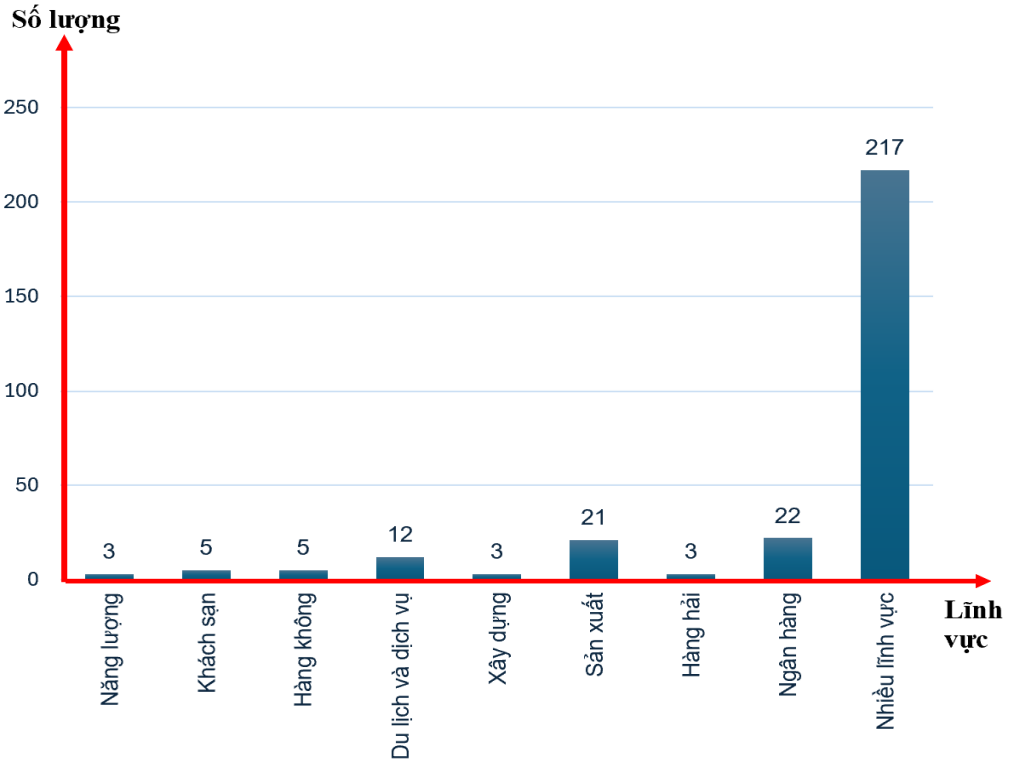


Hình 1. Số lượng nghiên cứu về chủ đề CSR-FP qua các năm (số liệu cập nhật đến ngày 11/10/2023).



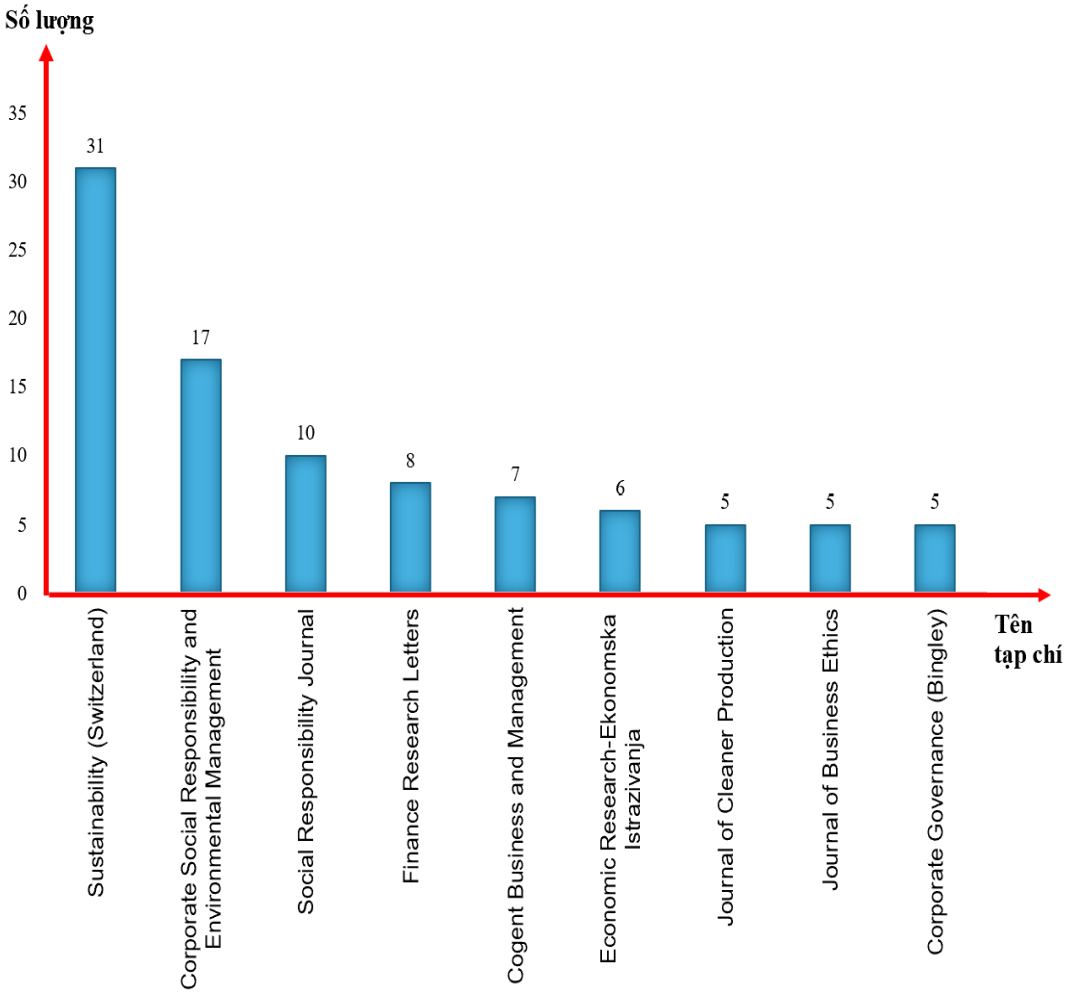
Hình 2. Số lượng nghiên cứu theo khu vực địa lý.

Từ Hình 2 cho thấy số lượng công bố khoa học về chủ đề CSR-FP theo khu vực địa lý. Có thể nhận thấy rằng các công bố về chủ đề CSR-FP chủ yếu được thực hiện ở các quốc gia như Trung Quốc, Mỹ, Ấn Độ, Hàn Quốc, Pakistan. Trong đó Trung Quốc và Ấn Độ là hai thị trường mới nổi được tập trung nghiên cứu nhiều hơn cả trong những năm gần đây, theo sau đó là các thị trường mới nổi khác như Việt Nam, Đài Loan. Các nhà nghiên cứu nhận thấy rằng, việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp ở những quốc gia có nền kinh tế phát triển lâu năm như Mỹ, Anh có những khác biệt, dẫn đến sự tác động đến hiệu quả của doanh nghiệp cũng khác nhau. Hơn thế nữa, đối với các nền kinh tế mới nổi như Trung Quốc, Ấn Độ, Việt Nam chứng kiến sự phát triển nhanh chóng của lĩnh vực sản xuất thì cần được tập trung nghiên cứu về mối quan hệ CSR-FP nhiều hơn cả.



Hình 3. Số lượng nghiên cứu theo lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp.

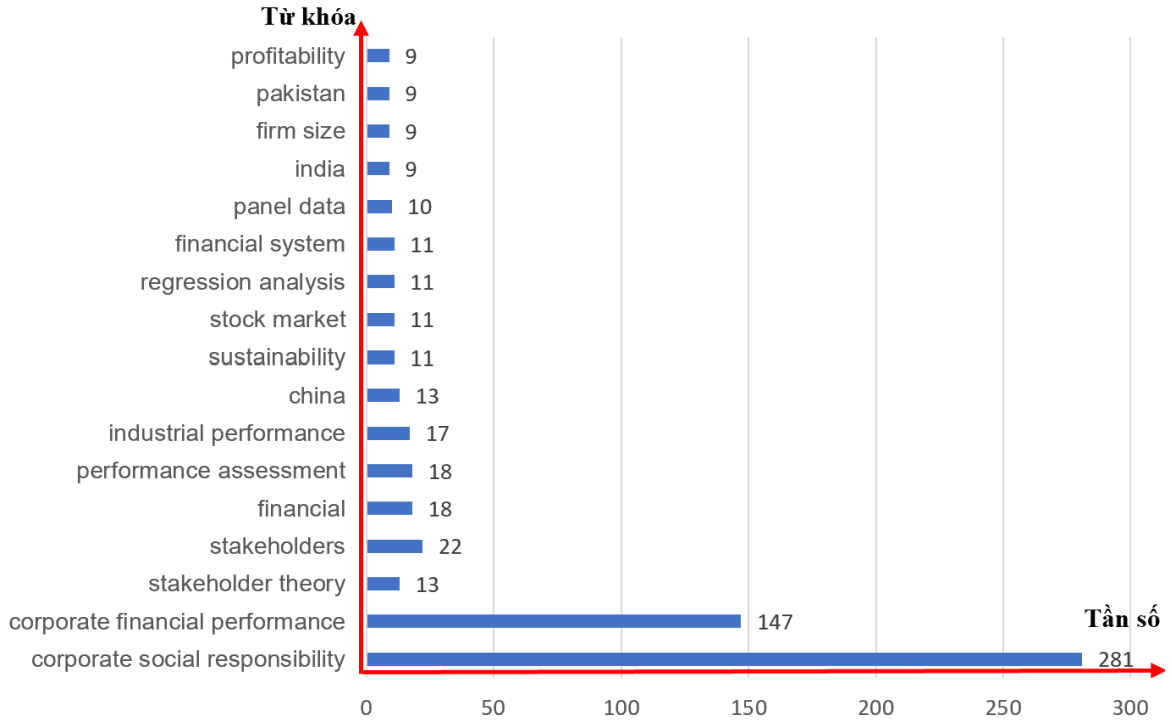
Xét về lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp có thể thấy rằng đa phần các công trình công bố được thực hiện trên các doanh nghiệp thuộc các lĩnh vực hoạt động khác nhau trong cùng một nghiên cứu và chủ yếu số liệu được thu thập trên các báo cáo tài chính của các công ty niêm yết trên sàn chứng khoán. Số lượng các nghiên cứu riêng biệt cho từng lĩnh vực không đáng kể và tập trung chủ yếu vào lĩnh vực ngân hàng, dịch vụ và du lịch, lĩnh vực sản xuất. Đối với các lĩnh vực có tác động đáng kể đến môi trường như năng lượng, xây dựng thì chưa được chú ý đến nhiều (Hình 3). Tuy nhiên theo nhận định của các nhóm nghiên cứu thì mỗi ngành, mỗi lĩnh vực sẽ có những đặc điểm kinh tế kỹ thuật hết sức riêng biệt, do đó việc gộp chung các doanh nghiệp thuộc các lĩnh vực khác nhau trong cùng một nghiên cứu là chưa thực sự phù hợp và có thể dẫn đến những kết luận chưa thực sự chính xác về mối quan hệ CSR-FP. Đây cũng chính là một gợi ý cho các học giả tiến hành thực hiện các nghiên cứu trong tương lai tập trung vào từng lĩnh vực hoạt động riêng biệt, đặc biệt là các lĩnh vực như xây dựng, sản xuất, năng lượng.



Hình 4. 9 tạp chí khoa học có nhiều công bố nhất.

Chủ đề CSR-FP nhận được sự quan tâm rộng rãi của cộng đồng khoa học do đó có thể thấy rằng ngày càng nhiều các tạp chí khoa học uy tín có nhiều các công bố liên quan đến chủ đề này. Hình 4 thống kê các tạp chí khoa học có số lượng công bố nhiều nhất về chủ đề CSR-FP trong giai đoạn từ 1989-2023. Đứng đầu danh sách là tạp chí Sustainability (Switzerland) với 31 công bố, tiếp sau là Tạp chí "Corporate Social Responsibility and Environment Management" với 17 công bố," Social Responsibility Journal" với 10 công bố. Đây cũng chính là một gợi ý cho các nhóm nghiên cứu tương lai lựa chọn những tạp chí uy tín đặc biệt quan tâm đến chủ đề CSR-FP.

Với những công trình đã công bố về chủ đề CSR-FP, việc lọc ra những từ khóa quan trọng có tần số xuất hiện cao nhất để thông qua đó, nhận định sơ bộ được tình hình nghiên cứu hiện tại tập trung chủ yếu vào những khía cạnh nào là hết sức cần thiết (Nghĩa Tiếng Việt của các từ khóa được thể hiện chi tiết trong Phụ lục 1). Đối với chủ đề CSR-FP hiện tại thì các từ khóa quan trọng có số lần xuất hiện nhiều nhất đó là "corporate social responsibility" (CSR-Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp") (281 lần), "corporate financial performance" hoặc "financial performance" (hiệu quả tài chính của doanh nghiệp hoặc hiệu quả tài chính) (147 lần), "stakeholder*" - các bên có liên quan (22 lần).

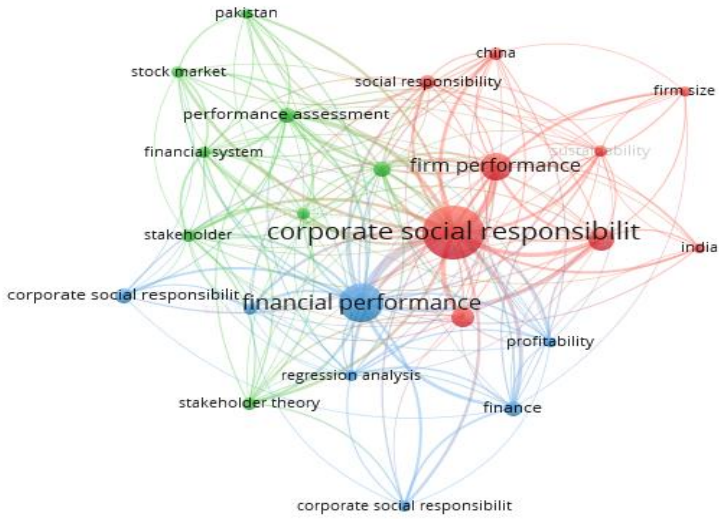


Hình 5. Tần số của các từ khóa quan trọng trong phân tích co-occurrence.

Sau khi phân tích thống kê sơ bộ, nhóm tác giả tiến hành phân tích bản đồ từ khóa được xây dựng dựa trên phân tích co-occurrence (cùng xuất hiện) khi sử dụng chức năng phân tích từ khóa trong VOS Viewer. Việc xây dựng bản đồ từ khóa giúp chúng ta thấy được mối liên hệ giữa các từ khóa quan trọng về chủ đề CSR-FP. Như đã đề cập ở trên, các cặp từ khóa xuất hiện cùng nhau sẽ được kết nối bằng các đường liên kết tạo thành một mạng lưới các từ khóa, các đường liên kết giữa hai từ khóa càng đậm và càng ngắn chứng tỏ mối liên kết giữa chúng càng mạnh, thể hiện chúng xuất hiện cùng nhau càng nhiều và như vậy đây chính là nội dung được tập trung nhiều nhất trong chủ đề nghiên cứu. Dựa vào bản đồ xây dựng ở Hình 6 có thể thấy rằng cặp từ khóa "corporate social responsibility"-"financial performance" (trách nhiệm xã hội cảu doanh nghiệp-hiệu quả tài chính), "corporate social responsibility"-"firm performance" (trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp-hiệu quả của doanh nghiệp) là những cặp có mối liên kết mạnh nhất bởi vì đây là trọng tâm của chủ đề nghiên cứu. Tuy nhiên có thể thấy rằng các nghiên cứu hiện tại đang tập trung vào khám phá mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội với hiệu quả tài chính của doanh nghiệp thay vì hiệu quả của doanh nghiệp xét trên khía cạnh bền vững. Điều này có nghĩa là không nên chỉ xem xét đến hiệu quả trên phương diện tài chính mà còn phải xem xét đến khía cạnh môi trường, xã hội.

Ngoài ra trong phân tích biểu đồ từ khóa, các từ khóa có các đặc điểm tương đồng sẽ được đưa vào cùng một nhóm (cluster). Mỗi một nhóm sẽ được thể hiện trên bản đồ bằng các màu khác nhau. Dựa vào các cluster này có thể tổng hợp được nội dung để chia thành các nhánh nghiên cứu hiện tại và tìm ra được các khoảng trống nghiên cứu của từng nhánh để mở ra các hướng nghiên cứu mới trong tương lai. Trên bản đồ từ khóa của các nghiên cứu về chủ đề CSR-FP với thiết lập đầu vào như đã đề cập thì các từ khóa quan trọng được phân thành 3 nhóm. Tên

của mỗi nhóm được nhóm tác giả đặt dựa vào nội dung chủ yếu các nghiên cứu đại diện chứa các từ khóa trong mỗi nhóm.



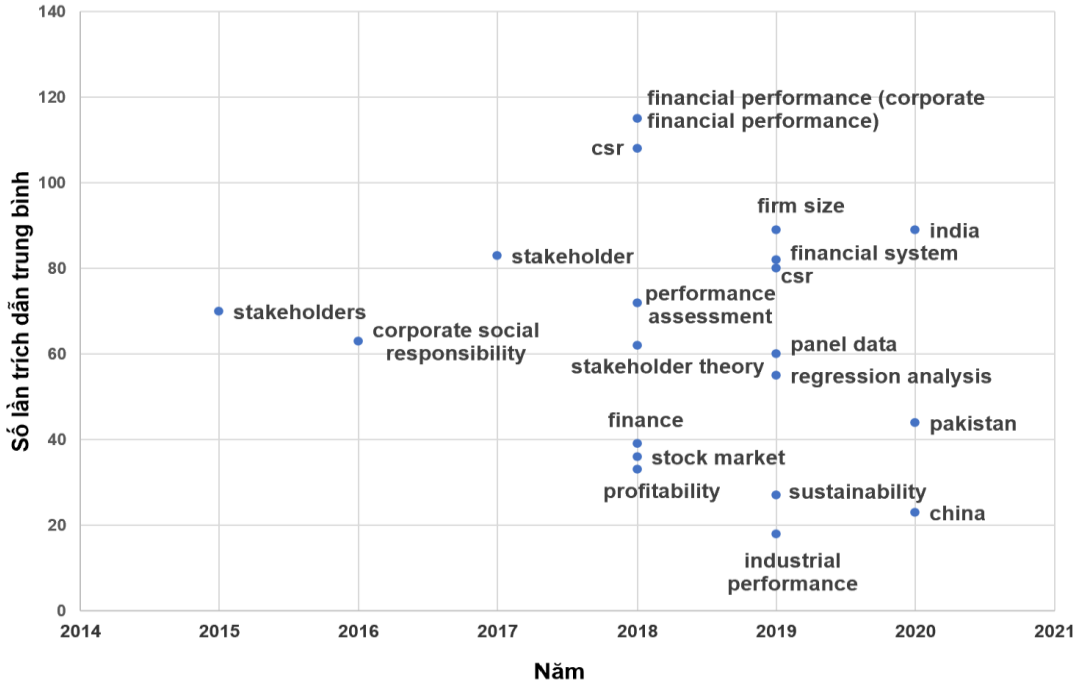
Hình 6. Phân tích từ khóa về chủ đề CSR-FP.

Nhóm 1: Trách nhiệm xã hội và hiệu quả của doanh nghiệp trong xu thế phát triển bền vững ở các thị trường mới nổi. Nhóm 1 là tập hợp những từ khóa được thể hiện bằng màu đỏ trên bản đồ. Với các nghiên cứu trọng tâm như "Corporate social responsibility and corporate financial performance in China: An empirical research from Chinese firms" [25], "Corporate social responsibility and bank financial performance in China: The moderating role of green credit" [26], "Does corporate social responsibility influence firm performance of Indian companies?" [27] (chủ yếu xét đến vai trò điều tiết của các biến như quy mô doanh nghiệp, chưa xét đến các biến trung gian).

Nhóm 2: Dữ liệu và lý thuyết nền tảng trong các nghiên cứu chủ đề CSR-FP. Trên bản đồ từ khóa, nhóm 2 là những hình tròn có màu xanh dương. Các nghiên cứu điển hình của chủ đề này bao gồm: "Does corporate social responsibility lead to superior financial performance? A regression discontinuity approach" [9], "Corporate social responsibility in the banking industry: Motives and financial performance" [28], "Corporate social responsibility, firm value and financial performance in Brazil" [29], "Exploring corporate social responsibility and financial performance through stakeholder theory in the tourism industries" [30].

Nhóm 3: Các bên có liên quan trong mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội và hiệu quả tài chính của doanh nghiệp. Trên bản đồ từ khóa, màu xanh lá cây được sử dụng để thể hiện các từ khóa nằm ở nhóm 3. "Corporate social responsibility and firm performance in the airline industry: The moderating role of oil prices" [31], "An integrated model to explain how corporate social responsibility affects corporate financial performance" [32], "An analysis of corporate social responsibility and firm performance with moderating effects of CEO power and ownership structure: A case study of the manufacturing sector of Pakistan" [33], "Moderating effect of innovation on corporate social responsibility and firm performance in realm of sustainable development" [34], "Does CSR influence firm performance? A longitudinal study of SME sectors of Pakistan" [35] là những nghiên cứu quan trọng thuộc nhóm này.

Để làm rõ sự thay đổi trong xu hướng nghiên cứu về mối quan hệ CSR-FP các năm nhóm tác giả xây dựng bản đồ về số lượng trích dẫn bình quân của các từ khóa theo thời gian. Dựa vào việc thống kê số lượng trích dẫn trung bình của mỗi từ khóa qua các năm có thể thấy những từ khóa nào được trích dẫn nhiều trong từng giai đoạn và như vậy xu hướng nghiên cứu trong những năm gần đây sẽ được thể hiện qua những từ khóa nằm ở góc phải bên trên của biểu đồ. Hình 7 cho thấy ở những năm trước 2018 các từ khóa chính được đề cập chủ yếu là "stakeholder(s)" (các bên có liên quan) và "corporate social responsibility" (trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp). Trong giai đoạn này chủ đề nghiên cứu CSR-FP chủ yếu tập trung vào lý thuyết nền sử dụng và đứng trên góc độ các bên có liên quan để xem xét mối quan hệ. Tuy nhiên giai đoạn từ năm 2018 trở đi các từ khóa được đề cập nhiều như "financial" (tài chính), "stock market" (thị trường chứng khoán), "stakeholder theory" (lý thuyết các bên có liên quan), "regression analysis" (phân tích hồi quy), "panel data" (dữ liệu bảng), "financial performance" (hiệu quả tài chính) "corporate financial performance" (hiệu quả tài chính của doanh nghiệp), "csr", "firm size" (quy mô doanh nghiệp), "India" (Ấn Độ). Như vậy có thể thấy rằng chủ đề về CSR-FP được quan tâm rất nhiều trong những năm gần đây, đặc biệt là liên quan đến khía cạnh hiệu quả tài chính của doanh nghiệp, đa phần các nghiên cứu tập trung thu thập số liệu của các công ty niêm yết trên sàn chứng khoán qua nhiều năm để tạo thành dữ liệu bảng phục vụ cho việc phân tích hồi quy gộp. Bên cạnh đó, thị các doanh nghiệp thuộc các thị trường mới nổi như Ấn Độ, Trung Quốc dần được các nhà nghiên cứu chú ý hơn.



Hình 7. Trích dẫn trung bình của các từ khóa chính qua các năm.

4. BÀN LUẬN VỀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Từ các phân tích thống kê mô tả kết hợp với phân tích từ khóa về các bài báo khoa học đã công bố về chủ đề trách nhiệm xã hội và hiệu quả của doanh nghiệp có thể thấy một số vấn đề cơ bản xuất hiện trong nghiên cứu như sau:

Thứ nhất, những nghiên cứu gần đây cho thấy quy mô của doanh nghiệp có ảnh hưởng không nhỏ đến mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội và hiệu quả của doanh nghiệp. Tuy nhiên có thể thấy rằng đa phần các nghiên cứu hiện tại tập trung nghiên cứu mối quan hệ này ở các doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ. Bên cạnh đó, các dữ liệu thu thập phục vụ cho việc phân tích đa phần được giới hạn bởi những công ty niêm yết trên sàn chứng khoán (96 công bố). Do vậy, những kết quả công bố về chủ đề CSR-FP chưa bao quát được hết các doanh nghiệp khác trong nền kinh tế, đặc biệt hiện nay những doanh nghiệp lớn, các công ty đa quốc gia mặc dù chiếm tỷ trọng nhỏ nhưng lại có sức ảnh hưởng rất lớn trên thị trường. Do đó, cần thiết phải thực hiện thêm những nghiên cứu riêng biệt tập trung vào đối tượng này.

Thứ hai, dựa vào thống kê các bài báo theo lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp có thể thấy rằng hiện các nghiên cứu tập trung vào từng lĩnh vực cụ thể, từng ngành còn hạn chế, đa phần các dữ liệu được thu thập từ nhiều doanh nghiệp hoạt động ở các lĩnh vực khác nhau trong cùng một nghiên cứu. Tuy nhiên, các lĩnh vực hoạt động khác nhau sẽ có những đặc thù riêng, do đó nếu gộp chung các lĩnh vực trong một nghiên cứu đôi khi sẽ không phản ánh chính xác được cơ chế tác động của trách nhiệm xã hội đến hiệu quả của doanh nghiệp. Không những vậy, đối với những lĩnh vực có tác động rất lớn đến kinh tế, xã hội, môi trường như xây dựng thì việc tập trung nghiên cứu mối quan hệ CSR-FP là hết sức cần thiết. Do đó trong tương lai, đây sẽ là gợi ý để các nhà nghiên cứu thực hiện những đánh giá xác đáng cho từng lĩnh vực, đặc biệt là lĩnh vực xây dựng.

Thứ ba, trong xu hướng phát triển bền vững với ba trụ cột là kinh tế-môi trường-xã hội đòi hỏi doanh nghiệp phải chuyển đổi mô hình kinh doanh từ lợi nhuận sang lợi nhuận-con người-hành tinh. Doanh nghiệp cần phải kết hợp mục tiêu lợi nhuận với các mục tiêu bảo vệ môi trường và lợi ích cộng đồng; và như vậy, hiệu quả xét đến phải là hiệu quả bền vững. Tuy nhiên trong các nghiên cứu hiện tại, hiệu quả được xem xét trong mối quan hệ CSR-FP đa phần là hiệu quả tài chính. Điều này cho thấy trong tương lai các nhà nghiên cứu cần xem xét hiệu quả của doanh nghiệp dưới góc độ phát triển bền vững thay vì chỉ tập trung vào khía cạnh tài chính.

Thứ tư, các nghiên cứu hiện tại thường sử dụng các phương pháp phân tích hồi quy dựa trên dữ liệu bảng (panel data), dữ liệu thu thập được dưới dạng chuỗi thời gian. Tuy nhiên phương pháp này thường thích hợp với trường hợp xem xét mối quan hệ trực tiếp giữa trách nhiệm xã hội và hiệu quả của doanh nghiệp, trong trường hợp xét đến sự tác động của các yếu tố trung gian thì phương pháp này sẽ bộc lộ những hạn chế nhất định trong việc khám phá cơ chế tác động giữa các khái niệm trong mô hình. Do đó, trong những nghiên cứu tiếp theo, các học giả cần lựa chọn các phương pháp khác phù hợp với từng trường hợp nghiên cứu. Mô hình cấu trúc tuyến tính hay sử dụng trí tuệ nhân tạo là một trong những lựa chọn mà các nhà nghiên cứu có thể xem xét vận dụng khi xét đến các tác động của các yếu tố trung gian.

5. KẾT LUẬN

Việc nghiên cứu mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội và hiệu quả của doanh nghiệp đã và đang nhận được sự quan tâm của các nhà quản trị doanh nghiệp cũng như các nhà nghiên cứu do tầm quan trọng của nó trong thực tiễn. Tuy nhiên với những hạn chế từ những công trình đã thực hiện cũng như xu hướng nghiên cứu tương lai được chỉ ra dựa vào phân tích dữ liệu từ các bài báo công bố thu thập được từ cơ sở dữ liệu Scopus giúp các học giả nhìn nhận được bức tranh tổng thể về chủ đề nghiên cứu cũng như nắm bắt được khoảng trống để tiến hành các nghiên cứu tiếp theo. Đặc biệt, thông qua việc phân tích đặc điểm và tầm quan trọng của lĩnh vực xây dựng nhóm tác giả đề xuất hướng nghiên cứu tương lai nên tập trung đo lường mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội và hiệu quả bền vững của doanh nghiệp xây dựng ở những thị

trường mới nổi như Việt Nam. Trong đó nên tập trung vào khám phá sâu hơn về vai trò của các nhân tố trung gian trong mối quan hệ giữa CSR và FP, giúp hiểu rõ cơ chế tác động. Ngoài ra, việc phân tích cụ thể theo lĩnh vực hoạt động khác nhau trong lĩnh vực xây dựng cũng như sự tác động đến các lĩnh vực khác là hết sức cần thiết để từ đó cung cấp cái nhìn đa chiều hơn về mối quan hệ CSR-FP trong lĩnh vực xây dựng. Bên cạnh đó, các nghiên cứu được tiến hành nhằm so sánh mối quan hệ CSR-FP giữa các doanh nghiệp xây dựng Việt Nam và doanh nghiệp xây dựng trên thế giới cũng là một hướng nghiên cứu mới giúp các học giả và doanh nghiệp có cái nhìn sâu sắc về ảnh hưởng văn hóa và môi trường kinh doanh đến mối quan hệ CSR-FP.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1]. S. Kulldeep, M. Madhvendra, Linking corporate social responsibility (CSR) and organizational performance: The moderating effect of corporate reputation, European Research on Management and Business Economics, 27 (2021) 1-10. https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2020.100139
[2]. M. Friedman, Capitalism and Freedom. University of Chicago Press, 1962.
[3]. G.A. Steiner, Social Policies for Business, California Management Review, 15 (1972) 17–24. https://doi.org/10.2307/41164414
[4]. A.B. Carroll, A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance, The Academy of Management Review, 4 (1979) 497- 505
[5]. T.T. Le, H.Q. Ngo, A-S. Leonardo, Contribution of corporate social responsibility on SMEs' performance in an emerging market – the mediating roles of brand trust and brand loyalty, International Journal of Emerging Markets, 18 (2020). https://doi.org/10.1108/IJOEM-12-2020-1516
[6]. T.T. Le, H.Q. Ngo, T.H. Tran Thi, D.K. Tran, The contribution of corporate social responsibility on SMEs performance in emerging country, Journal of Cleaner Production, 322 (2021). https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.129103
[7]. S.P. Saeidi, S.A. Saaeidi, How does corporate social responsibility contribute to firm financial performance? The mediating role of competitive advantage, reputation, and customer satisfaction, Journal of Business Research, 68 (2015) 341–350. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.06.024
[8]. C.S. Lin, R.Y. Chang, V. Dang, An Integrated Model to Explain How Corporate Social Responsibility Affects Corporate Financial Performance, Sustainability, 7 (2015). https://doi.org/10.3390/su7078292
[9]. C. Flammer, Does Corporate Social Responsibility Lead to Superior Financial Performance? A Regression Discontinuity Approach, Management Science, 61 (2015) 2549–2568. https://doi.org/10.1287/mnsc.2014.2038
[10]. Q. Wang, J. Dou, S. Jia, A meta-analytic review of corporate social responsibility and Corporate financial performance: the moderating effect of contextual factors, Business and Society, (2015) 1-39. https://doi.org/10.1177/0007650315584317
[11]. W.L. Lin, S.H. Law, J.A. Ho, M. Sambasivan, The causality direction of the corporate social responsibility – Corporate financial performance Nexus: Application of Panel Vector Autoregression approach, The North American Journal of Economics and Finance, 48 (2019) 401–418. https://doi.org/10.1016/j.najef.2019.03.004
[12]. R.W. Rutledge, K.E. Karim, M. Aleksanyan, C. Wu, An Examination of the Relationship between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: The Case of Chinese State-Owned Enterprises, Advances in Environmental Accounting & Management, Emerald Group Publishing Limited, 5 (2014) 1–22. https://doi.org/10.1108/S1479-359820140000005001
[13]. C.-H. Lin, H.-L. Yang, D.-Y. Liou, The impact of corporate social responsibility on financial performance: Evidence from business in Taiwan, Technology in Society, 31 (2009) 56–63. https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2008.10.004

[14]. J. Nollet, G. Filis, E. Mitrokostas, Corporate social responsibility and financial performance: A non-linear and disaggregated approach, Economic Modelling, 52 (2016) 400–407. https://doi.org/10.1016/j.econmod.2015.09.019
[15]. D.H.-M. Wang, P.-H. Chen, T.H.-K. Yu, C.-Y. Hsiao, The effects of corporate social responsibility on brand equity and firm performance, Journal of Business Research, 68 (2015) 2232-2236. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.06.003
[16]. K. Huang, N. Sim, H. Zhao, Corporate social responsibility, corporate financial performance and the confounding effects of economic fluctuations: A meta-analysis, International Review of Financial Analysis, 70 (2020). https://doi.org/10.1016/j.irfa.2020.101504
[17]. D. Sharma, S. Chakraborty, A.A. Rao, L.S. Lobo, The Relationship of Corporate Social Responsibility and Firm Performance: A Bibliometric Overview, SAGE Open, 13 (2023). https://doi.org/10.1177/21582440231158021
[18]. F. Craveiro, J.P. Duarte, H. Bartolo, Additive manufacturing as an enabling technology for digital construction: A perspective on Construction 4.0, Automation in Construction, 103 (2019) 251–267. https://doi.org/ 10.1016/j.autcon.2019.03.011
[19]. Construction Global Market Report 2023-By type (Buildings Construction, Heavy and civil engineering construction, specialty trade contractors, land planning and development), By end user (private, public), By type of contractor (large contractors, small contractors)-market size, trends, and global forecast 2023-2032'. https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/construction-global-market-report, truy cập vào ngày 25 tháng 10 năm 2023
[20]. C.-F. Huang, H.-C. Lien, An empirical analysis of the influences of corporate social responsibility on organizational performance of Taiwan's construction industry: using corporate image as a mediator, Construction Management and Economics, 30 (2012) 263–275. https://doi.org/10.1080/01446193.2012.668620
[21]. Q. Zhang, B.L. Oo, B.T.H. Lim, Linking corporate social responsibility (CSR) practices and organizational performance in the construction industry: A resource collaboration network, Resources, Conservation and Recycling, 179 (2022) 106-113. https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2021.106113
[22]. X. Lin, C.M.F. Ho, G.Q.P. Shen, Research on corporate social responsibility in the construction context: a critical review and future directions, International Journal of Construction Management, 18 (2018) 394–404. https://doi.org/10.1080/15623599.2017.1333398
[23]. M.E. Falagas, E.I. Pitsouni, G.A. Malietzis, G. Pappas, Comparison of PubMed, Scopus, Web of Science, and Google Scholar: strengths and weaknesses, FASEB j, 22 (2008) 338–342. https://doi.org/10.1096/fj.07-9492LSF
[24]. N.J. Van Eck, L. Waltman, Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping, Scientometrics, 84 (2010) 523–538. https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3
[25]. H. Chen, X. Wang, Corporate social responsibility and corporate financial performance in China: an empirical research from Chinese firms, Corporate Governance, 11 (2011) 361–370. https://doi.org/10.1108/14720701111159217
[26]. G. Zhou, Y. Sun, S. Luo, J. Liao, Corporate social responsibility and bank financial performance in China, Energy Economics, 97 (2021). https://doi.org/10.1016/j.eneco.2021.105190
[27]. S. Mishra, D. Suar, Does corporate social responsibility influence firm performance of India companies?, Journal of Business Ethics, 95 (2010) 571-601. https://doi.org/10.1007/s10551-010-0441-1
[28]. M-W. Wu, C-H. Shen, Corporate social responsibility in the banking industry: Motives and financial performance, Journal of Banking & Finance, 37 (2013) 3529-3547. http://dx.doi.org/10.1016/j.jbankfin.2013.04.023
[29]. V. Lima Crisóstomo, F. de Souza Freire, F. Cortes de Vasconcellos, Corporate social responsibility, firm value and financial performance in Brazil, Social Responsibility Journal, 7 (2011) 295–309. https://doi.org/10.1108/17471111111141549
[30]. B. Theodoulidis, D. Diaz, F. Crotto, E. Rancati, Exploring corporate social responsibility and financial performance through stakeholder theory in the tourism industries, Tourism Management, 62 (2017) 173-188. http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2017.03.018

[31]. S. Lee, K. Seo, A. Sharma, Corporate social responsibility and firm performance in the airline industry: The moderating role of oil prices, Tourism Management, 38 (2013) 20-30. http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2013.02.002
[32]. C-S. Lin, R-Y. Chang, V.T. Dang, An Integrated Model to Explain How Corporate Social Responsibility Affects Corporate Financial Performance, Sustainability, 7 (2015) 8292-8311. https://doi.org/10.3390/su7078292
[33]. S.A. Javeed, L. Lefen, An Analysis of Corporate Social Responsibility and Firm Performance with Moderating Effects of CEO Power and Ownership Structure: A Case Study of the Manufacturing Sector of Pakistan, Sustainability, 11 (2019). https://doi.org/10.3390/su11010248
[34]. M.K. Anser, Z. Zhang, L. Kanwal, Moderating effect of innovation on corporate social responsibility and firm performance in realm of sustainable development, Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 25 (2018) 799–806. https://doi.org/10.1002/csr.1495
[35]. M. Ikram, R. Sroufe, M. Mohsin, Y.A. Solangi, S.Z.A, Shah, F. Shahzad, Does CSR influence firm performance? A longitudinal study of SME sectors of Pakistan, Journal of Global Responsibility, 11 (2020) 27–53. https://doi.org/10.1108/JGR-12-2018-0088