

Factors affecting the level of sustainability reporting of enterprises in Vietnam

Le Thi Thanh Nhat*, Hoang Y Duyen, Tran Cam Nhung,
Vo Phan Duy, Truong Quynh Nhu, Huynh Thi Thu Hien

Faculty of Economics and Accounting, Quy Nhon University, Vietnam

Received: 30/03/2021; Accepted: 22/04/2021

ABSTRACT

The purpose of this study is to identify factors affecting the level of Sustainability Reporting of enterprises in Vietnam. The study uses data collected from a survey of 127 subjects including manager, accounting department and Corporate Social Responsibility (CSR) department at enterprises in Vietnam. The authors use statistical tests in SPSS to process data including Cronbach's alpha test, exploratory factor analysis EFA and multivariate regression analysis. The research results show that there are 4 factors including Company size, Consumer perceptions, Legal pressure, and Foreign ownership of enterprises that positively affect the level of Sustainability reporting. The factor of Financial performance does not really affect the level of information disclosure in Sustainability reporting of enterprises in Vietnam.

Keywords: *Sustainability reporting, Corporate Social Responsibility, CSR, Vietnam*

*Corresponding author.

Email: lethithanhnhathat@qnu.edu.vn

Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ công bố báo cáo trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp tại Việt Nam

Lê Thị Thanh Nhật*, Hoàng Ý Duyên, Trần Cẩm Nhung,
Võ Phan Duy, Trương Quỳnh Như, Huỳnh Thị Thu Hiền

Khoa Kinh tế & Kế toán, Trường Đại học Quy Nhơn, Việt Nam

Ngày nhận bài: 30/03/2021; Ngày nhận đăng: 22/04/2021

TÓM TẮT

Mục đích của bài báo này nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ công bố Báo cáo trách nhiệm xã hội (TNXH) của các doanh nghiệp tại Việt Nam. Nghiên cứu sử dụng dữ liệu thu thập được từ cuộc khảo sát 127 đối tượng bao gồm bộ phận lãnh đạo, bộ phận kế toán và bộ phận trách nhiệm xã hội (CSR) tại các doanh nghiệp. Nhóm tác giả đã sử dụng các công cụ phân tích và kiểm định trên phần mềm SPSS để tiến hành xử lý dữ liệu gồm kiểm định Cronbach's alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA và phân tích hồi quy đa biến. Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng có 4 nhân tố gồm Quy mô doanh nghiệp, Nhận thức của người tiêu dùng, Áp lực pháp lý, Tỷ lệ sở hữu nước ngoài của doanh nghiệp có ảnh hưởng đến mức độ công bố báo cáo TNXH và tác động cùng chiều. Nhân tố Hiệu quả tài chính không thực sự tác động đến mức độ công bố thông tin trên báo cáo TNXH của doanh nghiệp tại Việt Nam.

Từ khóa: Báo cáo trách nhiệm xã hội, trách nhiệm xã hội, CSR, Việt Nam.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trách nhiệm xã hội (TNXH), trách nhiệm cộng đồng hay trách nhiệm với môi trường hiện nay đang được đặt ra với các doanh nghiệp trên toàn thế giới. Việt Nam đang trong tiến trình hội tụ với nền kế toán quốc tế và hội nhập với nền kinh tế toàn cầu, các doanh nghiệp Việt Nam muốn nâng cao năng lực cạnh tranh cũng như khả năng tiếp cận được các dòng vốn đầu tư thì việc thực hiện báo cáo TNXH là rất cần thiết, bên cạnh các yếu tố về tài chính, môi trường kinh doanh, môi trường pháp lý. Tuy nhiên, TNXH và công bố báo cáo TNXH vẫn là một khái niệm khá mới mẻ và chưa có nhiều nghiên cứu ở Việt Nam hiện nay.

Trên thế giới hiện nay đã có trên 600 doanh nghiệp từ 65 quốc gia thực hiện báo cáo TNXH, trong đó 6 quốc gia có số lượng doanh nghiệp tham gia đáng kể là Úc, Brazil, Trung Quốc, Ấn Độ, Nam Phi, Mỹ.¹ Tại Việt Nam, trong những năm qua, hoạt động TNXH đã được các doanh nghiệp quan tâm hơn cùng với hoạt động sản xuất kinh doanh và tương tự, báo cáo TNXH cũng được các đối tượng quan tâm như báo cáo thông tin tài chính. Tuy nhiên, việc công bố thông tin phi tài chính này còn tương đối mới và mới chỉ được áp dụng ở những doanh nghiệp lớn như Bảo hiểm Bảo Việt, Vinamilk. Trong khi đó, theo Bộ Kế hoạch và Đầu tư số lượng doanh nghiệp vừa và nhỏ chiếm 97% tổng số doanh nghiệp tại nước ta lại chưa quan tâm vấn đề này,

*Tác giả liên hệ chính.

Email: lethithanhnhathat@qnu.edu.vn

qua đó cho thấy tỉ lệ doanh nghiệp cung cấp báo cáo TNXH tại Việt Nam vô cùng nhỏ. Vì vậy, nghiên cứu này được thực hiện nhằm mục đích tìm ra các nhân tố ảnh hưởng đến việc công bố báo cáo TNXH, từ đó, tiến hành đề xuất các giải pháp phù hợp để nâng cao ý thức của các doanh nghiệp trong việc công bố thông tin này.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

2.1. Lý thuyết các bên liên quan

Theo Freeman,² các bên liên quan được định nghĩa là các cá nhân hoặc nhóm, có thể là khách hàng, nhân viên, chủ sở hữu của doanh nghiệp, cộng đồng, cổ đông... có tác động hoặc bị tác động bởi việc thực hiện hoá sứ mệnh của một tổ chức. Lý thuyết này cho rằng công ty tồn tại và phát triển bền vững được chỉ khi đảm bảo đầy đủ quyền lợi cho tất cả các bên liên quan của công ty, chính là những cá nhân hoặc tổ chức gây ảnh hưởng hoặc bị ảnh hưởng đáng kể từ công ty.³ Theo Deegan và Samkin,⁴ đối với các bên liên quan, doanh nghiệp cần phải hài hòa lợi ích của họ, và hài hòa với lợi ích của doanh nghiệp. Nếu các bên xung đột lợi ích, và xung đột với lợi ích kinh tế của doanh nghiệp, doanh nghiệp cần phải cân bằng lợi ích tối ưu. Như vậy, công bố thông tin TNXH là yếu tố quan trọng trong việc thỏa mãn nhu cầu của các bên liên quan, đáp ứng kì vọng của họ về việc thực hiện các mục tiêu của doanh nghiệp. Ở khía cạnh này, có thể thấy rằng, lý thuyết các bên liên quan giải thích cho sự tác động của các biến như nhận thức của người tiêu dùng, yêu cầu của chủ sở hữu đến mức độ công bố thông tin TNXH.

2.2. Lý thuyết thể chế

Theo lý thuyết thể chế, quyết định của tổ chức không chỉ được điều khiển bởi các mục tiêu về đầu ra như lợi ích kinh tế, mà còn chịu tác động bởi các ràng buộc như: hiến pháp, luật, phong tục, tập quán, đạo lý... Do áp lực của các ràng buộc này, và áp lực chi phối bởi các quy định chuẩn mực, quy tắc trong thể chế, các tổ chức thay đổi hành vi, chiến lược, phương pháp tổ chức, công bố thông tin... phù hợp với môi trường về thể chế, trên cơ sở đó nâng cao năng lực phát triển,

tồn tại hợp pháp trong mối quan hệ với các đối tượng liên quan. Hiện nay, TNXH và báo cáo TNXH được luật hóa, được định chế hóa và trở thành như là quy ước xã hội, doanh nghiệp hoạt động tương thích với định chế và quy ước đó.⁵

Như vậy, có thể thấy rằng, lý thuyết thể chế sẽ liên kết thực tế hành động tại các doanh nghiệp bao gồm thực tế công bố thông tin tài chính và thông tin phi tài chính với các quy tắc của xã hội mà doanh nghiệp đó hoạt động. Như vậy, lý thuyết thể chế có sự giao thoa với lý thuyết hợp pháp trong việc khuyến khích các doanh nghiệp công bố thông tin xã hội và môi trường như một cách thể hiện sự hợp pháp của doanh nghiệp với pháp luật. Có thể thấy rằng, lý thuyết thể chế phù hợp để giải thích cho nhân tố tỷ lệ sở hữu nước ngoài của doanh nghiệp khi xem xét mối quan hệ của các nhân tố này đến mức độ công bố thông tin TNXH của một doanh nghiệp.

2.3. Lý thuyết hợp pháp

Lý thuyết hợp pháp được bắt nguồn trong nghiên cứu về xã hội học của tác giả Max Weber⁶ và sau đó là nghiên cứu về tính hợp pháp của tổ chức bởi Dowling và Pfeffer.⁷ Theo lý thuyết này, tổ chức phải hành động theo các giá trị hay chuẩn mực xã hội mà tổ chức đó ảnh hưởng và chịu sự ảnh hưởng. Nếu tổ chức không tuân thủ các giá trị hay chuẩn mực xã hội sẽ có thể dẫn tới những khó khăn nhất định, cụ thể là tổ chức sẽ khó đạt được sự ủng hộ của cộng đồng để tiếp tục hoạt động. Tính hợp pháp của doanh nghiệp (organisational legitimacy) được nảy sinh và xác định trong môi trường đã được định chế hóa bằng những qui định của luật pháp, bằng những quy tắc, chuẩn mực về đạo đức, văn hóa, xã hội... Trên cơ sở của lý thuyết tính hợp pháp, các doanh nghiệp sẽ tự nguyện báo cáo thông tin về các hoạt động của mình phù hợp với những qui định của luật pháp, các quy tắc, chuẩn mực về đạo đức, văn hóa, xã hội... đáp ứng sự kỳ vọng của cộng đồng mà doanh nghiệp đang hoạt động. Việc làm này cũng nhằm cho thấy nỗ lực của doanh nghiệp trong việc tạo ra sự phù hợp với

các giá trị đang chi phối xã hội⁸. Lý thuyết hợp pháp được sử dụng trong nghiên cứu nhằm lý giải cho ảnh hưởng của các yếu tố: Áp lực thể chế bao gồm quy định của pháp luật, chuẩn mực đạo đức về thực hiện TNXH, áp lực từ yêu cầu của các bên liên quan; nhận thức của nhà lãnh đạo về TNXH và đến việc thực hiện báo cáo TNXH.⁹

3. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VIỆC CÔNG BỐ BÁO CÁO TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI

3.1. Quy mô công ty

Dinithi và cộng sự¹⁰ đã thực hiện nghiên cứu các đặc điểm chính của một tổ chức có tác động đến việc báo cáo tính bền vững của tổ chức đó bằng việc nghiên cứu trên dữ liệu của các công ty niêm yết đại chúng ở Sri Lanka. Kết quả nghiên cứu cho thấy quy mô công ty và việc sử dụng các hướng dẫn GRI được coi là đặc điểm công ty phù hợp nhất liên quan đến báo cáo phát triển bền vững của các công ty niêm yết tại Sri Lanka. Cũng có cùng quan điểm về sự ảnh hưởng của yếu tố quy mô công ty đến công bố CSR, tác giả Xue Fa Tong¹¹ đã nghiên cứu so sánh và đánh giá tương đối tác động các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ công bố thông tin TNXH của công ty đại chúng từ Vương quốc Anh (UK) và Malaysia. Kết quả chỉ ra rằng quy mô công ty là yếu tố có tác động đáng kể đối với báo cáo bền vững tại Vương quốc Anh và Malaysia. Ngoài ra, tác giả Dominik và cộng sự¹² đã tiến hành xem xét về các động lực của Báo cáo phát triển bền vững. Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng quy mô công ty, khả năng được quảng bá phương tiện truyền thông và cơ cấu sở hữu là những động lực quan trọng nhất của việc công bố thông tin này. Ngược lại, các yếu tố quyết định khác như quản trị doanh nghiệp, hiệu quả kinh doanh, cấu trúc vốn, tuổi đời của công ty hoặc cơ cấu hội đồng quản trị không cho thấy xu hướng tác động rõ ràng.

Ngoài ra, nghiên cứu của tác giả Bayoud và cộng sự¹³ về các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ công khai TNXH của doanh nghiệp tại Libya, nghiên cứu của Ayman Issa¹⁴ tại các doanh

nh nghiệp ở Vương quốc Ả Rập Xê Út hay nghiên cứu của Waris và cộng sự¹⁵ về các yếu tố thúc đẩy việc công khai CSR ở các nước phát triển và đang phát triển cũng đều kết luận rằng: yếu tố quy mô doanh nghiệp có ảnh hưởng đáng kể và có mối liên hệ tích cực đến mức độ công bố báo cáo TNXH.

3.2. Áp lực pháp lý

Tác giả Iyoha và Owolabi¹⁶ đã tiến hành nghiên cứu nhận thức của nhà lãnh đạo về các yếu tố quyết định báo cáo bền vững của doanh nghiệp ở Nigeria. Nghiên cứu cho thấy áp lực cường chế từ các cơ quan quản lý, nhà đầu tư, người tiêu dùng và nhà cung cấp tài chính là những yếu tố tác động mạnh đến báo cáo phát triển bền vững của doanh nghiệp. Jieqi và Carlos¹⁷ đã điều tra sự phát triển của báo cáo TNXH của doanh nghiệp ở Trung Quốc và lý do đằng sau nó. Kết quả chứng minh rằng chính phủ đóng vai trò là đầu tàu dẫn dắt và thúc đẩy thực hành báo cáo TNXH của các doanh nghiệp tại Trung Quốc. Để đáp ứng các yêu cầu quản lý do Đảng Cộng sản Trung Quốc và các cơ quan chính phủ, hoặc để được chính phủ công nhận nhằm mục đích có thêm nguồn lực, các doanh nghiệp nhà nước, doanh nghiệp tư nhân và các công ty có vốn đầu tư nước ngoài đã có những cải thiện đáng kể trong báo cáo TNXH. Tuy nhiên, hạn chế đối với nghiên cứu này đó là nghiên cứu chỉ thực hiện dựa trên dữ liệu của các doanh nghiệp lớn, vì vậy mọi suy luận về tổng thể chưa được kiểm tra.

Cùng hướng nghiên cứu về tác động của yếu tố bối cảnh thể chế đến việc công bố báo cáo TNXH, tác giả Daniela và cộng sự¹⁸ đã nghiên cứu trên mẫu là các công ty niêm yết tại châu Âu, Waris và Jedrzej¹⁹ nghiên cứu ở các nước đang phát triển, Ibrahim và Ahmed²⁰ nghiên cứu tại Libya. Các nghiên cứu trên đều đồng thuận về ảnh hưởng của yếu tố áp lực pháp lý lên mức độ công bố báo cáo TNXH tại các quốc gia này.

3.3. Tỷ lệ sở hữu nước ngoài của doanh nghiệp

Tác giả Lưu Thị Thái Tâm và Ngô Mỹ Trân²¹ đã tìm hiểu các yếu tố tác động đến sự minh bạch trong công bố thông tin của các công ty

niêm yết tại Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài thường có xu hướng công bố thông tin minh bạch hơn. Cùng quan điểm, tác giả Nguyễn Nhật Thiên Thảo²² nghiên cứu các yếu tố tác động đến mức độ công bố thông tin TNXH của các doanh nghiệp niêm yết công khai trên Sở Giao dịch chứng khoán Tp. Hồ Chí Minh (HOSE). Kết quả cho thấy, có mối quan hệ tỷ lệ nghịch giữa tỷ lệ sở hữu của Nhà nước trong doanh nghiệp và tỷ lệ công bố báo cáo TNXH. Kết quả này cũng gần với kết luận từ nghiên cứu của tác giả Nguyễn Thị Kim Dung²³ khi tìm hiểu ảnh hưởng của nhân tố quản trị doanh nghiệp đến mức độ công bố thông tin TNXH của các công ty niêm yết trên Sở Giao dịch Chứng khoán Tp. Hồ Chí Minh (HOSE).

3.4. Hiệu quả tài chính của doanh nghiệp

Tác giả Hồ Thị Vân Anh²⁴ đã nghiên cứu mối quan hệ giữa TNXH và hiệu quả tài chính của các công ty đại chúng tại Việt Nam nhằm mục đích kiểm tra ảnh hưởng của TNXH lên hiệu quả tài chính. Kết quả nghiên cứu cho thấy có mối tương quan dương giữa TNXH, các phương diện TNXH và hiệu quả tài chính. Cụ thể hơn là hiệu quả tài chính tại các doanh nghiệp có công bố TNXH tốt hơn doanh nghiệp không công bố. Tuy nhiên, với chiều tác động ngược lại, liệu rằng nhân tố hiệu quả tài chính có ảnh hưởng đến mức độ công bố báo cáo TNXH của doanh nghiệp hay không thì chưa được tác giả này nghiên cứu. Tác giả Trần Thị Tuyết Hoa và Nguyễn Minh Cành²⁵ đã nghiên cứu những nhân tố thúc đẩy việc thực hiện TNXH tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Cần Thơ. Kết quả cho thấy, có bốn nhân tố sau tạo động lực cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Cần Thơ thực hiện TNXH gồm: Hiệu quả kinh doanh, chính sách vĩ mô, đạo đức kinh doanh, định hướng cộng đồng. Như vậy, những doanh nghiệp có hiệu quả kinh doanh cao sẽ dễ dàng tham gia hoạt động TNXH hơn là những doanh nghiệp khác. Như vậy, liệu hiệu quả kinh tế cao dẫn đến hoạt động TNXH, nhưng liệu có thúc đẩy doanh nghiệp công bố thông tin này hay không thì tác giả trên chưa nghiên

cứu. Tác giả Nguyễn Văn Linh và Đặng Ngọc Hùng²⁶ nghiên cứu tác động của yếu tố hiệu quả tài chính đến mức độ công bố thông tin TNXH của các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Kết quả cho thấy yếu tố hiệu quả tài chính theo ROA có mối tương quan dương tới mức độ công bố thông tin phát triển bền vững. Như vậy, liệu rằng các tỷ số như ROE, ROS, BEPR có ảnh hưởng thuận chiều đến mức độ công bố thông tin TNXH như ROA hay không thì chưa được nghiên cứu.

Grigoris²⁷ trong bài quản trị công ty và các ảnh hưởng đặc trưng tài chính đến mức độ công bố TNXH của doanh nghiệp đã chỉ ra rằng quy mô của công ty, cam kết của hội đồng quản trị đối với TNXH và hiệu quả tài chính được phát hiện có liên quan tích cực với mức độ công bố TNXH, trong khi đòn bẩy tài chính có liên quan tiêu cực với mức độ công bố này. Nghiên cứu này nhằm mục đích điều tra mối quan hệ giữa quản trị công ty và các đặc điểm tài chính và mức độ công bố TNXH của doanh nghiệp ở Hoa Kỳ.

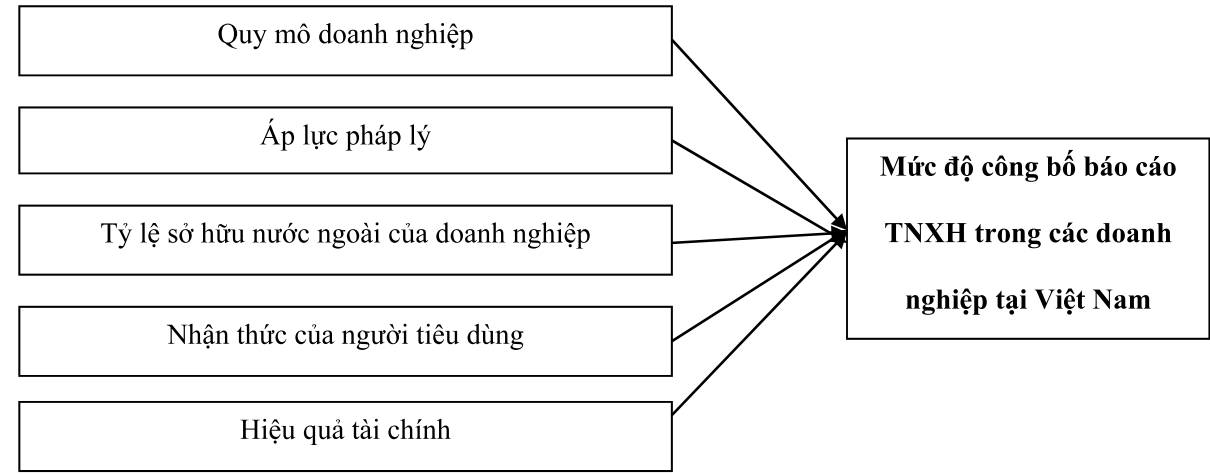
3.5. Nhận thức của người tiêu dùng

Tiến sĩ Phạm Đức Hiếu²⁸ đã tiến hành nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng tới việc thực hiện và công bố báo cáo TNXH của các doanh nghiệp Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng yếu tố trình độ nhận thức cao về CSR của nhà quản lý không ảnh hưởng đến việc doanh nghiệp thực hiện và hoàn thành nghĩa vụ báo cáo về TNXH. Ngược lại, về phía người tiêu dùng Việt Nam, mặc dù họ chưa có thái độ rõ ràng nhưng kết quả đã cho thấy quyết định mua sắm của họ có ảnh hưởng tới việc thực hiện trách nhiệm môi trường và trách nhiệm cộng đồng của doanh nghiệp. Nghiên cứu theo chiều ngược lại, tác giả Nguyễn Thị Kim Ánh và Nguyễn Thị Minh Hòa²⁹ đã tìm hiểu ảnh hưởng của cảm nhận trách nhiệm xã hội đến niềm tin thương hiệu – trường hợp dịch vụ vận tải khách thương hiệu Phúc Thuận Thảo. Nghiên cứu cho thấy có sự tác động của yếu tố TNXH đến niềm tin thương hiệu và quyết định mua sắm, sử dụng dịch vụ của người tiêu dùng. Như vậy, yếu tố TNXH của doanh nghiệp rõ ràng

có tác động mạnh đến quyết định mua sắm của người tiêu dùng. Tuy nhiên, với chiều tác động ngược lại, nếu nhận thức của người tiêu dùng về môi trường, xã hội cao thì liệu doanh nghiệp có thực hiện TNXH tốt hơn và công bố thông tin này như một cách thoả mãn sự quan tâm của người tiêu dùng hay không thì chưa được tác giả này nghiên cứu. Yung-Fu Huang và cộng sự³⁰ cũng đã kết luận rằng người tiêu dùng thường quan tâm hơn tới các doanh nghiệp có hoạt động

vì môi trường, xã hội tốt. Tác giả này cũng gợi ý các doanh nghiệp nên nâng cao mức độ công bố thông tin, đặc biệt là thông tin về TNXH như một cách đáp ứng sự quan tâm và nhận thức ngày càng cao của người tiêu dùng.

Như vậy, sau khi tổng quan nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ công bố báo cáo TNXH của các doanh nghiệp tại Việt Nam như sau:



Hình 1. Mô hình các nhân tố ảnh hưởng

(Nguồn: nghiên cứu của nhóm tác giả)

4. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

4.1. Phương pháp nghiên cứu

Để tiếp cận đề tài nghiên cứu, giải quyết được câu hỏi nghiên cứu và các mục tiêu nghiên cứu đã đề ra, đề tài đã sử dụng kết hợp đồng thời phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng và trải qua quá trình nghiên cứu gồm 2 giai đoạn:

- *Giai đoạn 1:* Nghiên cứu định tính được thực hiện bằng cách tổng quan các tài liệu trước đây ở trong và ngoài nước, sau đó nhóm nghiên cứu thảo luận nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ công bố báo cáo TNXH tại Việt Nam, từ đó xây dựng bảng câu hỏi khảo sát. Trước khi gửi bảng câu hỏi khảo sát rộng rãi, nhóm nghiên cứu đã gửi phiếu câu hỏi để hỏi ý kiến chuyên gia về các nhân tố.

- *Giai đoạn 2:* Nhóm nghiên cứu tiến hành gửi bảng câu hỏi khảo sát. Trên cơ sở thu thập dữ liệu được từ bảng câu hỏi, nhóm tác giả sử dụng

phương pháp định lượng nhằm đánh giá cụ thể về mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến mức độ công bố báo cáo TNXH của các doanh nghiệp tại Việt Nam.

Nhóm nghiên cứu đã tiến hành gửi file Google form để khảo sát các cán bộ có liên quan đến việc lập và công bố báo cáo TNXH của các doanh nghiệp. Số lượng cán bộ được gửi link khảo sát là 145 người đại diện cho 145 doanh nghiệp, bao gồm: Bộ phận quản lý, bộ phận kế toán, bộ phận trách nhiệm xã hội (CSR) tại các doanh nghiệp. Vì hạn chế về thời gian nên các doanh nghiệp được chọn ở đây là các doanh nghiệp niêm yết trên Sở giao dịch chứng khoán Tp. Hồ Chí Minh.

4.2. Kết quả nghiên cứu định tính

Kết quả khảo sát từ các chuyên gia có 100% ý kiến các chuyên gia đồng ý với 5 nhóm nhân tố mà nhóm nghiên cứu đã đưa ra là: Quy mô

doanh nghiệp; Nhận thức của người tiêu dùng; Tỷ lệ sở hữu nước ngoài của doanh nghiệp; Hiệu quả tài chính; Áp lực pháp lý. Bên cạnh đó, các chuyên gia cũng có góp ý rằng tác giả nên bổ sung thêm những nhân tố khác ngoài 5 nhân tố kể trên để giúp bài nghiên cứu đạt kết quả tốt hơn như đòn bẩy tài chính, tỷ lệ giới trong hội đồng quản trị, ngành nghề kinh doanh.... Các chuyên gia cũng khẳng định rằng 5 nhân tố đưa ra ban đầu là các nhân tố quan trọng khi xem xét tác động đến mức độ công bố thông tin của doanh nghiệp, đặc biệt là thông tin xã hội, môi trường. Vì khả năng nghiên cứu còn hạn chế, và thời gian, chi phí không cho phép nên nhóm tác giả chỉ dừng lại ở việc tìm hiểu mức độ ảnh hưởng của 5 nhân tố: Quy mô doanh nghiệp; Nhận thức của người tiêu dùng; Tỷ lệ sở hữu nước ngoài của doanh nghiệp; Hiệu quả tài chính; Áp lực pháp lý đến mức độ công bố báo cáo TNXH của các doanh nghiệp tại Việt Nam. Đây cũng là hạn chế của đề tài và nó sẽ là hướng nghiên cứu mới trong tương lai.

Từ các lập luận trên, 5 giả thuyết nghiên cứu cần được kiểm định trong nghiên cứu này bao gồm:

Giả thuyết H_1 : Quy mô doanh nghiệp có ảnh hưởng đến mức độ công bố báo cáo TNXH của các doanh nghiệp tại Việt Nam.

Giả thuyết H_2 : Nhận thức của người tiêu dùng có ảnh hưởng đến mức độ công bố báo cáo TNXH của các doanh nghiệp tại Việt Nam.

Giả thuyết H_3 : Áp lực pháp lý có ảnh hưởng đến mức độ công bố báo cáo TNXH của các doanh nghiệp tại Việt Nam.

Giả thuyết H_4 : Hiệu quả tài chính có ảnh hưởng đến mức độ công bố báo cáo TNXH của các doanh nghiệp tại Việt Nam.

Giả thuyết H_5 : Tỷ lệ sở hữu nước ngoài của doanh nghiệp có ảnh hưởng đến mức độ công bố báo cáo TNXH của các doanh nghiệp tại Việt Nam.

Trên cơ sở các giả thuyết nghiên cứu và các biến đề xuất, đề tài nghiên cứu đưa ra phương trình hồi quy dự kiến phản ánh mối quan hệ giữa các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ công bố báo cáo TNXH của các doanh nghiệp tại Việt Nam như sau:

$$Y_i = \alpha + \beta_1 QMDN + \beta_2 NTD + \beta_3 ALPL + \beta_4 HQTC + \beta_5 SHNN$$

Trong đó:

+ Y_i : Là biến phụ thuộc (mức độ công bố báo cáo TNXH) mẫu thứ i được đo lường thông qua 6 tiêu chí: toàn diện; khách quan; đáng tin cậy; kịp thời; rõ ràng, dễ hiểu; có thể so sánh được.

+ α : Là hằng số

+ $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$ là các hệ số hồi quy.

+ QMDN, NTD, ALPL, HQTC, SHNN là các biến độc lập (các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ công bố báo cáo TNXH được mã hoá từ các 5 biến đã nêu tương ứng: Quy mô doanh nghiệp, Nhận thức của người tiêu dùng, Áp lực pháp lý, Hiệu quả tài chính, Tỷ lệ sở hữu nước ngoài của doanh nghiệp)

Để đo lường mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố, nhóm nghiên cứu sử dụng công cụ bảng câu hỏi khảo sát, trong đó mỗi mục hỏi được đo dựa trên thang đo Likert với 5 mức độ: (1) Hoàn toàn không đồng ý, (2) Không đồng ý, (3) Không có ý kiến, (4) Đồng ý và (5) Hoàn toàn đồng ý.

4.3. Kết quả nghiên cứu định lượng

4.3.1 Thống kê mô tả

Nhóm nghiên cứu đã gửi link Google forms cho 145 đối tượng. Sau khi loại bỏ các link không được trả lời hoặc trả lời không hợp lệ, thông tin còn lại đưa vào phân tích là 127 phiếu (chiếm 87,6%). Phân tích thông tin về 127 đối tượng thực hiện khảo sát cho thấy cơ cấu của người trả lời theo bộ phận và thời gian công tác như bảng sau:

Bảng 1. Cơ cấu theo bộ phận công tác và thời gian công tác

Bộ phận công tác	Thời gian công tác				Cộng
	Trên 15 năm	Từ 10 năm đến dưới 15 năm	Từ 5 năm đến dưới 10 năm	Dưới 5 năm	
Nhà quản lý	10	8	3	0	21
Kế toán	34	20	15	3	72
Nhân viên phòng CSR	2	5	20	7	34
Tổng	46	33	38	10	127

(Nguồn: kết quả khảo sát của nhóm tác giả)

Như vậy, qua bảng tổng hợp cho thấy kinh nghiệm trong hoạt động chuyên môn cũng như vị trí quản lý của các cán bộ tham gia trả lời khảo sát sẽ giúp cán bộ từ các nhóm có sự am hiểu nhất định để đưa ra câu trả lời phù hợp; và do đó giúp đảm bảo tính tin cậy của nghiên cứu.

4.3.2. Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo

Bảng 2. Kết quả phân tích Cronbach’s alpha

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Hệ số tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Thang đo “Quy mô doanh nghiệp” (Alpha = 0,756)				
QMDN1	14,3803	6,952	0,320	0,723
QMDN2	14,1452	6,034	0,621	0,747
QMDN3	14,2677	5,912	0,734	0,674
QMDN4	14,2675	6,574	0,535	0,734
QMDN5	14,1969	6,467	0,735	0,709
Thang đo “Nhận thức của người tiêu dùng” (Alpha =0,789)				
NTD1	15,5987	5,197	0,521	0,723
NTD2	15,3494	5,256	0,643	0,734
NTD3	15,7714	5,178	0,527	0,765
NTD4	15,4508	5,245	0,630	0,744
NTD5	15,0974	5,264	0,589	0,756
Thang đo “Áp lực pháp lý” (Alpha = 0,773)				
ALPL1	11,2756	4,956	0,499	0,825
ALPL2	11,4580	4,423	0,583	0,708
ALPL3	11,3416	4,337	0,678	0,658
ALPL4	11,9072	5,298	0,463	0,734
Thang đo “Hiệu quả tài chính” (Alpha = 0,851)				
HQTC1	11,4535	4,967	0,564	0,717
HQTC2	11,6047	4,465	0,546	0,751
HQTC3	11,9078	4,642	0,663	0,739
HQTC4	11,3491	4,575	0,722	0,772

Thang đo “Tỷ lệ sở hữu nước ngoài của doanh nghiệp” (Alpha = 0,758)				
SHNN1	10,0354	4,534	0,427	0,745
SHNN2	10,3627	4,465	0,767	0,609
SHNN3	10,4341	4,067	0,612	0,645
SHNN4	10,6097	4,717	0,549	0,712
Thang đo “Mức độ công bố báo cáo TNXH” (Alpha = 0,797)				
CB1	18,4634	7,745	0,304	0,712
CB2	18,4095	7,895	0,318	0,734
CB3	17,7534	7,745	0,533	0,648
CB4	17,8012	7,124	0,582	0,601
CB5	17,8734	6,745	0,676	0,662
CB6	18,8934	6,095	0,534	0,694

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả)

- Đối với thang đo “Quy mô doanh nghiệp”, hệ số Cronbach’s Alpha = 0,756 > 0,6 thỏa mãn điều kiện và hệ số tương quan biến tổng của các biến > 0,3 nên thang đo này đạt chất lượng tốt về độ tin cậy và thích hợp cho dữ liệu thực tế, cũng như các biến quan sát sẽ được giữ nguyên.

- Tương tự lập luận trên, các thang đo “Nhận thức của người tiêu dùng”, “Hiệu quả tài chính”, “Tỷ lệ sở hữu nước ngoài của doanh nghiệp”, và thang đo của biến phụ thuộc là “Mức độ công bố báo cáo TNXH” đều đạt chất lượng tốt về độ tin cậy, vì vậy các biến quan sát sẽ được giữ nguyên.

- Đối với thang đo “Áp lực pháp lý”, hệ số Cronbach’s Alpha = 0,773 > 0,6 thỏa mãn điều kiện. Tuy nhiên, đối với biến ALPL1, Cronbach’s Alpha nếu loại biến = 0,825 > hệ số Cronbach’s Alpha của tổng thể là 0.773 nên ta loại biến ALPL1 ra khỏi thang đo. Như vậy, thang đo này chỉ còn 3 biến quan sát.

4.3.3. Kết quả phân tích nhân tố khám phá đối với các thang đo

- Đối với các biến độc lập

Theo kết quả của kiểm định Cronbach’Alpha đã thu được thì tác giả đã loại bỏ biến quan sát ALPL1 ra khỏi phân tích nhân tố khám phá EFA.

Phần mềm SPSS tiến hành phân tích nhân tố khám phá EFA với phương pháp phân tích thành phần chính và phép xoay Varimax. Nhóm nghiên cứu thực hiện phân tích EFA với các biến quan sát còn lại nhằm tìm kiếm nhóm tiêu chí mới có thể xuất hiện thì được kết quả bên dưới:

Bảng 3. Kết quả kiểm định KMO và Bartlett

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,769
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1090,564
	df	238
	Sig.	0,000

(Nguồn: Nghiên cứu của nhóm tác giả)

Căn cứ vào bảng trên, ta thấy giá trị KMO = 0,769 > 0,5 với mức ý nghĩa là 0,000 (<0,05), như vậy, điều này chứng tỏ dữ liệu dùng để phân tích nhân tố là hoàn toàn thích hợp. Với giá trị Eigenvalues >1 trong Bảng 4 dưới đây, các biến quan sát còn lại được nhóm thành 5 nhân tố có phương sai trích là 63,857% nghĩa là 5 nhóm nhân tố này giải thích được 63,857% biến thiên của các biến quan sát. Vậy điều này cho thấy phân tích EFA trong nghiên cứu này là phù hợp và các nhân tố rút ra là hợp lý.

Bảng 4. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA của thang đo các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ công bố báo cáo TNXH của các doanh nghiệp tại Việt Nam

Rotated Component Matrix ^a					
	Component				
	1	2	3	4	5
NTD4	0,792				
NTD2	0,713				
NTD5	0,709				
NTD3	0,645				
NTD1	0,582			0,322	
QMDN3		0,813			
QMDN5		0,809			
QMDN4		0,745			0,301
QMDN1		0,778			
QMDN2		0,439			-0,458
HQTC2			0,831		
HQTC3			0,829		
HQTC4			0,716		
HQTC1			0,698		
SHNN4				0,824	
SHNN2				0,891	
SHNN3				0,767	
SHNN1	-0,301			0,727	
ALPL2					0,889
ALPL3					0,713
ALPL4					0,645
Extraction Method: Principal Component Analysis.					
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.					
a. Rotation converged in 6 iterations.					

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả)

Với kết quả Bảng 4 trên và loại bỏ biến không phù hợp, kết quả phân tích cho thấy có 5 nhóm như sau:

- Nhóm 1: Bao gồm NTD1, NTD2, NTD3, NTD4, NTD5 liên quan đến “Nhận thức của người tiêu dùng”.
- Nhóm 2: Bao gồm QMDN1, QMDN3, QMDN4, QMDN5 liên quan đến “Quy mô doanh nghiệp” (biến QMDN2 có hệ số tải < 0,5 và tải vào 2 nhóm biến với giá trị xấp xỉ nên bị loại).
- Nhóm 3: Bao gồm HQTC1, HQTC2,

HQTC3, HQTC4 liên quan đến “Hiệu quả tài chính”.

- Nhóm 4: Bao gồm SHNN1, SHNN2, SHNN3, SHNN4 liên quan đến “Tỷ lệ sở hữu nước ngoài của doanh nghiệp”.
- Nhóm 5: Bao gồm ALPL2, ALPL3, ALPL4 liên quan đến “Áp lực pháp lý”.
- Đối với biến phụ thuộc (Mức độ công bố báo cáo TNXH).

Thực hiện tương tự đối với biến phụ thuộc, kết quả cho thấy giá trị KMO = 0,735 > 0,5 với mức ý nghĩa Sig là 0,000 (< 0,05), chứng tỏ

dữ liệu dùng để phân tích nhân tố là hoàn toàn phù hợp. Với giá trị Eigenvalues > 1, biến quan sát có phương sai trích là 62,340% nghĩa là nhân tố này giải thích được 62,340% biến thiên của biến quan sát. Phân tích EFA cũng đã cho được một nhân tố biến phụ thuộc duy nhất. Điều này cho thấy phân tích EFA trong nghiên cứu này là phù hợp.

4.3.4. Kết quả phân tích hồi quy

Điều kiện để phân tích hồi quy tiếp theo là biến

phụ thuộc và 5 biến độc lập phải có tương quan với nhau. Qua kết quả phân tích từ bảng 5 dưới đây ta thấy các Sig. (2-tailed) đều nhỏ hơn mức ý nghĩa 5%, như vậy, giữa biến phụ thuộc và các biến độc lập có mối tương quan chặt chẽ với nhau. Nói cách khác, với hệ số Sig. (2-tailed) trên, ta có thể đưa 5 biến độc lập này vào mô hình để giải thích cho biến phụ thuộc. Ngoài ra, hệ số tương quan giữa các biến độc lập đều khác 0 nên nhóm sẽ kiểm tra thêm hiện tượng đa cộng tuyến khi phân tích hồi quy tuyến tính bội.

Bảng 5. Kết quả phân tích hệ số tương quan Pearson

Correlations							
		QMDN	NTD	ALPL	SHNN	HQTC	CB
QMDN	Pearson Correlation	1	0,069	0,228**	0,085	0,187*	0,248**
	Sig. (2-tailed)		0,491	0,008	0,275	0,030	0,000
NTD	Pearson Correlation	0,069	1	0,112	0,561**	0,218*	0,453**
	Sig. (2-tailed)	0,491		0,209	0,000	0,014	0,000
ALPL	Pearson Correlation	0,228**	0,112	1	0,303**	0,123	0,373**
	Sig. (2-tailed)	0,008	0,209		0,001	0,168	0,000
HQTC	Pearson Correlation	0,187*	0,218*	0,123	0,225*	1	0,538**
	Sig. (2-tailed)	0,030	0,014	0,168	0,011		0,000
SHNN	Pearson Correlation	0,085	0,561**	0,303**	1	0,225*	0,667**
	Sig. (2-tailed)	0,275	0,000	0,001		0,011	0,000
CB	Pearson Correlation	0,248**	0,453**	0,373**	0,667**	0,538**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

Nhóm tác giả sử dụng mô hình hồi quy bội với 5 nhóm dưới đây để đánh giá ảnh hưởng của các nhóm nhân tố đến mức độ công bố báo cáo TNXH của các doanh nghiệp tại Việt Nam:

$$CB_i = \alpha + \beta_1QMDN_i + \beta_2NTD_i + \beta_3ALPL_i + \beta_4HQTC_i + \beta_5SHNN_i$$

+ CB: Mức độ công bố báo cáo TNXH được đo lường bằng giá trị trung bình của 6 biến quan sát.

+ QMDN: Quy mô doanh nghiệp được đo lường bằng giá trị trung bình của 4 biến quan sát.

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả)

+ NTD: Nhận thức của người tiêu dùng được đo lường bằng giá trị trung bình của 5 biến quan sát.

+ ALPL: Áp lực pháp lý được đo lường bằng giá trị trung bình của 3 biến quan sát.

+ HQTC: Hiệu quả tài chính được đo lường bằng giá trị trung bình của 4 biến quan sát.

+ SHNN: Tỷ lệ sở hữu nước ngoài của doanh nghiệp được đo lường bằng giá trị trung bình của 4 biến quan sát.

Bảng 6. Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính bội

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0,289	0,281		1,049	0,029		
	QMDN	0,369	0,053	0,486	7,002	0,000	0,625	1,634
	NTD	0,294	0,044	0,376	6,760	0,000	0,923	1,143
	ALPL	0,074	0,063	0,076	1,154	0,024	0,679	1,467
	HQTC	0,109	0,042	0,150	2,527	0,211	0,858	1,178
	SHNN	0,081	0,049	0,088	1,534	0,002	0,922	1,092
R ² = 0,688; sig.F = 0,000								

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả)

Dựa vào kết quả hồi quy trên ta thấy hệ số phóng đại phương sai (VIF) của 5 biến đại diện đều nhỏ hơn 10 và độ chấp nhận của biến là khá cao (Tolerance) > 0,0001 nên sự kết hợp tuyến tính của các biến độc lập là không đáng kể hay mô hình không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến, hay giữa các biến độc lập không có mối tương quan với nhau.

Kết quả mô hình hồi quy ở bảng 6 cho thấy hệ số R² bằng 0,688 nghĩa là mô hình hồi quy phù hợp với tập dữ liệu và 68,8% sự thay đổi của biến phụ thuộc có thể được giải thích bởi mô hình sau:

CB = 0,289 + 0,369QMDN + 0,294NTD + 0,074ALPL + 0,109HQTC + 0,081SHNN

4.4. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Biến QMDN ($\beta_1 = 0,369 > 0$), tác động cùng chiều với biến mức độ công bố. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng, khi quy mô doanh nghiệp lớn thì mức độ công bố báo cáo TNXH của doanh nghiệp sẽ tốt hơn. Như vậy, giả thuyết H1 được chấp nhận. Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả phù hợp với kết luận của Xue Fa Tong,¹¹ Dominik và cộng sự,¹² Bayoud và cộng sự,¹³ Ayman Issa,¹⁴ Waris và cộng sự.¹⁵

Biến NTD ($\beta_2 = 0,294 > 0$), tác động cùng chiều với biến mức độ công bố. Kết quả nghiên

cứu chỉ ra rằng, khi nhận thức của người tiêu dùng cao thì mức độ công bố báo cáo TNXH của doanh nghiệp sẽ tốt hơn. Như vậy, giả thuyết H2 được chấp nhận. Kết quả này cũng thể hiện sự đồng thuận với gợi ý từ kết quả nghiên cứu của Yung-Fu Huang và cộng sự.

Biến ALPL ($\beta_3 = 0,074 > 0$), tác động cùng chiều với biến mức độ công bố. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng, khi doanh nghiệp chịu áp lực pháp lý cao thì mức độ công bố báo cáo TNXH cũng sẽ tốt hơn. Như vậy, kết quả nghiên cứu phù hợp với giả thuyết H3 đã nêu. Kết quả này phù hợp với kết luận từ nghiên cứu của Daniela và cộng sự,¹⁸ Waris và Jedrzej,¹⁹ Ibrahim và Ahmed.²⁰

Biến HQTC ($\beta_2 = 0,109 > 0$), tác động cùng chiều với biến mức độ công bố. Tuy nhiên, chú ý giá trị Sig của nhóm nhân tố này là 0,211 > 5% nên nhân tố này không thực sự ảnh hưởng đến mức độ công bố báo cáo TNXH của doanh nghiệp. Như vậy, giả thuyết H4 bị bác bỏ. Kết quả này cũng trái ngược với kết luận của tác giả Grigoris²⁷ đã nêu.

Biến SHNN ($\beta_2 = 0,081 > 0$), tác động cùng chiều với biến mức độ công bố. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng, khi tỷ lệ sở hữu nước ngoài của doanh nghiệp cao thì mức độ công bố

báo cáo TNXH của doanh nghiệp sẽ tốt hơn. Như vậy, kết quả nghiên cứu phù hợp với giả thuyết H5 mà nhóm tác giả đã đặt ra ban đầu, và cũng phù hợp với quan điểm của Lưu Thị Thái Tâm và Ngô Mỹ Trân,²¹ Nguyễn Nhật Thiên Thảo.²²

5. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH

5.1. Kết luận

Từ kết quả nghiên cứu cho thấy, trong 5 nhân tố đưa ra có 4 nhân tố tác động đến mức độ công bố báo cáo TNXH của doanh nghiệp, cụ thể: Quy mô doanh nghiệp (QMDN), Nhận thức của người tiêu dùng (NTD), Tỷ lệ sở hữu nước ngoài của doanh nghiệp (SHNN), Áp lực pháp lý (ALPL). Nhân tố không thực sự ảnh hưởng đến mức độ công bố báo cáo TNXH của doanh nghiệp là Hiệu quả tài chính (HQTC).

5.2. Hàm ý chính sách

Công bố báo cáo TNXH là một trong những mục tiêu quan trọng mà doanh nghiệp cần phải xây dựng ngay từ khi thành lập công ty và cũng là định hướng phát triển bền vững của nền kinh tế Việt Nam trong tương lai, phù hợp với tiến trình hội tụ chuẩn mực kế toán và hội nhập với nền kinh tế quốc tế. Từ mô hình hồi quy đạt được từ kết quả nghiên cứu, ta thấy rằng Nhà nước cần chú trọng nâng cao hành lang pháp lý, cũng như nhận thức của người tiêu dùng nhằm tạo áp lực công bố cho các doanh nghiệp. Để báo cáo TNXH trở nên rộng rãi được nhiều người biết đến, Nhà nước cần có các chính sách khuyến khích, tạo điều kiện hỗ trợ các doanh nghiệp thực hiện báo cáo TNXH. Chẳng hạn như đối với những doanh nghiệp công bố báo cáo TNXH tốt, Nhà nước nên có các chương trình ưu tiên hay các hình thức khen thưởng đối với doanh nghiệp đó, thậm chí là giảm thuế hay tăng cường truyền thông rộng rãi đến người dân ưu tiên sử dụng các sản phẩm của những doanh nghiệp này. Đồng thời xây dựng các Bộ Luật liên quan đến việc thực hiện TNXH và trình bày báo cáo TNXH một cách chi tiết và cụ thể để các doanh nghiệp phải tuân theo và dần dần sẽ nâng cao ý thức thực hiện. Bên cạnh đó cần xử phạt thật nghiêm đối với các doanh nghiệp không tuân thủ các

nguyên tắc về bảo vệ môi trường hay có những hành vi bóc lột sức lao động của nhân viên để răn đe và làm gương cho các doanh nghiệp khác không vi phạm.

Ngoài ra, yếu tố Nhận thức của người tiêu dùng cũng có ảnh hưởng rất lớn đến việc các doanh nghiệp công bố báo cáo TNXH. Vậy nên Nhà nước cần có các chiến dịch truyền thông giúp người tiêu dùng trở thành những “người tiêu dùng thông thái”, không chỉ là quan tâm đến giá cả và chất lượng mà còn quan tâm đến những chính sách khác của doanh nghiệp. Khi người tiêu dùng quan tâm đến những thông tin phi tài chính của doanh nghiệp như các chương trình xanh, các hoạt động thiện nguyện vì cộng đồng, sản xuất các sản phẩm thân thiện với môi trường hay những chính sách tạo cơ hội việc làm cho người dân, từ đó khuyến khích doanh nghiệp nâng cao mức độ công bố báo cáo TNXH để trình bày những đóng góp của doanh nghiệp cũng như phục vụ cho nhu cầu thông tin của người tiêu dùng. Báo cáo TNXH sẽ giúp doanh nghiệp cải thiện lòng tin của người tiêu dùng cũng như nâng cao tính hữu hiệu và hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp. Để đạt được điều đó, Nhà nước cần có các hình thức tuyên truyền cho người dân nâng cao hiểu biết về hoạt động TNXH và thông tin trên báo cáo TNXH, từ đó gây sức ép gián tiếp lên các doanh nghiệp phải công bố thông tin này.

5.3. Hạn chế của đề tài

Mặc dù kết quả nghiên cứu đóng góp đã tích cực trong việc xác định các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ công bố báo cáo TNXH của các doanh nghiệp tại Việt Nam, tuy nhiên đề tài cũng có những hạn chế khó tránh khỏi sau:

- Nghiên cứu chỉ thực hiện trên phạm vi là 127 doanh nghiệp niêm yết trên Sở giao dịch chứng khoán Tp. Hồ Chí Minh (HOSE) nên sự bao quát và tính đại diện chưa cao.

- Nghiên cứu chỉ đánh giá mức độ công bố thông tin ở 6 chỉ tiêu chính (toàn diện; khách quan; trung thực, đáng tin cậy; kịp thời; rõ ràng, dễ hiểu và có thể so sánh được). Mặt khác, theo

ý kiến của các chuyên gia khi phỏng vấn chuyên sâu, vẫn còn một số nhân tố có thể đưa vào để nghiên cứu ngoài 5 nhân tố mà trong nghiên cứu đã nêu như đòn bẩy tài chính, tỷ lệ giới trong hội đồng quản trị, ngành nghề kinh doanh... Vì vậy đề tài nghiên cứu có kết luận chính xác và toàn diện hơn thì cần thực hiện việc nghiên cứu trên cỡ mẫu lớn hơn và đưa thêm một số nhân tố mới. Đây sẽ là hướng nghiên cứu mới trong tương lai.

Lời cảm ơn: Nghiên cứu này được thực hiện trong khuôn khổ đề tài nghiên cứu khoa học của sinh viên của Trường Đại học Quy Nhơn với mã số S2020.694.58.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- GRI Index 2019, <http://documents1.worldbank.org/curated/en/345091569568201066/pdf/Global-Reporting-Initiative-GRI-Index2019.pdf>, truy cập ngày 20/01/2021.
- Freeman, R. *Strategic management: A stakeholder approach*, MA: Pitman, Boston, 1984.
- Lưu Thị Thái Tâm, Ngô Mỹ Trân. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự minh bạch trách nhiệm xã hội của các công ty niêm yết Việt Nam, *Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh*, **2020**, 15(8), 85-101.
- Deegan, C., & Samkin, G. *New Zealand financial accounting*, Sydney, Australia: McGraw-Hill, 2009.
- Michel Capron, Francoise Quairel-Lanoizelée. *Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp*, Nhà xuất bản Tri thức, Hà Nội, Việt Nam, 2009.
- Max Weber. *Gesammelte aufsätze zur Religionssoziologie*, Morr, 1922.
- John Dowling, Jeffrey Pfeffer. Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behavior, *Research Article*, **1975**, 18(1), 122-136.
- Craig Deegan, Michaela Rankin, John Tobin. An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997: A test of legitimacy theory, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, **2002**, 15(3), 312-343.
- Huỳnh Đức Lộng. Cơ sở lý thuyết về các nhân tố ảnh hưởng đến việc thực hiện báo cáo trách nhiệm xã hội, *Tạp chí Công Thương*, **2020**, 19(8), <http://tapchicongthuong.vn/bai-viet/co-so-ly-thuyet-ve-cac-nhan-to-anh-huong-den-viec-thuc-hien-bao-cao-trach-nhiem-xa-hoi-74688.htm?fbclid=IwAR3Ka9jiKhDoJPvJuC7g5i0qG1iisnOg1xFaX9N7659VdDg6-9Rr9UOEKc>, truy cập ngày 15/12/2020.
- Dissanayake, D., Tilt, C. and Qian, W. Factors influencing sustainability reporting by Sri Lankan companies, *Pacific Accounting Review*, **2019**, 31(1), 67-92.
- Xue Fa Tong. A comparative review on company specific determinants for sustainability reporting in United Kingdom (UK) and Malaysia, *SHS Web of Conferences*, **2017**, 36(00012), 1-21.
- Dominik Dienes, Remmer Sassen and Jasmin Fischer. What are the drivers of sustainability reporting? A systematic review, *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, **2016**, 7(2), 154-189.
- Bayoud, N. S., Kavanagh, M., & Slaughter, G.. Factors influencing levels of corporate social responsibility disclosure Libyan firms: A mixed study. *International Journal of Economics and Finance*, **2012**, 4(4), 13-29.
- Ayman Issa. The factors influencing corporate social responsibility disclosure in the Kingdom of Saudi Arabia, *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, **2017**, 11(10), 1-19.
- Waris, A.; Frynas, J. G., & Mahmood, Z. (2017). Determinants of corporate social responsibility (CSR) disclosure in developed and developing countries: A literature review, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, **2017**, 24(4), 273-294.
- Obiamaka Adaeze Nwobu Francis Iyoha, Akintola Owolabi. Managerial perceptions of corporate sustainability reporting determinants in Nigeria, *Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR)*, **2018**, 12(2), 72-82.
- Jieqi Guan, Carlos Noronha. *Corporate Social Reporting in China Evolution, Drivers and Prospects*, 1st ed, Routledge, 2018.

18. Coluccia, D., Fontana, S., & Solimene, S. Does institutional context affect CSR disclosure? A study on Eurostoxx 50, *Sustainability*, **2018**, 10(8), 2823, <https://doi.org/10.3390/su10082823>, truy cập ngày 15/12/2020.
19. Waris, A., & Frynas, J. G. The role of normative CRS-promoting institutions in stimulating CSR disclosures in developing countries, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, **2018**, 25(4), 373-390.
20. Alshbili, I., & Elamer, A. A. The influence of institutional context on corporate social responsibility disclosure: a case of a developing country, *Journal of Sustainable Finance & Investment*, **2020**, 10(3), 269-293.
21. Lưu Thị Thái Tâm, Ngô Mỹ Trân. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự minh bạch trách nhiệm xã hội của các công ty niêm yết Việt Nam, *Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh*, **2020**, 15(8), 85-101.
22. Nguyễn Nhật Thiên Thảo. *Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ công bố thông tin trách nhiệm xã hội trên báo cáo thường niên của các doanh nghiệp niêm yết trên Sở Giao dịch chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh*, luận văn Thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, 2018.
23. Nguyễn Thị Kim Dung. *Ảnh hưởng của nhân tố quản trị công ty đến mức độ công bố thông tin trách nhiệm xã hội – bằng chứng thực nghiệm tại các công ty niêm yết trên Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh (HOSE)*, luận văn Thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, 2018.
24. Giannarakis, G. Corporate governance and financial characteristic effects on the extent of corporate social responsibility disclosure, *Social Responsibility Journal*, **2014**, 10(4), 569-590.
25. Hồ Thị Vân Anh. *Trách nhiệm xã hội và hiệu quả tài chính: bằng chứng từ các công ty niêm yết Việt Nam*, luận văn Thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, 2018.
26. Châu Thị Lệ Duyên, Nguyễn Minh Cảnh. Phân tích những nhân tố thúc đẩy việc thực hiện trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Thành phố Cần Thơ, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, **2013**, 25, 9-16.
27. Nguyễn Văn Linh, Đặng Ngọc Hùng. Ảnh hưởng hiệu quả kinh doanh tới mức độ công bố thông tin phát triển bền vững của các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam, *Tạp chí Khoa học và Công nghệ*, **2019**, 52, 122-128.
28. Phạm Đức Hiếu. Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng tới thực hiện và báo cáo trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp Việt Nam, *Tạp chí phát triển kinh tế*, **2011**, 246, 10-16.
29. Nguyễn Thị Kim Ánh và Nguyễn Thị Minh Hòa. Ảnh hưởng của cảm nhận trách nhiệm xã hội đến niềm tin thương hiệu - trường hợp dịch vụ vận tải khách thương hiệu Phúc Thuận Thảo, *Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển*, **2018**, 127(5A), 53-71.
30. Huang, Y-F, Do, M-H, Kumar, V. Consumers' perception on corporate social responsibility: Evidence from Vietnam, *Corporate Social Responsibility Environment Managemet*, **2019**, 26(6), 1272-1284.