

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỞ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

**BÁO CÁO TỔNG KẾT**

**ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU KHOA HỌC SINH VIÊN**

**THỰC TRẠNG CÔNG BỐ THÔNG TIN TRÁCH  
NHIỆM XÃ HỘI TẠI VIỆT NAM: TRƯỜNG HỢP  
CÁC DOANH NGHIỆP NIÊM YẾT**

**462**

**TP. HỒ CHÍ MINH, 03/2023**

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỞ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

## **BÁO CÁO TỔNG KẾT**

**ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU KHOA HỌC SINH VIÊN**

### **THỰC TRẠNG CÔNG BỐ THÔNG TIN TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI TẠI VIỆT NAM: TRƯỜNG HỢP CÁC DOANH NGHIỆP NIÊM YẾT**

**462**

**Chủ nhiệm đề tài: Trần Hữu Đức**

**Khoa: Tài chính – Ngân hàng**

**Các thành viên: Tạ Văn Sáng, Lê Thị Hồng Minh, Nguyễn Tấn Quang**

**Người hướng dẫn: Phan Thị Minh Huệ**

**TP. HỒ CHÍ MINH, 03/2023**

## THÔNG TIN KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU CỦA ĐỀ TÀI

### 1. Thông tin chung:

- Tên đề tài: Thực trạng công bố thông tin trách nhiệm xã hội tại Việt Nam: Trường hợp các doanh nghiệp niêm yết
- Mã số đề tài: 462
- Sinh viên chủ nhiệm đề tài: Trần Hữu Đức
- Khoa: Tài chính – Ngân hàng Mã số sinh viên: 1954032059
- Giảng viên hướng dẫn: Phan Thị Minh Huệ

### 2. Mục tiêu đề tài:

- Hệ thống lý thuyết và những nghiên cứu trước đây về CSR
- Xây dựng thang đo CSR tại Việt Nam
- Đo lường mức độ công bố thông tin TNXH của các DN niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam trong 2 năm 2020 và 2021
- Tình hình thực hiện CSR các DN Việt Nam
- Có được những kết luận và kiến nghị để cải thiện việc công bố thông tin TNXH nhằm nâng cao HQTC của các DN niêm yết trên TTCK Việt Nam.

### 3. Tính mới và sáng tạo:

- Áp dụng phương pháp phân tích nội dung (content analysis) để xây dựng thang đo công bố CSR của DN
- Không chỉ chấm điểm theo sự hiện diện của các tiêu chí (chấm 0 hoặc 1) mà có tính đến mức độ cụ thể, chi tiết về nội dung và số liệu của báo cáo bền vững
- Xây dựng thang đo CSR tại VN.

### 4. Kết quả nghiên cứu:

Ngành “Hàng cá nhân & Gia dụng” và “Dầu khí” ở mức cao nhất so với các ngành khác và ngành “Bất động sản”, “Hàng & Dịch vụ Công Nghiệp” luôn ở các nhóm thấp nhất trong việc CBTT về BCPTBV.

**5. Đóng góp về mặt kinh tế - xã hội, giáo dục và đào tạo, an ninh, quốc phòng và khả năng áp dụng của đề tài:**

- Xây dựng được thang đo CSR của DN niêm yết thông qua báo cáo thường niên.
- Ứng dụng được phương pháp phân tích nội dung để đánh giá báo cáo bền vững
- Đánh giá được tình hình thực hiện CSR của DN VN.

**6. Công bố khoa học của sinh viên từ kết quả nghiên cứu của đề tài** (*ghi rõ tên tạp chí nếu có*) hoặc nhận xét, đánh giá của cơ sở đã áp dụng các kết quả nghiên cứu (*nếu có*):

## MỤC LỤC

MỤC LỤC .....	iv
DANH MỤC BẢNG BIỂU .....	1
DANH MỤC NHỮNG TỪ VIẾT TẮT .....	2
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ NGHIÊN CỨU.....	3
1.1. Lý do chọn đề tài.....	3
1.2. Mục tiêu nghiên cứu.....	5
1.3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	5
1.3.1. Đối tượng nghiên cứu .....	5
1.3.2. Phạm vi nghiên cứu .....	6
1.4. Phương pháp nghiên cứu.....	6
1.5. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn.....	6
CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY - CSR) VÀ HIỆU QUẢ TÀI CHÍNH DOANH NGHIỆP .....	7
2.1. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp .....	7
2.1.1. Lý luận về CSR.....	7
2.1.2. Nội dung CSR.....	8
2.1.3. Vai trò của CSR .....	8
2.1.4. Đo lường CSR.....	10
2.2. Báo cáo trách nhiệm xã hội.....	10
2.2.1. Giới thiệu tổng quát .....	10
2.2.2. Bộ tiêu chuẩn GRI .....	11
2.2.3. Bộ tiêu chuẩn SDG .....	14
2.2.4. Bộ tiêu chuẩn ESG.....	15
2.3. Tổng quan lý thuyết về CSR .....	16
2.3.1. Lý thuyết các bên liên quan (Stakeholder Theory).....	16
2.3.2. Lý thuyết tín hiệu (Signal Theory) .....	17
2.4. Các nghiên cứu trước về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp .....	17

2.4.1. Anh, N. Q., & Sang, T. M. (2022). Trách nhiệm xã hội và khả năng sinh lợi của các ngân hàng thương mại: Bằng chứng thực nghiệm tại Việt Nam. Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á, 32(12), 46-61 .....	17
2.4.2. Phan Thị Thu Hiền. 2019. Ảnh hưởng trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đến hiệu quả tài chính trong các doanh nghiệp dệt may tại Việt Nam. Đại học Kinh tế Quốc Dân.....	18
2.4.3. Hiền, P. T., & Hà, N. N. (2021). Các yếu tố tác động đến khả năng sinh lời của các doanh nghiệp ngành dệt may trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Tạp chí khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh – Kinh tế và quản trị kinh doanh, 16(3), 180-195 .....	19
CHƯƠNG 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU .....	20
3.1. Dữ liệu nghiên cứu.....	20
3.2. Phương pháp xử lý dữ liệu .....	27
3.3. Thang đo trách nhiệm xã hội.....	30
CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP.....	32
4.1. Đặc điểm thị trường chứng khoán Việt Nam.....	32
4.2. Thực trạng về quy định công bố trách nhiệm xã hội của Việt Nam .....	33
4.3. Thực trạng công bố trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp thuộc nhóm chỉ số VN100 .....	37
4.4. Thống kê mô tả dữ liệu .....	38
4.4.1. Thống kê kết quả công bố thông tin trách nhiệm xã hội mẫu .....	38
CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ .....	51
5.1. Kết luận .....	51
5.2. Kiến nghị.....	51
5.2.1. Đối với các công ty niêm yết.....	51
5.2.2. Đối với cơ quan nhà nước.....	52
5.2.3. Đối với nhà đầu tư .....	52
TÀI LIỆU THAM KHẢO .....	54

## **DANH MỤC BẢNG BIỂU, ĐỒ THỊ**

Bảng 2. 1. Bộ tiêu chuẩn GRI Standards .....	13
Bảng 2. 2. Bộ tiêu chuẩn SDG .....	14
Bảng 3. 1. Danh sách các doanh nghiệp có trong mẫu khảo sát .....	27
Bảng 3. 2. Các mục được quy định trong báo cáo thường niên của Việt Nam .....	30
Bảng 4. 1. Tình hình công bố thông tin trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp thuộc rổ VN100 .....	38
Bảng 4. 2. Kết quả CBTT TNXH của VN100 năm 2020,2021 .....	39
Bảng 4. 3. Kết quả tổng điểm CBTT TNXH của VN100 năm 2020, 2021 .....	39
Bảng 4. 4. Kết quả CSRDI CBTT TNXH của VN100 năm 2020, 2021 .....	40
Bảng 4. 5. Kết quả quan sát của VN100 năm 2020, 2021 .....	44
Bảng 4. 6. Kết quả thực hiện CBTT TNXH theo các tiêu chí của VN100 năm 2020, 2021 .....	44
Biểu đồ 4. 1. Kết quả tổng điểm CBTT TNXH của VN100 năm 2020 .....	40
Biểu đồ 4. 2. Kết quả tổng điểm CBTT TNXH của VN100 năm 2020 .....	41
Biểu đồ 4. 3. Giá trị trung bình EN, EM, SO năm 2020,2021 .....	42
Biểu đồ 4. 4. Kết quả thực hiện các tiêu chí của VN100 trong năm 2020, 2021 .....	43
Biểu đồ 4. 5. Kết quả thực hiện EM của VN100 trong 2020 .....	44
Biểu đồ 4. 6. Kết quả thực hiện EM của VN100 trong 2021 .....	45
Biểu đồ 4. 7. Kết quả thực hiện từng tiêu chí của VN100 năm 2020 .....	45
Biểu đồ 4. 8. Kết quả thực hiện từng tiêu chí của VN100 năm 2021 .....	46
Biểu đồ 4. 9. Kết quả thực hiện EN của VN100 trong năm 2020 .....	47
Biểu đồ 4. 10. Kết quả thực hiện EN của VN100 trong năm 2021 .....	47
Biểu đồ 4. 11. Tình hình công bố BCPTBV của VN100 trong năm 2020, 2021 .....	48
Biểu đồ 4. 12. Kết quả CSRDI trung bình theo ngành năm 2020 .....	49
Biểu đồ 4. 13. Kết quả CSRDI trung bình theo ngành năm 2021 .....	49
Biểu đồ 4. 14. Kết quả thực hiện các chỉ tiêu theo ngành của VN100 năm 2020 .....	50
Biểu đồ 4. 15. Kết quả thực hiện các chỉ tiêu theo ngành của VN100 năm 2021 .....	50

**DANH MỤC NHỮNG TỪ VIẾT TẮT**

<b>DN</b>	: Doanh nghiệp
<b>CBTT</b>	: Công bố thông tin
<b>BCPTBV</b>	: Báo cáo phát triển bền vững
<b>TNXH</b>	: Trách nhiệm xã hội
<b>HQTC</b>	: Hiệu quả tài chính
<b>NC</b>	: Nghiên cứu



## CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ NGHIÊN CỨU

### 1.1. Lý do chọn đề tài

CSR là một xu hướng phát triển trên toàn thế giới và được các quốc gia ngày càng quan tâm. CSR không còn chỉ là nghĩa vụ đạo đức mà là công cụ để tạo lợi thế cạnh tranh và phát triển bền vững cho các doanh nghiệp.

Công bố CSR có thể khác nhau giữa các quốc gia phát triển và đang phát triển. ***Sự khác biệt thứ nhất là về tiêu chuẩn và quy định***, những nước phát triển có thể có tiêu chuẩn và quy định nghiêm ngặt hơn về CSR so với những nước đang phát triển. Do đó, các DN ở những nước này có thể phải tuân thủ những quy định và tiêu chuẩn nghiêm ngặt hơn để đáp ứng yêu cầu của pháp luật và quy định địa phương. ***Sự khác biệt thứ hai là về nguồn lực và quy mô***, những DN ở những nước phát triển thường có nguồn lực và quy mô lớn hơn so với những DN ở những nước đang phát triển. Điều này có thể cho phép các DN này thực hiện các hoạt động CSR lớn hơn và có ảnh hưởng đến cộng đồng, môi trường lớn hơn. ***Sự khác biệt thứ ba là về nhu cầu của cộng đồng và môi trường***, những cộng đồng và môi trường ở những nước đang phát triển có thể đòi hỏi những giải pháp CSR khác biệt so với những nước phát triển. Ví dụ, các DN ở những nước đang phát triển có thể cần phải đóng góp vào việc xây dựng hạ tầng cơ bản như đường, cầu, trường học, bệnh viện để đáp ứng nhu cầu của cộng đồng, trong khi đó những DN ở những nước phát triển có thể tập trung vào việc giảm thiểu khí thải và quản lý rác thải để giảm ảnh hưởng đến môi trường. ***Sự khác biệt thứ tư là về truyền thông và khách hàng***, những DN ở những nước phát triển có thể đặt nặng hơn vào việc quảng bá và truyền thông về các hoạt động CSR của mình để tạo sự tin tưởng và tăng cường hình ảnh thương hiệu của họ. Trong khi đó, những DN ở những nước đang phát triển có thể không đặt quá nhiều sự chú ý vào việc quảng bá các hoạt động CSR của mình mà tập trung vào giá trị các sản phẩm của DN. ***Sự khác biệt thứ năm là về trách nhiệm xã hội của DN***, ở các quốc gia phát triển, sự chấp nhận của các DN về trách nhiệm xã hội và môi trường được coi là một phần quan trọng của hoạt động kinh doanh. Còn các quốc gia đang phát triển, trách nhiệm xã hội và môi trường thường chưa được coi là một phần tự nhiên của hoạt động kinh doanh, vì vậy việc thực hiện CSR vẫn còn khó khăn hơn.

Thực hiện CBTT CSR có thể tác động đến hiệu quả tài chính của DN. ***Thứ nhất, tăng trưởng doanh thu***, CBTT về CSR có thể giúp tăng cường uy tín và tạo niềm tin của khách hàng và cộng đồng đối với DN. Điều này có thể dẫn đến tăng trưởng doanh thu khi khách hàng có xu hướng mua sản phẩm hoặc dịch vụ từ các DN có tầm nhìn xã hội và môi trường rõ ràng. ***Thứ hai, giảm rủi ro và chi phí***, các hoạt động CSR như quản lý môi trường và an toàn lao động có thể giúp giảm rủi ro và chi phí. Ví dụ, nếu DN có chính sách quản lý rác thải và xử lý nước thải hiệu quả, họ có thể tránh được các khoản phạt liên quan đến vi phạm môi trường. ***Thứ ba, tăng khả năng thu hút nhân tài***, CBTT về CSR có thể giúp thu hút và giữ chân nhân tài bởi vì nhân viên hiện đại thường quan tâm đến những giá trị và mục tiêu xã hội của DN. ***Thứ tư, tăng giá trị cổ phiếu***, những DN có hoạt động CSR tích cực có thể thu hút sự quan tâm của nhà đầu tư và tăng giá trị cổ phiếu của họ. Điều này đặc biệt đúng trong trường hợp các nhà đầu tư có quan tâm đến các vấn đề môi trường và xã hội. Tuy nhiên, việc thực hiện CBTT CSR không phải là giải pháp tức thời để tăng hiệu quả tài chính. Thành công của việc thực hiện CSR cần phải được đánh giá dựa trên những thành tựu xã hội và môi trường cụ thể, cũng như sự ủng hộ và đánh giá từ khách hàng, nhân viên, cổ đông và cộng đồng.

Mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội (CSR) và hiệu quả tài chính (CFP) của doanh nghiệp là vấn đề được nhiều nhà nghiên cứu quan tâm. Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu về mối quan hệ vẫn chưa được thống nhất. Trách nhiệm xã hội và hiệu quả tài chính của các doanh nghiệp có mối quan hệ mật thiết với nhau. Khi các doanh nghiệp đảm nhận trách nhiệm xã hội và hành động vì lợi ích chung của cộng đồng, họ sẽ tạo được lòng tin từ khách hàng và đối tác, từ đó làm tăng hiệu quả kinh doanh và thu nhập tài chính. Việc thực hiện trách nhiệm xã hội cũng giúp các doanh nghiệp nâng cao uy tín và danh tiếng của mình trong ngành, hỗ trợ họ trong việc tuyển dụng nhân tài và duy trì các mối quan hệ kinh doanh lâu dài. Điều này có thể giúp các doanh nghiệp giảm chi phí và tăng doanh số bằng cách tận dụng các cơ hội kinh doanh mới. Ngoài ra, việc đảm nhận trách nhiệm xã hội cũng giúp các doanh nghiệp tài chính giảm thiểu rủi ro và tăng tính bền vững trong hoạt động kinh doanh. Khi các doanh nghiệp đầu tư vào các hoạt động xã hội, họ có thể giảm thiểu những tác động tiêu cực đến môi trường và xã hội, từ đó giảm thiểu rủi ro và tăng tính bền vững

trong kinh doanh. Tóm lại, việc đảm nhận trách nhiệm xã hội không chỉ là một nghĩa vụ đạo đức của các doanh nghiệp tài chính, mà còn là một cách để tăng hiệu quả tài chính và giảm thiểu rủi ro trong hoạt động kinh doanh của họ.

Việt Nam là một trong những nước đang phát triển mạnh ở khu vực Đông Nam Á. Đang trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa cũng như là hội nhập quốc tế nên Nhà nước và các doanh nghiệp cần phải quan tâm đến mục tiêu phát triển bền vững đặc biệt là trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Liệu các DN niêm yết Việt Nam có đang quan tâm và thực hiện công bố thông tin TNXH tốt và nếu DN thực hiện công bố thông tin TNXH tốt thì tác động như nào đến hiệu quả tài chính của DN? Để tìm hiểu về câu trả lời cho câu hỏi trên thì nhóm nghiên cứu đã chọn đề tài ***“Thực trạng công bố thông tin trách nhiệm xã hội tại Việt Nam: Trường hợp các doanh nghiệp niêm yết”*** làm đối tượng nghiên cứu chính.

## **1.2. Mục tiêu nghiên cứu**

- Hệ thống lý thuyết và những nghiên cứu trước đây về CSR
- Xây dựng thang đo CSR tại Việt Nam
- Đo lường mức độ công bố thông tin TNXH của các DN niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam trong 2 năm 2020 và 2021
- Tình hình thực hiện CSR các DN Việt Nam
- Có được những kết luận và kiến nghị để cải thiện việc công bố thông tin TNXH nhằm nâng cao HQTC của các DN niêm yết trên TTCK Việt Nam.

## **1.3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

### ***1.3.1. Đối tượng nghiên cứu***

Mức độ công bố thông tin trách nhiệm xã hội của DN thông qua báo cáo thường niên của 100 niêm yết trên sàn HOSE.

### **1.3.2. Phạm vi nghiên cứu**

Mức độ công bố thông tin TNXH, hiệu quả tài chính DN và ảnh hưởng của mức độ công bố thông tin đến HQTC của các DN niêm yết trên TTCK Việt Nam trong 2 năm 2020, 2021.

## **1.4. Phương pháp nghiên cứu**

Nghiên cứu được thực hiện theo phương pháp tổng hợp tài liệu, số liệu từ BCTN, BCPTBV của các DN thuộc VN100 trong năm 2020, 2021 và kết hợp định tính với định lượng. Từ đó, tiến hành chấm điểm và dùng đồ thị, bảng biểu để minh họa. Qua đó, đánh giá để đưa ra nhận xét và kiến nghị.

## **1.5. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn**

- **Ý nghĩa khoa học:** Nghiên cứu này có thể giúp hiểu thêm về vai trò của trách nhiệm xã hội trong hoạt động kinh doanh và tài chính của các DN, đặc biệt là trong bối cảnh kinh tế toàn cầu đang dần chuyển sang mô hình phát triển bền vững.

- **Ý nghĩa thực tiễn:** Nghiên cứu này có thể giúp các doanh nghiệp nhận ra rằng trách nhiệm xã hội không chỉ là nghĩa vụ đạo đức mà còn là một yếu tố quan trọng đóng góp vào sự phát triển bền vững của DN. Nghiên cứu có thể cung cấp cho các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam các thông tin cần thiết để đánh giá và quản lý rủi ro liên quan đến trách nhiệm xã hội, từ đó đảm bảo sự bền vững và tăng giá trị cổ phiếu của DN trên thị trường.

## **CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY - CSR) VÀ HIỆU QUẢ TÀI CHÍNH DOANH NGHIỆP**

### **2.1. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp**

#### **2.1.1. Lý luận về CSR**

CSR là viết tắt của Corporate Social Responsibility, tức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Thuật ngữ CSR chính thức lần đầu tiên xuất hiện trong cuốn sách "Social Responsibilities of the Businessmen" của Howard Rothmann Bowen (1953) Lúc này CSR được hiểu là kêu gọi lòng từ thiện bồi hoàn cho những thiệt hại mà doanh nghiệp đã gây ra đối với môi trường và xã hội. Tại thời điểm này, CSR chủ yếu là lời nói hơn là hành động.

Cùng với sự phát triển của xã hội ngày nay nhận thức về CSR dần chuyển sang là làm các hoạt động từ thiện, vì xã hội và các tổ chức thế giới như Ủy ban Phát triển bền vững đã đưa ra các khế ước xã hội nhằm hướng doanh nghiệp vận hành theo hướng phục vụ nhu cầu của xã hội, thỏa mãn xã hội. Đồng thời, các chính sách khuyến khích các doanh nghiệp thực hiện CSR như tổ chức phi lợi nhuận Doanh nghiệp và trách nhiệm xã hội đã thành lập để giúp các công ty hành xử có trách nhiệm hơn.

Theo lý luận về CSR, doanh nghiệp không chỉ có trách nhiệm đối với cổ đông và chủ sở hữu, mà còn phải đảm bảo trách nhiệm đối với những ảnh hưởng của hoạt động kinh doanh đến cộng đồng và môi trường. Việc thực hiện CSR không chỉ là một nghĩa vụ pháp lý của doanh nghiệp, mà còn là một trách nhiệm đạo đức và một cách để tạo ra giá trị cho cộng đồng và chính doanh nghiệp.

Các hoạt động CSR của doanh nghiệp có thể bao gồm đóng góp vào các hoạt động xã hội, bảo vệ môi trường, đảm bảo quyền lợi của người lao động, đóng góp vào phát triển kinh tế và xã hội, tạo ra sản phẩm và dịch vụ có lợi cho cộng đồng, và xây dựng mối quan hệ tốt đẹp với khách hàng, nhà cung cấp và cộng đồng.

Tuy nhiên, việc thực hiện CSR cũng đòi hỏi các doanh nghiệp phải đưa ra chiến lược và kế hoạch cụ thể để thực hiện các hoạt động này, đồng thời phải đảm bảo tính minh bạch và hiệu quả của các hoạt động CSR. Việc thực hiện CSR không chỉ mang lại lợi ích cho cộng đồng và môi trường, mà còn tạo ra lợi ích dài hạn cho doanh nghiệp và giúp doanh nghiệp phát triển bền vững.

### **2.1.2. Nội dung CSR**

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp bao gồm những nội dung như:

**Bảo vệ môi trường:** Doanh nghiệp nên xem xét các tác động của hoạt động kinh doanh đến môi trường và áp dụng các biện pháp nhằm giảm thiểu tác động này, như sử dụng nguồn năng lượng tái tạo, tối ưu hóa sử dụng tài nguyên, giảm thiểu lượng chất thải phát sinh.

**Chăm sóc nhân viên:** Doanh nghiệp nên tạo điều kiện tốt nhất cho nhân viên về mặt vật chất, tinh thần và tạo ra môi trường làm việc tích cực. Ngoài ra, cũng cần chú ý đến việc đảm bảo các quyền lợi của nhân viên, bao gồm tiền lương, bảo hiểm và các chế độ phúc lợi khác.

**Phát triển cộng đồng:** Doanh nghiệp nên tham gia vào các hoạt động cộng đồng như xây dựng nhà ở cho người nghèo, hỗ trợ giáo dục, chăm sóc sức khỏe, đóng góp cho các quỹ từ thiện và các hoạt động khác để cải thiện chất lượng cuộc sống của cộng đồng.

**Đảm bảo quyền lợi của khách hàng:** Doanh nghiệp nên cam kết với khách hàng về chất lượng sản phẩm, dịch vụ và giá cả. Ngoài ra, cần đảm bảo tính minh bạch trong thông tin sản phẩm, đảm bảo quyền lợi của khách hàng khi có sự cố xảy ra.

Những hoạt động này sẽ giúp doanh nghiệp tạo ra giá trị cho xã hội và nâng cao uy tín của mình trong mắt khách hàng, nhà đầu tư và cộng đồng.

### **2.1.3. Vai trò của CSR**

Vai trò của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là tạo ra một môi trường kinh doanh bền vững, đóng góp tích cực vào sự phát triển của cộng đồng và xã hội. Đây không chỉ là

trách nhiệm đạo đức của doanh nghiệp mà còn là một nhu cầu ngày càng tăng trong xã hội hiện đại.

Các vai trò chính của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp bao gồm:

**Tạo ra giá trị cho xã hội:** Doanh nghiệp có trách nhiệm tạo ra giá trị cho xã hội bằng cách thực hiện các hoạt động có lợi cho môi trường, nhân viên, khách hàng và cộng đồng.

**Tăng cường uy tín và danh tiếng:** Trách nhiệm xã hội giúp doanh nghiệp nâng cao uy tín và danh tiếng của mình trong mắt khách hàng, nhà đầu tư và cộng đồng.

**Cải thiện quan hệ với các bên liên quan:** Việc thực hiện trách nhiệm xã hội giúp doanh nghiệp tăng cường quan hệ với các bên liên quan như khách hàng, nhà cung cấp, cộng đồng và chính phủ.

**Tạo ra sự khác biệt cạnh tranh:** Doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm xã hội có thể tạo ra sự khác biệt cạnh tranh trong thị trường và thu hút khách hàng và nhân viên tốt hơn.

**Đáp ứng kỳ vọng của xã hội:** Xã hội ngày càng đặt nhiều kỳ vọng và yêu cầu các doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm xã hội. Việc thực hiện trách nhiệm xã hội sẽ giúp doanh nghiệp đáp ứng kỳ vọng này và giữ vững lòng tin của khách hàng và nhà đầu tư.

Tóm lại, vai trò của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp không chỉ là một nhu cầu đạo đức mà còn là một cách để tạo ra giá trị cho xã hội, nâng cao uy tín và danh tiếng, tăng cường quan hệ với các bên liên quan, tạo ra sự khác biệt cạnh tranh và đáp ứng kỳ vọng của xã hội. Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp góp phần nâng cao chất lượng, giá trị thương hiệu và uy tín của doanh nghiệp. Thực hiện CSR làm tăng giá trị có thể giúp doanh nghiệp tăng giá trị thương hiệu và uy tín đáng kể và khi giá trị thương hiệu cao thì các thương vụ mua, bán, nhượng quyền thương hiệu sẽ mang lại lợi ích bằng tiền cho doanh nghiệp. Hơn nữa, nếu thương hiệu không được bảo thì thương hiệu tốt vẫn giúp doanh nghiệp cải thiện giá trị thị trường và có thể đo được bằng tiền Uy tín giúp doanh nghiệp tăng doanh thu, hấp dẫn các đối tác, nhà đầu tư, và người lao động.

#### **2.1.4. Đo lường CSR**

Một trong những phương pháp đo lường trách nhiệm xã hội doanh nghiệp phổ biến và được nhóm tác giả sử dụng trong đề tài nghiên cứu này là phương pháp đo lường CSR dựa vào phân tích nội dung của các báo cáo thường niên hoặc báo cáo phát triển bền vững của doanh nghiệp. Phân tích nội dung bao gồm việc xác định các từ ngữ, câu văn liên quan tới trách nhiệm xã hội, từ đó tìm kiếm thông tin về trách nhiệm xã hội và mã hóa các thông tin định tính đó để chuyển thành các thang đo định lượng được sử dụng trong phần phân tích thống kê mô tả.

Phương pháp phân tích nội dung đo lường các khía cạnh của trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, sau đó đánh giá mức độ đầy đủ, chi tiết của thông tin và mã hóa các dữ liệu liên quan tới trách nhiệm xã hội doanh nghiệp. Nếu các khía cạnh của trách nhiệm xã hội đang được đánh giá, Hồ Thị Vân Anh (2018), dựa vào các chỉ tiêu trên báo cáo GRI4 để đo lường trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp niêm yết và sử dụng hai biến nhị phân “0” và “1”.

Ưu điểm của phương pháp này là sự linh hoạt, có thể xác định các khía cạnh của trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, thu thập dữ liệu theo các khía cạnh và dữ liệu mã số để sử dụng tiếp trong phân tích thống kê.

Đối với điểm yếu của phương pháp này đó là tính chủ quan của người nghiên cứu có trong tất cả các giai đoạn của quá trình nghiên cứu từ việc lựa chọn các khía cạnh CSR cần quan tâm, tới thu thập dữ liệu, giải thích dữ liệu và mã hóa dữ liệu. Một hạn chế khác là sự sai lệch của báo cáo. Báo cáo phát triển bền vững phần lớn là do các doanh nghiệp tự nguyện, vì thế nhiều tổ chức có thể không báo cáo về các hoạt động CSR của họ ngay cả khi họ có thực hiện các hoạt động này. Điều này dẫn đến khả năng các hoạt động như vậy không được nhận diện bởi người nghiên cứu.

## **2.2. Báo cáo trách nhiệm xã hội**

### **2.2.1. Giới thiệu tổng quát**

Báo cáo trách nhiệm xã hội là một tài liệu báo cáo do các tổ chức, doanh nghiệp hoặc tổ chức phi chính phủ phát hành để thông báo về những hoạt động của họ trong việc thực hiện trách nhiệm xã hội và bảo vệ môi trường. Báo cáo trách nhiệm xã hội thường bao gồm



các thông tin về chính sách và chiến lược về trách nhiệm xã hội, hoạt động kinh doanh bền vững, cộng đồng, môi trường, đạo đức kinh doanh và các mục tiêu phát triển bền vững khác.

Theo khảo sát của Hội đồng doanh nghiệp vì sự Phát triển Bền vững Thế giới trình bày trong “Báo cáo hiện trạng 2013” thì Báo cáo trách nhiệm xã hội ở các quốc gia trên thế giới được các doanh nghiệp được thể hiện trong các báo cáo khác nhau với các tên gọi: Báo cáo thường niên, Báo cáo phát triển bền vững, Báo cáo trách nhiệm doanh nghiệp, Báo cáo trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và Báo cáo công dân. Những báo cáo này được xem là bức tranh cung cấp trung thực và đầy đủ về thực hành trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.

Việc phát hành Báo cáo trách nhiệm xã hội là một trong những cách để các tổ chức thể hiện sự minh bạch và động lực của mình trong việc thực hiện trách nhiệm xã hội và bảo vệ môi trường. Nó cũng giúp các tổ chức xác định các vấn đề liên quan đến trách nhiệm xã hội và môi trường mà họ cần phải giải quyết trong tương lai.

Doanh nghiệp có thể lựa chọn việc công bố Báo cáo trách nhiệm xã hội một cách độc lập hoặc lồng ghép nội dung trong báo cáo thường niên hằng năm. Báo cáo tích hợp được xây dựng trên cơ sở báo cáo tài chính có sẵn, kết hợp với các chỉ tiêu phi tài chính. Nhằm cung cấp thông tin định hướng kinh doanh cho doanh nghiệp, phân bổ nguồn lực kinh doanh hiệu quả, đảm bảo phát triển ổn định và bền vững. Thông qua việc tích hợp thông tin giúp các bên liên quan như cổ đông, khách hàng, nhân viên, chính phủ và cộng đồng hiểu rõ hơn về mô hình hoạt động kinh doanh và cam kết của tổ chức đối với trách nhiệm xã hội và bảo vệ môi trường.

### **2.2.2. Bộ tiêu chuẩn GRI**

Bộ tiêu chuẩn GRI (Global Reporting Initiative) là một bộ tiêu chuẩn áp dụng rộng rãi trên toàn cầu và được sử dụng bởi các công ty, tổ chức phi chính phủ và các tổ chức khác để tạo ra các báo cáo trách nhiệm xã hội; được phát triển bởi Tổ chức GRI, một tổ chức phi lợi nhuận có trụ sở tại Amsterdam, Hà Lan. Bộ tiêu chuẩn này đưa ra các nguyên

tắc và chỉ số dùng để đo lường, báo cáo và đánh giá tác động của các hoạt động kinh doanh đối với môi trường, xã hội và kinh tế.

Hiện tại, GRI Standards phát hành năm 2016 là phiên bản mới nhất để thay thế GRI G4. GRI Standards được cập nhật, cải tiến chỉ còn 36 chỉ số và thiết kế lại cấu trúc để đáp ứng các yêu cầu báo cáo trách nhiệm xã hội đang ngày càng tăng của các công ty và tổ chức trên toàn cầu. Dưới đây là phân loại của 36 chỉ số GRI Standards theo 3 đối tượng môi trường, xã hội và kinh tế:

<b>Môi trường</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sản lượng tài nguyên (GRI 201)</li> <li>2. Sử dụng tài nguyên (GRI 201)</li> <li>3. Bảo vệ sinh thái (GRI 301)</li> <li>4. Bảo vệ động vật (GRI 304)</li> <li>5. Quản lý khí thải (GRI 305)</li> <li>6. Điều chỉnh khí nhà kính (GRI 305)</li> <li>7. Quản lý nước (GRI 303)</li> <li>8. Quản lý chất thải (GRI 306)</li> <li>9. Quản lý sản phẩm hóa chất (GRI 307)</li> <li>10. Quản lý tiếng ồn và rung động (GRI 308)</li> <li>11. Quản lý vật liệu và tài sản (GRI 301)</li> <li>12. Quản lý danh mục (GRI 307)</li> <li>13. Quản lý môi trường (GRI 103)</li> </ol>
-------------------	---

<b>Xã hội</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tiếp cận khách hàng (GRI 301)</li> <li>2. Sản phẩm và dịch vụ (GRI 302)</li> <li>3. Nghiên cứu và phát triển (GRI 303)</li> <li>4. Bản sắc văn hóa và quản lý đa dạng (GRI 304)</li> <li>5. Nhân sự (GRI 401)</li> <li>6. Đào tạo và giáo dục (GRI 404)</li> <li>7. Sức khỏe và an toàn lao động (GRI 403)</li> <li>8. Bảo vệ quyền lao động (GRI 405)</li> <li>9. Nhân viên cộng đồng (GRI 406)</li> <li>10. Chăm sóc khách hàng (GRI 304)</li> <li>11. Quyền lợi của người tiêu dùng (GRI 416)</li> </ol>
<b>Kinh tế</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Quản lý nội bộ (GRI 102)</li> <li>2. Chiến lược và phân tích (GRI 102)</li> <li>3. Tóm tắt hoạt động (GRI 102)</li> <li>4. Công tác đặt ra mục tiêu (GRI 102)</li> <li>5. Quản lý bằng chứng nhận (GRI 102)</li> <li>6. Nhận diện và quản lý các vấn đề (GRI 103)</li> <li>7. Chính sách và quản lý tiêu chuẩn (GRI 103)</li> <li>8. Quản lý đổi mới (GRI 204)</li> <li>9. Tiếp cận sản phẩm và dịch vụ (GRI 417)</li> <li>10. Quản lý chuỗi cung ứng (GRI 308)</li> <li>11. Chất lượng sản phẩm (GRI 414)</li> <li>12. Quản lý an ninh thông tin (GRI 418)</li> </ol>

*Bảng 2. 1. Bộ tiêu chuẩn GRI Standards*

*(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp)*

GRI Standards giúp cho việc đo lường, báo cáo và đánh giá tác động của các hoạt động kinh doanh đối với môi trường, xã hội và kinh tế trở nên dễ dàng và hiệu quả hơn, đồng thời đảm bảo tính toàn vẹn và tin cậy của các báo cáo bền vững.

### 2.2.3. Bộ tiêu chuẩn SDG

Bộ tiêu chuẩn SDG là một tập hợp các chỉ số được phát triển để đo lường tiến độ của các mục tiêu phát triển bền vững của Liên Hiệp Quốc (UN) gọi là Mục Tiêu Phát Triển Bền Vững (SDGs). Bộ tiêu chuẩn SDG bao gồm 17 mục tiêu và 169 chỉ số được chia thành ba lĩnh vực chính: kinh tế, môi trường và xã hội.

<b>Kinh tế</b>	1. Tăng trưởng kinh tế bền vững 2. Công nghiệp, đổi mới và hạ tầng 3. Tiêu dùng và sản xuất bền vững 4. Tài chính và tài trợ
<b>Môi trường</b>	5. Nước sạch và vệ sinh 6. Năng lượng sạch và tiết kiệm năng lượng 7. Biến đổi khí hậu 8. Sử dụng đất, bền vững đô thị và bảo vệ địa chất 9. Đại dương, đời sống dưới nước và tài nguyên sinh học 10. Rừng và đồng cỏ
<b>Xã hội</b>	11. Loại bỏ đói nghèo và giảm bất bình đẳng 12. Sức khỏe tốt và giáo dục chất lượng 13. Bình đẳng giới tính và phát triển trẻ em 14. Công bằng và bảo vệ tại chỗ 15. Hạnh phúc, truyền thông và văn hoá 16. Thành phố và cộng đồng bền vững 17. Hòa bình, công dân và hợp tác toàn cầu

*Bảng 2. 2. Bộ tiêu chuẩn SDG*

*(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp)*

Mỗi mục tiêu của SDG tương ứng với một số chỉ số cụ thể được sử dụng để đo lường tiến độ trong việc đạt được mục tiêu đó. Ví dụ, mục tiêu số 1 là “Loại bỏ đói nghèo” và có 7 chỉ số liên quan đến nó, bao gồm tỷ lệ người nghèo, tỷ lệ người sống trong vùng đô thị, tỷ lệ trẻ em bị suy dinh dưỡng, v.v.

Bộ tiêu chuẩn SDG là một công cụ hữu ích để giúp các tổ chức đo lường và báo cáo tiến độ của họ trong việc đóng góp vào các mục tiêu phát triển bền vững của UN. Nó cũng giúp các tổ chức theo dõi và cải thiện hiệu quả hoạt động của mình đối với các mục tiêu phát triển bền vững.

#### **2.2.4. Bộ tiêu chuẩn ESG**

ESG là viết tắt của Environmental, Social, and Governance (Môi trường, Xã hội và Quản trị). Bộ tiêu chuẩn ESG bao gồm một tập hợp các tiêu chuẩn và chỉ số được sử dụng để đo lường hiệu quả của các hoạt động đầu tư và kinh doanh của các công ty và tổ chức.

Bộ tiêu chuẩn ESG cung cấp cho nhà đầu tư, khách hàng và các bên liên quan khác một cách để đánh giá các hoạt động của các công ty và tổ chức đối với các tiêu chuẩn môi trường, xã hội và quản trị. Bộ tiêu chuẩn ESG cũng đưa ra các hướng dẫn và tiêu chuẩn về việc báo cáo các thông tin liên quan đến các hoạt động ESG của các công ty và tổ chức.

Một số bộ tiêu chuẩn ESG phổ biến bao gồm:

- Tiêu chuẩn GRI (Global Reporting Initiative)
- Tiêu chuẩn SASB (Sustainability Accounting Standards Board)
- Chỉ số Dow Jones Sustainability Index (DJSI)
- Chỉ số MSCI ESG Ratings
- Chỉ số FTSE4Good

Các tiêu chuẩn và chỉ số ESG thường chia thành ba lĩnh vực chính:

- **Môi trường (Environmental):** Bao gồm các chỉ số đo lường tác động của hoạt động kinh doanh đến môi trường, như khí thải, tiêu thụ năng lượng, quản lý chất thải, sử dụng tài nguyên và biến đổi khí hậu.

- **Xã hội (Social):** Bao gồm các chỉ số liên quan đến tác động của hoạt động kinh doanh đến các nhóm xã hội, bao gồm nhân viên, cộng đồng địa phương, khách hàng và các bên liên quan khác. Các chỉ số này có thể bao gồm vấn đề như quyền lao động, đa dạng và bình đẳng, an toàn và sức khỏe lao động, và quyền con người.

- **Quản trị (Governance):** Bao gồm các chỉ số liên quan đến quản trị và nội bộ của công ty hoặc tổ chức. Các chỉ số này bao gồm quản lý rủi ro, phúc lợi cổ đông, đạo đức kinh doanh và trách nhiệm xã hội của các quản lý và lãnh đạo.

## 2.3. Tổng quan lý thuyết về CSR

### 2.3.1. Lý thuyết các bên liên quan (*Stakeholder Theory*)

Freeman, người đề xuất ban đầu của lý thuyết các bên liên quan (RE.Freeman, 1983). Freeman cho rằng lợi nhuận là kết quả hoạt động của doanh nghiệp chứ không phải là mục tiêu của doanh nghiệp. Ông cho rằng nếu như doanh nghiệp chỉ quan tâm đến lợi ích của các cổ đông mà không quan tâm đến nhu cầu của các bên liên quan - những người có thể ảnh hưởng hoặc bị ảnh hưởng bởi việc đạt được mục đích của doanh nghiệp thì doanh nghiệp có thể sẽ phải đóng cửa. Freeman kết luận rằng mục tiêu của doanh nghiệp là đáp ứng nhu cầu của các bên liên quan, tức là bất kỳ ai bị ảnh hưởng bởi quyết định của công ty, nếu thực hiện được điều này lợi nhuận của doanh nghiệp sẽ được tạo ra.

Freeman thừa nhận các bên liên quan là một yếu tố quan trọng trong CSR. Các bên liên quan bao gồm cổ đông, các nhà cung cấp, khách hàng, nhân viên, đối thủ cạnh tranh, các nhà hoạt động xã hội, truyền thông, các nhà lập pháp, các học giả, người dân bản địa, tổ chức lao động, chính quyền địa phương và chính phủ.

Và nhiều nghiên cứu dựa trên nền tảng lý thuyết của Freeman làm cơ sở giải thích cho mối quan hệ CSR và HQTC cho rằng một doanh nghiệp có chính sách CSR tốt cùng với hành vi thích hợp của nhà quản trị sẽ cổ động tinh thần người lao động, thu hút khách hàng, nhà đầu tư và các bên liên quan khác từ đó có thể gia tăng giá trị thương hiệu và uy tín, góp phần nâng cao giá trị cho doanh nghiệp.

Theo Deegan và cộng sự (2000) thì các bên liên quan có quyền được đối xử công bằng và các nhà quản trị phải điều hành doanh nghiệp vì lợi ích của tất cả các bên. Edmans (2013) tìm thấy mối quan hệ tích cực giữa sự hài lòng của nhân viên và lợi nhuận DN. Một nghiên cứu khác, Kruger (2015) cho thấy các nhà đầu tư có phản ứng mạnh mẽ tới các hoạt động vô trách nhiệm của doanh nghiệp đặc biệt là những hoạt động có liên quan đến môi trường và xã hội. Chính vì vậy những thông tin về CSR tích cực được xem là động thái của các

nhà quản lý bù đắp những hoạt động vô trách nhiệm trước đó và tất cả các bên liên quan có quyền được cung cấp thông tin về những hoạt động của doanh nghiệp ảnh hưởng đến họ. Các bên liên quan cần phải biết tất cả các thông tin, bao gồm cả thông tin về chất thải độc hại, ô nhiễm nguồn nước, hỗ trợ xã hội. Theo đó các doanh nghiệp sẽ cung cấp thông tin nhằm đến những mối quan tâm và kỳ vọng của các bên liên quan.

### **2.3.2. Lý thuyết tín hiệu (Signal Theory)**

Lý thuyết tín hiệu được Michael Spence giới thiệu năm 1974 trong bối cảnh thị trường không hoàn hảo và tồn tại bất cân xứng về thông tin. Sự bất cân xứng thông tin nảy sinh giữa những người nắm giữ thông tin và những người có khả năng đưa ra quyết định tốt hơn nếu họ có những thông tin này. Nội dung của lý thuyết này diễn tả hai bên tiếp cận thông tin khác nhau, phía người nắm giữ thông tin phải lựa chọn nội dung thông tin và phương thức truyền thông còn về phía người sử dụng thông tin phải tìm cách để hiểu các thông tin. Xét dưới góc độ quản trị doanh nghiệp lý thuyết tín hiệu chỉ ra cách thức phát tín hiệu nhằm giảm thiểu sự bất cân xứng thông tin cho đối tượng sử dụng thông tin của doanh nghiệp. Những tín hiệu này liên quan đến việc doanh nghiệp truyền tải những thông tin chất lượng và giá trị chẳng hạn như những thông tin công bố tự nguyện, bảo hành sản phẩm hoặc các chỉ số tài chính.

## **2.4. Các nghiên cứu trước về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp**

**2.4.1. Anh, N. Q., & Sang, T. M. (2022). *Trách nhiệm xã hội và khả năng sinh lợi của các ngân hàng thương mại: Bằng chứng thực nghiệm tại Việt Nam. Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á*, 32(12), 46-61**

Theo nghiên cứu của Anh và Sang (2022), bằng cách thu thập dữ liệu thứ cấp từ 17 ngân hàng niêm yết trên hai sàn HOSE và HNX trong giai đoạn 2015-2020, bài báo nghiên cứu tác động của trách nhiệm xã hội đến lợi nhuận của các ngân hàng niêm yết tại Việt Nam. Các tác giả đã sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng do phần mềm Sata 22 xử lý và phát hiện hầu hết các ngân hàng đang ngày càng tập trung vào các hoạt động trách nhiệm xã hội, trong đó có các hoạt động liên quan đến hoạt động trách nhiệm xã hội Không nhận được nhiều sự quan. Các phát hiện từ phương pháp nghiên cứu định lượng cho thấy

khả năng sinh lời của ngân hàng liên quan đến đòn bẩy tài chính, quy mô ngân hàng và các hoạt động trách nhiệm xã hội liên quan đến nguồn nhân lực. Để nâng cao lợi nhuận của các ngân hàng, ba nhóm giải pháp liên quan được đề xuất. Bốn nhóm giải pháp được đưa ra từ các phát hiện, bao gồm: chiến lược phát triển nguồn nhân lực, chính sách tuyển dụng nhân sự, công tác đào tạo, chính sách phúc lợi cho người lao động.

***2.4.2. Phan Thị Thu Hiền. 2019. Ảnh hưởng trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đến hiệu quả tài chính trong các doanh nghiệp dệt may tại Việt Nam. Đại học Kinh tế Quốc Dân.***

Theo bài nghiên cứu của Phan Thị Thu Hiền (2019), mục tiêu của nghiên cứu bao gồm đánh giá nhận thức của doanh nghiệp Việt Nam về CSR và lợi ích của CSR; xem xét hiệu quả tài chính trong các doanh nghiệp dệt may Việt Nam; đánh giá vai trò điều tiết của quy mô doanh nghiệp và tỷ lệ vật phẩm xuất khẩu trong mối quan hệ giữa CSR và hiệu quả tài chính của doanh nghiệp dệt may Việt Nam. Bài nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp với phương pháp nghiên cứu định lượng trong giai đoạn nghiên cứu sơ bộ. Ở nghiên cứu chính thức nhóm nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng N = 150 với đối tượng trả lời phiếu khảo sát là lãnh đạo doanh nghiệp, trưởng phòng CSR, kế toán trưởng hoặc là sự kết hợp cùng trả lời của các trưởng bộ phận để hoàn thành phiếu khảo sát tại các doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong danh bạ doanh nghiệp dệt may Việt Nam (Hiệp hội dệt may Việt Nam, 2015). Kết quả nghiên cứu thu được khẳng định CSR tác động tích cực tới hiệu quả tài chính. Các đề xuất bao gồm lập kế hoạch chiến lược về CSR, bố trí đội chuyên trách về CSR, khuyến khích người lao động tham gia hoạt động CSR, hình thành quỹ đầu tư CSR và hướng tới mục tiêu phát triển bền vững. Hạn chế của nghiên cứu bao gồm: chỉ tập trung vào ảnh hưởng của CSR chưa quan tâm đến vấn đề nội hàm của doanh nghiệp, cần phân tích các trường hợp điển hình/ các dự án CSR điển hình của một vài doanh nghiệp dệt may để kết quả trực quan hơn, chưa đánh giá chi tiết từng khía cạnh của CSR tới hiệu quả tài chính với vai trò của các biến trung gian và điều tiết, rủi ro đo lường chủ quan, xem xét độ trễ thời gian giữa hoạt động CSR và hiệu quả tài chính.



**2.4.3. Hiền, P. T., & Hà, N. N. (2021). Các yếu tố tác động đến khả năng sinh lời của các doanh nghiệp dệt may trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Tạp chí khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh – Kinh tế và quản trị kinh doanh, 16(3), 180-195**

Theo bài nghiên cứu của Hiền và Hà (2021) về các yếu tố tác động đến khả năng sinh lời của các doanh nghiệp dệt may trên thị trường chứng khoán Việt Nam mục tiêu của nghiên cứu nhằm nghiên cứu phân tích và đánh giá tác động của các yếu tố đến khả năng sinh lời của các doanh nghiệp ngành dệt may niêm yết trên Thị Trường Chứng Khoán (TTCK) Việt Nam giai đoạn 2009 - 2018. Kết quả nghiên cứu cho thấy quy mô doanh nghiệp, thời gian hoạt động của doanh nghiệp, tăng trưởng doanh thu, khả năng thanh toán, và vòng quay tổng tài sản có tác động tích cực đến khả năng sinh lời của doanh nghiệp. Ngược lại, đòn bẩy tài chính và mức độ tập trung thị trường lại tác động ngược chiều đến khả năng sinh lời. Tác động của các yếu tố vĩ mô như tốc độ tăng trưởng GDP và tỷ lệ lạm phát đến khả năng sinh lời đều không có ý nghĩa thống kê. Nghiên cứu đề xuất bốn giải pháp. Thứ nhất, các doanh nghiệp dệt may cần nỗ lực trong việc mở rộng quy mô, thực hiện giải pháp về đầu tư và phát triển nguồn nhân lực công nghệ. Thứ hai, các doanh nghiệp dệt may cần nâng cao chất lượng, đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao tay nghề mở rộng thị trường trong nước và nước ngoài cùng với có chiến lược Marketing hiệu quả. Thứ ba, cần nâng cao khả năng thanh toán và cơ cấu lại tỷ lệ vốn vay theo hướng giảm tỷ lệ vốn vay/tài sản. Cuối cùng, các doanh nghiệp dệt may cần nâng cao hiệu quả vòng quay tài sản.

## **CHƯƠNG 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU**

### **3.1. Dữ liệu nghiên cứu**

Dữ liệu nghiên cứu được nhóm tác giả lựa chọn là những doanh nghiệp phi tài chính niêm yết trên thị trường chứng khoán thuộc rổ cổ phiếu VN100 trong giai đoạn 2020 - 2021. Nhóm tác giả lựa chọn thời gian nghiên cứu từ năm 2020 - 2021 là vì đây là giai đoạn được đánh giá là khoảng thời gian bùng nổ của thị trường chứng khoán với việc ghi nhận được một số kết quả vô cùng tích cực. Với ưu điểm thanh khoản cao, thị trường chứng khoán đã nhanh chóng hút dòng tiền và trở thành kênh đầu tư hiệu quả hàng đầu cho dòng tiền nhàn rỗi trong bối cảnh các hoạt động kinh doanh khác đang bị ngưng trệ do dịch bệnh. Tính tới cuối năm 2021, tổng số tài khoản chứng khoán nhà đầu tư trong nước đạt 4.310.211 triệu tài khoản và 4.439 tài khoản là của các nhà đầu tư nước ngoài, lớn hơn gấp rưỡi tổng số tài khoản mở mới trong 4 năm 2017, 2018, 2019 và 2020 cộng lại (tổng 4 năm đạt 1,04 triệu tài khoản), tăng hơn 55% so với cuối năm 2020. Trong năm 2021, giá trị giao dịch bình quân trên thị trường đạt 26.526 tỷ đồng/phiên, tăng 257,5% so với bình quân năm trước. Đối với các doanh nghiệp tài chính, chứng khoán, tín dụng ngân hàng thì được loại bỏ vì những thông tin được cung cấp của các doanh nghiệp này có sự khác biệt đáng kể so với những loại hình doanh nghiệp khác.

Thông tin trách nhiệm xã hội được thu thập từ báo cáo thường niên hoặc báo cáo phát triển bền vững của những doanh nghiệp được khảo sát. Dữ liệu nghiên cứu của nhóm tác giả bao gồm 80 doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán thuộc rổ cổ phiếu VN100 do nhóm tác giả đã loại bỏ những doanh nghiệp tài chính, chứng khoán, tín dụng. Như vậy, với 80 doanh nghiệp được khảo sát trong 2 năm, nhóm tác giả thu thập được toàn bộ dữ liệu với tổng số quan sát là  $80 \times 2 = 160$ . Các doanh nghiệp trong mẫu được nhóm tác giả chia làm 2 nhóm: 36 doanh nghiệp sản xuất và 44 doanh nghiệp phi sản xuất. Các doanh nghiệp phi sản xuất trong mẫu là những doanh nghiệp kinh doanh vận tải và kho bãi, kinh doanh bán buôn bán lẻ hàng tiêu dùng, kinh doanh bất động sản, bảo hiểm,...Bảng danh sách doanh nghiệp trong mẫu khảo sát được trình bày trong bảng dưới đây.

<b>STT</b>	<b>Mã chứng khoán</b>	<b>Tên Doanh nghiệp</b>	<b>Loại doanh nghiệp</b>
1	AAA	CTCP Nhựa An Phát Xanh	1
2	AGG	CTCP Đầu tư và Phát triển Bất động sản An Gia	0
3	ANV	CTCP Nam Việt	1
4	APH	CTCP Tập đoàn An Phát Holdings	1
5	ASM	CTCP Tập đoàn Sao Mai	0
6	BMI	Tổng CTCP Bảo Minh	0
7	BMP	CTCP Nhựa Bình Minh	1
8	BVH	Tập đoàn Bảo Việt	0
9	BWE	CTCP Nước – Môi trường Bình Dương	1

10	CII	CTCP Đầu tư Hạ tầng Kỹ thuật TP.HCM	0
11	CMG	CTCP Tập đoàn Công nghệ CMC	0
12	CRE	CTCP Bất động sản Thế Kỷ	0
13	CTD	CTCP Xây dựng COTECCONS	0
14	DBC	CTCP Tập đoàn DABACO Việt Nam	1
15	DCM	CTCP Phân bón Dầu khí Cà Mau	1
16	DGC	CTCP Tập đoàn Hóa chất Đức Giang	1
17	DGW	CTCP Thế Giới Số	0
18	DHC	CTCP Đông Hải Bến Tre	1
19	DIG	Tổng CTCP Đầu tư Phát triển Xây dựng	0
20	DPM	Tổng Công ty Phân bón và Hóa chất Dầu khí - CTCP	1
21	DRC	CTCP Cao su Đà Nẵng	1
22	DXG	CTCP Tập đoàn Đất Xanh	0

23	DXS	CTCP Dịch vụ Bất động sản Đất Xanh	0
24	FIT	CTCP Tập đoàn F.I.T	0
25	FLC	CTCP Tập đoàn FLC	0
26	FPT	CTCP FPT	0
27	GAS	Tổng Công ty Khí Việt Nam - CTCP	0
28	GEG	CTCP Điện Gia Lai	1
29	GEX	CTCP Tập đoàn GELEX	1
30	GMD	CTCP GEMADEPT	0
31	GTN	CTCP GTNFOODS	1
32	GVR	Tập đoàn Công nghiệp Cao su Việt Nam - CTCP	1
33	HBC	CTCP Tập đoàn Xây dựng Hòa Bình	0
34	HDG	CTCP Tập đoàn Hà Đô	0
35	HNG	CTCP Nông nghiệp Quốc tế Hoàng Anh Gia Lai	1

36	HPG	CTCP Tập đoàn Hòa Phát	1
37	HPX	CTCP Đầu tư Hải Phát	0
38	HSG	CTCP Tập đoàn Hoa Sen	1
39	HT1	CTCP Xi măng Hà Tiên 1	1
40	IMP	CTCP Dược phẩm Imexpharm	1
41	ITA	CTCP Đầu tư và Công nghiệp Tân Tạo	1
42	KBC	Tổng Công ty Phát triển Đô Thị Kinh Bắc – CTCP	0
43	KDC	CTCP Tập đoàn Kido	1
44	KDH	CTCP Đầu tư và Kinh doanh Nhà Khang Điền	0
45	KOS	CTCP KOSY	0
46	MSN	CTCP Tập đoàn MaSan	0
47	MWG	CTCP Đầu tư Thế Giới Di Động	0
48	NLG	CTCP Đầu tư Nam Long	0

49	NT2	CTCP Điện lực Dầu khí Nhơn Trạch 2	1
50	NVL	CTCP Tập đoàn Đầu tư Địa ốc No Va	0
51	PC1	CTCP Xây lắp Điện I	1
52	PDR	CTCP Phát triển Bất động sản Phát Đạt	0
53	PHR	CTCP Cao su Phước Hòa	1
54	PLX	Tập đoàn Xăng dầu Việt Nam	1
55	PNJ	CTCP Vàng bạc Đá quý Phú Nhuận	1
56	POW	Tổng Công ty Điện lực Dầu khí Việt Nam - CTCP	1
57	PPC	CTCP Nhiệt điện Phả Lại	1
58	PTB	CTCP Phú Tài	1
59	PVD	Tổng CTCP Khoan và Dịch vụ Khoan Dầu khí	0
60	PVT	Tổng CTCP Vận tải Dầu khí	0
61	REE	CTCP Cơ Điện Lạnh	0

62	SAB	Tổng CTCP Bia – Rượu – Nước giải khát Sài Gòn	1
63	SAM	CTCP SAM Holdings	0
64	SBT	CTCP Thành Thành Công - Biên Hòa	1
65	SCR	CTCP Địa ốc Sài Gòn Thương Tín	0
66	SCS	CTCP Dịch vụ Hàng hóa Sài Gòn	0
67	SJS	CTCP Đầu tư Phát triển Đô thị và KCN Sông Đà	0
68	SZC	CTCP Sonadezi Châu Đức	0
69	TCH	CTCP Đầu tư Dịch vụ Tài chính Hoàng Huy	0
70	TMS	CTCP Transimex	0
71	VCG	Tổng CTCP Xuất nhập khẩu và Xây dựng Việt Nam	0
72	VGC	Tổng Công ty Viglacera - CTCP	1
73	VHC	CTCP Vĩnh Hoàn	0
74	VHM	CTCP Vinhomes	0



75	VIC	Tập đoàn Vingroup - CTCP	1
76	VJC	CTCP Hàng không VietJet	0
77	VNM	CTCP Sữa Việt Nam	1
78	VPI	CTCP Đầu tư Văn Phú - Invest	0
79	VRE	CTCP Vincom Retail	0
80	VSH	CTCP Thủy điện Vĩnh Sơn Sông Hinh	1

*1: doanh nghiệp sản xuất; 0: doanh nghiệp phi sản xuất*

***Bảng 3. 1. Danh sách các doanh nghiệp có trong mẫu khảo sát***

Dữ liệu về công bố thông tin trách nhiệm xã hội được nhóm tác giả thu thập trực tiếp thông qua phân tích nội dung báo cáo thường niên và báo cáo phát triển bền vững của các doanh nghiệp trong mẫu được thu thập từ website của một số doanh nghiệp.

### **3.2. Phương pháp xử lý dữ liệu**

Nhóm tác giả sử dụng hai phương pháp nghiên cứu chủ yếu đó là phương pháp nghiên cứu định tính và phương pháp nghiên cứu định lượng. Thông qua việc phân tích các nội dung liên quan đến trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, nhóm tác giả sẽ chuyển đổi những nội dung này thành những điểm số mang tính định lượng dựa trên các khoản mục khác nhau, từ đó thấy được sự khác biệt về mức độ cung cấp thông tin trách nhiệm xã hội giữa các doanh nghiệp cũng như mức độ quan tâm trong việc lập báo cáo trách nhiệm xã hội của mỗi doanh nghiệp.

Năm 2015, Bộ Tài chính ban hành thông tư số 155/2015/TT-BTC đưa ra một số tiêu chí cụ thể về thông tin môi trường và xã hội mà các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam cần phải công bố. Vì vậy, thông tin trách nhiệm xã hội được nhóm tác giả lựa chọn là: Thông tin về trách nhiệm đối với môi trường, thông tin về các chính sách liên quan đến người lao động, thông tin về trách nhiệm với cộng đồng xã hội.

Để tiến hành tính điểm công bố thông tin trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, nhóm tác giả tiến hành xây dựng một danh sách các tiêu chí kiểm tra trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp theo Thông tư số 155/2015/TT-BTC. Theo đó, bảng danh sách kiểm tra các chỉ tiêu thông tin trách nhiệm xã hội được trình bày theo bảng dưới đây:

<b>Nội dung</b>		<b>Tiêu chí</b>
<b>Môi trường</b>	Quản lý nguyên liệu	EN1: Tổng lượng nguyên liệu được sử dụng trong sản xuất và đóng gói các sản phẩm và dịch vụ chính của công ty trong năm
		EN2: Tỷ lệ vật liệu tái chế để sản xuất sản phẩm và dịch vụ của công ty
	Tiêu thụ năng lượng	EN3: Tiêu thụ năng lượng—trực tiếp và gián tiếp
		EN4: Tiết kiệm năng lượng thông qua hiệu quả năng lượng cải tiến
		EN5: Báo cáo sáng kiến hiệu quả năng lượng và báo cáo về kết quả của các sáng kiến này

	Tiêu thụ nước	EN6: Nguồn cung cấp nước và lượng nước sử dụng
		EN7: Tỷ lệ phần trăm và tổng lượng nước tái chế và tái sử dụng
	Tuân thủ pháp luật về bảo vệ môi trường	EN8: Số lần bị phạt vì không tuân thủ pháp luật và các quy định về môi trường
		EN9: Tổng số tiền bị phạt vì không tuân thủ pháp luật và các quy định về môi trường
<b>Người lao động</b>	Các chính sách liên quan đến người lao động	EM1: Số lượng lao động
		EM2: Mức lương trung bình đối với người lao động
		EM3: Chính sách lao động đảm bảo sức khỏe, an toàn và phúc lợi của người lao động
		EM4: Số giờ đào tạo trung bình mỗi năm
		EM5: Chương trình phát triển kỹ năng và không ngừng học hỏi để hỗ trợ người lao động đảm bảo việc làm và phát triển nghề nghiệp

<b>Xã hội</b>	Trách nhiệm với cộng đồng địa phương	SO1: Đầu tư cộng đồng và các hoạt động phát triển cộng đồng khác, bao gồm hỗ trợ tài chính để phục vụ cộng đồng
---------------	--------------------------------------	---

*Bảng 3. 2. Các mục được quy định trong báo cáo thường niên của Việt Nam*

*(Nguồn: Thông tư 155/2015/TT-BTC)*

Từ bảng này, nhóm tác giả có được danh sách các chỉ mục thông tin trách nhiệm xã hội để kiểm tra mức độ công bố thông tin của các doanh nghiệp. Nhóm tác giả tiến hành đánh giá mức độ công bố thông tin trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp thông qua phân tích nội dung báo cáo có chứa những thông tin trách nhiệm xã hội đó là báo cáo thường niên và báo cáo phát triển bền vững của các doanh nghiệp.

### **3.3. Thang đo trách nhiệm xã hội**

Nhóm tác giả sử dụng chỉ số điểm công bố CSR để đo lường mức độ công bố CSR bằng cách thu thập thông tin từ "Báo cáo tác động của doanh nghiệp đối với môi trường và xã hội" của BCTN và BCPTBV của các DN.

Phương pháp tính điểm "có/không" hoặc (1, 0) sẽ được sử dụng. Các công ty trình bày thông tin theo hướng dẫn của báo cáo bền vững được mã hóa dưới dạng Bảng 3.2. Ngược lại, các công ty không công bố bất kỳ thông tin nào được mã hóa là 0. Nhóm tác giả thực hiện đo lường mức độ công bố thông tin trách nhiệm xã hội của từng chỉ mục trên danh sách kiểm tra theo nguyên tắc với những thông tin doanh nghiệp công bố chi tiết nhóm tác giả gán là 1, còn những thông tin doanh nghiệp không công bố hoặc công bố chung chung nhóm tác giả gán là 0. Điểm tối đa là 15, tương ứng với 15 hạng mục trong danh sách kiểm tra, bao gồm 9 hạng mục môi trường, 5 hạng mục nhân viên và 1 hạng mục xã hội (Bảng 3.2.). Mức CSRD của mỗi công ty được đo bằng tỷ lệ điểm công bố của công ty với điểm tối đa có thể đạt được. Chỉ số CSRD được biểu thị dưới dạng phần trăm.

Do đó, công thức tính chỉ số CSRD như sau:

$$\mathbf{CSRDI_i = CSRI/M \text{ (1)}}$$

*Trong đó:*

CSRDI<sub>i</sub>: Chỉ số công bố CSR của công ty i;

CSRI: tổng điểm công bố của công ty i;

M: điểm tối đa của các mục (15).

## **CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP**

### **4.1. Đặc điểm thị trường chứng khoán Việt Nam**

Thị trường chứng khoán Việt Nam là một thị trường bắt đầu hoạt động từ năm 2000. Tuy nhiên, trong thời gian ngắn, thị trường này đã trở thành một phần không thể thiếu của nền kinh tế Việt Nam. Thị trường chứng khoán Việt Nam phạm vi hoạt động chủ yếu ở nội địa, với tập trung chủ yếu ở hai sàn giao dịch chính là HOSE và HNX. Các nhà đầu tư trên thị trường chứng khoán Việt Nam chủ yếu là các tổ chức tài chính và các nhà đầu tư cá nhân, với tỷ lệ nhà đầu tư cá nhân vẫn thấp hơn so với nhiều quốc gia khác. Thị trường chứng khoán Việt Nam thường bị ảnh hưởng bởi yếu tố chính trị và kinh tế của đất nước, đặc biệt là trong các giai đoạn tăng trưởng kinh tế chậm lại. Tính thanh khoản trên thị trường chứng khoán Việt Nam vẫn còn thấp, đồng thời vẫn còn nhiều hạn chế về công nghệ, pháp lý và quản lý.

Bộ chỉ tiêu xếp hạng rõ chứng khoán VNSI (Vietnam Sustainable Investment) là một công cụ đánh giá và xếp hạng mức độ bền vững của các doanh nghiệp niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán Việt Nam. Bộ chỉ tiêu VNSI được phát triển bởi Tổ chức Nghiên cứu và Đào tạo về Tài chính Bền vững (FiinPro) kết hợp với Trung tâm Phát triển Bền vững Việt Nam (VBCSD) và được ủy quyền bởi Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội và Sở Giao dịch Chứng khoán Hồ Chí Minh.

Bộ chỉ tiêu VNSI đánh giá các doanh nghiệp trên cơ sở 165 tiêu chí, bao gồm 3 tiêu chí chính: tiêu chí tài chính, tiêu chí môi trường và tiêu chí xã hội. Các tiêu chí này được phân tích dựa trên thông tin công khai của doanh nghiệp bao gồm báo cáo tài chính, báo cáo bền vững, báo cáo thường niên và các thông tin khác.

Kết quả của bộ chỉ tiêu VNSI được chia thành 4 cấp độ bền vững, từ cao đến thấp là: Elite, Leader, Developing và Laggard. Các doanh nghiệp đạt được điểm cao sẽ được xếp vào nhóm Elite và Leader và được coi là các doanh nghiệp bền vững, thu hút được sự quan tâm của các nhà đầu tư và khách hàng có nhận thức về bền vững. Ngoài ra, các doanh

ng nghiệp được xếp vào nhóm Elite và Leader còn được đưa vào rổ chứng khoán VNSI - một rổ chứng khoán đặc biệt gồm các doanh nghiệp niêm yết có mức độ bền vững cao.

Từ những đặc điểm này, các nhà nghiên cứu tiếp cận và phân tích thị trường chứng khoán Việt Nam với nhiều phương pháp khác nhau như phân tích kỹ thuật, phân tích cơ bản, phân tích ngành và so sánh quốc tế. Các kết quả nghiên cứu có thể đóng góp cho việc cải thiện quản lý, tăng cường tính thanh khoản và thu hút các nhà đầu tư trong tương lai.

## **4.2. Thực trạng về quy định công bố trách nhiệm xã hội của Việt Nam**

Theo Mục 6 Phần II Phụ lục số 04 ban hành kèm theo Thông tư số 155/2015/TT-BTC *hướng dẫn công bố thông tin trên thị trường chứng khoán* có hướng dẫn trình bày báo cáo tác động đến môi trường và xã hội của công ty.

### **Quản lý nguồn nguyên vật liệu:**

- Tổng lượng nguyên vật liệu được sử dụng để sản xuất và đóng gói các sản phẩm và dịch vụ chính của tổ chức trong năm
- Báo cáo tỉ lệ phần trăm nguyên vật liệu được tái chế được sử dụng để sản xuất sản phẩm và dịch vụ chính của tổ chức.

### **Tiêu thụ năng lượng:**

- Năng lượng tiêu thụ trực tiếp và gián tiếp
- Năng lượng tiết kiệm được thông qua các sáng kiến sử dụng năng lượng hiệu quả
- Các báo cáo sáng kiến tiết kiệm năng lượng (cung cấp các sản phẩm và dịch vụ tiết kiệm năng lượng hoặc sử dụng năng lượng tái tạo); báo cáo kết quả của các sáng kiến này.

### **Tiêu thụ nước:**

- Nguồn cung cấp nước và lượng nước sử dụng
- Tỷ lệ phần trăm và tổng lượng nước tái chế và tái sử dụng.

### **Tuân thủ pháp luật về bảo vệ môi trường:**

- Số lần bị xử phạt vi phạm do không tuân thủ luật pháp và các quy định về môi trường
- Tổng số tiền do bị xử phạt vi phạm do không tuân thủ luật pháp và các quy định về môi trường.

#### **Chính sách liên quan đến người lao động:**

- Số lượng lao động, mức lương trung bình đối với người lao động
- Chính sách lao động nhằm đảm bảo sức khỏe, an toàn và phúc lợi của người lao động
- Hoạt động đào tạo người lao động: Số giờ đào tạo trung bình mỗi năm, theo nhân viên và theo phân loại nhân viên; Các chương trình phát triển kỹ năng và học tập liên tục để hỗ trợ người lao động đảm bảo có việc làm và phát triển sự nghiệp.

#### **Báo cáo liên quan đến trách nhiệm đối với cộng đồng địa phương:**

Các hoạt động đầu tư cộng đồng và hoạt động phát triển cộng đồng khác, bao gồm hỗ trợ tài chính nhằm phục vụ cộng đồng.

- Công ty có thể lập riêng thành BCPTBV, mục năng lượng, nước, quản lý nguồn NVL không bắt buộc với các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ tài chính, ngân hàng, chứng khoán, bảo hiểm.

Bộ chỉ tiêu GRI 2016 tiêu chuẩn về BCPTBV được trung tâm giao dịch chứng khoán khuyến nghị các DN báo cáo

#### **Tiêu chuẩn tổng thể:**

GRI 101: Tiêu chuẩn cơ sở 2016

GRI 102: Công bố thông tin chung 2016

GRI 103: Phương pháp quản trị 2016

#### **Tiêu chuẩn từng chủ đề:**

GRI 200: Kinh tế



*201: Hiệu quả kinh tế*

*202: Sự hiện diện trên thị trường*

*203: Tác động kinh tế gián tiếp*

*204: Thông lệ mua sắm*

*205: Chống tham nhũng*

*206: Hành vi cản trở cạnh tranh*

#### GRI 300: Môi trường

*301: Vật liệu*

*302: Năng lượng*

*303: Nước*

*304: Đa dạng sinh học*

*305: Phát thải*

*306: Nước thải và chất thải*

*307: Tuân thủ Môi trường*

*308: Đánh giá Nhà cung cấp về môi trường*

#### GRI 400: Xã hội

*401: Việc làm*

*402: Mối quan hệ Quản trị/ Lao động*

*403: An toàn và Sức khỏe Nghề nghiệp*

*404: Giáo dục và Đào tạo*

*405: Đa dạng và cơ hội Bình Đẳng*

*406: Không phân biệt đối xử*

*407: Tự do Lập hội và Thương lượng tập thể*

*408: Lao động trẻ em*

*409: Lao động Cường bức hoặc Bắt buộc*

*410: Thông lệ về An ninh*

*411: Quyền của Người bản địa*

*412: Đánh giá về Quyền con người*

*413: Cộng đồng địa phương*

*414: Đánh giá nhà cung cấp về mặt xã hội*

*415: Chính sách Công*

*416: An toàn và Sức khỏe của khách hàng*

*417: Tiếp thị và Nhãn hàng*

*418: Quyền bảo mật Thông tin khách hàng*

*419: Tuân thủ về Kinh tế - Xã hội*

Bộ chỉ số CSI (Corporate Sustainability Index) của VCCI (Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam) là một công cụ đánh giá và xếp hạng mức độ bền vững của các doanh nghiệp tại Việt Nam. Đây là bộ chỉ số đầu tiên và duy nhất được áp dụng tại Việt Nam và được phát triển bởi VCCI với sự hỗ trợ của các tổ chức quốc tế. Bộ chỉ số CSI của VCCI dựa trên 3 tiêu chí chính:

- **Tiêu chí kinh tế:** Đánh giá khả năng sinh lợi, tài chính và quản lý rủi ro của doanh nghiệp.
- **Tiêu chí xã hội:** Đánh giá khả năng đáp ứng nhu cầu và mong đợi của các bên liên quan như khách hàng, nhân viên, cộng đồng và xã hội nói chung.
- **Tiêu chí môi trường:** Đánh giá khả năng quản lý và giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường của doanh nghiệp.

Bộ chỉ số CSI của VCCI đánh giá các doanh nghiệp trên cơ sở 136 tiêu chí, chia thành 10 lĩnh vực, bao gồm quản trị doanh nghiệp, chính sách và tiêu chuẩn xã hội, quản lý rủi ro, trách nhiệm đối với khách hàng, nhân viên và cộng đồng, quản lý môi trường và tài chính.

Kết quả của bộ chỉ số CSI của VCCI được chia thành 4 cấp độ bền vững, từ cao đến thấp là: Xanh (Green), Xanh nhạt (Light Green), Vàng (Yellow) và Đỏ (Red). Các doanh nghiệp đạt được điểm cao sẽ được công nhận và được hưởng các lợi ích như tăng cường uy tín thương hiệu, thu hút nhà đầu tư và khách hàng có nhận thức về bền vững.

### **4.3. Thực trạng công bố trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp thuộc nhóm chỉ số VN100**

Thông tư số 155/2015/TT-BTC của Bộ Tài chính quy định yêu cầu bắt buộc các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam phải công bố những thông tin liên quan đến những tác động liên quan đến môi trường và xã hội. Việc công bố này ngày càng có vai trò quan trọng đối với các doanh nghiệp niêm yết, đặc biệt là các doanh nghiệp thuộc rổ cổ phiếu VN100. Bên cạnh việc hoạt động vì mục tiêu lợi nhuận, doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển bền vững cần phải có sự quan tâm và ứng xử đúng mức với các vấn đề có ảnh hưởng đến các đối tượng hữu quan như môi trường, đối tác, khách hàng, người lao động và xã hội, từ đó tạo ra giá trị cho các cổ đông, gia tăng uy tín và niềm tin đối với các bên liên quan. Một công ty thành công trong việc thực hiện trách nhiệm xã hội có nghĩa là đã quan tâm và cân bằng được lợi ích của các đối tượng hữu quan trong hoạt động của mình.

Sau khi thu thập thông tin trách nhiệm xã hội từ báo cáo thường niên, báo cáo phát triển bền vững từ năm 2020, 2021 của các doanh nghiệp niêm yết trong nhóm VN100, nhóm tác giả tổng hợp và tiến hành đánh giá, chấm điểm để có cái nhìn khái quát về mức độ công bố thông tin của các doanh nghiệp này.

Năm	2020	2021
-----	------	------

Số lượng doanh nghiệp khảo sát	80	80
Số lượng doanh nghiệp công bố thông tin trách nhiệm xã hội	80	79
Số lượng doanh nghiệp lập riêng báo cáo phát triển bền vững	7	6
Tỷ lệ doanh nghiệp công bố thông tin trách nhiệm xã hội	100%	98,75%
Tỷ lệ doanh nghiệp lập riêng báo cáo phát triển bền vững	8,8%	7,59%

*Bảng 4. 1. Tình hình công bố thông tin trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp thuộc rổ VN100*

Thông qua Bảng 4.1., nhóm tác giả thấy rằng hầu hết các doanh nghiệp trong nhóm VN100 đều thực hiện báo cáo tác động liên quan đến môi trường và xã hội một cách đầy đủ, tuân thủ quy định pháp luật. Trong năm 2021, số lượng doanh nghiệp được khảo sát có công bố thông tin trách nhiệm xã hội giảm một công ty, đó là trường hợp của CTCP Tập đoàn FLC (Mã chứng khoán: FLC) vì công ty đang gặp khó khăn trong việc tổ chức lại bộ máy quản lý sau khi một số lãnh đạo công ty vi phạm pháp luật nên hiện tại vẫn chưa thể phát hành báo cáo.

Đa số các doanh nghiệp trình bày nội dung báo cáo phát triển bền vững lồng ghép trong báo cáo thường niên và nội dung trình bày cơ bản tuân thủ theo yêu cầu của Thông tư số 155/2015/TT-BTC. Có một số lượng nhỏ doanh nghiệp lập báo cáo phát triển bền vững riêng, nội dung báo cáo đầy đủ, phong phú, hình thức chỉnh chu, chất lượng cao như Tập đoàn Bảo Việt, Công ty Cổ phần Sữa Việt Nam,...Nhiều doanh nghiệp lập báo cáo theo hướng dẫn của Tổ chức Sáng kiến báo cáo toàn cầu (GRI) được các tổ chức quốc tế đánh giá cao và được vinh danh các giải thưởng dành cho báo cáo phát triển bền vững.

## **4.4. Thống kê mô tả dữ liệu**

### **4.4.1. Thống kê kết quả công bố thông tin trách nhiệm xã hội mẫu**

Thống kê số liệu khảo sát về mức độ CBTT trách nhiệm xã hội của DN trong VN100 trong năm 2020, 2021. Thống kê cho thấy mức độ điểm trung bình của CBTT TNXH năm 2021 có xu hướng tăng so với năm 2020, cho thấy các DN đang quan tâm đến việc thực

hiện và công bố thông tin TNXH. Tuy nhiên, khi so sánh với điểm CBTT tối đa mà mỗi doanh nghiệp có thể đạt được (15 điểm), tỷ lệ điểm trung bình của các DN Việt Nam so với điểm tối đa vẫn còn ở mức thấp, cao nhất là năm 2021 đạt 39%. Điều này cho thấy sự khác biệt giữa các DN Việt Nam và các nước phát triển, đặc biệt là trong việc quan tâm và thực hiện trách nhiệm với môi trường.

Năm	Tổng điểm CBTT TNXH trung bình hàng năm	Tỷ lệ điểm CBTT TNXH trung bình hàng năm so với điểm CBTT tối đa (CSRDI)
(1)	(2)	(2)/15
2020	5.68	38%
2021	5.87	39%

*Bảng 4. 2. Kết quả CBTT TNXH của VN100 năm 2020,2021*

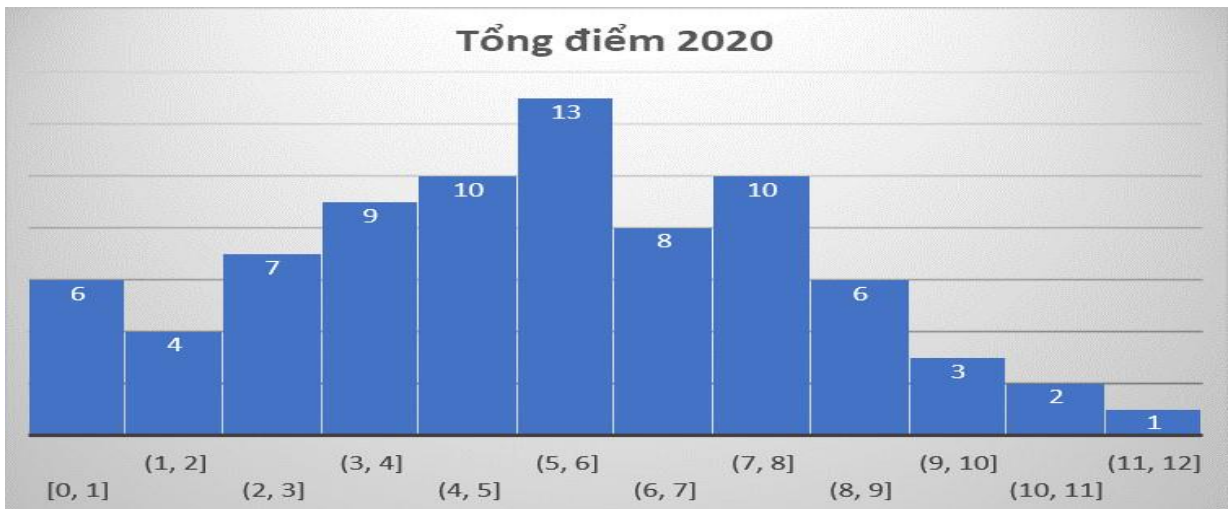
	Tổng điểm 2020	Tổng điểm 2021
Mean	5.68	5.87
Standard Error	0.31	0.37
Median	6	6
Mode	6	6
Standard Deviation	2.76	3.29
Sample Variance	7.63	10.86
Kurtosis	-0.36	-0.43
Skewness	-0.10	0.097
Range	12	14
Minimum	0	0
Maximum	12	14
Sum	449	464

*Bảng 4. 3. Kết quả tổng điểm CBTT TNXH của VN100 năm 2020, 2021*

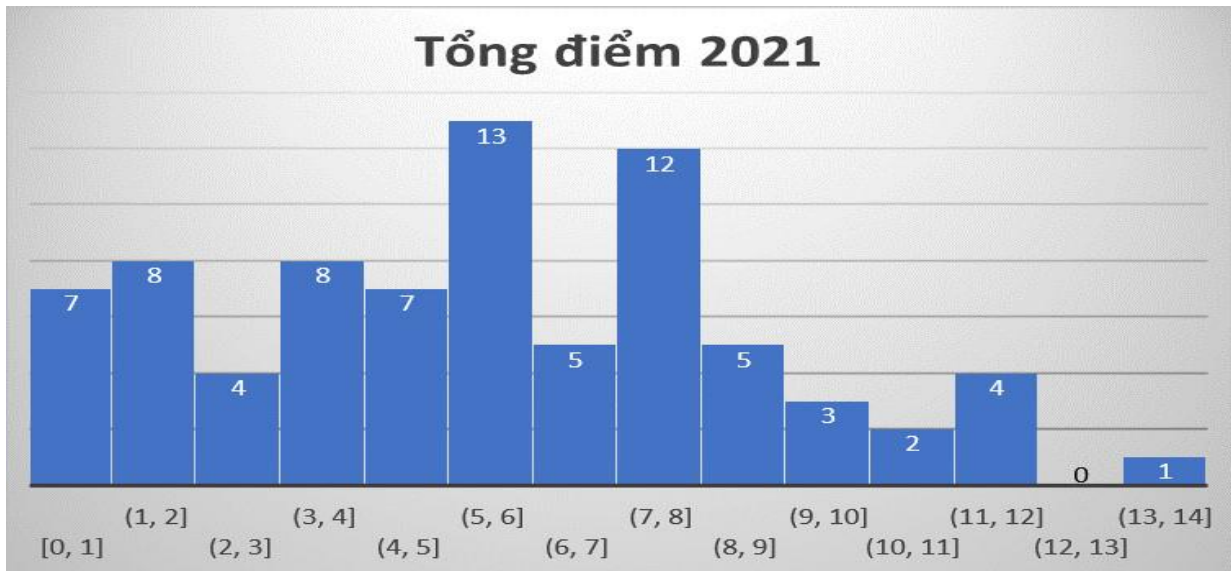
	CSRDI 2020	CSRDI 2021
Mean	38%	39%
Standard Error	2%	2%
Median	40%	40%
Mode	40%	40%
Standard Deviation	18.41%	22%
Sample Variance	3.39%	5%
Kurtosis	-0.3646	-0.4330
Skewness	-0.1033	0.0970
Range	80%	93%
Minimum	0	0
Maximum	80%	93%

*Bảng 4. 4. Kết quả CSRDI CBTT TNXH của VN100 năm 2020, 2021*

Ta thấy năm 2021 có độ lệch chuẩn lớn hơn 2020 chứng tỏ điểm CBTT TNXH 2021 phân tán hơn so với 2020; trung bình gần bằng nhau, trung vị và yếu vị 2 năm trùng nhau bằng 6 nên trung tâm cả 2 giá trị của tập dữ liệu này đều xoay quanh giá trị 6. Được thể hiện trực quan hơn dưới 2 biểu đồ dưới đây:

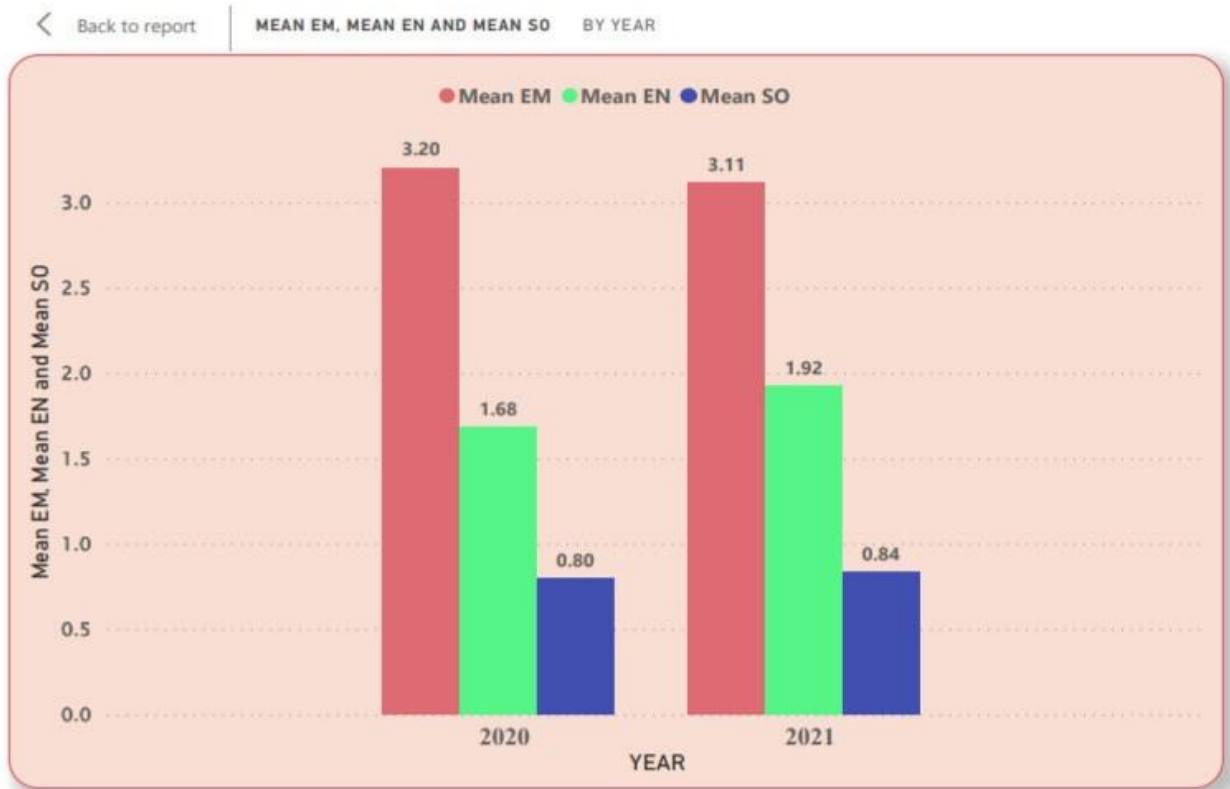


*Biểu đồ 4. 1. Kết quả tổng điểm CBTT TNXH của VN100 năm 2020*



*Biểu đồ 4. 2. Kết quả tổng điểm CBTT TNXH của VN100 năm 2020*

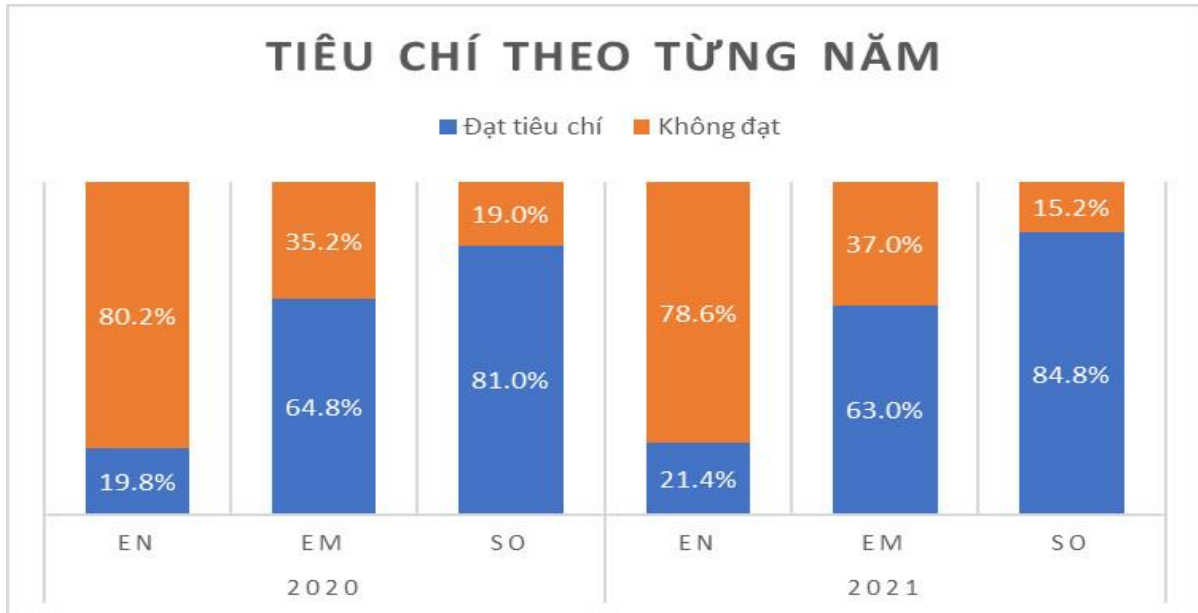
Trong tổng điểm của 2 năm trên, theo cách tính các điểm trung bình cho mỗi tiêu chí theo từng năm bằng cách lấy tổng điểm tiêu chí đó trong năm chia cho số doanh nghiệp thực hiện báo cáo phát triển bền vững, Ta thấy trên đồ thị 2 năm liên tiếp 2020, 2021 điểm trung bình EM cao nhất (với số điểm tối đa cho tiêu chí này trên 1 quan sát là 5), tiếp đến là EN (với số điểm tối đa cho tiêu chí này trên 1 quan sát là 9), SO (chỉ có tối đa 1 điểm trên 1 quan sát). Do đó điểm CBTT của tiêu chí về trách nhiệm lao động chiếm tỷ trọng cao nhất (EM), tiếp theo là điểm CBTT của tiêu chí trách nhiệm môi trường cuối cùng là điểm CBTT của tiêu chí trách nhiệm xã hội.



*Biểu đồ 4. 3. Giá trị trung bình EN, EM, SO năm 2020,2021*

Tác giả đã kiểm tra chi tiết mức độ công bố thông tin TNXH của các DN theo từng thành phần, bao gồm trách nhiệm với môi trường (EN), trách nhiệm với lao động (EM) và trách nhiệm với cộng đồng (SO). Kết quả cho thấy mức độ công bố thông tin về môi trường rất thấp, cho thấy rằng các DN Việt Nam chưa đạt được sự quan tâm đúng mức đối với trách nhiệm với môi trường. Điều này được cho là do sự khác biệt giữa Việt Nam và các nước phát triển, trong đó các DN ở các nước phát triển tập trung vào trách nhiệm với môi trường, năng lượng, tái chế và giảm ô nhiễm.





*Biểu đồ 4. 4. Kết quả thực hiện các tiêu chí của VN100 trong năm 2020, 2021*

Cụ thể hơn, tác giả tiến hành thống kê theo từng loại chỉ mục thông tin TNXH trong tổng số 160 quan sát (2 năm x 80 DN) tác giả thấy rằng những thông tin về lương, thưởng, thông tin về sản xuất và phát triển sản phẩm là những chỉ mục thông tin được các DN công bố nhiều nhất. Thông tin được công bố ít nhất đó là thông tin liên quan đến ngăn chặn và khắc phục hậu quả gây ra cho môi trường từ sản xuất. Dưới đây là bảng thống kê số quan sát được của các chỉ mục thông tin được công bố nhiều nhất và ít nhất trong từng chuyên mục thông tin TNXH.

Lĩnh vực		Giá trị quan sát	Tên chỉ mục thông tin
Thông tin về môi trường	Nhiều nhất	65	EN3: Tiêu thụ năng lượng—trực tiếp và gián tiếp
	Ít nhất	10	EN9: Tổng số tiền bị phạt vì không tuân thủ pháp luật và các quy định về môi trường
Thông tin lao động	Nhiều nhất	133	EM1: Số lượng nhân viên
	Ít nhất	53	EM4: Trung bình giờ đào tạo nhân viên hằng năm
Thông tin hỗ trợ cộng đồng		131	SO1: Đầu tư cộng đồng và các hoạt động phát triển cộng đồng khác, bao gồm hỗ trợ tài chính để phục vụ cộng đồng

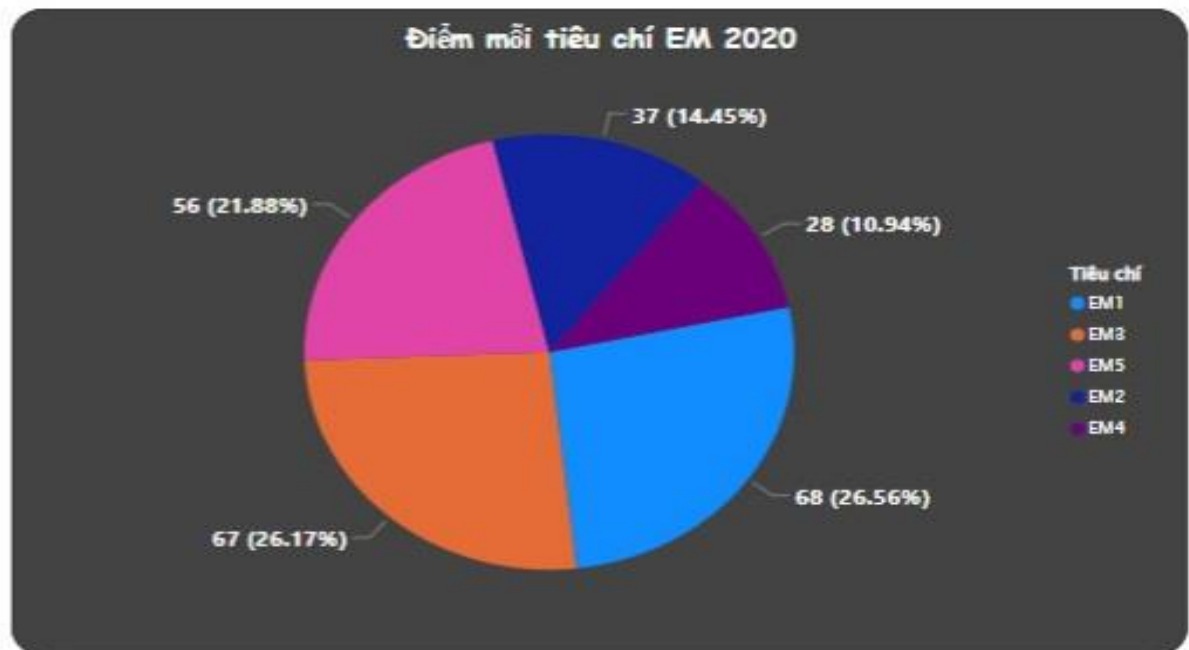
*Bảng 4. 5. Kết quả quan sát của VN100 năm 2020, 2021*

Theo như nhóm đã nghiên cứu trên 200 quan sát của 100 DN VN100 trên 2 năm ta thấy giá trị xuất hiện với tần suất nhiều nhất của các tiêu 2 năm đều giống nhau.

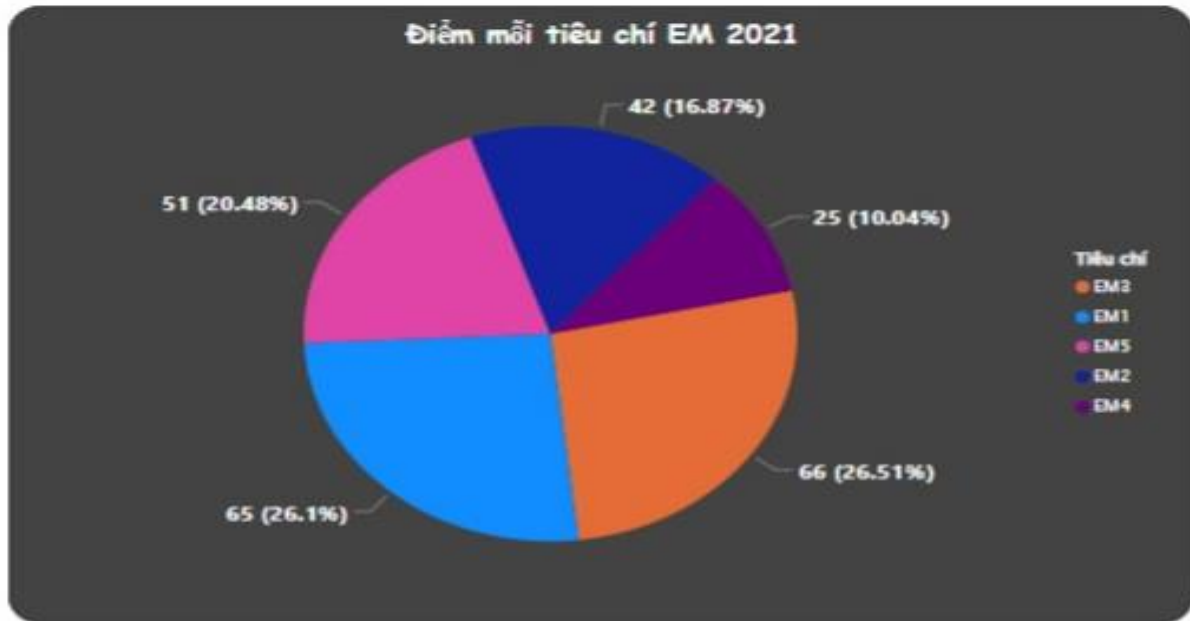
Tiêu chí	Năm	Tổng điểm	Giá trị trung bình	Giá trị xuất hiện nhiều nhất	Giá trị lớn nhất	Giá trị nhỏ nhất	Độ lệch chuẩn
EN	2020	133	1.68	0	7	0	1.71
	2021	152	1.92	0	9	0	2.17
EM	2020	253	3.20	4	5	0	1.35
	2021	246	3.11	4	5	0	1.47
SO	2020	63	0.80	1	1	0	0.40
	2021	66	0.84	1	1	0	0.37

*Bảng 4. 6. Kết quả thực hiện CBTT TNXH theo các tiêu chí của VN100 năm 2020, 2021*

Ta phân tích sâu vào nhóm tiêu chí có tỷ trọng điểm nhiều nhất là EM qua biểu đồ sau đây:

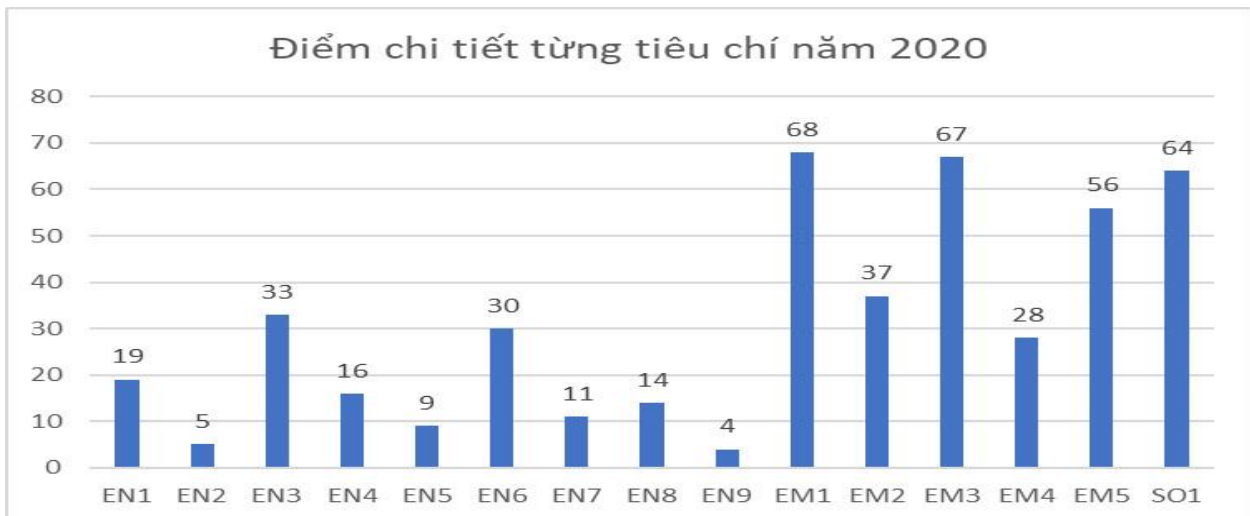


*Biểu đồ 4. 5. Kết quả thực hiện EM của VN100 trong 2020*

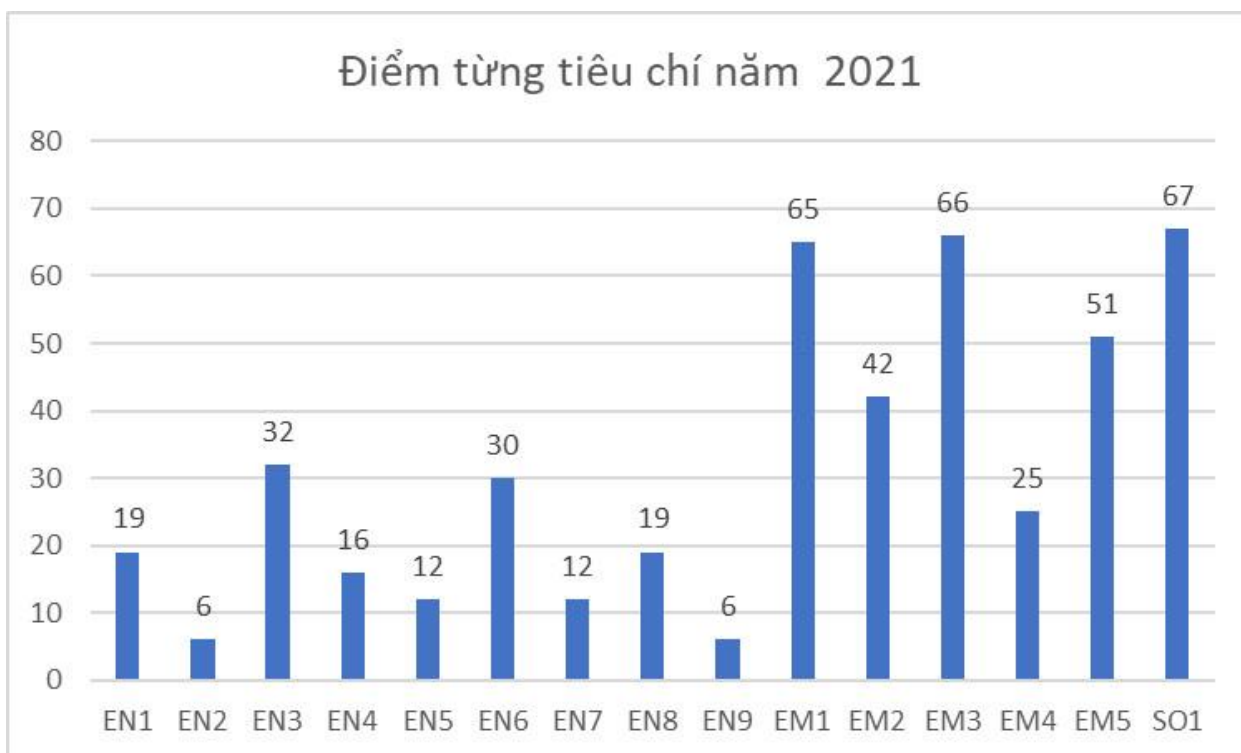


*Biểu đồ 4. 6. Kết quả thực hiện EM của VN100 trong 2021*

Ta thấy điểm EM1, EM3 chiếm tỷ trọng cao nhất trong 2 năm và tổng điểm chúng hơn 50% tổng điểm EM. Ta thấy đa phần các công ty đều công bố rõ ràng về số lượng nhân viên và thực hiện đầy đủ chính sách lao động đảm bảo sức khỏe, an toàn và phúc lợi của người lao động. Nhưng bên cạnh đó các doanh nghiệp đã số chưa công khai tổng số giờ đào tạo cho nhân viên mình (EM4).

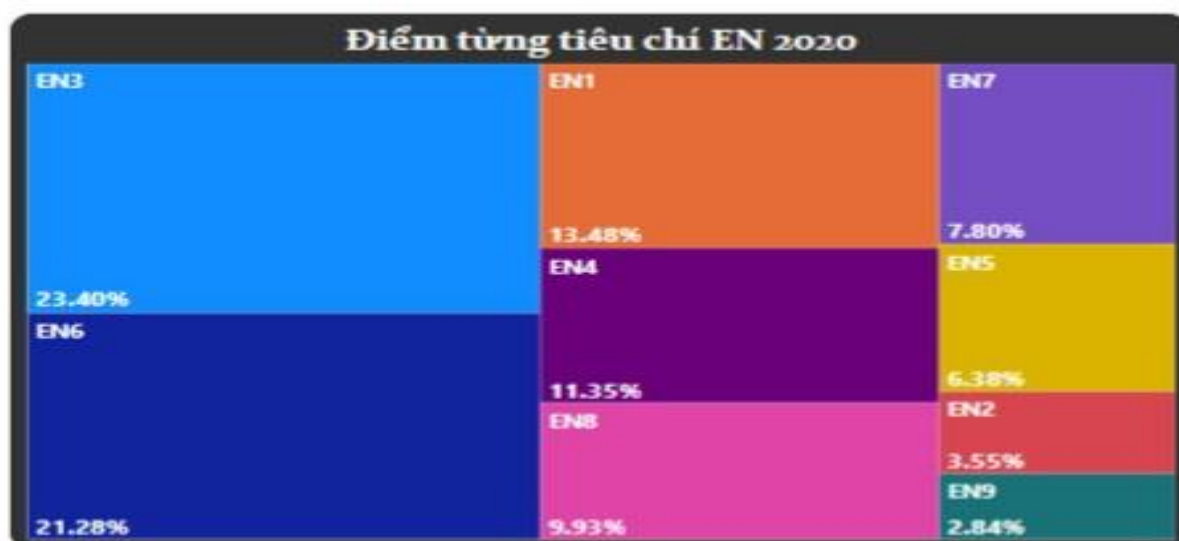


*Biểu đồ 4. 7. Kết quả thực hiện từng tiêu chí của VN100 năm 2020*

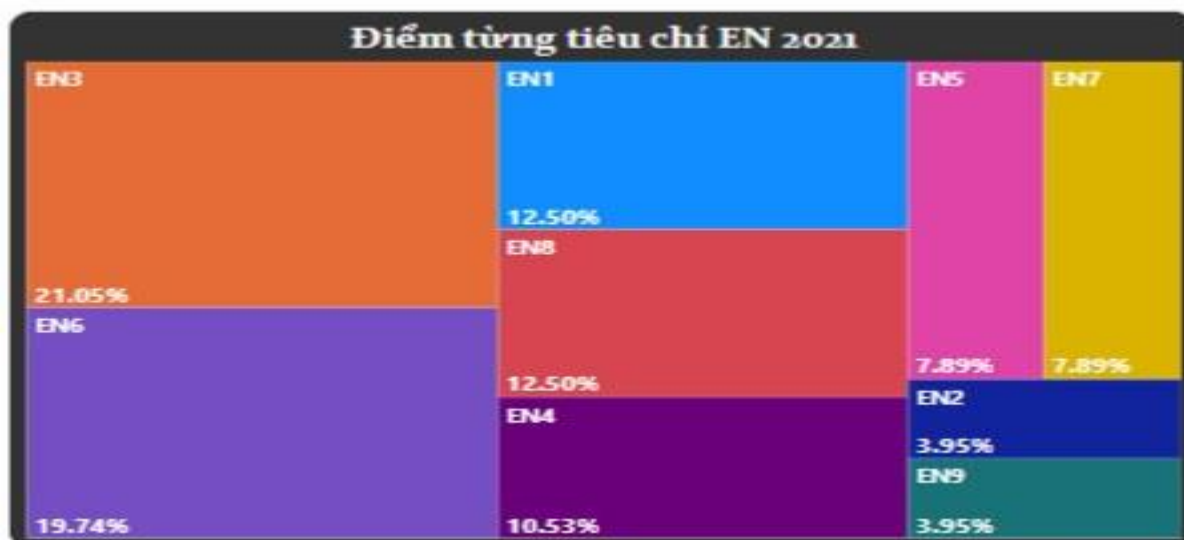


*Biểu đồ 4. 8. Kết quả thực hiện từng tiêu chí của VN100 năm 2021*

Qua 2 biểu đồ điểm theo từng tiêu chí của từng năm ở trên (đã loại bỏ các doanh nghiệp không có báo cáo phát triển bền vững), ta thấy các công ty đều công bố thông tin tốt về EM1, EM3 và SO1 (trách nhiệm với cộng đồng), bên cạnh đó các tiêu chí công bố thông tin về môi trường các doanh nghiệp chưa đáp ứng được thậm chí dưới 50% DN đạt theo từng tiêu chí của CBTT về môi trường. Điều này cho thấy thực trạng công bố thông tin phát triển bền vững về môi trường của các doanh nghiệp Việt Nam thật đáng quan ngại. Ta đi sâu vào các thành phần trong mục tiêu chí EN qua các biểu đồ dưới đây:



*Biểu đồ 4. 9. Kết quả thực hiện EN của VN100 trong năm 2020*

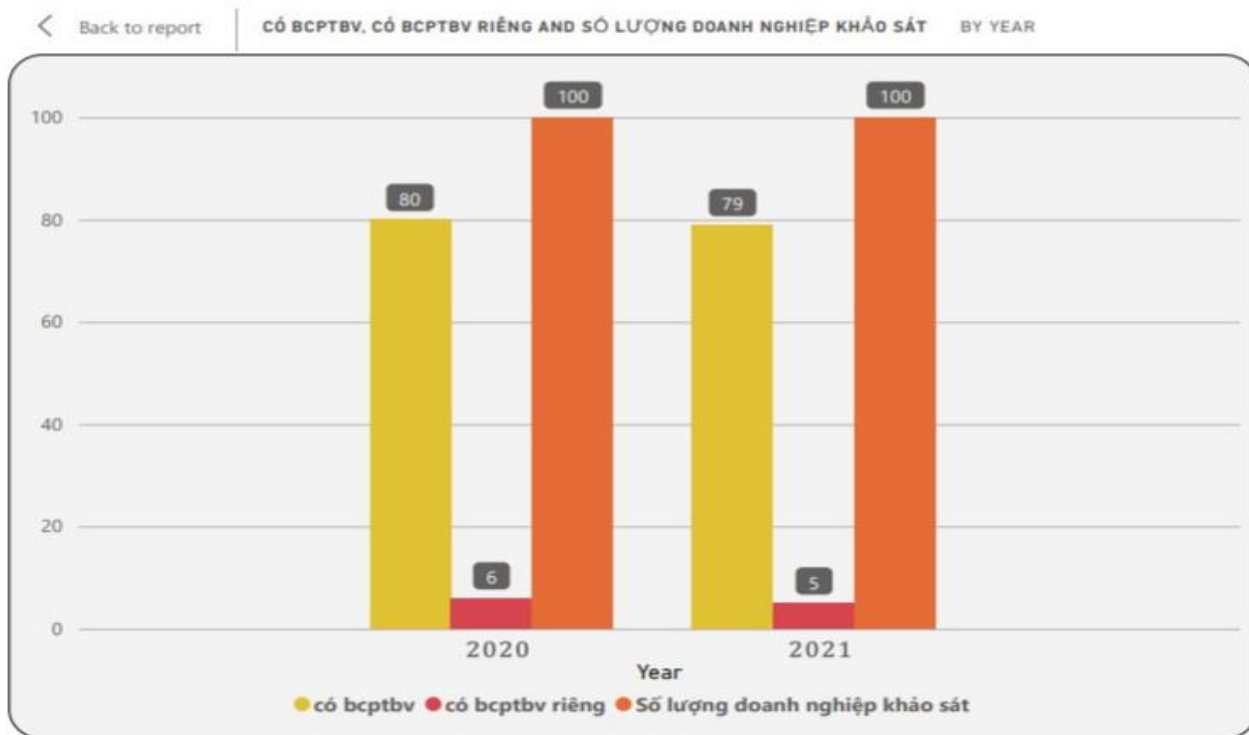


*Biểu đồ 4. 10. Kết quả thực hiện EN của VN100 trong năm 2021*

EN3 và EN6 chiếm tỷ trọng cao nhất trong tiêu chí EN, tổng tỷ trọng của chúng gần 45%. 2 mục EN2 và EN9 chiếm tỷ trọng rất nhỏ cụ thể trong năm 2021 (EN2 và EN9 đều chỉ chiếm 3,95% và chỉ đạt được 6 điểm trên 79 công ty)

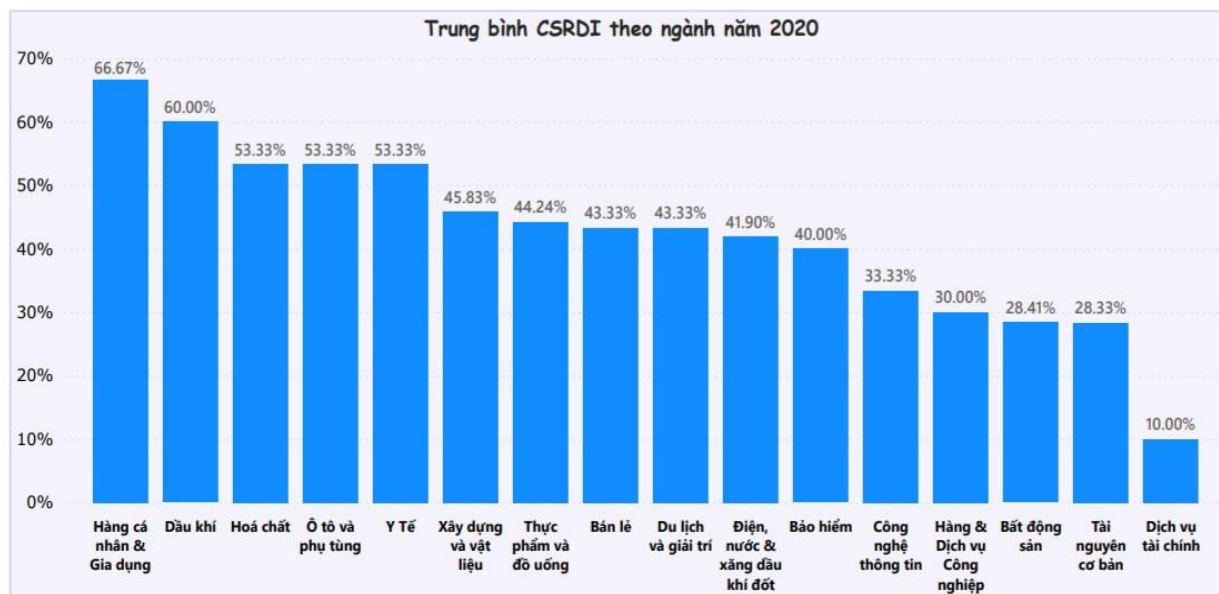
Ở một khía cạnh khác, tác giả tiến hành kiểm tra 80 DN trong mẫu về mức độ quan tâm đến CBTT TNXH thông qua hoạt động lập báo cáo. Kết quả cho thấy từ 2020 – 2021 số lượng DN thực hiện CBTT TNXH thành một mục riêng biệt trong báo cáo còn

rất ít. Với năm 2020 chỉ có 6 DN thực hiện CBTT TNXH riêng biệt và đến năm 2021 thì còn có 5 DN thực hiện lập báo cáo phát triển bền vững.

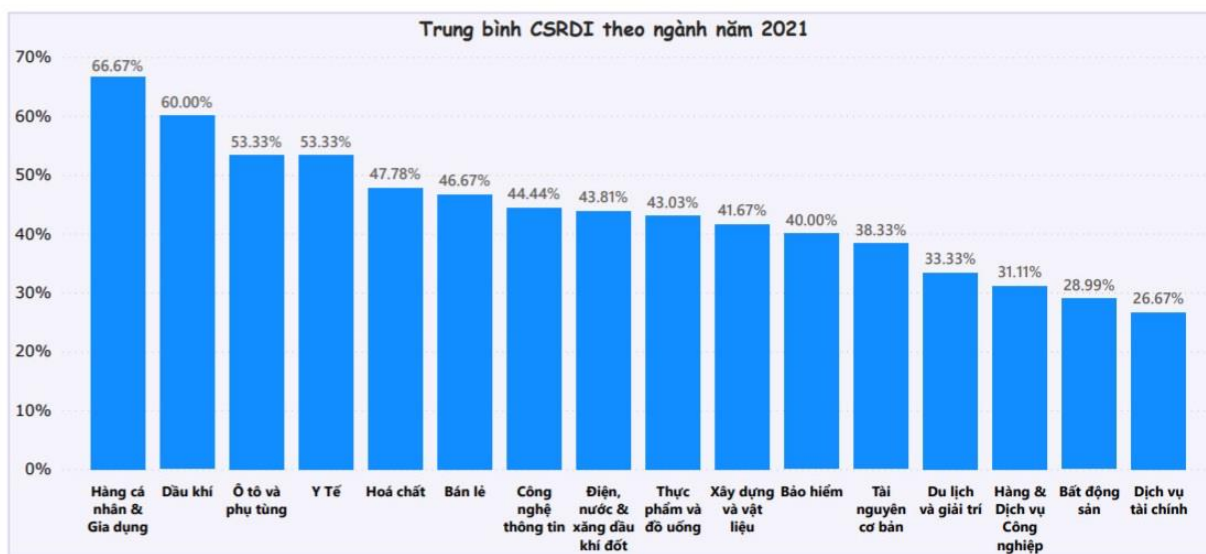


Biểu đồ 4. 11. Tình hình công bố BCPTBV của VN100 trong năm 2020, 2021

Ta phân tích các doanh nghiệp trên phân theo ngành lọc theo từng năm, ta có các biểu đồ trực quan dưới đây:

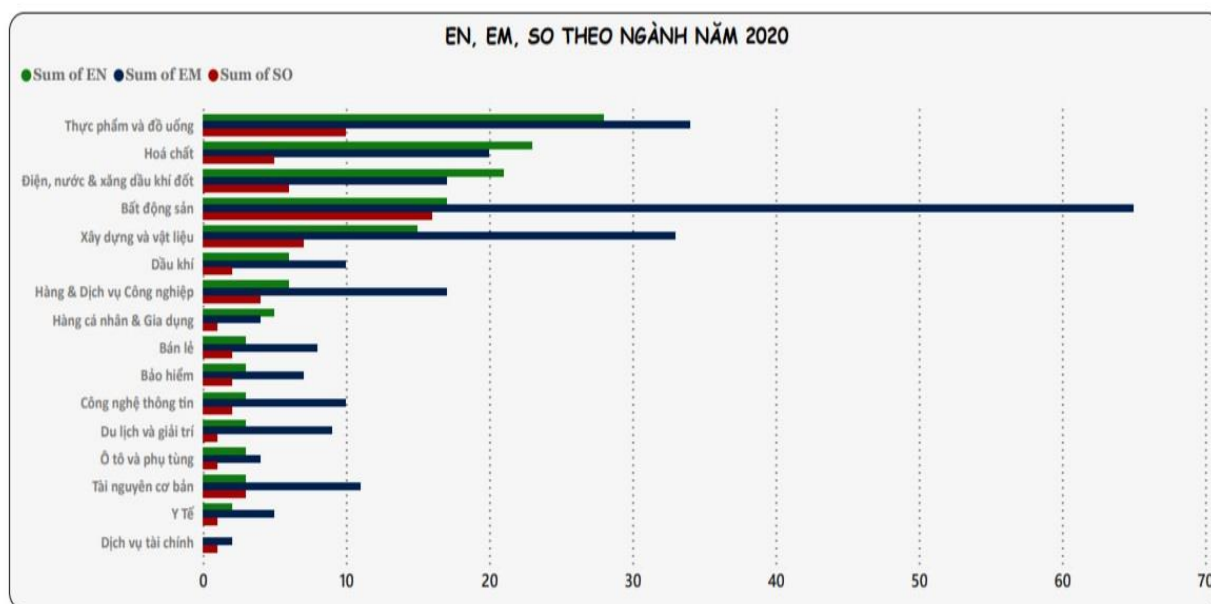


Biểu đồ 4. 12. Kết quả CSRDI trung bình theo ngành năm 2020

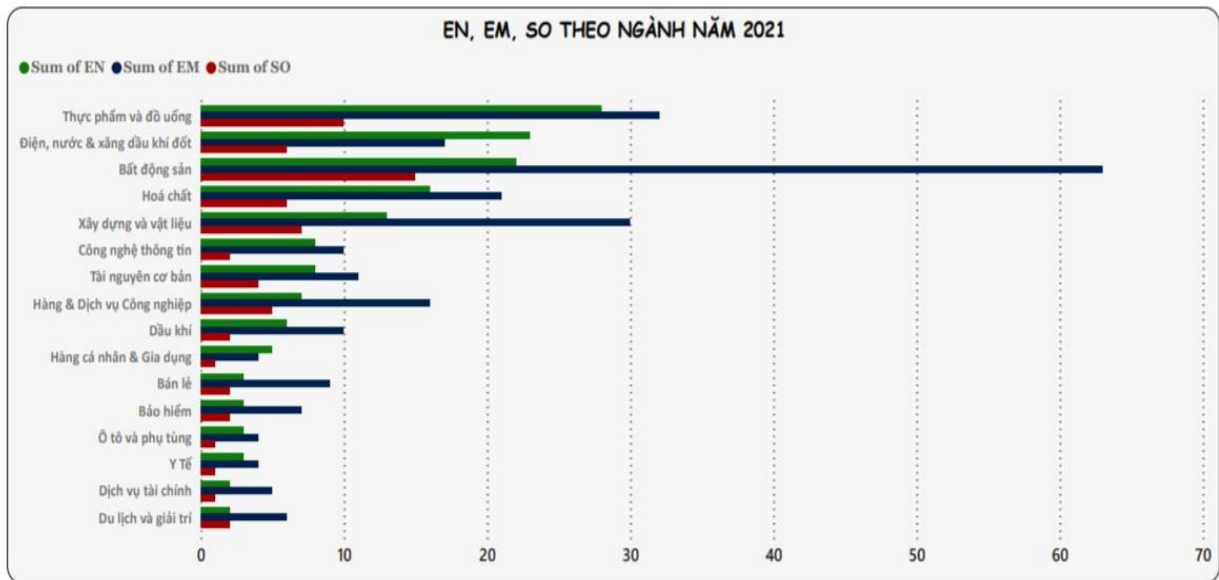


Biểu đồ 4. 13. Kết quả CSRDI trung bình theo ngành năm 2021

Theo các biểu đồ trung bình CSRDI của 2 năm trên, ta thấy trung bình CSRDI từng quan sát ( trong tổng quan sát là các công ty có báo cáo PTBV) theo ngành thì ngành “Hàng cá nhân & Gia dụng” và “Dầu khí” ở mức cao nhất so với các ngành khác và ngành “Bất động sản”, “Hàng & Dịch vụ Công Nghiệp” luôn ở các nhóm thấp nhất.



*Biểu đồ 4. 14. Kết quả thực hiện các chỉ tiêu theo ngành của VN100 năm 2020*



*Biểu đồ 4. 15. Kết quả thực hiện các chỉ tiêu theo ngành của VN100 năm 2021*

Theo 2 biểu đồ EN, EM, SO phân theo các ngành của 2 năm, Ta thấy: Điểm tiêu chí EM cao nhất ở lĩnh vực “Bất động sản”, điểm tiêu chí EN cao nhất ở lĩnh vực “Thực phẩm và đồ uống”, điểm tiêu chí SO cao nhất ở lĩnh vực “Bất động sản”.



## CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

### 5.1. Kết luận

Trong số các doanh nghiệp VN100, có nhiều doanh nghiệp đã có những báo cáo CSR chi tiết và có chất lượng, cung cấp thông tin về các hoạt động và chính sách của doanh nghiệp liên quan đến các vấn đề môi trường, xã hội và quản trị doanh nghiệp. Tuy nhiên, vẫn còn nhiều doanh nghiệp chưa có báo cáo hoặc báo cáo chưa đầy đủ và chi tiết, gây khó khăn trong việc đánh giá hoạt động CSR của doanh nghiệp.

Ngoài ra, một số doanh nghiệp đã tập trung vào các hoạt động xã hội tích cực, chẳng hạn như việc hỗ trợ cộng đồng trong đại dịch Covid-19, giảm thiểu tác động đến môi trường và bảo vệ quyền lợi của người lao động. Tuy nhiên, cũng có một số doanh nghiệp vẫn chưa thực hiện đầy đủ và hiệu quả các hoạt động CSR.

Tổng thể, việc công bố thông tin CSR của các doanh nghiệp VN100 trong năm 2020-2021 cho thấy sự quan tâm của các doanh nghiệp đến các vấn đề xã hội và môi trường. Tuy nhiên, vẫn còn nhiều việc cần làm để cải thiện chất lượng và độ hiệu quả của các hoạt động CSR.

### 5.2. Kiến nghị

#### 5.2.1. Đối với các công ty niêm yết

**Thứ nhất, nâng cao ý thức và trách nhiệm của các doanh nghiệp:** Doanh nghiệp cần thấu hiểu được ý nghĩa và tầm quan trọng của việc công bố thông tin CSR và cần xây dựng một nền tảng văn hóa doanh nghiệp có trách nhiệm với cộng đồng và môi trường.

**Thứ hai, xây dựng kế hoạch và chiến lược CSR:** Các doanh nghiệp cần xác định được mục tiêu, chiến lược và kế hoạch cho hoạt động CSR. Điều này giúp doanh nghiệp có thể tập trung vào các hoạt động quan trọng nhất để có được hiệu quả tốt nhất.

**Thứ ba, đầu tư vào hệ thống giám sát và báo cáo:** Doanh nghiệp cần đầu tư vào các công cụ giám sát để đánh giá hoạt động CSR của mình. Ngoài ra, cần cải thiện chất lượng và độ chi tiết của báo cáo CSR để giúp các bên liên quan có thể đánh giá được sự hiệu quả của hoạt động CSR.

**Thứ tư, tăng cường tương tác và giao tiếp với các bên liên quan:** Các doanh nghiệp cần tăng cường tương tác với các bên liên quan để hiểu được nhu cầu và mong muốn của

họ. Điều này giúp doanh nghiệp có thể xây dựng các hoạt động CSR phù hợp với nhu cầu của cộng đồng và đạt được hiệu quả tốt nhất.

**Thứ năm, tập trung vào việc giải quyết các vấn đề quan trọng:** Các doanh nghiệp cần tập trung vào giải quyết các vấn đề quan trọng nhất của xã hội và môi trường, chẳng hạn như việc giảm thiểu tác động đến môi trường, bảo vệ quyền lợi của người lao động, hỗ trợ cộng đồng sau đại dịch Covid-19, và nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân.

### **5.2.2. Đối với cơ quan nhà nước**

**Thứ nhất, tăng cường hỗ trợ và khuyến khích các doanh nghiệp niêm yết thực hiện hoạt động CSR:** Nhà nước có thể cung cấp các chính sách, cơ chế hỗ trợ để khuyến khích các doanh nghiệp niêm yết đầu tư vào hoạt động CSR. Đồng thời, cần tạo ra các chương trình hỗ trợ và đào tạo để giúp các doanh nghiệp có thể thực hiện hoạt động CSR hiệu quả.

**Thứ hai, tăng cường giám sát và kiểm tra hoạt động CSR của các doanh nghiệp:** Nhà nước cần tăng cường việc giám sát và kiểm tra hoạt động CSR của các doanh nghiệp niêm yết. Điều này giúp đảm bảo các doanh nghiệp niêm yết thực hiện hoạt động CSR đúng mục đích và đáp ứng yêu cầu của pháp luật.

**Thứ ba, tạo ra cơ chế khuyến khích các doanh nghiệp công bố thông tin CSR:** Nhà nước có thể đưa ra các cơ chế khuyến khích các doanh nghiệp niêm yết công bố thông tin CSR một cách đầy đủ, minh bạch và chính xác. Cơ chế này có thể bao gồm các phần thưởng, khuyến khích và tiện ích giúp các doanh nghiệp cải thiện hoạt động công bố thông tin CSR của mình.

**Thứ tư, tăng cường tuyên truyền và nâng cao nhận thức của công chúng về hoạt động CSR:** Nhà nước cần tăng cường hoạt động tuyên truyền, nâng cao nhận thức của công chúng về hoạt động CSR và tầm quan trọng của việc thực hiện hoạt động CSR. Điều này giúp tạo ra sức ép và đòi hỏi các doanh nghiệp niêm yết phải thực hiện hoạt động CSR một cách đầy đủ và có trách nhiệm.

### **5.2.3. Đối với nhà đầu tư**

**Thứ nhất, đánh giá và ưu tiên đầu tư vào các doanh nghiệp có hoạt động CSR tốt:** Nhà đầu tư có thể đánh giá và ưu tiên đầu tư vào các doanh nghiệp có hoạt động CSR tốt. Điều này sẽ tạo ra động lực cho các doanh nghiệp niêm yết nâng cao chất lượng hoạt động CSR của mình.

**Thứ hai, hỗ trợ các doanh nghiệp thực hiện hoạt động CSR:** Nhà đầu tư có thể cung cấp các chính sách, cơ chế hỗ trợ để khuyến khích các doanh nghiệp niêm yết đầu tư vào hoạt động CSR. Đồng thời, nhà đầu tư cũng có thể tư vấn và hỗ trợ các doanh nghiệp thực hiện hoạt động CSR hiệu quả.

**Thứ ba, yêu cầu các doanh nghiệp niêm yết công bố thông tin CSR đầy đủ và chính xác:** Nhà đầu tư có thể yêu cầu các doanh nghiệp niêm yết công bố thông tin CSR đầy đủ và chính xác để đảm bảo rằng các doanh nghiệp đang thực hiện hoạt động CSR đúng mục đích và đáp ứng yêu cầu của pháp luật.

**Thứ tư, tăng cường tuyên truyền và nâng cao nhận thức của công chúng về hoạt động CSR:** Nhà đầu tư cũng có thể tham gia tuyên truyền và nâng cao nhận thức của công chúng về hoạt động CSR và tầm quan trọng của việc thực hiện hoạt động CSR. Điều này sẽ giúp tạo ra sức ép và đòi hỏi các doanh nghiệp niêm yết phải thực hiện hoạt động CSR một cách đúng đắn và đáp ứng yêu cầu của xã hội.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bộ Tài chính. Thông tư số 155/2015/TT-BTC: *Hướng dẫn công bố thông tin trên thị trường chứng khoán*, (2015).
- [2] Báo Điện tử Chính phủ, *Năm 2021, thị trường chứng khoán nhiều lần thiết lập đỉnh lịch sử mới*, (2021).
- [3] Tổng cục Thống kê. *Báo cáo tình hình kinh tế – xã hội quý IV và năm 2021*, (2021).
- [4] Website về thông tin kinh tế – tài chính: <https://vietstock.vn>.
- [5] Edmans, A., *The Link Between Job Satisfaction and Firm Value, with Implications for Corporate Social Responsibility, Academy of Management Perspectives*, (2013).
- [6] Hứa Thanh Tuyền, *Đánh giá mức độ công bố thông tin trách nhiệm xã hội tại các doanh nghiệp ngành thực phẩm – đồ uống niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam giai đoạn 2013 – 2019*, (2015).
- [7] Phan Thị Thu Hiền, *Ảnh hưởng của trách nhiệm xã hội doanh nghiệp tới hiệu quả tài chính trong các doanh nghiệp dệt may Việt Nam*, (2019).
- [8] Tạ Thị Thúy Hằng. *Nghiên cứu tác động của công bố thông tin trách nhiệm xã hội đến hiệu quả tài chính của các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam*, (2019).
- [9] Venkatraman, N., & Ramanujam, V., *Measurement of business economic performance: An examination of method convergence, Journal of Management*, (1987).