

Tác động của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với hiệu quả môi trường của các doanh nghiệp tại TP. Hồ Chí Minh

NGUYỄN THỊ VÂN*
NGUYỄN HÀ THANH BÌNH**

Tóm tắt

Nghiên cứu xem xét tác động của Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CRS) đối với hiệu quả môi trường của các doanh nghiệp tại TP. Hồ Chí Minh. Kết quả nghiên cứu cho thấy, Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có tác động tích cực đến Hiệu quả môi trường. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng cho thấy, Đổi mới xanh, Năng lực xanh, Chiến lược môi trường và Lãnh đạo chuyển đổi xanh đóng vai trò trung gian trong việc cải thiện mối quan hệ giữa Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và Hiệu quả môi trường. Qua đó, nghiên cứu đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm cải thiện hiệu quả môi trường của các doanh nghiệp.

Từ khóa: trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, đổi mới xanh, năng lực xanh, chiến lược môi trường, lãnh đạo chuyển đổi xanh, hiệu quả môi trường

Summary

The study examines the impact of corporate social responsibility (CSR) on the environmental performance of enterprises in Ho Chi Minh City. The results showed that there is a positive impact of corporate social responsibility on environmental performance. Furthermore, green innovation, green capability, environmental strategy and green transformational leadership play a mediating role in enhancing the relationship between corporate social responsibility and environmental performance. Thereby, the research gives some recommendations on improving environmental performance of enterprises.

Key words: Corporate social responsibility, green innovation, green capability, environmental strategy, green transformational leadership, environmental performance

ĐẶT VẤN ĐỀ

Hiện nay, suy thoái môi trường đang là một vấn đề toàn cầu. Các doanh nghiệp hiện đang chịu nhiều áp lực trong việc giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường (Saib và cộng sự, 2022). Các nhà nghiên cứu đang nỗ lực cải thiện nhận thức của doanh nghiệp đối với môi trường thông qua việc phát triển các lý thuyết, như: quản trị nguồn nhân lực xanh (Singh và cộng sự, 2020), chuỗi cung ứng xanh (Wu và Kung, 2020), đổi mới xanh (Ke và cộng sự, 2022) và trái phiếu xanh (Singh và cộng sự 2020). Có thể nói, môi trường ngày càng ảnh hưởng trực tiếp đến xu hướng kinh doanh của các doanh nghiệp. Việc xem xét các ảnh

hưởng của yếu tố môi trường có thể mang lại lợi nhuận và lợi thế cạnh tranh cho các doanh nghiệp.

Hiện nay, các tổ chức đặc biệt quan tâm đến trách nhiệm xã hội của mình. Trước đây, các tổ chức chỉ tập trung vào lợi nhuận, nhưng ngày nay họ phải xem môi trường là một trong những yếu tố chính của doanh nghiệp (Kraus và cộng sự, 2017). Mục tiêu của nghiên cứu là phân tích tác động của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với hiệu quả môi trường của các doanh nghiệp tại TP. Hồ Chí Minh với vai trò trung gian của đổi mới xanh, năng lực xanh, chiến lược môi trường và lãnh đạo chuyển đổi xanh.

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Cơ sở lý thuyết

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là những

* ThS., ** ThS., Trường Đại học Văn Hiến

Ngày nhận bài: 28/9/2023; Ngày phản biện: 12/10/2023; Ngày duyệt đăng: 16/11/2023

HÌNH: MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT



Nguồn: Kết quả phân tích của tác giả, 2023

hành động và chính sách của doanh nghiệp nhằm mục đích mang lại ảnh hưởng tích cực đến xã hội bên cạnh việc tối đa hóa lợi nhuận (Banerjee, 2002).

Theo Chen và cộng sự (2006), đổi mới xanh bao gồm tất cả các loại đổi mới góp phần tạo ra các sản phẩm, dịch vụ hoặc quy trình nhằm giảm tác động tiêu cực đến môi trường, đồng thời tối ưu hóa việc sử dụng tài nguyên thiên nhiên. Năng lực xanh là các nguồn lực, kỹ năng và khả năng của doanh nghiệp nhằm tạo điều kiện giúp doanh nghiệp thực hiện các hoạt động xanh (Lee và Klassen, 2008).

Nghiên cứu của Banerjee (2002) cho rằng, chiến lược môi trường là định hướng dài hạn của một doanh nghiệp trong việc quản lý các hoạt động liên quan đến môi trường để đáp ứng sự mong đợi của các bên liên quan. Chiến lược môi trường là các sáng kiến có thể làm giảm tác động của các hoạt động đối với môi trường tự nhiên thông qua các sản phẩm, quy trình và chính sách của công ty, như: giảm tiêu thụ năng lượng và chất thải, sử dụng tài nguyên bền vững và xây dựng hệ thống quản lý môi trường.

Lãnh đạo chuyển đổi xanh là một phong cách lãnh đạo nhằm thúc đẩy nhân viên đạt được các mục tiêu xanh, định hình tầm nhìn xanh của nhân viên và thúc đẩy thay đổi xanh trong tổ chức (Garcia Morales và cộng sự, 2012).

Nghiên cứu của Bacinello và cộng sự (2019) thực hiện tại các doanh nghiệp ở Brazil đã chứng minh, Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có tác động tích cực đến Chiến lược môi trường và Năng lực xanh. Còn Martinez-Conesa và cộng sự (2017) đã chứng minh, Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có tác động tích cực đến Đổi mới xanh.

Nghiên cứu của Singh và cộng sự (2020) thực hiện tại các doanh nghiệp Pakistan đã chứng minh vai trò trung gian của Lãnh đạo chuyển đổi xanh, Đổi mới xanh và Quản trị nguồn nhân lực xanh trong mối quan hệ giữa Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và Hiệu quả môi trường. Còn Qiu và cộng sự (2020) chỉ ra, vai trò trung gian của Đổi mới xanh và Năng lực xanh trong mối quan hệ giữa Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và Hiệu quả môi trường.

Mô hình nghiên cứu

Dựa trên các nghiên cứu có liên quan, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như Hình.

Nghiên cứu đề xuất các giả thuyết như sau:

H1: Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có tác động tích cực đến Chiến lược môi trường.

H2: Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có tác động tích cực đến Năng lực xanh.

H3: Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có tác động tích cực đến Đổi mới xanh.

H4: Chiến lược môi trường có tác động tích cực đến Hiệu quả môi trường.

H5: Năng lực xanh có tác động tích cực đến Lãnh đạo chuyển đổi xanh.

H6: Đổi mới xanh có tác động tích cực đến Hiệu quả môi trường.

H7: Lãnh đạo chuyển đổi xanh có tác động tích cực đến Hiệu quả môi trường.

Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng kết hợp với phương pháp định tính trong nghiên cứu sơ bộ. Nghiên cứu định tính được triển khai thông qua phương pháp phỏng vấn chuyên gia nhằm hiệu chỉnh thang đo và làm rõ các biến quan sát sao cho phù hợp với hoàn cảnh và nhận thức của đối tượng được khảo sát. Nghiên cứu định lượng được thực hiện với phương pháp chọn mẫu thuận tiện khảo sát đối với 216 người lao động của các doanh nghiệp tại TP. Hồ Chí Minh từ tháng 4/2023 đến tháng 8/2023. Kết quả thu về được 216 phiếu khảo sát hợp lệ. Các phiếu khảo sát được mã hóa và đưa vào phần mềm SPSS và 24.0 và AMOS 24.0 để phân tích (Bài viết sử dụng cách viết số thập phân theo chuẩn quốc tế).

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Phân tích độ tin cậy Cronbach's Alpha

Kết quả nghiên cứu (Bảng 1) cho thấy, hệ số Cronbach's Alpha của các thang đo dao động từ 0.712 đến 0.921. Như vậy, tất cả các thang đo đều có hệ số Cronbach's Alpha > 0.600, cho thấy các thang đo được sử dụng là đáng tin cậy.

Đánh giá mô hình đo lường

Kết quả nghiên cứu (Bảng 2) cho thấy, độ tin cậy tổng hợp đều nằm trong khoảng từ 0.714 đến 0.926 và không vượt quá ngưỡng 0.95 (Hair và cộng sự, 2014). Do đó, thang đo đạt độ tin cậy nhất quán nội bộ. Giá trị hội tụ được đánh giá qua giá trị phương sai trích bình quân (Average Variance Extracted - AVE) của các biến tiềm ẩn. Đồng thời, AVE

của tất cả biến tiềm ẩn đều nhận giá trị từ 0.513 đến 0.681, cao hơn ngưỡng 0.5 (Hair và cộng sự, 2014). Kết quả này cho thấy, giá trị hội tụ của mô hình đo lường được thỏa mãn.

Phân tích hệ số tương quan Pearson

Kết quả phân tích tương quan (Bảng 3) cho thấy, có sự tương quan tuyến tính giữa các thang đo, giữa biến phụ thuộc với tất cả các biến độc lập (không có $r = 0$).

Kết quả kiểm định giả thuyết

Kết quả kiểm định giả thuyết (Bảng 4) cho thấy:

Giả thuyết H1 được chấp nhận tại $p = 0.000$ với mức độ tác động là $\beta = 0.477$. Do đó, Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có tác động tích cực đến Chiến lược môi trường.

Giả thuyết H2 được chấp nhận tại $p = 0.000$, với mức độ tác động là $\beta = 0.600$. Điều này cho thấy rằng, Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có tác động tích cực đến Năng lực xanh.

Giả thuyết H3 được chấp nhận tại $p = 0.000$, với hệ số tác động $\beta = 0.644$. Kết quả này đã chỉ ra rằng, Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có tác động tích cực đến Đổi mới xanh.

Giả thuyết H4 được chấp nhận tại $p = 0.002$, với hệ số tác động $\beta = 0.303$. Kết quả này cho thấy, Chiến lược môi trường có tác động tích cực đến Hiệu quả môi trường.

Giả thuyết H5 được chấp nhận tại $p = 0.000$, với mức độ tác động là $\beta = 0.558$. Vì vậy, Năng lực xanh có tác động tích cực đến Lãnh đạo chuyển đổi xanh.

Giả thuyết H6 được chấp nhận tại $p = 0.000$, với mức độ tác động là $\beta = 0.437$. Vì thế, Đổi mới xanh có tác động tích cực đến Hiệu quả môi trường.

Giả thuyết H7 bị bác bỏ tại $p = 0.505$. Do đó, Lãnh đạo chuyển đổi xanh không có tác động tích cực đến Hiệu quả môi trường.

KẾT LUẬN VÀ MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ

Kết quả nghiên cứu cho thấy, Đổi mới xanh, Năng lực xanh, Chiến lược môi trường và Lãnh đạo chuyển đổi xanh đóng vai trò trung gian trong việc cải thiện mối quan hệ giữa Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và Hiệu quả môi trường. Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy, Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có tác động đáng kể đến Năng lực xanh, Chiến lược môi trường, Đổi mới xanh và Lãnh đạo chuyển đổi

BẢNG 1: PHÂN TÍCH ĐỘ TIN CẬY CHO CÁC THANG ĐO

Thang đo	Số lượng biến quan sát	Cronbach's Alpha
CSR	4	0.823
EP	5	0.712
ES	9	0.817
GI	6	0.921
GC	7	0.881
GTL	6	0.825

BẢNG 2: KẾT QUẢ ĐÁNH GIÁ MÔ HÌNH ĐO LƯỜNG

Biến tiềm ẩn	Trung bình (Mean)	Hệ số tải (Loadings)	Hệ số phương sai trích (AVE)	Độ tin cậy tổng hợp (CR)
CSR	3.65	0.715-0.934	0.513	0.714
EP	3.18	0.785-0.951	0.526	0.851
ES	3.07	0.615-0.974	0.681	0.926
GI	3.81	0.617-0.971	0.519	0.814
GC	3.24	0.637-0.961	0.526	0.828
GTL	3.57	0.679-0.941	0.642	0.881

BẢNG 3: MA TRẬN HỆ SỐ TƯƠNG QUAN PEARSON

Thành phần	Hệ số tương quan					
	CSR	EP	ES	GI	GC	GTL
CSR	1					
EP	0.162**	1				
ES	0.256**	0.587**	1			
GI	0.430**	0.580**	0.656**	1		
GC	0.420**	0.610**	0.639**	0.654**	1	
GTL	0.370**	0.185**	0.213**	0.278**	0.165**	1

** : Tương quan có ý nghĩa tại mức 1% (kiểm định 2 phía)

BẢNG 4: KẾT QUẢ KIỂM ĐỊNH GIẢ THUYẾT

Giả thuyết	Mối quan hệ	Hệ số ước lượng (chuẩn hóa)	Độ lệch chuẩn	Giá trị P	Kết luận
H1	CSR → ES	0.477	0.056	0.000	Chấp nhận
H2	CSR → GC	0.600	0.045	0.000	Chấp nhận
H3	CSR → GI	0.644	0.039	0.000	Chấp nhận
H4	ES → EP	0.303	0.097	0.002	Chấp nhận
H5	GC → GTL	0.558	0.051	0.000	Chấp nhận
H6	GI → EP	0.437	0.110	0.000	Chấp nhận
H7	GTL → EP	0.051	0.077	0.505	Bác bỏ

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu điều tra của nhóm tác giả

xanh. Ngoài ra, Đổi mới xanh, Năng lực xanh, Chiến lược môi trường và Lãnh đạo chuyển đổi xanh có tác động tích cực đến Hiệu quả môi trường.

Dựa vào kết quả nghiên cứu, doanh nghiệp có thể cam kết cải thiện hiệu quả môi trường của mình bằng cách đưa ra một chiến lược môi trường. Chiến lược môi trường nên được xem xét bởi ban quản lý cấp cao và liên tục được cập nhật. Chiến lược môi trường cần nêu rõ cách thức doanh nghiệp sẽ thực hiện để cải thiện hiệu quả môi trường và đề cập đến các vấn đề, như: tuân thủ các chính sách pháp luật liên quan đến môi trường, phòng ngừa sự ô nhiễm, giảm thiểu chất thải,

sử dụng năng lượng hiệu quả và nâng cao nhận thức về môi trường của người lao động. Ban lãnh đạo cần đảm bảo các nguồn lực để thực hiện hiệu quả chiến lược môi trường.

Doanh nghiệp cần xây dựng một hệ thống quản lý môi trường. Hệ thống quản lý môi trường mang lại một cách tiếp cận có hệ thống để giúp doanh nghiệp xác định tác động của mình đối với môi trường, từ đó doanh nghiệp có thể quản lý các hoạt động của mình để giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường. Doanh nghiệp có thể phát triển một hệ thống quản lý môi trường phù hợp với nhu cầu của doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần quản lý việc mua sắm các nguyên vật liệu để giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường. Điều này cũng giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí bằng cách tuân theo nguyên tắc mua sắm xanh. Doanh nghiệp cần xem xét các tác động đối với môi trường trong toàn bộ vòng đời của sản phẩm hoặc dịch vụ khi mua sắm, bao gồm: Nguyên vật liệu thô nào được sử dụng để sản xuất sản phẩm hoặc cung

ứng dịch vụ; Cách sản phẩm được sản xuất và năng lượng được sử dụng; Sản phẩm hoặc dịch vụ sẽ hoạt động như thế nào khi sử dụng; Chi phí để xử lý sản phẩm và các tác động đến môi trường của việc xử lý sản phẩm; Khả năng tái sử dụng hoặc tái chế sản phẩm.

Ngoài ra, doanh nghiệp nên khuyến khích tất cả nhân viên cùng nỗ lực để cải thiện hiệu quả môi trường. Doanh nghiệp có thể khích lệ các nhân viên tình nguyện thành lập các nhóm bảo vệ môi trường. Tuy nhiên, tăng cường sự tham gia của cán bộ quản lý cấp cao của doanh nghiệp để hỗ trợ cho các chính sách môi trường. Doanh nghiệp phải nâng cao nhận thức của nhân viên về các chính sách môi trường và cập nhật thường xuyên những thành tích về môi trường của doanh nghiệp. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bacinello E., Tontini G., and Alberton A. (2020), Influence of maturity on corporate social responsibility and sustainable Innovation in business performance, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 749-759.
2. Banerjee, S. B. (2002), Corporate environmentalism: The construct and its measurement, *Journal of Business Research*, 55(3), 177-191.
3. Chen, Y.S., Lai, S. B., and Wen, C. T. (2006), The influence of green innovation performance on corporate advantage in Taiwan, *Journal of Business Ethics*, 67(4), 331-339.
4. Garcia-Morales, V. J, Jimenez-Barrionuevo, M. M., and Gutierrez-Gutierrez, L. (2012), Transformational leadership influence on organizational performance through organizational learning and innovation, *Journal of Business Research*, 65(7), 1040-1050.
5. Hair Jr, J., Sarstedt, M., Hopkins, L., and G. Kuppelwieser, V. (2014), Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research, *European Business Review*, 26(2), 106-121.
6. Ke, J., Jahanger, A., Yang, B., Usman, M., and Ren, F. (2022), Digitalization, financial development, trade, and carbon emissions; implication of pollution haven hypothesis during globalization mode, *Frontiers in Environmental Science*, 36(4), 717-731.
7. Kraus, S., Burtscher, J., Niemand, T., Roig-Tierno, N., and Syrja, P. (2017), Configurational paths to social performance in SMEs: the interplay of innovation, sustainability, resources and achievement motivation, *Sustainability*, 9(10).
8. Lee, S. Y., and Klassen, R. D. (2008), Drivers and Enablers That Foster Environmental Management Capabilities in Small - and Medium-Sized Suppliers in Supply Chains, *Production and Operations Management*, 17, 573-586.
9. Martinez-Conesa I., Soto-Acosta P., and Palacios-Manzano M. (2017), Corporate social responsibility and its effect on innovation and firm performance: an empirical research in SMEs, *Journal of Cleaner Production*, 142, 2374-2383.
10. Qiu L., Jie X., Wang Y., and Zhao M. (2020), Green product innovation, green dynamic capability, and competitive advantage: evidence from Chinese manufacturing enterprises, *Journal of Cleaner Production*, 27(1), 146-165.
11. Sadiq, M., Shinwari, R., Usman, M., Ozturk, I., and Maghyereh, A. I. (2022), Linking nuclear energy, human development and carbon emission in BRICS region: Do external debt and financial globalization protect the environment?, *Nuclear Engineering and Technology*, 54(9), 3299-3309.
12. Singh, S.K., Del Giudice, M., Chierici, R., and Graziano, D. (2020), Green Innovation and environmental performance: the role of green transformational leadership and green human resource management, *Technological Forecasting and Social Change*, 58(4), 430-438.