



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND SUSTAINABLE CORPORATE PERFORMANCE: MEDIATED ROLES OF GREEN PROCESS INNOVATION AND GREEN BUSINESS PROCESS MANAGEMENT IN VIETNAM

Nguyen Minh Ha¹, Le Thanh Tiep^{2*}, Le Thi Thanh Huong³

¹Ho Chi Minh City Open University, Vietnam

²Ho Chi Minh City University of Economics and Finance, Vietnam

³Vietnam Joint Stock Commercial Bank for Industry and Trade, Vietnam

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>DOI: 10.52932/jfm.vi3.478</p> <p><i>Received:</i> January 05, 2024</p> <p><i>Accepted:</i> February 21, 2024</p> <p><i>Published:</i> April 25, 2024</p> <p>Keywords: Corporate Social Responsibility; Green Process Innovation; Green Business Process Management; Sustainable Corporate Performance.</p> <p>JEL codes: M14; O31; O33; P17</p>	<p>Environmental sustainability is becoming more of a global concern, not only for developed countries but also for small and medium enterprises in emerging economies. This research aims to explore the nexus between the Corporate Social Responsibility and Sustainable Corporate Performance of SMEs by examining the mediating role of Green Process Innovation and Green Business Process Management, in the emerging economy context. This study is grounded in two underlying theories: stakeholder theory and the resource-based view (RBV) theory. The quantitative method was utilized by designing a well-structured questionnaire to collect data, thereby recording 428 valid responses from mid- and senior-level managers. To inspect the relationship between variables, Structural Equation Modeling (SEM) was employed. The results show that corporate social responsibility directly affects sustainable corporate performance, while green process innovation and green business process management are mediating factors for this relationship. Besides, this study offers a strategic outlook for long-term growth towards a sustainable balance between economic, social, and environmental benefits. Accordingly, business leaders are encouraged to carefully consider expedient actions to enhance environmental performance, boost competitiveness, and attain sustainable business performance.</p>

*Corresponding author:

Email: tieplt@uef.edu.vn



TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI DOANH NGHIỆP VÀ HIỆU SUẤT DOANH NGHIỆP BỀN VỮNG: VAI TRÒ TRUNG GIAN CỦA ĐỔI MỚI QUY TRÌNH XANH VÀ QUẢN LÝ QUY TRÌNH KINH DOANH XANH TẠI VIỆT NAM

Nguyễn Minh Hà¹, Lê Thanh Tiệp^{2*}, Lê Thị Thanh Hương³

¹Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh

²Trường Đại học Kinh tế - Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh

³Ngân hàng TMCP Công Thương Việt Nam

THÔNG TIN	TÓM TẮT
<p>DOI: 10.52932/jfm.vi3.478</p> <p>Ngày nhận: 05/01/2024</p> <p>Ngày nhận lại: 21/02/2024</p> <p>Ngày đăng: 25/04/2024</p> <p>Từ khóa: Trách nhiệm xã hội; Đổi mới quy trình xanh; Quản lý quy trình kinh doanh xanh; Hiệu suất doanh nghiệp bền vững.</p> <p>Mã JEL: M14; O31; O33; P17</p>	<p>Sự bền vững của môi trường ngày càng trở thành mối quan tâm toàn cầu, không chỉ đối với những quốc gia phát triển mà còn các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở các nền kinh tế mới nổi. Nghiên cứu này nhằm khai thác mối liên hệ giữa Trách nhiệm xã hội và Hiệu suất doanh nghiệp bền vững của các doanh nghiệp vừa và nhỏ bằng cách kiểm định vai trò trung gian của Đổi mới quy trình xanh và Quản lý quy trình kinh doanh xanh trong bối cảnh nền kinh tế đang phát triển. Nghiên cứu được thực hiện dựa trên hai lý thuyết cơ bản: lý thuyết các bên liên quan và lý thuyết quan điểm dựa trên nguồn lực (RBV). Phương pháp định lượng được áp dụng bằng cách thiết kế một bảng câu hỏi có cấu trúc tốt để thu thập dữ liệu, từ đó ghi nhận 428 phản hồi hợp lệ từ các nhà quản lý cấp trung và cấp cao. Để kiểm tra mối quan hệ giữa các biến, Mô hình phương trình cấu trúc (SEM) đã được sử dụng. Kết quả cho thấy trách nhiệm xã hội ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu suất doanh nghiệp bền vững, đồng thời đổi mới quy trình xanh và quản lý quy trình kinh doanh xanh là các nhân tố trung gian cho mối quan hệ này. Ngoài ra, nghiên cứu cung cấp tư duy chiến lược để phát triển kinh doanh lâu dài hướng tới sự cân bằng bền vững giữa lợi ích kinh tế, xã hội và môi trường. Qua đó, các nhà quản trị được khuyến khích xem xét cẩn thận các hành động thực tế để cải thiện hiệu quả môi trường, phát triển khả năng cạnh tranh và đạt hiệu quả kinh doanh bền vững.</p>

*Tác giả liên hệ:

Email: tieplt@uef.edu.vn

1. Giới thiệu

Một vài năm trở lại đây, việc ứng dụng Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp xuất hiện như một xu hướng đáng chú ý giữa các công ty, nhằm đạt được sự cân bằng giữa lợi ích của các bên liên quan khác nhau, bao gồm nhà cung cấp, xã hội và người tiêu dùng/khách hàng (Le và cộng sự, 2021). Những nỗ lực trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp này được coi là thiết yếu để thúc đẩy cạnh tranh, tăng trưởng bền vững và hiện thực hóa các mục tiêu và chiến lược kinh doanh (Fernández-Guadaño & Sarria-Pedroza, 2018; Le và cộng sự, 2023). Tuy nhiên, tầm quan trọng của lợi ích kinh tế thường được ưu tiên bởi những người thực hiện quản lý, do đó xem xét việc ngăn ngừa môi trường tự nhiên, việc tìm hiểu sâu về tác động đó ít được chú ý hơn trong các tài liệu về hiệu suất doanh nghiệp. Nhìn chung, các bài nghiên cứu trước đây chỉ dừng lại ở việc nghiên cứu các mối quan hệ trực tiếp giữa trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và hiệu suất doanh nghiệp trong lĩnh vực sản xuất nói chung (Canh và cộng sự, 2019; Rinawiyanti và cộng sự, 2023) hoặc hướng đến lợi ích kinh tế (Ojuando & Kihara, 2021) mà chưa đề cập đến mối quan hệ trung gian của Đối mới quy trình xanh và Quản lý quy trình kinh doanh xanh trong một lĩnh vực sản xuất cụ thể. Vì lẽ đó, nghiên cứu này kiểm định vai trò của đối mới quy trình xanh và quản lý quy trình kinh doanh xanh trong mối quan hệ của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và hiệu suất doanh nghiệp bền vững đồng thời xem xét vai trò trung gian của hai biến trong mối quan hệ này như thế nào.

Thông qua nghiên cứu nhằm giải quyết các mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu chính sau: Trách nhiệm xã hội tác động đến đối mới quy trình xanh, quản lý quy trình kinh doanh xanh và hiệu suất doanh nghiệp bền vững như thế nào? Tiếp đến, đối mới quy trình xanh và quản lý quy trình kinh doanh xanh ảnh hưởng đến Hiệu suất doanh nghiệp bền vững như thế nào? Cuối cùng, đối mới quy trình xanh và quản lý quy trình kinh doanh xanh có đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa Trách

nhiệm xã hội và Hiệu suất doanh nghiệp bền vững không?

Nghiên cứu này tập trung vào lĩnh vực sản xuất bao bì giấy và bao bì nhựa tại các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam. Lĩnh vực này được lựa chọn vì ngành sản xuất này có tác động đáng kể, tiềm tàng nguy cơ ô nhiễm không khí và nguồn nước trong quá trình sản xuất, đặc biệt tại thị trường tiêu thụ bao bì tương đối lớn như tại Việt Nam. Với mong muốn kiểm định tác động của các biến trách nhiệm xã hội, đổi mới quy trình xanh, quản lý quy trình kinh doanh xanh đến hiệu suất doanh nghiệp bền vững, nghiên cứu hướng đến đối tượng khảo sát là các quản lý doanh nghiệp cấp trung và cấp cao. Mục đích của nghiên cứu này nhằm cung cấp mô hình tích hợp về trách nhiệm xã hội, đổi mới quy trình xanh, quản lý quy trình kinh doanh xanh, hiệu suất doanh nghiệp bền vững. Ngoài ra, nghiên cứu này khuyến khích các nhà lãnh đạo doanh nghiệp cân nhắc cẩn thận các hành động phù hợp để cải thiện hiệu suất môi trường, từ đó tăng năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và đạt được hiệu quả kinh doanh bền vững. Nghiên cứu này cũng cung cấp tư duy chiến lược để phát triển kinh doanh lâu dài hướng tới sự cân bằng bền vững giữa lợi ích kinh tế, xã hội và môi trường.

Bài nghiên cứu gồm 5 phần chính: Phần 1 tập trung vào tổng quan về nghiên cứu liên quan đến thông tin về mục đích, phạm vi nghiên cứu, đóng góp và tính độc đáo. Nền tảng nghiên cứu dựa trên phương pháp đánh giá hệ thống, các lý thuyết trước khi phát triển và phác thảo mô hình cấu trúc được trình bày trong Phần 2. Phần 3 đề cập đến Phương pháp nghiên cứu. Sau khi thu thập dữ liệu, kết quả được giải thích ở Phần 4. Phần 5 trình bày kết luận và đề cập đến một vài hạn chế của nghiên cứu này cũng như đề xuất triển khai cho nghiên cứu trong tương lai.

2. Cơ sở lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

Nghiên cứu này dựa trên hai lý thuyết cơ bản: lý thuyết các bên liên quan (Freeman, 1984) và lý thuyết quan điểm dựa trên nguồn lực (RBV)

(Barney, 1991). Theo lý thuyết các bên liên quan, các doanh nghiệp có trách nhiệm đáp ứng lợi ích kinh tế của các cổ đông đồng thời tính đến lợi ích của các bên liên quan khác, những người có thể bị ảnh hưởng hoặc ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của công ty (Freeman và cộng sự, 2020). Khách hàng và nhân viên được xem là những bên liên quan quan trọng. Các công ty tìm cách hoàn thành nhiệm vụ của mình bằng cách cân bằng lợi ích kinh tế, xã hội và môi trường trong các lĩnh vực quan trọng đối với các bên liên quan qua việc áp dụng các thực tiễn trách nhiệm xã hội. Ngược lại, điều này tạo ra hiệu ứng tích cực từ khách hàng và nhân viên dựa trên mức độ đổi mới quy trình xanh và quản lý quy trình kinh doanh xanh của họ, dẫn đến tăng hiệu suất doanh nghiệp bền vững.

Theo mô hình Quan điểm dựa trên nguồn lực (RBV), nguồn lực và khả năng của doanh nghiệp rất quan trọng trong việc đạt được lợi thế cạnh tranh lâu dài và gia tăng hiệu quả kinh doanh dài hạn (Barney, 1991). Theo tác giả, trách nhiệm xã hội không chỉ thúc đẩy các hoạt động và nỗ lực của đổi mới quy trình xanh mà còn giúp thúc đẩy quản lý quy trình kinh doanh xanh trong công ty. Kết quả là lợi thế cạnh tranh bền vững được củng cố và hiệu suất doanh nghiệp bền vững được cải thiện. Điều này giải thích trách nhiệm xã hội có thể có tác động thuận lợi như thế nào đối với hiệu suất doanh nghiệp bền vững thông qua các tác động trung gian của đổi mới quy trình xanh và hiệu suất doanh nghiệp bền vững.

Trách nhiệm xã hội

Trách nhiệm xã hội là một khái niệm nhiều mặt đòi hỏi sự quan tâm và nỗ lực không phân chia của các nhà quản lý trong việc thực hiện nó. Halkos và Nomikos (2021) cho rằng, trách nhiệm xã hội đề cập đến những hoạt động mà các tổ chức thực hiện để giải quyết những vấn đề môi trường và xã hội. Ngoài ra, trách nhiệm xã hội còn được định nghĩa là cam kết của công ty trong việc xem xét các tác động đến môi trường và xã hội khi tiến hành hoạt động kinh doanh (Sơn, 2021; Le, 2023). Trách nhiệm xã hội có cả lợi ích bên trong và bên ngoài. Trong nội bộ,

trách nhiệm xã hội có thể thúc đẩy lợi nhuận ngắn hạn, trong khi ở bên ngoài, nó có thể thúc đẩy lợi ích trên thị trường lâu dài (Yoon & Chung, 2018). Cổ đông, nhân viên, khách hàng cùng nhà cung cấp, môi trường và xã hội là năm khía cạnh có thể được xem xét để đánh giá việc thực hiện trách nhiệm xã hội (Yang và cộng sự, 2019; Sơn và cộng sự, 2023).

Đổi mới quy trình xanh

Đổi mới quy trình xanh đề cập đến những tiến bộ trong quy trình mà ở đó hạn chế việc sử dụng tài nguyên thiên nhiên trong quá trình sản xuất các sản phẩm (Albort-Morant và cộng sự, 2016). Họ cho rằng, đổi mới quy trình xanh là “sự đổi mới phần cứng hoặc phần mềm liên quan đến các quy trình xanh, bao gồm tiết kiệm năng lượng, ngăn chặn ô nhiễm, sử dụng các nguồn tài nguyên tái tạo, tái chế rác thải, thiết kế sản phẩm xanh hoặc quản lý môi trường doanh nghiệp”. Hơn nữa, nó còn được mô tả là “thành tựu trong việc giảm thiểu suy thoái thiên nhiên, giành được thị phần tài chính và kiến thức đáng kể ở tất cả giai đoạn thực hiện đổi mới” (Li và cộng sự, 2019). Ngày nay, đổi mới quy trình xanh không chỉ là một phương tiện quan trọng để có được lợi thế cạnh tranh mà còn là điều kiện tiên quyết để duy trì tính hợp pháp (Li và cộng sự, 2017).

Quản lý quy trình kinh doanh xanh

Quản lý quy trình kinh doanh xanh được biết đến là một phương pháp nhằm khám phá, mô hình hóa, phân tích, mô phỏng, thực hiện, đo lường và liên tục thay đổi các quy trình kinh doanh và tất cả nguồn lực liên quan một cách mạch lạc và nhất quán (Vom Brocke và cộng sự, 2012). Nó bao gồm các phương pháp, kỹ thuật và công cụ để xử lý chuỗi quy trình kinh doanh dựa trên mục tiêu tạo ra hàng hóa và dịch vụ (Houy và cộng sự, 2011). Mục đích chính của quản lý quy trình kinh doanh xanh là cải thiện quy trình kinh doanh nhằm đảm bảo rằng, các quy trình thiết yếu tác động trực tiếp đến khách hàng, môi trường, xã hội đều hiệu quả. Đây là một trong những chiến lược cốt lõi và là tiền đề để các tổ chức tăng cường đổi mới

quy trình xanh cũng như thành thạo trong việc khám phá các hướng đi mới để đạt được hiệu quả bền vững (Lim và cộng sự, 2017).

Hiệu suất doanh nghiệp bền vững

Tính bền vững có thể được xem là một triết lý tổng thể thừa nhận tầm quan trọng cao của từng trụ cột bền vững, kết hợp các khía cạnh môi trường, kinh tế và xã hội (Tseng và cộng sự, 2016). Theo Le (2022), hiệu suất doanh nghiệp bền vững gắn liền với các chỉ số hoạt động đa chiều bao gồm các tiêu chí tài chính và phi tài chính. Bên cạnh đó, nó phản ánh sự gia tăng lợi nhuận; tăng trưởng thị phần, cơ sở dữ liệu của khách hàng; sản phẩm mới thân thiện với môi trường và cải thiện hiệu suất môi trường và tài chính (It, 2022). Hiệu suất doanh nghiệp bền vững được cho là một yếu tố dự đoán tích cực về một số kết quả của doanh nghiệp (Taha và cộng sự, 2023). Trong nghiên cứu này, trọng tâm là hiệu suất bền vững mà không phải hiệu suất xanh hay hiệu quả tài chính, phù hợp với ba điểm mấu chốt về môi trường, xã hội và kinh tế.

Giả thuyết nghiên cứu

Suganthi (2020) phát hiện ra rằng, việc kết hợp các hoạt động liên quan đến trách nhiệm xã hội sẽ thúc đẩy hiệu suất của tổ chức. Hơn nữa, trách nhiệm xã hội cũng được xem là một công cụ chiến lược để nâng cao hiệu suất doanh nghiệp bền vững (Broccardo và cộng sự, 2023). Trách nhiệm xã hội tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của công ty dựa trên các góc độ khác nhau, chẳng hạn như môi trường, kinh tế và đạo đức (Malik và cộng sự, 2021; Chatterjee và cộng sự, 2022). Không những thế, trách nhiệm xã hội có vai trò chủ chốt trong việc gia tăng khả năng cạnh tranh của công ty trên thị trường và giúp tổ chức tích lũy lợi thế cạnh tranh bằng cách giảm chi phí môi trường thông qua giảm chất thải, tiết kiệm năng lượng và tăng doanh thu, từ đó nâng cao uy tín của doanh nghiệp, hình thành lòng trung thành của khách hàng cũng như cải thiện hiệu quả tài chính (De Roeck & Delobbe, 2012). Vì thế, giả thuyết sau được đề xuất:

Giả thuyết H1: Trách nhiệm xã hội tác động tích cực đến Hiệu suất doanh nghiệp bền vững.

Theo Shahzad và cộng sự (2020), trách nhiệm xã hội có mối quan hệ tích cực trong việc thúc đẩy đổi mới quy trình xanh. Trong thời đại nhận thức được nâng cao, cả chính phủ và xã hội đều dành sự quan tâm và nguồn lực đáng kể cho mục tiêu cấp thiết là bảo vệ môi trường. Do đó, trách nhiệm xã hội nổi lên như một chất xúc tác quan trọng, gây ảnh hưởng sâu sắc đến các doanh nghiệp bằng cách tác động mạnh mẽ và thúc đẩy sự đổi mới các quy trình theo hướng bền vững trong quá trình thích ứng với xu hướng thị trường hiện nay (Kraus và cộng sự, 2020). Việc triển khai đổi mới quy trình xanh góp phần nâng cao lợi thế cạnh tranh như tính độc đáo của sản phẩm, khả năng tiếp cận thị trường, hiệu suất doanh nghiệp bền vững được nâng cao, tăng hiệu quả chi phí và cải thiện lợi nhuận, thúc đẩy hình ảnh doanh nghiệp và tăng trưởng bền vững (Abbas, 2020; Tu & Wu, 2021). Giả thuyết sau đây được đưa ra dựa trên các yếu tố nêu trên:

Giả thuyết H2a: Trách nhiệm xã hội tác động tích cực đến Đổi mới quy trình xanh.

Đổi mới quy trình xanh là yếu tố thành công quan trọng của hiệu suất doanh nghiệp bền vững vì nó đem lại sự linh hoạt và hiệu suất cao hơn (Shahzad và cộng sự, 2020). Các công nghệ hiện đại được kết hợp nhằm giảm mức sử dụng năng lượng, tái chế chất thải và quản lý sinh thái (Chen và cộng sự, 2006). Việc ứng dụng các công nghệ tiên tiến và thân thiện với môi trường mang lại hai lợi ích nòng cốt: thứ nhất là lợi thế thương mại để sản xuất các sản phẩm thân thiện với môi trường và thứ hai là lợi ích kinh tế nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh (Albort-Morant và cộng sự, 2018). Qua đó cho thấy đổi mới quy trình xanh không chỉ làm giảm các nhân tố môi trường không mong muốn ảnh hưởng đến công ty mà còn mở rộng lợi ích tài chính và xã hội, giảm thiểu chi phí (Weng và cộng sự, 2015), từ đó dẫn đến hiệu quả thị trường và hiệu suất doanh nghiệp bền vững được cải thiện. Theo lập luận trên, giả thuyết sau được đề xuất:

Giả thuyết H2b: Đổi mới quy trình xanh tác động tích cực đến Hiệu suất doanh nghiệp bền vững.

Các nghiên cứu trước đây chứng minh trách nhiệm xã hội phát triển hiệu suất của tổ chức. Doanh nghiệp có trách nhiệm xã hội mạnh hơn sẽ chiếm thế thượng phong trong việc làm sản phẩm của mình thân thiện với môi trường hơn, tạo sự khác biệt giữa sản phẩm của họ với các sản phẩm khác trên thị trường (Rexhepi và cộng sự, 2013). Ngoài ra, lý thuyết RBV (Barney, 1991) và lý thuyết các bên liên quan (Freeman, 1984) có thể được sử dụng để làm rõ cách đổi mới quy trình xanh làm trung gian cho mối liên hệ giữa trách nhiệm xã hội và hiệu suất doanh nghiệp bền vững. Từ quan điểm của lý thuyết các bên liên quan, nó gợi ý rằng, hoạt động của doanh nghiệp nên hướng tới các bên liên quan thông qua các hoạt động hướng tới trách nhiệm xã hội, dẫn đến nâng cao danh tiếng, cải thiện năng lực tiếp cận thị trường để doanh nghiệp hiện thực hóa những đổi mới bền vững, từ đó đạt được hiệu quả bền vững (Zhang và cộng sự, 2019). Vì vậy, giả thuyết sau đây đã được đề xuất:

Giả thuyết H2: Đổi mới quy trình xanh đóng vai trò trung gian tác động tích cực lên mối quan hệ giữa Trách nhiệm xã hội và Hiệu suất doanh nghiệp bền vững.

Một số nghiên cứu đã tập trung vào việc ứng dụng trách nhiệm xã hội vào quản lý quy trình kinh doanh. Asif và cộng sự (2013) đã cho rằng, các cá nhân đơn lẻ không thể đáp ứng được những thách thức khi thực hiện trách nhiệm xã hội. Tương tự, Huff và cộng sự (2009) đã nhấn mạnh tầm quan trọng của một cơ cấu quản trị doanh nghiệp mạnh mẽ để áp dụng hiệu quả trách nhiệm xã hội vào quy trình kinh doanh. Trong nghiên cứu này, quản lý quy trình kinh doanh xanh được ứng dụng như một loại công nghệ mới, tận dụng và mở rộng công nghệ quản lý quy trình kinh doanh hiện có để cho phép thiết kế, thực hiện và giám sát quy trình dựa trên lượng khí thải carbon của các thiết kế hay phiên bản quy trình. Hơn nữa, theo lý thuyết RBV (Barney, 1991) và lý thuyết các bên

liên quan (Freeman, 1984), tác động này có thể do các hoạt động kinh doanh có đạo đức và có trách nhiệm. Dựa vào những lập luận này, nghiên cứu đưa ra giả thuyết rằng,:

Giả thuyết H3a: Trách nhiệm xã hội tác động tích cực đến Quản lý quy trình kinh doanh xanh

Quản lý quy trình kinh doanh được xem là nguyên tắc quản lý thực tiễn tốt nhất, hỗ trợ các tổ chức đảm bảo lợi thế cạnh tranh của họ (Hung, 2006). Nghiên cứu trên cho rằng, khi các hệ thống, quy trình và con người được liên kết hoàn hảo, nó có thể phát huy tối đa tác dụng, nhằm tối đa hiệu suất của tổ chức. Couckuyt và Van Looy (2021) cho rằng, triển khai quản lý quy trình kinh doanh xanh, thông qua nỗ lực cải tiến quy trình và ứng dụng công nghệ thông tin, còn dẫn đến hiệu quả, năng suất và hiệu suất doanh nghiệp cao hơn. Điều này có nghĩa quản lý quy trình kinh doanh xanh liên quan đến cách làm việc nhanh hơn đồng thời đạt được các mục tiêu kinh doanh, góp phần bảo vệ môi trường, đạt được mức độ hài lòng của khách hàng cao hơn và có được kết quả tài chính tốt hơn. Vì thế, nghiên cứu này đặt ra mối quan hệ giữa quản lý quy trình kinh doanh xanh và hiệu suất doanh nghiệp bền vững. Dựa trên những nhận định trên, giả thuyết sau được đề ra:

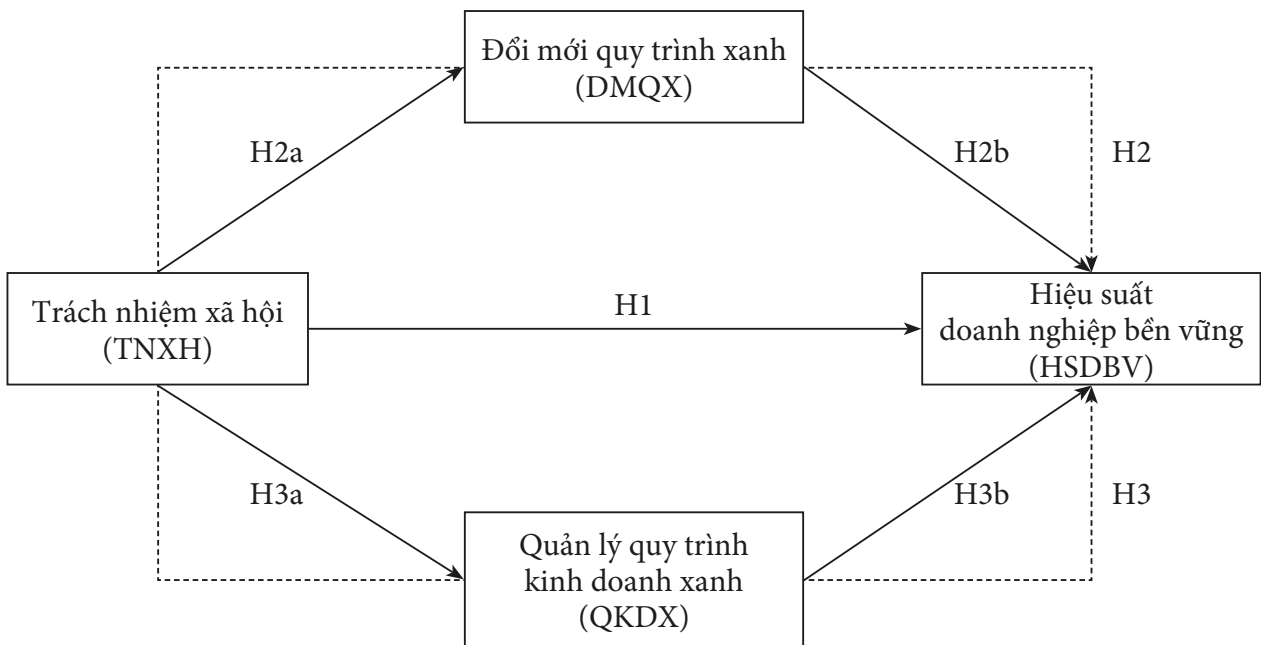
Giả thuyết H3b: Quản lý quy trình kinh doanh xanh tác động tích cực đến Hiệu suất doanh nghiệp bền vững.

Theo một vài nghiên cứu, trách nhiệm xã hội và hiệu suất doanh nghiệp bền vững có mối tương quan tích cực. Trách nhiệm xã hội có vai trò quan trọng trong việc tăng cường khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường bằng cách giảm chi phí môi trường, nâng cao lòng trung thành của khách hàng và cải thiện hiệu quả tài chính (De Roeck & Delobbe 2012). Tuy nhiên, trong nghiên cứu này, quản lý quy trình kinh doanh xanh được đưa vào làm biến trung gian. Sự hiện diện của trách nhiệm xã hội có thể giúp các công ty cải thiện quản lý quy trình kinh doanh xanh của họ (Huff và cộng sự, 2009). Nghiên cứu này đã nhấn mạnh sự cần

thiết của một cơ cấu quản trị doanh nghiệp mạnh mẽ để tích hợp hiệu quả trách nhiệm xã hội vào quy trình kinh doanh. Tương tự, Castka và cộng sự (2004) đã giải thích cách các tổ chức có thể tích hợp trách nhiệm xã hội với hệ thống quản lý tiêu chuẩn hóa hiện có. Bên cạnh đó, quản lý quy trình kinh doanh xanh, theo Couckuyt & Van Looy (2021) có tác động tích cực đến hiệu suất doanh nghiệp bền vững. Kết quả là, nghiên cứu đưa ra giả thuyết sau:

Giả thuyết H3: Quản lý quy trình xanh đóng vai trò trung gian tác động tích cực lên mối quan hệ giữa Trách nhiệm xã hội và Hiệu suất doanh nghiệp bền vững.

Dựa vào các quan điểm lý thuyết và thực nghiệm được đề cập ở trên, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như Hình 1 nhằm góp phần làm phong phú khối lượng kiến thức về sự ảnh hưởng của trách nhiệm xã hội đối với hiệu suất doanh nghiệp bền vững.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất (2023)

3. Phương pháp nghiên cứu

Chọn mẫu và thu thập dữ liệu

Phương pháp định lượng được sử dụng trong phạm vi bài nghiên cứu này, cho phép đo lường cấu trúc của trách nhiệm xã hội, đổi mới quy trình xanh, quản lý quy trình kinh doanh xanh và hiệu suất doanh nghiệp bền vững một cách có hệ thống. Để đảm bảo tính khách quan và đại diện, nghiên cứu được thực hiện lấy mẫu thuận tiện phi xác suất ở khu vực phía Bắc như Hà Nội, Hải Phòng và Vinh Phúc; khu vực miền Trung như: Quảng Nam, Đà Nẵng, Bình Thuận; khu vực miền Nam như: Thành phố Hồ Chí Minh, Bình Dương và Cần Thơ. Nghiên

cứu được thực hiện từ tháng 8 đến tháng 12 năm 2023, tập trung khảo sát các đối tượng là các nhà quản lý cấp trung và cao tại các doanh nghiệp vừa và nhỏ sản xuất bao bì giấy và bao bì nhựa tại Việt Nam. Bảng câu hỏi bao gồm hai phần: (1) thu thập thông tin cá nhân của người thực hiện khảo sát; (2) thu thập câu trả lời. Bảng hỏi được gửi thông qua Google Form thu được 452 mẫu, sau đó loại bỏ 24 mẫu không đạt yêu cầu, còn lại 428 mẫu đạt yêu cầu được đưa vào phân tích xử lý số liệu.

Các thang đo

Các biến quan sát (câu hỏi) được thiết kế theo thang đo Likert 5 điểm. Trước hết, 4 biến

quan sát của trách nhiệm xã hội được kế thừa từ Banerjee (2002) và Le (2022). Bên cạnh đó, đổi mới quy trình xanh được kiểm tra thông qua 5 biến quan sát và được bổ sung bởi Chen và cộng sự (2006); Hussain và cộng sự (2022). Theo trình tự, cấu trúc quản lý quy trình kinh doanh xanh đã được đo lường bằng việc kế thừa 5 biến quan sát từ nghiên cứu của Shahzad (2020); Hussain và cộng sự (2022). Kế đến, 5 biến quan sát của hiệu suất doanh nghiệp bền vững được sửa đổi bởi Shahzad (2020); Le (2022) (*xem Phụ lục 1 online*).

Phương pháp phân tích dữ liệu

Nghiên cứu sử dụng phần mềm IBM SPSS 23 và AMOS 24 để phân tích và kiểm định các mối quan hệ nhân quả của mô hình.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Kết quả mẫu nghiên cứu

Mẫu nghiên cứu được thu thập được 428 mẫu với những đặc điểm nhân khẩu học mà

nghiên cứu này thực hiện được trình bày trong Phụ lục 2 online.

4.2. Kiểm định thang đo

Đánh giá mô hình đo lường

Để đánh giá mô hình đo lường, nghiên cứu dựa vào việc kiểm định độ tin cậy của thang đo, giá trị hội tụ và tổng phương sai trích mà kết quả được trình bày ở Bảng 2 phía dưới. Kết quả cho thấy giá trị Cronbach’s alpha đều trên mức 0,7 và hệ số tương quan đều vượt ngưỡng 0,5 (*xem Phụ lục 2 online*); điều này chứng minh các thang đo đều đáng tin cậy, đáp ứng yêu cầu phân tích CFA (xem Phụ lục 3 và Phụ lục 5 online) (Hair và cộng sự, 2019). Ngoài ra, giá trị phân biệt còn được đánh giá bằng tiêu chí Fornell & Larcker mà ở đó căn bậc hai của giá trị AVE cao hơn mỗi tương quan giữa các biến tiềm ẩn. Bảng 2 thể hiện các giá trị của AVE đều lớn hơn mỗi tương quan của nó. Do đó, giá trị phân biệt cấu trúc được xác nhận (Fornell & Larcker, 1981).

Bảng 2. Độ tin cậy tổng hợp và tổng phương sai trích

	CR	AVE	MSV	MaxR(H)	QKDX	HSDBV	DMQX	TNXH
QKDX	0,896	0,635	0,462	0,904	0,797			
HSDBV	0,899	0,641	0,437	0,903	0,592***	0,801		
DMQX	0,851	0,533	0,462	0,852	0,680***	0,661***	0,73	
TNXH	0,832	0,554	0,264	0,834	0,508***	0,499***	0,514***	0,744

Kế đến, các kiểm tra thống kê đã được dùng để kiểm tra sai lệch phương pháp chung. Trước hết, dữ liệu đã được đánh giá bằng việc sử dụng thử nghiệm đơn nhân tố và giải pháp nhân tố không xoay vòng của Harman, giá trị tổng phương sai trích (AVE) khi 4 nhân tố hội tụ về 1 nhân tố là 40.294% < 50%. Do đó không có bằng chứng về vấn đề sai lệch trong phương pháp nghiên cứu chung (CMB) (Podsakoff và cộng sự, 2003). Bên cạnh đó, tất cả các biến quan sát đều bị hạn chế trong mô hình đo lường CFA một yếu tố, đem lại các giá trị phù hợp kém: $\chi^2 = 1522,065$; $df = 152$; $p = 0,000$;

$\chi^2 /df = 10,014$; $GFI = 0,649$; $AGFI = 0,561$; $CFI = 0,695$; $TLI = 0,656$ và $RMSEA = 0,145$. Ngoài ra, sự chênh lệch về hệ số hồi quy chuẩn hoá nhỏ hơn 0,2, cụ thể là 0,159 được thể hiện ở Phụ lục 2 (Bảng 2.2) cho thấy không có sai lệch phương pháp phổ biến trong nghiên cứu (Duong, 2023a; Duong, 2023b).

Đánh giá mô hình cấu trúc

Theo Hair và cộng sự (2019), VIF dưới 3,0 chỉ ra rằng, nghiên cứu không bị đa cộng tuyến hoặc sai lệch phương pháp luận. Cụ thể, kết quả cho thấy giá trị VIF đạt từ 1,652 đến

2,887 (xem Phụ lục 2 online). Dựa vào kết quả phân tích của Bảng 3, mô hình SEM thể hiện hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa của các biến đều có giá trị dương nên tác động lẫn nhau theo

hướng cùng chiều. Trong khi đó, P-value của các biến đều nhỏ hơn 0,05 nên ta chấp nhận các giả thuyết này.

Bảng 3. Kết quả phân tích mô hình SEM

Giả thuyết	Mối quan hệ	Estimate	S.E.	C.R.	P	Kết quả
H1	TNXH → HSDBV	0,184	0,082	2,255	0,024	Hỗ trợ
H2a	TNXH → DMQX	0,507	0,054	9,312	***	Hỗ trợ
H2b	DMQX → HSDBV	0,562	0,083	6,810	***	Hỗ trợ
H3a	TNXH → QKDX	0,641	0,064	9,964	***	Hỗ trợ
H3b	QKDX → HSDBV	0,271	0,057	4,724	***	Hỗ trợ

Ghi chú: *** là giá trị P-value < 0,001).

Trong khi đó, giá trị C.R đều nhỏ hơn 1,96 khi thực hiện kiểm định Bootstrap với vòng lặp mẫu N=1000, do đó P-value lớn hơn 5%. Điều này thể hiện độ lệch khác 0 không có ý nghĩa thống kê ở mức tin cậy 95%, và khi dự đoán mẫu ra tổng thể kết quả SEM là đáng tin cậy. Bảng 4 trình bày các giá trị VAF tương ứng là 60,65% và 48,52% đối với các mối quan hệ trung gian bán phần TNXH → DMQX → HSDBV và

TNXH → QKDX → HSDBV đều thỏa $20\% \leq VAF \leq 80\%$ (Hair và cộng sự, 2017). Hơn nữa, tất cả các giá trị P đều dưới 0,05 nên thống kê của hai mối liên hệ trung gian này có ý nghĩa. Nói cách khác, trong bối cảnh nghiên cứu này, trách nhiệm xã hội ảnh hưởng đến hiệu suất doanh nghiệp bền vững thông qua đổi mới quy trình xanh, quản lý quy trình kinh doanh xanh như trong Bảng 4.

Bảng 4. Kết quả phân tích vai trò trung gian của đổi mới quy trình xanh, quản lý quy trình kinh doanh xanh

Giả thuyết	Mối quan hệ	Hệ số tác động gián tiếp	Hệ số tác động trực tiếp	Tổng tác động	P-Value	VAF	Ý nghĩa
H2	TNXH → DMQX → HSDBV	0,242	0,157	0,399	0,001	60,65%	Trung gian một phần
H3	TNXH → QKDX → HSDBV	0,148	0,157	0,305	0,001	48,52%	Trung gian một phần

4.3. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Nghiên cứu tập trung vào kiểm định mức độ tác động của trách nhiệm xã hội đến hiệu suất doanh nghiệp bền vững của các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam và ảnh hưởng của trách nhiệm xã hội đến hiệu suất doanh nghiệp bền vững thông qua việc điều hòa hai biến số, đổi mới quy trình xanh và quản lý quy trình kinh doanh xanh. Từ đó đưa ra cái nhìn toàn diện về các biến và mối liên hệ của chúng dựa trên góc

độ của các quản lý cấp cao và cấp trung ở các công ty này.

Đầu tiên, nghiên cứu này chỉ ra rằng, trách nhiệm xã hội có mối quan hệ tích cực và có ý nghĩa với hiệu suất doanh nghiệp bền vững. Phát hiện này ủng hộ những nghiên cứu trước đây như của Suganthi (2020); Malik và cộng sự (2021); Chatterjee và cộng sự (2022) và Broccardo và cộng sự (2023) ở chỗ các hoạt động trách nhiệm xã hội của công ty có thể

nâng cao năng lực cạnh tranh của công ty trên thị trường gia tăng sự hài lòng của khách hàng theo hướng đánh giá tích cực về mức độ công ty đó quan tâm đến lợi ích của khách hàng và mối quan tâm của các bên liên quan cũng như yếu tố môi trường và xã hội.

Thứ hai, việc hình thành các chiến lược về đổi mới quy trình xanh và quản lý quy trình kinh doanh xanh phù hợp với văn hoá công ty để thích nghi với sự thay đổi về nhu cầu của xã hội và thị hiếu của người tiêu dùng là hướng tới việc bảo vệ môi trường sẽ giúp củng cố lòng trung thành của khách hàng và gia tăng hiệu quả tài chính. Sự khẳng định này có cùng quan điểm với những phát hiện của Weng và cộng sự (2015), Couckuyt và Van Looy (2021), Hussain và cộng sự (2022). Điều quan trọng là những phát hiện này cũng tiết lộ rằng, những yếu tố này bổ sung cho nhau để củng cố vị thế cho một công ty nhằm nâng cao nhận thức tích cực về thương hiệu, cải thiện lợi thế cạnh tranh và không thể thay thế cho nhau.

Cuối cùng, mối liên hệ trung gian của đổi mới quy trình xanh và quản lý quy trình kinh doanh xanh trong việc biến các sáng kiến trách nhiệm xã hội thúc đẩy hiệu suất doanh nghiệp bền vững được hỗ trợ bởi lý thuyết các bên liên quan và lý thuyết RBV. Kết quả này đặc biệt ủng hộ quan điểm của Zhang và cộng sự (2019); Le (2022); Couckuyt và Van Looy (2021) cho rằng, kiểm tra mối quan hệ trực tiếp giữa trách nhiệm xã hội và hiệu suất doanh nghiệp bền vững có vẻ chưa thực sự chuẩn xác bởi nó còn phụ thuộc vào các yếu tố bối cảnh khác nhau. Vì vậy, việc đưa các yếu tố trung gian vào bối cảnh cụ thể để có thể thấy được tác động thực sự của trách nhiệm xã hội đối với hiệu suất doanh nghiệp bền vững là cần thiết. Tuy nhiên trong nghiên cứu này, vai trò của đổi mới quy trình xanh và quản lý quy trình kinh doanh xanh trong việc biến các nỗ lực trách nhiệm xã hội thành kết quả kinh doanh bền vững được hỗ trợ bởi lý thuyết các bên liên quan và lý thuyết RBV. Bên cạnh đó, trách nhiệm xã hội được tiếp cận như một chiến lược phát triển bền vững dựa trên việc cân bằng lợi ích kinh

tế, xã hội và môi trường; do đó, nó thúc đẩy hiệu suất doanh nghiệp bền vững theo hướng tích cực và cạnh tranh. Theo đó, việc tích hợp nhiều yếu tố khác nhau như các vấn đề xã hội và môi trường vào chiến lược phát triển kinh doanh hay trách nhiệm xã hội vào tuyên bố giá trị doanh nghiệp và các nguyên tắc hành xử và hành động có trách nhiệm xã hội vào quy tắc ứng xử là yêu cầu vô cùng quan trọng đối với doanh nghiệp.

5. Kết luận và hàm ý quản trị

5.1. Kết luận

Nghiên cứu này đa dạng hoá các tài liệu hiện có về trách nhiệm xã hội và hiệu suất doanh nghiệp bền vững bằng cách giải quyết việc thiếu các nghiên cứu thực nghiệm về cơ chế hòa giải giữa đổi mới quy trình xanh và quản lý quy trình kinh doanh xanh. Bằng việc cung cấp một mô hình toàn diện về mối quan hệ trách nhiệm xã hội-hiệu suất doanh nghiệp bền vững, nghiên cứu nêu bật tác động sâu rộng của trách nhiệm xã hội lên hiệu suất doanh nghiệp bền vững và làm phong phú thêm các hoạt động trách nhiệm xã hội, đổi mới quy trình xanh, quản lý quy trình kinh doanh xanh và hiệu suất doanh nghiệp bền vững trong bối cảnh mới. Vì thế, nghiên cứu tiên phong trong cách tiếp cận này, dựa trên cơ sở đánh giá toàn diện để giải quyết lỗ hổng tài liệu bằng cách thiết lập mối liên hệ nhân quả giữa trách nhiệm xã hội và hiệu suất doanh nghiệp bền vững của các doanh nghiệp vừa và nhỏ, với vai trò trung gian của đổi mới quy trình xanh và quản lý quy trình kinh doanh xanh. Từ đó, cung cấp sự hiểu biết sâu sắc hơn về ảnh hưởng trực tiếp của chúng đối với mối quan hệ trách nhiệm xã hội-hiệu suất doanh nghiệp bền vững. Do đó, nghiên cứu này có sự đóng góp đáng kể, góp phần thúc đẩy các doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm xã hội kết hợp với đổi mới quy trình xanh và quản lý kinh doanh xanh để hướng đến phát triển bền vững. Bên cạnh đó, nghiên cứu đưa ra sự mở rộng lý thuyết liên quan và lý thuyết RBV (Freeman, 1984; Barney, 1991) bằng cách xác nhận các ứng dụng của nó với sự tích hợp

trách nhiệm xã hội, đổi mới quy trình xanh và quản lý quy trình kinh doanh xanh trong việc phát triển hiệu suất doanh nghiệp bền vững. Từ đó, sẽ thúc đẩy hình thành chiến lược doanh nghiệp cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong ngành sản xuất bao bì giấy và bao bì nhựa, cung cấp những hiểu biết sâu sắc có giá trị cho những người đang tìm kiếm lợi thế cạnh tranh.

Ngoài ra, bài viết này nhấn mạnh tầm quan trọng của tính hợp pháp của doanh nghiệp và lợi ích của các bên liên quan trong việc đạt được lợi thế cạnh tranh và tính bền vững. Nó chứng tỏ rằng, một chiến lược dài hạn nhằm đảm bảo tính hợp pháp và đáp ứng lợi ích của các bên liên quan sẽ mang lại lợi thế bền vững cho doanh nghiệp, cải thiện hiệu quả hoạt động môi trường và tăng tính bền vững. Bài viết này cung cấp những hiểu biết mang tính lý thuyết về tầm quan trọng của những sáng kiến này, đặc biệt đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở các nền kinh tế đang phát triển.

5.2. Hàm ý quản trị

Thứ nhất, nghiên cứu này khám phá mối quan hệ tích cực giữa trách nhiệm xã hội và hiệu suất doanh nghiệp bền vững đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở các nền kinh tế mới nổi thông qua tác động trung gian của quản lý quy trình kinh doanh xanh và đổi mới quy trình xanh. Cách tiếp cận này giải quyết các mối quan tâm của các bên liên quan, nâng cao lợi thế cạnh tranh, tăng tính hợp pháp trong xã hội và tăng cường hỗ trợ xã hội cho doanh nghiệp. Từ đó, các doanh nghiệp vừa và nhỏ cụ thể trong lĩnh vực sản xuất bao bì giấy và bao bì nhựa có thể đầu tư nhiều vào việc thực hiện những trách nhiệm xã hội để có được sự thành công bền vững về mặt thu nhập, lợi nhuận, cơ sở khách hàng, dòng sản phẩm thân thiện với môi trường và người tiêu dùng cũng như hiệu quả về môi trường. Hơn nữa, nghiên cứu nhấn mạnh tầm quan trọng của việc xem trách nhiệm xã hội là chiến lược dài hạn hơn là các sáng kiến ngắn hạn. Các nhà lãnh đạo doanh nghiệp nên nhận ra rằng, những tác động tích cực của trách nhiệm xã hội đối với hiệu quả hoạt động của tổ

chức có thể mất thời gian để hiện thực hóa đầy đủ. Bằng cách đưa ra những cam kết lâu dài và chân thành đối với những thực hành này, các tổ chức có thể xây dựng nền tảng vững chắc để cải thiện danh tiếng, sự gắn kết của nhân viên và hiệu suất tổng thể.

Thứ hai, các doanh nghiệp nên cân bằng lợi ích của các bên liên quan khác nhau, bao gồm khách hàng, nhân viên và cộng đồng rộng lớn hơn. Nghiên cứu cho thấy rằng, việc tối ưu hóa kết quả trách nhiệm xã hội để cải thiện khả năng cạnh tranh và hiệu suất bao gồm việc xem xét nhu cầu và mối quan tâm của nhiều bên liên quan. Điều này đòi hỏi sự giao tiếp minh bạch, hành động nhất quán và cách tiếp cận chủ động để giải quyết các vấn đề xã hội và môi trường.

Thứ ba, nghiên cứu nhấn mạnh vào vai trò trung gian của đổi mới quy trình xanh, chuẩn bị cho khả năng thích ứng của doanh nghiệp trong môi trường kinh doanh luôn thay đổi. Theo đó, các doanh nghiệp nên lồng ghép các mục tiêu bền vững về môi trường và xã hội vào các mục tiêu phát triển bền vững của mình, đồng thời lồng ghép các vấn đề môi trường và xã hội vào quá trình ra quyết định, đổi mới, nâng cấp các quy trình kinh doanh của mình.

Thứ tư, doanh nghiệp nên nhìn nhận quản lý quy trình kinh doanh xanh là chiến lược cốt lõi, có tác động trực tiếp đến hiệu suất doanh nghiệp và các mục tiêu kinh doanh. Các nhà lãnh đạo nên chủ động quản lý quy trình của mình thông qua việc triển khai nhất quán các thực hành trách nhiệm xã hội, giao tiếp minh bạch và phù hợp với mong đợi của các bên liên quan. Bên cạnh đó, để phát triển hơn nữa ngành quản lý quy trình kinh doanh xanh đòi hỏi sự hợp tác giữa các trường đại học, doanh nghiệp và chính phủ. Các nhà quản trị có thể triển khai các kỹ thuật quản lý quy trình kinh doanh xanh được phát triển trong giới học thuật và quan trọng hơn là thiết lập sự hợp tác để phát triển các kỹ thuật tiếp theo.

5.3. Hạn chế và định hướng nghiên cứu trong tương lai

Ngoài những đóng góp tích cực, bài viết còn tồn tại một số hạn chế. Đầu tiên, những phát hiện của nghiên cứu có thể bị ảnh hưởng bởi ngành cụ thể, quy mô tổ chức hay khu vực địa lý đang được điều tra. Vì thế, kết quả nghiên cứu chỉ mang tính tham khảo, là tiền đề cho các nghiên cứu ở những lĩnh vực, khu vực khác, với cỡ mẫu lớn hơn có thể được nghiên cứu sau này. Ngoài ra, phương pháp chủ yếu được ứng

dụng trong nghiên cứu là phương pháp định lượng. Việc kế thừa có thể kết hợp các phương pháp khác nhau để làm đa dạng phương pháp nghiên cứu trong lĩnh vực. Bên cạnh đó, mục tiêu và ưu tiên của nghiên cứu này sử dụng đổi mới quy trình xanh và quản lý quy trình kinh doanh xanh là trung gian đo lường mối tương quan giữa trách nhiệm xã hội và hiệu suất doanh nghiệp bền vững. Do đó, việc ngoại suy những yếu tố có khả năng tác động khác trong mối quan hệ này ở các bối cảnh khác nhau cần được thực hiện một cách thận trọng.

Tài liệu tham khảo

- Abbas, J. (2020). Impact of total quality management on corporate green performance through the mediating role of corporate social responsibility. *Journal of Cleaner Production*, 242, 118458. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118458>
- Albort-Morant, G., Leal-Millán, A., & Cepeda-Carrión, G. (2016). The antecedents of green innovation performance: A model of learning and capabilities. *Journal of Business Research*, 69(11), 4912-4917. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.052>
- Albort-Morant, G., Leal-Rodríguez, A. L., & De Marchi, V. (2018). Absorptive capacity and relationship learning mechanisms as complementary drivers of green innovation performance. *Journal of Knowledge Management*, 22(2), 432-452. <https://doi.org/10.1108/JKM-07-2017-0310>
- Asif, M., Searcy, C., Zutshi, A., & Fisscher, O. A. (2013). An integrated management systems approach to corporate social responsibility. *Journal of cleaner production*, 56, 7-17. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2011.10.034>
- Banerjee, S. B. (2002). Corporate environmentalism: The construct and its measurement. *Journal of business research*, 55(3), 177-191. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(00\)00135-1](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(00)00135-1)
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Broccardo, L., Culasso, F., Dhir, A., & Truant, E. (2023). Corporate social responsibility: Does it really matter in the luxury context? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 30(1), 105-118. <https://doi.org/10.1002/csr.2341>
- Canh, N. T., Liem, N. T., Thu, P. A., & Khuong, N. V. (2019). The impact of innovation on the firm performance and corporate social responsibility of Vietnamese manufacturing firms. *Sustainability*, 11(13), 3666. <https://doi.org/10.3390/su11133666>
- Castka, P., Bamber, C. J., Bamber, D. J., & Sharp, J. M. (2004). Integrating corporate social responsibility (CSR) into ISO management systems—in search of a feasible CSR management system framework. *The TQM Magazine*, 16(3), 216-224. <https://doi.org/10.1108/09544780410532954>
- Couckuyt, D., & Van Looy, A. (2021). An empirical study on Green BPM adoption: Contextual factors and performance. *Journal of Software: Evolution and Process*, 33(3), e2299. <https://doi.org/10.1002/smr.2299>
- Chatterjee, S., Chaudhuri, R., Vrontis, D., & Thrassou, A. (2022). Corporate social responsibility in post COVID-19 period: critical modeling and analysis using DEMATEL method. *Management Decision*, 60(10), 2694-2718. <https://doi.org/10.1108/MD-09-2021-1209>

- Chen, Y. S., Lai, S. B., & Wen, C. T. (2006). The influence of Green Innovation performance on corporate advantage in Taiwan. *Journal of Business Ethics*, 67, 331-339. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9025-5>
- De Roeck, K., & Delobbe, N. (2012). Do environmental CSR initiatives serve organizations' legitimacy in the oil industry? Exploring employees' reactions through organizational identification theory. *Journal of Business Ethics*, 110, 397-412. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1489-x>
- Duong, C.D. (2023a). What goes around comes around: Activating sustainable consumption with curvilinear effects of karma determinants. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 73, 103351. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103351>
- Duong, C.D. (2023b). If you sow goodness, you will reap goodness: activating social entrepreneurial intentions with karmic beliefs. *International Journal of Ethics and Systems*, ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/IJOES-02-2023-0033>
- Fernández-Guadaño, J., & Sarria-Pedroza, J. H. (2018). Impact of corporate social responsibility on value creation from a stakeholder perspective. *Sustainability*, 10(6), 2062. <https://doi.org/10.3390/su10062062>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman, Boston.
- Freeman, R. E., Phillips, R., & Sisodia, R. (2020). Tensions in stakeholder theory. *Business & Society*, 59(2), 213-231. <https://doi.org/10.1177/0007650318773750>
- Hair Jr, J. F., Babin, B. J., & Krey, N. (2017). Covariance-based structural equation modeling in the Journal of Advertising: Review and recommendations. *Journal of Advertising*, 46(1), 163-177. <https://doi.org/10.1080/00913367.2017.1281777>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European business review*, 31(1), 2-24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Halkos, G., & Nomikos, S. (2021). Corporate social responsibility: Trends in global reporting initiative standards. *Economic Analysis and Policy*, 69, 106-117. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2020.11.008>
- Houy, C., Reiter, M., Fettke, P., & Loos, P. (2011). Towards green BPM—sustainability and resource efficiency through business process management. In *Business Process Management Workshops: BPM 2010 International Workshops and Education Track, Hoboken, NJ, USA, September 13-15, 2010, Revised Selected Papers 8* (pp. 501-510). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-20511-8_46
- Huff, A. S., Floyd, S. W., & Sherman, H. D. (2009). *Strategic Management: Logic and Action*. John Wiley Sons. New York.
- Hung, R. Y. Y. (2006). Business process management as competitive advantage: a review and empirical study. *Total quality management & business excellence*, 17(1), 21-40. <https://doi.org/10.1080/14783360500249836>
- Hussain, Y., Abbass, K., Usman, M., Rehan, M., & Asif, M. (2022). Exploring the mediating role of environmental strategy, green innovations, and transformational leadership: the impact of corporate social responsibility on environmental performance. *Environmental science and pollution research*, 29(51), 76864-76880. <https://doi.org/10.1007/s11356-022-20922-7>
- Ít, N. V. (2022). Tăng hiệu quả tài chính thông qua trách nhiệm xã hội và chiến lược kinh doanh kỹ thuật số tại công ty dược phẩm ở các tỉnh Đông Nam Bộ. *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính – Marketing*, 69, 40-52. <https://doi.org/10.52932/jfm.vi69.248>

- Kraus, S., Rehman, S. U., & García, F. J. S. (2020). Corporate social responsibility and environmental performance: The mediating role of environmental strategy and green innovation. *Technological forecasting and social change*, 160, 120262. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120262>
- Le, T. T. (2022). How do corporate social responsibility and green innovation transform corporate green strategy into sustainable firm performance? *Journal of Cleaner Production*, 362, 132228. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.132228>
- Le, T. T. (2023). CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AUTHENTICITY AND FIRM PERFORMANCE IN AN EMERGING MARKET. *Dalat University Journal of Science*, 4S, 85-117. [https://doi.org/10.37569/DalatUniversity.13.4S.1218\(2023\)](https://doi.org/10.37569/DalatUniversity.13.4S.1218(2023))
- Le, T. T., Tran, P. Q., Lam, N. P., Tra, M. N. L., & Uyen, P. H. P. (2023). Corporate social responsibility, green innovation, environment strategy and corporate sustainable development. *Operations Management Research*, 1-21. <https://doi.org/10.1007/s12063-023-00411-x>
- Le, T. T., Huan, N. Q., Hong, T. T. T. & Tran, D. K., (2021). The contribution of corporate social responsibility on SMEs performance in emerging country. *Journal of Cleaner Production*, 322, 129103. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.129103>
- Li, D., Zheng, M., Cao, C., Chen, X., Ren, S., & Huang, M. (2017). The impact of legitimacy pressure and corporate profitability on green innovation: Evidence from China top 100. *Journal of Cleaner Production*, 141, 41-49. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.08.123>
- Li, J., Li, Y., Yu, Y., & Yuan, L. (2019). Search broadly or search narrowly? Role of knowledge search strategy in innovation performance. *Journal of Knowledge Management*, 23(5), 809-835. <https://doi.org/10.1108/JKM-06-2018-0386>
- Lim, M. K., Tseng, M. L., Tan, K. H., & Bui, T. D. (2017). Knowledge management in sustainable supply chain management: Improving performance through an interpretive structural modelling approach. *Journal of cleaner production*, 162, 806-816. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.06.056>
- Malik, S. Y., Hayat Mughal, Y., Azam, T., Cao, Y., Wan, Z., Zhu, H., & Thuramy, R. (2021). Corporate social responsibility, green human resources management, and sustainable performance: is organizational citizenship behavior towards environment the missing link? *Sustainability*, 13(3), 1044. <https://doi.org/10.3390/su13031044>
- Ojuando, C., & Kihara, A. (2021). Strategic adoption of corporate social responsibility on performance of plastic manufacturing firms in Kenya. *Journal of Business and Strategic Management*, 6(2), 42-62. <https://doi.org/10.47941/jbsm.680>
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of applied psychology*, 88(5), 879. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879>
- Rexhepi, G., Kurtishi, S., & Bexheti, G. (2013). Corporate social responsibility (CSR) and innovation—the drivers of business growth? *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 75, 532-541. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.04.058>
- Rinawiyanti, E. D., Xueli, H., & As-Saber, S. N. (2023). Integrating corporate social responsibility into business functions and its impact on company performance: evidence from the Indonesian manufacturing industry. *Social Responsibility Journal*, 19(7), 1233-1262. <https://doi.org/10.1108/SRJ-05-2021-0193>
- Shahzad, M., Qu, Y., Javed, S. A., Zafar, A. U., & Rehman, S. U. (2020). Relation of environment sustainability to CSR and green innovation: A case of Pakistani manufacturing industry. *Journal of Cleaner Production*, 253, 119938. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119938>
- Shahzad, M., Qu, Y., Zafar, A. U., Rehman, S. U., & Islam, T. (2020). Exploring the influence of knowledge management process on corporate sustainable performance through green innovation. *Journal of Knowledge Management*, 24(9), 2079-2106. <https://doi.org/10.1108/JKM-11-2019-0624>

- Son, Đ. B. (2021). Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, vốn trí tuệ xanh và hiệu quả môi trường: Trường hợp các doanh nghiệp ngành công nghiệp chế biến, chế tạo ở Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính – Marketing*, 66, 27-41. <https://doi.org/10.52932/jfm.vi66.221>
- Son, Đ. B., Trí, H. M., & Trình, H. N. C. (2023). Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, vốn trí tuệ và hiệu quả đổi mới: Bằng chứng từ ngành thông tin và truyền thông (ICT) ở Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính – Marketing*, 74(2), 73-85. <https://doi.org/10.52932/jfm.vi2.335>
- Suganthi, L. (2020). Investigating the relationship between corporate social responsibility and market, cost and environmental performance for sustainable business. *South African Journal of Business Management*, 51(1), 1-13. <https://doi.org/10.4102/sajbm.v51i1.1630>
- Taha, R., Al-Omush, A., & Al-Nimer, M. (2023). Corporate sustainability performance and profitability: The moderating role of liquidity and stock price volatility-evidence from Jordan. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2162685. <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2162685>
- Tseng, M. L., Tan, K. H., Geng, Y., & Govindan, K. (2016). Sustainable consumption and production in emerging markets. *International Journal of Production Economics*, 181, 257-261. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2016.09.016>
- Tu, Y., & Wu, W. (2021). How does green innovation improve enterprises' competitive advantage? The role of organizational learning. *Sustainable Production and Consumption*, 26, 504-516. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.12.031>
- Vom Brocke, J., Seidel, S., & Recker, J. (Eds.). (2012). *Green business process management: towards the sustainable enterprise*. Springer Science & Business Media. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-27488-6>
- Weng, H. H. R., Chen, J. S., & Chen, P. C. (2015). Effects of green innovation on environmental and corporate performance: A stakeholder perspective. *Sustainability*, 7(5), 4997-5026. <https://doi.org/10.3390/su7054997>
- Yang, M., Bento, P., & Akbar, A. (2019). Does CSR influence firm performance indicators? Evidence from Chinese pharmaceutical enterprises. *Sustainability*, 11(20), 5656. <https://doi.org/10.3390/su11205656>
- Yoon, B., & Chung, Y. (2018). The effects of corporate social responsibility on firm performance: A stakeholder approach. *Journal of hospitality and tourism management*, 37, 89-96. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.10.005>
- Zhang, D., Rong, Z., & Ji, Q. (2019). Green innovation and firm performance: Evidence from listed companies in China. *Resources, Conservation and Recycling*, 144, 48-55. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2019.01.023>