



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, GREEN INTELLECTUAL CAPITAL, AND ENVIRONMENTAL PERFORMANCE: A CASE OF MANUFACTURING FIRMS IN HOCHIMINH CITY

Doan Bao Son^{1*}

¹Vietnam Aviation Academy

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>DOI: 10.52932/jfm.vi66.221</p> <p><i>Received:</i> September 09, 2021</p> <p><i>Accepted:</i> October 24, 2021</p> <p><i>Published:</i> December 25, 2021</p> <p>Keywords: Manufacturing; Corporate social responsibility; Environmental performance; Green intellectual capital.</p>	<p>Adapted from current literature, this study develops the model of the relationship between corporate social responsibility (CSR) and environmental performance in manufacturing firms with the mediation role of green intellectual capital includes 3 dimensions: green human capital, green structural capital, and green relational capital. The author tested the research hypotheses using a structural equation modeling (SEM), with survey data from respondents who were 395 top managers of manufacturing enterprises in Ho Chi Minh City. Structured questionnaires are designed to collect data using convenience sampling. The empirical studies demonstrated that CSR positively impacts: green human capital, green structural capital, and green relational capital and environmental performance. At the same time, environmental performance is driven by 3 dimensions of green intellectual capital. These results can help managers of firms to strengthen their internal resources like CSR and green intellectual capital to enhance environmental efficiency.</p>

*Corresponding author:

Email: sondb@vaa.edu.vn



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

Đoàn Bảo Sơn^{1*}

¹Học viện Hàng Không Việt Nam

THÔNG TIN	TÓM TẮT
<p>DOI: 10.52932/jfm.vi66.221</p> <p><i>Ngày nhận:</i> 09/09/2021</p> <p><i>Ngày nhận lại:</i> 24/10/2021</p> <p><i>Ngày đăng:</i> 25/12/2021</p> <p>Từ khóa: Công nghiệp chế biến chế tạo; Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp; Hiệu quả môi trường; Vốn trí tuệ xanh.</p>	<p>Dựa vào các lý thuyết hiện tại, nghiên cứu này phát triển mô hình về mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội doanh nghiệp và hiệu quả môi trường trong ngành công nghiệp chế biến, chế tạo với vai trò thúc đẩy của vốn trí tuệ xanh gồm ba chiều kích là vốn con người xanh, vốn cấu trúc xanh và vốn quan hệ xanh. Tác giả kiểm chứng các giả thuyết nghiên cứu bằng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM), với số liệu điều tra từ 395 nhà quản lý của các doanh nghiệp ngành chế biến, chế tạo ở Thành phố Hồ Chí Minh. Dữ liệu được thu thập bằng bảng hỏi và sử dụng phương pháp lấy mẫu thuận tiện. Kết quả thực nghiệm cho thấy trách nhiệm xã hội doanh nghiệp có ảnh hưởng tích cực đến vốn con người xanh, vốn quan hệ xanh và vốn cấu trúc xanh và ba chiều kích này đã thúc đẩy hiệu quả môi trường của các doanh nghiệp. Đồng thời, hiệu quả môi trường cũng được tăng cường bởi CSR. Kết quả nghiên cứu sẽ giúp cho các doanh nghiệp có các chiến lược phù hợp để tăng cường hiệu quả về môi trường thông qua thúc đẩy các hoạt động trách nhiệm xã hội và vốn trí tuệ xanh.</p>

1. Giới thiệu

Trong những năm gần đây, sự suy thoái môi trường đã trở thành một vấn đề trên toàn thế giới. Chính phủ, các ngành sản xuất công nghiệp, các nhà hoạch định chính sách môi trường và nhiều học giả đồng ý rằng các nguyên

nhân gây suy thoái môi trường là do biến đổi khí hậu, khí thải, ô nhiễm nước và không khí gia tăng, cạn kiệt tài nguyên và sử dụng vật liệu nguy hiểm (Kraus và cộng sự, 2020). Do đó, các doanh nghiệp đã ngày càng nhận thức và hướng tới những cách thức thân thiện với môi trường nhằm đáp ứng các mục tiêu của tổ chức để đảm bảo sự phát triển bền vững. Các doanh nghiệp cần phải tác động đến hiệu quả môi trường để cải thiện vị trí cạnh tranh (Yadiati và cộng sự,

*Tác giả liên hệ:

Email: sondb@vaa.edu.vn

2019). Do đó, các doanh nghiệp không có lựa chọn nào khác ngoài thực hiện quản lý xanh để tuân thủ các quy định môi trường này (Chang & Chen, 2012). Tài sản vô hình đã trở thành yếu tố quan trọng quyết định lợi thế cạnh tranh của các doanh nghiệp trong thời đại kinh tế tri thức (Chang & Chen, 2012) và vốn trí tuệ xanh được xem như một nguồn lực năng động có thể mang lại lợi thế cạnh tranh bền vững cho doanh nghiệp (Chang & Chen, 2012; Chen, 2008), đó là các loại tài sản vô hình, tri thức, khả năng và các mối quan hệ gắn với bảo vệ môi trường hoặc đổi mới xanh ở cấp độ cá nhân và tổ chức của một doanh nghiệp (Chen, 2008).

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) có thể làm tăng phúc lợi xã hội do sự hạn chế về khả năng và nguồn lực của Chính phủ. Nhiều doanh nghiệp đã thành công khi xem CSR như là một chiến lược quan trọng. Các doanh nghiệp bắt đầu các hoạt động CSR và đáp ứng các quy định về môi trường nhằm nâng cao hiệu quả tài chính và môi trường. Các nghiên cứu gần đây của Rehman và cộng sự (2021), Yusliza và cộng sự (2020) cho thấy, trách nhiệm xã hội có vai trò thúc đẩy vốn trí tuệ xanh, và khi doanh nghiệp tích lũy vốn trí tuệ xanh thì sẽ cải thiện được hiệu quả môi trường.

Tại Việt Nam, ngành công nghiệp chế biến, chế tạo là ngành có mức đóng góp cao nhất vào tốc độ tăng giá trị tăng thêm bình quân của nền kinh tế, đồng thời giống như xu hướng chung ở các nước đang phát triển, đó là tăng trưởng kinh tế đều dựa vào tăng trưởng của ngành chế biến, chế tạo. Trong những năm gần đây, số doanh nghiệp hoạt động có kết quả sản xuất kinh doanh lĩnh vực này có xu hướng tăng, và đã góp phần thúc đẩy tăng trưởng của ngành công nghiệp và cả nền kinh tế, tạo thêm nhiều hàng hoá và dịch vụ, đáp ứng nhu cầu thị trường (Tổng cục Thống kê, 2021). Trong bối cảnh ngành công nghiệp chế biến, chế tạo, bài báo này phát triển và kiểm chứng mô hình mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và vốn trí tuệ xanh trong việc thúc đẩy hiệu quả môi trường. Nghiên cứu này đã có

những đóng góp vào lý thuyết CSR và vốn trí tuệ xanh của doanh nghiệp theo những cách như sau: *Thứ nhất*, nghiên cứu đã cung cấp thêm bằng chứng cho khung lý thuyết CSR theo đề xuất của Carroll (1979) bằng việc phân tích vai trò thúc đẩy của các chính sách CSR đối với nguồn lực vô hình, cụ thể là vốn trí tuệ xanh trong các doanh nghiệp. *Thứ hai*, nghiên cứu đã làm phong phú thêm các chính sách quản trị xanh thông qua phân tích và chứng minh ảnh hưởng tích cực của vốn trí tuệ xanh trong việc nâng cao hiệu quả môi trường nhằm mang lại lợi thế cạnh tranh và sự phát triển bền vững của các doanh nghiệp.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

2.1.1. Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR: Corporate Social Responsibility)

Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp là nghĩa vụ mà các doanh nghiệp thực hiện nhằm bảo vệ và cải thiện phúc lợi của xã hội, được coi là lợi ích của họ (Davis & Blomstrom, 1975). Ý tưởng cơ bản của CSR là các doanh nghiệp có nghĩa vụ đáp ứng nhu cầu của các bên liên quan và cải thiện phúc lợi xã hội (Clarkson, 1995). CSR cho phép các doanh nghiệp tối đa hóa các tác động tích cực của họ đối với xã hội nhằm đáp ứng và thậm chí vượt quá sự mong đợi của pháp luật, đạo đức và công chúng (Clarkson, 1995). Sự nhận thức của công chúng về vai trò của doanh nghiệp trong xã hội ngày càng có sự thay đổi. Ngoài những đóng góp vào tăng trưởng kinh tế, tạo ra của cải và việc làm, thì doanh nghiệp còn thực hiện các vai trò có ý nghĩa phi kinh tế mà trước đây có thể không được mong đợi (Nguyen và cộng sự, 2018). Nhìn chung, mối quan tâm chính đối với CSR là việc quản lý tất cả các bên liên quan cả bên trong và bên ngoài, để thực hiện hành động đạo đức một cách có trách nhiệm với xã hội trong cách phát triển con người (Pintea, 2015). Các quy tắc đạo đức của doanh nghiệp bao gồm 3 vấn đề mấu chốt là xã hội, môi trường và tài chính (Weave và cộng sự, 1999).

Carroll (1979) cho rằng, phạm vi của CSR là một chuỗi liên tục và phân loại CSR thành bốn loại: “trách nhiệm kinh tế”, “trách nhiệm pháp lý”, “trách nhiệm đạo đức” và “trách nhiệm tùy nghi” từ cấp thấp đến cấp cao. Bốn trách nhiệm này đã tạo nền tảng và khung lý thuyết về bản chất của trách nhiệm doanh nghiệp trong xã hội (Carroll, 2016). Cụ thể là:

- 1) Trách nhiệm kinh tế là điều kiện nền tảng để doanh nghiệp tồn tại. Trong môi trường cạnh tranh toàn cầu hóa ngày nay, tính bền vững và hiệu quả kinh tế đã trở thành một chủ đề quan trọng.
- 2) Trách nhiệm pháp lý trở thành quy tắc cơ bản mà doanh nghiệp sẽ hoạt động. Những kỳ vọng này bao gồm (1) *thực hiện nhất quán với luật của Chính phủ*, (2) *tuân thủ các quy định của chính quyền từ trung ương đến địa phương*, (3) *thực hiện công dân doanh nghiệp tuân thủ luật*, (4) *thực hiện nghĩa vụ pháp lý đối với các bên liên quan*, (5) *cung cấp dịch vụ/sản phẩm đáp ứng các yêu cầu pháp lý tối thiểu*.
- 3) Trách nhiệm đạo đức bao hàm nhiều hơn luật pháp và quy định, các tổ chức tuân theo các hoạt động xã hội, các chuẩn mực, tiêu chuẩn và thực tiễn. Những kỳ vọng này bao gồm (1) *thực hiện phù hợp với các quy tắc xã hội và chuẩn mực đạo đức*, (2) *tôn trọng và công nhận các chuẩn mực và đạo đức xã hội*, (3) *trở thành công dân doanh nghiệp tốt*.
- 4) Trách nhiệm từ thiện bao gồm các hoạt động tự nguyện hoặc tùy nghi của các doanh nghiệp mà pháp luật không bắt buộc và thường không được mong đợi trong ý thức đạo đức.

Các nghiên cứu CSR dưới góc độ quản trị thường có xu hướng dựa trên quan điểm nguồn lực (RBV) của tổ chức và cho rằng đó là các nguồn lực của doanh nghiệp bao gồm tài sản vật chất và nguồn lực tài chính, nhưng quan trọng hơn là năng lực con người và chiến lược tổ chức tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững cho doanh nghiệp (Shaukat và cộng sự, 2016). Trong đó,

Hart (1995) cho rằng, đầu tư chủ động vào các chiến lược môi trường, đặc biệt là các chiến lược liên quan đến ngăn ngừa ô nhiễm, quản lý sản phẩm (tức là sản xuất và quảng bá các sản phẩm “xanh”) và phát triển bền vững (doanh nghiệp) có thể mang lại lợi ích cả về môi trường và kinh tế cho các doanh nghiệp.

2.1.2. *Vốn trí tuệ xanh (Green Intellectual Capital – GIC)*

Tài sản vô hình và vốn trí tuệ là chìa khóa để các doanh nghiệp đạt được lợi thế cạnh tranh (Segelod, 1998). Vốn trí tuệ là toàn bộ tri thức tập thể, thông tin, công nghệ, quyền sở hữu trí tuệ, kinh nghiệm, năng lực, hệ thống học tập của tổ chức, hệ thống truyền thông nhóm, quan hệ khách hàng và thương hiệu tạo ra giá trị cho doanh nghiệp (Stewart, 1997). Vốn trí tuệ có thể được phân thành hai loại: Vốn con người và vốn cấu trúc (Edvinsson & Malone, 1997). Vốn con người là tổng hợp tri thức, kỹ năng, sự đổi mới và khả năng của nhân viên để đạt được mục tiêu (Sackmann và cộng sự, 1989). Vốn con người có hai yếu tố quyết định là năng lực của nhân viên và cam kết của họ (Elias & Scarbrough, 2004). Vốn cấu trúc là bằng sáng chế, nhãn hiệu, phần cứng, phần mềm, cơ sở dữ liệu, văn hóa tổ chức và khả năng tổ chức trong một tổ chức (Edvinsson & Malone, 1997).

Quan điểm dựa trên nguồn lực (RBV) cho rằng lợi thế cạnh tranh của các doanh nghiệp là kết quả của các nguồn lực và năng lực chính của họ (Barney, 1991), và lập luận rằng trách nhiệm xã hội với môi trường có thể trở thành một năng lực quan trọng có thể dẫn đến lợi thế cạnh tranh bền vững (Hart, 1995). Do đó, quản lý xanh có thể là một yếu tố quan trọng trong chiến lược của doanh nghiệp và nó nên được coi là một năng lực đặc biệt (Hart, 1995). Vốn trí tuệ xanh do Chen (2008) đề xuất, đã kết hợp các khái niệm môi trường vào vốn trí tuệ để bù cho những thiếu sót trước đây về các vấn đề môi trường (Huang & Kung, 2011). Vốn trí tuệ xanh đề cập đến tài sản vô hình của doanh nghiệp, bao gồm tri thức, trí tuệ, năng lực, kinh nghiệm và sự đổi mới trong lĩnh vực bảo vệ

môi trường (Chen, 2008). Nguồn lực này giúp cho các doanh nghiệp tuân thủ các quy định nghiêm ngặt về môi trường và đáp ứng nhu cầu thúc đẩy môi trường ngày càng cao của người tiêu dùng, cũng như tạo ra giá trị cho doanh nghiệp (Huang & Kung, 2011).

Bài báo này quan niệm vốn trí tuệ xanh bao gồm ba chiều kích: Vốn con người xanh, vốn cấu trúc xanh và vốn quan hệ xanh (Chen, 2008). Vốn con người xanh là tổng hợp tri thức, kỹ năng, năng lực, kinh nghiệm, thái độ, trí tuệ, khả năng sáng tạo và cam kết của nhân viên về bảo vệ môi trường hoặc đổi mới xanh (Chen, 2008). Vốn cấu trúc xanh là toàn bộ năng lực của tổ chức, cam kết của tổ chức, hệ thống quản lý tri thức, triết lý quản lý, văn hóa tổ chức, hình ảnh doanh nghiệp, bằng sáng chế, quyền sao chép và nhãn hiệu về bảo vệ môi trường hoặc đổi mới xanh trong một doanh nghiệp (Chen, 2008). Cuối cùng, vốn quan hệ xanh là các mối quan hệ tương tác của doanh nghiệp với khách hàng, nhà cung cấp, thành viên mạng lưới và đối tác về quản lý môi trường doanh nghiệp và đổi mới xanh (Chen, 2008).

2.2. Mô hình nghiên cứu và các giả thuyết

2.2.1. Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp và vốn trí tuệ xanh

Trách nhiệm xã hội với môi trường có thể trở thành nguồn lực tạo ra lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp (Hart, 1995). Để đạt được mục tiêu phát triển bền vững, các doanh nghiệp nên đầu tư nhiều nguồn lực và nỗ lực hơn nữa vào việc gia tăng vốn trí tuệ xanh của mình (Chang & Chen, 2012). Branco và Rodrigues (2006) cho thấy, có mối quan hệ tích cực giữa các hoạt động CSR và các tài sản có liên quan đến vốn trí tuệ. Điều này xác nhận rằng, đầu tư vào các sáng kiến CSR tạo ra lợi ích bao gồm sự gia tăng trong vốn trí tuệ. Bằng cách phát triển các chiến lược CSR, các doanh nghiệp có thể đạt được hiệu quả kinh tế, xã hội và lợi ích môi trường và các bên liên quan có thể bày tỏ nhu cầu của họ về tài sản vô hình và các mối quan tâm về xã hội và môi trường (Gallardo-Vázquez và cộng sự, 2019).

Các doanh nghiệp mong muốn giảm thiểu tác động đến môi trường, có thể cải thiện hình ảnh của họ và thu hút sự chú ý của nhân viên tiềm năng (Chang & Chen, 2012). Các doanh nghiệp có mức CSR tương đối cao có thể thu hút được nhiều nhân viên tiềm năng hơn và phát triển năng lực của họ về quản lý môi trường để đạt được kỳ vọng của công chúng và sứ mệnh xã hội (Turban & Greening, 1997). Do đó, nghiên cứu này đề xuất rằng trách nhiệm xã hội có mối quan hệ tích cực với vốn con người xanh của các doanh nghiệp. *Giả thuyết H1: Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có tác động tích cực đến vốn con người xanh.*

Hull và Rothenberg (2008) cho rằng sự tham gia của các doanh nghiệp vào các hoạt động CSR ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả hoạt động của họ thông qua việc áp dụng các quy trình liên quan đến đổi mới. Đặc biệt, các hoạt động CSR nâng cao năng lực đổi mới của doanh nghiệp, từ đó, họ tăng khả năng khác biệt hóa và đạt được lợi thế cạnh tranh. Các doanh nghiệp tham gia vào các hoạt động CSR có nhiều khả năng đổi mới về quy trình và thể hệ sản phẩm của họ hơn (Broadstock và cộng sự, 2020). Costa và cộng sự (2015) cùng với Herrera (2015) cho rằng, các doanh nghiệp có thể xác định và ứng phó với các cơ hội và thách thức chiến lược tốt hơn nhờ họ tham gia vào CSR và liên tục đánh giá các ảnh hưởng và mối quan hệ của doanh nghiệp với các bên liên quan và môi trường. Các doanh nghiệp có mức CSR tương đối cao có thể có nhiều thuận lợi để phát triển năng lực tổ chức về quản lý môi trường và đổi mới xanh (Chang & Chen, 2012). Dựa vào các luận điểm trên, nghiên cứu này đề xuất *giả thuyết H2: Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có tác động tích cực đến vốn cấu trúc xanh.*

Branco và Rodrigues (2006) khẳng định rằng, các doanh nghiệp có các hoạt động CSR cao có thể tạo ra và cải thiện đáng kể mối quan hệ với khách hàng, nhà cung cấp, nhà đầu tư và ngân hàng. Do đó, CSR có thể cải thiện vốn quan hệ của tổ chức và do đó, nâng cao danh tiếng của họ (Gallardo-Vázquez và cộng sự, 2019). Các doanh nghiệp có mức CSR tương đối

cao có thể thiết kế sản phẩm phù hợp với mong muốn về môi trường của khách hàng và có mối quan hệ hợp tác ổn định với các đối tác hoặc nhà cung cấp của họ (Chang & Chen, 2012). Do đó, nghiên cứu này cho rằng, các hoạt động CSR có vai trò thúc đẩy vốn quan hệ xanh của các doanh nghiệp. *Giải thuyết H3: Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có tác động tích cực đến vốn quan hệ xanh.*

2.2.2. Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp và hiệu quả môi trường

Các nguồn lực tự nhiên và các năng lực của doanh nghiệp sẽ thúc đẩy lợi nhuận từ việc giảm thiểu ô nhiễm. Tài nguyên môi trường, chiến lược ngăn ngừa ô nhiễm và năng lực tổ chức nâng cao hiệu quả hoạt động bền vững của doanh nghiệp (Hart & Dowell, 2011). Hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp có thể được đo lường bằng cách tập trung vào việc sử dụng các khía cạnh kinh tế, xã hội và môi trường CSR (Menguc & Ozanne, 2005). Ngoài ra, Clarkson và cộng sự (2011) đề xuất rằng, để đạt được các mục tiêu dài hạn, các doanh nghiệp nên áp dụng các chiến lược chủ động để kiểm soát các vấn đề môi trường. Các chiến lược CSR hiệu quả sẽ cải thiện hiệu quả xã hội và hiệu quả môi trường của doanh nghiệp (Orazalin và Baydauletov, 2020; Shaukat và cộng sự, 2016). Dựa vào các lý thuyết liên quan và các kết quả nghiên cứu trước, nghiên cứu này đặt ra giả thuyết H4: *Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có tác động tích cực đến hiệu quả môi trường*

2.2.3. Vốn trí tuệ xanh và hiệu quả môi trường

Các doanh nghiệp tích cực tham gia vào quản lý môi trường và đổi mới xanh có tác động tích cực đến lợi thế cạnh tranh của họ (Chen, 2008). Vốn trí tuệ xanh mang tính đổi mới, giúp doanh nghiệp tạo sự khác biệt so với các đối thủ cạnh tranh. Những đặc điểm độc đáo này là nền tảng để một doanh nghiệp xây dựng lợi thế cạnh tranh bền vững. Xây dựng vốn trí tuệ xanh có thể tạo ra rào cản cho các đối thủ cạnh tranh và đảm bảo lợi thế cạnh tranh bằng cách đảm bảo thị trường (Huang & Kung,

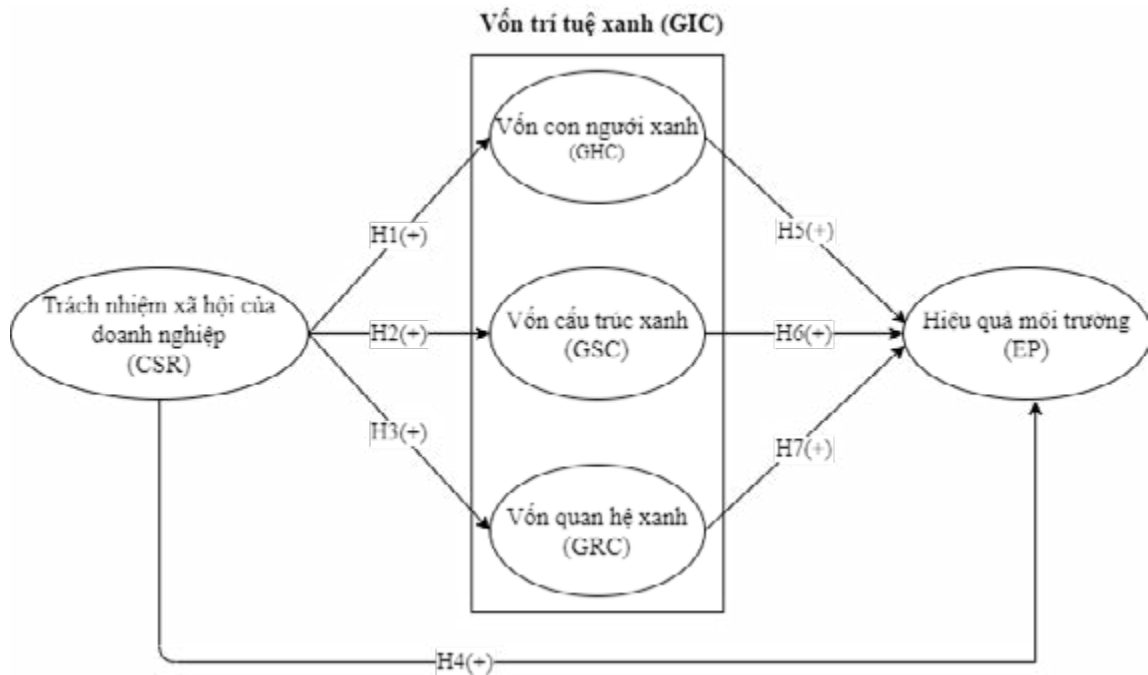
2011). Johnson (1999) cho rằng vốn con người của các doanh nghiệp có vai trò thúc đẩy lợi thế cạnh tranh của họ. Vốn con người xanh có mối quan hệ tích cực với quản lý môi trường và khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp. Các nhân viên tích lũy tri thức, kỹ năng, năng lực, kinh nghiệm, thái độ, trí tuệ, sự sáng tạo và cam kết về bảo vệ môi trường hoặc đổi mới xanh có thể giúp các doanh nghiệp đạt được lợi thế cạnh tranh (Chen, 2008). Rayner và Morgan (2018) đã tìm thấy mối quan hệ tích cực giữa tri thức môi trường và hành vi xanh của nhân viên. Do đó, vốn con người xanh có tác động tích cực đến hiệu quả môi trường. *Giải thuyết H5: Vốn con người xanh có quan hệ cùng chiều với hiệu quả môi trường.*

Vốn cấu trúc xanh là đặc điểm kỹ thuật, trao quyền và cơ sở hạ tầng hỗ trợ cho việc bảo vệ môi trường và những gì liên quan đến hệ thống quản lý môi trường. Do đó, có thể suy ra từ kết quả nghiên cứu của Chen và cộng sự (2006) rằng vốn cấu trúc xanh thường dẫn đến cải thiện cả hiệu quả kinh tế và hiệu quả môi trường (Huang & Kung, 2011). Đầu tư vào nguồn vốn cấu trúc xanh cho phép các doanh nghiệp tránh vi phạm môi trường và giảm chi phí do tiền phạt. Nó cũng thúc đẩy năng suất của doanh nghiệp, phát triển thị trường mới, cải thiện hình ảnh doanh nghiệp và tăng lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp (Russo & Fouts, 1997). *Giải thuyết H6: Vốn cấu trúc xanh có quan hệ cùng chiều với hiệu quả môi trường.*

Vốn quan hệ của doanh nghiệp có ảnh hưởng tích cực đến lợi thế cạnh tranh của họ (Bontis, 1999; Johnson, 1999). Dưới xu hướng ý thức bảo vệ môi trường của người tiêu dùng và các quy định nghiêm ngặt của quốc tế về bảo vệ môi trường, các doanh nghiệp thực hiện quản lý môi trường và đổi mới xanh tích cực không chỉ có thể giảm thiểu chất thải sản xuất và tăng năng suất mà còn cải thiện hình ảnh doanh nghiệp, nâng cao hiệu quả sản xuất của họ, phát triển các sản phẩm xanh, và do đó, tạo ra tác động tích cực đến lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp (Chen, 2008). Kết quả nghiên

cứu của Chen (2008) cung cấp bằng chứng rằng, các doanh nghiệp tích lũy các mối quan hệ tương tác với khách hàng, nhà cung cấp và đối tác về quản lý môi trường doanh nghiệp và đổi mới xanh có thể giúp các doanh nghiệp có

được lợi thế cạnh tranh. Dựa vào các lập luận đó, nghiên cứu này đề xuất *giả thuyết H7: Vốn quan hệ xanh có quan hệ cùng chiều với hiệu quả môi trường.*



Hình 1. Mô hình nghiên cứu

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Chọn mẫu và thu thập dữ liệu

Nghiên cứu này sử dụng dữ liệu thu thập từ 500 doanh nghiệp trong ngành công nghiệp chế biến, chế tạo ở Thành phố Hồ Chí Minh bằng hình thức phát trực tiếp và trực tuyến bằng công cụ Google Form. Mỗi doanh nghiệp chọn một đáp viên là nhà quản lý để trả lời các câu hỏi khảo sát. Trước khi tiến hành khảo sát, tác giả đã kiểm tra trước (pre-test) bằng cách phỏng vấn một nhóm tập trung gồm 8 đáp viên đại diện cho các doanh nghiệp khảo sát để đánh giá tính hợp lệ của các cấu trúc (Sekaran & Bougie, 2016). Sau đó, bảng câu hỏi hoàn chỉnh được

sử dụng cho nghiên cứu chính thức. Nghiên cứu này sử dụng kỹ thuật lấy mẫu ngẫu nhiên. Cỡ mẫu của nghiên cứu này được xác định dựa trên các quy tắc chung cho việc sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) trong AMOS nhằm có được kết quả đáng tin cậy và có giá trị. Sau khi loại bỏ các khảo sát không đầy đủ và dị biệt, tác giả thu được 395 quan sát dùng để phân tích dữ liệu, đáp ứng các khuyến nghị của Hair và cộng sự (2014) và Kline (2015) cho rằng, cỡ mẫu 200 hoặc lớn hơn là phù hợp cho một mô hình đường dẫn phức tạp. Dữ liệu nhân khẩu học của những đáp viên được báo cáo trong Bảng 1.

Bảng 1. Mô tả mẫu nghiên cứu theo đặc điểm nhân khẩu học

Đặc điểm	Số lượng	Tỉ lệ (%)	Đặc điểm	Số lượng	Tỉ lệ (%)
Giới tính					
Nữ	187	47,3			
Nam	208	52,7			
Số lượng lao động			Số năm hoạt động		
Dưới 50 người	24	6,1	Từ 5 đến 10 năm	32	8,1
Từ 50 đến 199 người	146	37,0	Từ 11 đến 15 năm	105	26,6
Từ 200 đến 299 người	164	41,5	Từ 16 đến 20 năm	124	31,4
Từ 300 đến 499 người	56	14,2	Từ 21 đến 25 năm	81	20,5
Trên 500 người	5	1,2	Trên 25 năm	53	13,4
			Tổng số quan sát	395	

3.2. Thang đo

Các thang đo được tham khảo từ các công trình nghiên cứu trước trong cùng lĩnh vực. Cụ thể, thang đo CSR gồm 5 biến quan sát (CSR1 đến CSR5) tham khảo từ Chang và Chen (2012). Trong khi đó, GIC gồm ba chiều kích là GHC, GSC và GRC được đo lường bằng 12 biến quan sát, với GHC gồm 4 biến quan sát (GHC1 đến GHC4), GSC gồm 4 biến quan sát

(GSC1 đến GSC4) và GRC gồm 4 biến quan sát (GRC1 đến GRC4) được phát triển từ Yusoff và cộng sự (2019). Cuối cùng, thang đo EP gồm 5 biến (EP1 đến EP5) được tham khảo từ Yusoff và cộng sự (2019). Nghiên cứu dùng thang đo Likert 5 mức độ (“1” là “hoàn toàn không đồng ý” và “5” là “hoàn toàn đồng ý”) để đo lường các. Các thang đo cùng với độ tin cậy của chúng được trình bày trong Bảng 2.

Bảng 2. Các thang đo và độ tin cậy của thang đo

Các cấu trúc và thang đo	Hệ số tải	SMC	Cronbach’s alpha	CR	AVE
1. Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR)			0,865	0,868	0,568
CSR1 Cơ hội việc làm công bằng, môi trường làm việc phù hợp và phúc lợi tốt cho nhân viên và gia đình của họ	0,802	0,643			
CSR2 Các sản phẩm và dịch vụ mới an toàn và đáng tin cậy cho khách hàng	0,731	0,534			
CSR3 Thực hiện sứ mệnh kinh tế và xã hội để đáp ứng các yêu cầu pháp lý	0,777	0,604			
CSR4 Hoạt động kinh doanh có tác động tích cực đến xã hội và đáp ứng các kỳ vọng của pháp luật, đạo đức và công chúng	0,756	0,572			
CSR5 Cải cải thiện phúc lợi của xã hội là sứ mệnh của tổ chức	0,698	0,487			

Các cấu trúc và thang đo		Hệ số tải	SMC	Cronbach's alpha	CR	AVE
2. Vốn con người xanh (GHC)				0,860	0,861	0,608
GHC1	Năng suất và đóng góp của nhân viên liên quan đến bảo vệ môi trường	0,777	0,604			
GHC2	Năng lực bảo vệ môi trường của nhân viên	0,688	0,473			
GHC3	Mức độ hợp tác của nhóm làm việc liên quan đến bảo vệ môi trường	0,828	0,685			
GHC4	Các nhà quản lý hỗ trợ nhân viên đạt được các mục tiêu bảo vệ môi trường	0,818	0,670			
3. Vốn cấu trúc xanh (GSC)				0,828	0,831	0,554
GSC1	Hệ thống quản lý bảo vệ môi trường của doanh nghiệp	0,651	0,423			
GSC2	Tỷ lệ đầu tư bảo vệ môi trường vào R&D trên doanh thu của doanh nghiệp	0,796	0,633			
GSC3	Đầu tư vào các phương tiện bảo vệ môi trường	0,831	0,690			
GSC4	Hệ thống quản lý tri thức môi trường trong doanh nghiệp	0,684	0,468			
4. Vốn quan hệ xanh (GRC)				0,860	0,861	0,609
GRC1	Thiết kế các sản phẩm / dịch vụ phù hợp với mong muốn của khách hàng về môi trường	0,705	0,497			
GRC2	Mối quan hệ hợp tác ổn định của doanh nghiệp với khách hàng về bảo vệ môi trường	0,798	0,637			
GRC3	Mối quan hệ hợp tác ổn định về bảo vệ môi trường với các đối tác chiến lược	0,823	0,677			
GRC4	Khách hàng hài lòng về chính sách bảo vệ môi trường của doanh nghiệp	0,791	0,626			
5. Hiệu quả môi trường (EP)				0,907	0,907	0,662
EP1	Giảm tiêu thụ năng lượng	0,734	0,539			
EP2	Giảm thiểu chất thải và khí thải từ các hoạt động	0,790	0,625			
EP3	Giảm các tác động đến môi trường của các sản phẩm / dịch vụ	0,812	0,659			
EP4	Giảm thiểu rủi ro về tai nạn môi trường, sự cố tràn và chất thải	0,856	0,733			
EP5	Giảm mua nguyên liệu, hóa chất và linh kiện không thể tái tạo	0,867	0,752			

Ghi chú: Ký hiệu SMC (Square Multiple Correlation) là phương sai giải thích của mỗi khái niệm tiềm ẩn.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Phân tích mô hình đo lường

Trong nghiên cứu này, phân tích dữ liệu được thực hiện tuần tự qua hai bước (Anderson &

Gerbing, 1988) bằng phần mềm thống kê SPSS 22 và AMOS 24. Để đánh giá tính giá trị của mô hình đo lường, tác giả thực hiện hai kiểm định: Tính giá trị hội tụ và tính giá trị phân biệt. Như đã chỉ ra trong Bảng 2, hệ số tải tiêu chuẩn

của các thang đo đều lớn hơn 0,5 và có ý nghĩa thống kê (Anderson & Gerbing, 1988; Hair và cộng sự, 2014) và chỉ số thống kê đa tương quan bình phương (SMC) của các quan sát nằm trong khoảng từ 0,423 (GSC1) đến 0,752 (EP5) lớn hơn ngưỡng 0,4 (Bollen, 1989) nên tất cả các biến quan sát đều chấp nhận. Mặt khác, AVE của tất cả các cấu trúc đều lớn 0,5 và CR của chúng từ 0,831 (GSC) đến 0,907 (EP) cao hơn 0,7 (Hair và cộng sự, 2014). Vì vậy, tính giá trị hội tụ được chấp nhận. Ngoài ra, tất cả các biến tiềm ẩn đều có giá trị Cronbach’s alpha lớn hơn 0,7 nên cả 5 cấu trúc đều đảm bảo về độ tin cậy (Kline, 2015). Đối với tính giá trị phân biệt, Bảng 3 cho thấy rằng căn bậc hai AVE của mỗi cấu trúc lớn hơn mỗi tương quan giữa nó và bất kỳ cấu trúc nào khác (Fornell & Lacker, 1981)

và giá trị AVE của mỗi cấu trúc lớn hơn bình phương hệ số tương quan lớn nhất (MSV). Như vậy, tính giá trị hội tụ và tính giá trị phân biệt của mô hình nghiên cứu đã được kiểm định và đều được chấp nhận.

Các phép thống kê về sự phù hợp mô hình cho thấy dữ liệu có sự phù hợp tuyệt vời với mô hình. Cụ thể, chi bình phương (χ^2) là 479,28 (df = 199 và p = 0,000), CMIN/df là 2,408 nhỏ hơn 3; SRMR là 0,039, nhỏ hơn 0,08; CFI là 0,944, TLI là 0,935 đều lớn hơn mức ngưỡng là 0,92 và RMSEA là 0,060, nhỏ hơn 0,07 (Hair và cộng sự, 2014). Do đó, có thể kết luận rằng, các cấu trúc trong mô hình giả thuyết là hợp lệ, đáng tin cậy và khác biệt với nhau.

Bảng 3. Độ tin cậy và tính giá trị của mô hình CFA

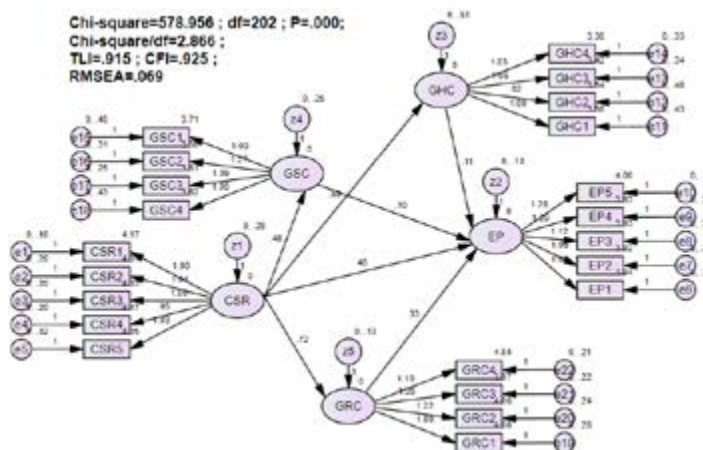
Nhân tố	CR	AVE	MSV	Căn bậc 2 của AVE	CSR	EP	GHC	GSC	GRC
CSR	0,868	0,568	0,518	0,754	1				
EP	0,907	0,662	0,518	0,813	0,720***	1			
GHC	0,861	0,608	0,366	0,780	0,407***	0,510***	1		
GSC	0,831	0,554	0,366	0,744	0,395***	0,494***	0,605***	1	
GRC	0,861	0,609	0,496	0,781	0,704***	0,699***	0,423***	0,474***	1

Ghi chú: ký hiệu *** thể hiện $p < 0,001$.

4.2. Phân tích mô hình cấu trúc

Ở bước này, nghiên cứu sẽ kiểm định sự phù

hợp của mô hình cấu trúc và các giả thuyết đã được đề xuất.



Hình 2. Mô hình cấu trúc

Kết quả phân tích sự phù hợp của mô hình cấu trúc cho thấy rằng chỉ số $\chi^2 = 578,956$ ($df = 202$); $CMIN/df = 2,866$, giá trị này thấp hơn mức ngưỡng (bằng 3) và $p\text{-value} = 0,000 \leq 0,05$. Các chỉ số $CFI = 0,925$ và $TLI = 0,915$ đều lớn hơn 0,90; $SRMR = 0,079$ nhỏ hơn 0,08 và $RMSEA = 0,069$ nhỏ hơn 0,07 đều đạt giá trị tối thiểu theo đề xuất của Hair và cộng sự (2014). Do đó, có thể kết luận rằng mô hình cấu trúc được đề xuất là phù hợp.

Kết quả phân tích đường dẫn đối với mô hình cấu trúc đề xuất (Bảng 4) cho ta thấy rằng CSR có tác động tích cực đến Vốn con người

xanh (GHC), Vốn cấu trúc xanh (GSC) và Vốn quan hệ xanh (GRC), tức là các giả thuyết H1, H2, H3 đều được chấp nhận ở mức ý nghĩa $p < 0,001$. Giả thuyết H4 cho rằng CSR có ảnh hưởng tích cực, trực tiếp đến EP cũng được hỗ trợ ở mức $p < 0,001$. Đồng thời, Vốn con người xanh (GHC), Vốn cấu trúc xanh (GSC) và Vốn quan hệ xanh (GRC) cũng có tác động cùng chiều với hiệu quả môi trường (EP), tức là các giả thuyết H5 và H7 được chấp nhận ở mức $p < 0,001$ và giả thuyết H6 được hỗ trợ ở mức $p < 0,05$.

Bảng 4. Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu

	Giả thuyết	Kỳ vọng	Trọng số chuẩn hóa	P-value	Kết quả
H1	CSR → GHC	+	0,455***	$p < 0,001$	Chấp nhận
H2	CSR → GSC	+	0,453***	$p < 0,001$	Chấp nhận
H3	CSR → GRC	+	0,726***	$p < 0,001$	Chấp nhận
H4	CSR → EP	+	0,415***	$p < 0,001$	Chấp nhận
H5	GHC → EP	+	0,157***	$p < 0,001$	Chấp nhận
H6	GSC → EP	+	0,094**	$p < 0,05$	Chấp nhận
H7	GRC → EP	+	0,299***	$p < 0,001$	Chấp nhận

4.3. Thảo luận kết quả

Nghiên cứu hiện tại đã xác nhận các giả thuyết được đề xuất. CSR là một yếu tố quyết định đáng kể đến việc tăng cường vốn con người xanh, vốn quan hệ xanh và vốn cấu trúc xanh của các doanh nghiệp. Các kết quả hiện tại đã cung cấp bằng chứng rằng, việc thực hiện CSR có thể ảnh hưởng đến vốn con người xanh trong các doanh nghiệp. Kết quả này được hỗ trợ bởi Redington (2005) và tương đồng với Zhang và cộng sự (2018) và Barrena-Martínez và cộng sự (2019). Kết quả hiện tại sẽ thúc đẩy các bộ phận nguồn nhân lực tập trung vào việc quản lý có trách nhiệm, cũng như khuyến khích các nhà quản trị cam kết với CSR. Tương tự, giả thuyết H2 đã được chứng minh rằng CSR có thể tăng cường vốn quan hệ xanh của các tổ chức, hoàn toàn phù hợp với Bhattacharaya và Sen (2004), Branco và Rodrigues (2006). Mô hình hiện tại chứng minh tiềm năng của CSR trong việc thúc đẩy các yếu tố vô hình được

liên kết với các hoạt động bên ngoài của doanh nghiệp (như khách hàng, nhà cung cấp, cộng đồng, tổ chức tài chính và cơ quan hành chính nhà nước). Điều này làm tăng thêm tầm quan trọng của các chiến lược CSR. Nghiên cứu của Kao và cộng sự (2018) và Kim và cộng sự (2014) đã hỗ trợ cho kết luận, các thực hành CSR và tác động điều tiết của vốn cấu trúc xanh là những động lực quan trọng giúp cải thiện hiệu quả của doanh nghiệp. Ngoài ra, kết quả cho thấy, CSR ảnh hưởng đến vốn cấu trúc xanh của tổ chức, do đó, tương đồng với kết luận của Gallardo-Vázquez và cộng sự (2019).

Kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, CSR có ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả môi trường. Điều này cho thấy rằng, hiệu quả môi trường là cần thiết cho các doanh nghiệp để duy trì và nâng cao khả năng cạnh tranh của họ trong khi thực hiện các CSR khác nhau cho nhiều bên liên quan. Kết quả này được hỗ trợ bởi Orazalin và

Baydauletov (2020) cũng chỉ ra rằng, các doanh nghiệp thực hiện hiệu quả chiến lược CSR thì cũng sẽ đạt được hiệu quả hoạt động về khía cạnh xã hội và môi trường vượt trội.

Cùng với các phát hiện trên, nghiên cứu còn khẳng định vai trò thúc đẩy của vốn trí tuệ xanh (vốn quan hệ xanh ảnh hưởng mạnh hơn so với hai chiều kích còn lại) đến hiệu quả môi trường của các doanh nghiệp ngành công nghiệp chế biến, chế tạo. Kết quả chỉ ra rằng, càng có nhiều vốn trí tuệ xanh thì lợi thế cạnh tranh của các doanh nghiệp càng mạnh về hiệu quả môi trường. Phát hiện của nghiên cứu hiện tại tương đồng với kết quả nghiên cứu của Yadiati và cộng sự (2019), Rehman và cộng sự (2021) đều cho rằng, vốn trí tuệ xanh có liên quan trực tiếp đến hiệu quả môi trường. Do đó, đầu tư vào vốn con người xanh, vốn quan hệ xanh và vốn cấu trúc xanh rất hữu ích cho các doanh nghiệp. Nhìn chung, một doanh nghiệp coi trọng vốn trí tuệ xanh sẽ đạt được sự tuân thủ về môi trường và tận dụng các nguồn lực của doanh nghiệp, kết quả là tăng lợi thế cạnh tranh để phát triển trong bối cảnh kinh tế khó khăn trong việc phấn đấu trở thành một doanh nghiệp bền vững (Huang & Kung, 2011). Động lực của các doanh nghiệp về vốn trí tuệ xanh nhằm tạo cơ sở cho tiềm năng cải thiện hiệu quả môi trường của họ (Yadiati và cộng sự, 2019).

5. Kết luận và hàm ý quản trị

5.1. Kết luận

Nghiên cứu này đã phát triển mô hình mối quan hệ giữa thực hành CSR và hiệu quả môi trường của doanh nghiệp thông qua cơ chế vốn trí tuệ xanh. Kết quả phân tích cho thấy, tác động điều tiết một phần của vốn trí tuệ xanh đối với quan hệ giữa CSR và hiệu quả môi trường. Tuy nhiên, còn có một phần mối quan hệ trực tiếp giữa CSR và hiệu quả môi trường. Đầu tư vào các hoạt động CSR sẽ làm gia tăng các nguồn lực và năng lực vô hình cơ bản, những năng lực gắn liền với nhân viên và nhà quản trị. Theo quan điểm dựa trên nguồn lực thì các tài sản vô hình (vốn trí tuệ xanh) sẽ giúp các doanh

nh nghiệp phát triển bền vững, tạo ra lợi thế cạnh tranh thông qua nâng cao hiệu quả môi trường.

5.2. Hàm ý quản trị

Ngày nay, sự biến đổi khí hậu trên toàn cầu đã gây nên nhiều hậu quả nghiêm trọng, thậm chí là những thảm họa về môi trường. Điều này làm cho xã hội ngày càng quan tâm nhiều hơn đến các vấn đề môi trường. Ngày càng có nhiều doanh nghiệp sẵn sàng có trách nhiệm hơn và ít gây hại cho môi trường hơn vì áp lực môi trường từ xã hội (Chen và cộng sự, 2006). Mối quan tâm về môi trường đã nhanh chóng nổi lên như một vấn đề chính của người tiêu dùng và nhiều doanh nghiệp đang mong muốn nắm bắt cơ hội đó để có được lợi thế cạnh tranh. Trong nghiên cứu này, các doanh nghiệp trong ngành công nghiệp chế tạo, chế biến tại Thành phố Hồ Chí Minh đã thể hiện việc nâng cao CSR để tăng cường ba loại vốn trí tuệ xanh của mình. Các doanh nghiệp có thể đầu tư nguồn lực và nỗ lực để tăng cường CSR và ý thức về môi trường nhằm nâng cao hơn nữa vốn trí tuệ xanh của họ. Kết quả của nghiên cứu này giúp các doanh nghiệp sản xuất chú trọng nhiều hơn vào CSR và ý thức về môi trường. Bài báo này quan niệm mức độ CSR là một chuỗi liên tục và chia CSR thành bốn loại: “trách nhiệm kinh tế”, “trách nhiệm pháp lý”, “trách nhiệm đạo đức” và “trách nhiệm tùy ý” từ cấp độ thấp đến cấp độ cao. Các doanh nghiệp có thể thực hành các chiến lược CSR thông qua chính sách tạo cơ hội việc làm công bằng, môi trường làm việc phù hợp và phúc lợi tốt cho nhân viên và gia đình của họ. Các sản phẩm và dịch vụ mới cung cấp cho khách hàng và các bên liên quan phải đảm bảo tính an toàn và đáng tin cậy, đặc biệt cần quan tâm đến các sản phẩm xanh và thân thiện với môi trường. Các chiến lược CSR của doanh nghiệp phải có tác động tích cực đến xã hội và đáp ứng các kỳ vọng của pháp luật, đạo đức và công chúng. Các doanh nghiệp không nên chỉ theo đuổi giá trị kinh doanh mà còn hướng đến giá trị xã hội và xem nó là một yếu tố quan trọng cần cân nhắc khi đưa ra các quyết định kinh doanh, có nghĩa là họ cần đạt được sự cân

bằng phù hợp giữa hiệu quả kinh doanh và hiệu quả môi trường.

5.3. Hướng nghiên cứu tiếp theo

Mặc dù, tác giả đã đạt được các mục tiêu đề ra ban đầu, nhưng nghiên cứu này vẫn có một số hạn chế. Đầu tiên, bài báo này đã phân tích và kiểm định vai trò trung gian của vốn trí tuệ xanh, nhưng có thể có các yếu tố khác điều tiết

mối quan hệ giữa CSR và hiệu quả môi trường. Các nghiên cứu trong tương lai nên điều tra thêm các yếu tố khác như ý thức môi trường và ý thức về danh tiếng xanh của doanh nghiệp có tác động đến hiệu quả môi trường như thế nào. Ngoài ra, nghiên cứu này được thực hiện trong ngành sản xuất, vì vậy, nghiên cứu trong tương lai có thể tập trung vào các ngành khác như ngành dịch vụ và so sánh với nghiên cứu này.

Tài liệu tham khảo

- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Barrena Martinez, J., López Fernández, M., & Romero-Fernández, P. M. (2019). The link between socially responsible human resource management and intellectual capital. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(1), 71-81.
- Bhattacharya, C. B., & Sen, S. (2004). Doing better at doing good: When, why, and how consumers respond to corporate social initiatives. *California Management Review*, 47(1), 9-24.
- Bollen, K. A. (1989). *Structural Equations with Latent Variables*. New York: John Wiley & Sons.
- Bontis, N. (2001). Managing Organizational Knowledge by Diagnosing Intellectual Capital: Framing and Advancing the State of The Field. *Knowledge Management and Business Model Innovation*, 18(5-8), 267-297.
- Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. (2006). Corporate Social Responsibility and Resource-Based Perspectives. *Journal of Business Ethics*, 69(2), 111-132.
- Broadstock, D. C., Matousek, R., Meyer, M., & Tzeremes, N. G. (2020). Does corporate social responsibility impact firms' innovation capacity? The indirect link between environmental & social governance implementation and innovation performance. *Journal of Business Research*, 119(2020), 99-110.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Carroll, A. B. (2016). Carroll's pyramid of CSR: taking another look. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1(1), 1-8.
- Chang, C., & Chen, Y. (2012). The determinants of green intellectual capital. *Management Decision*, 50(1), 74-94.
- Chen, Y. S. (2008). The positive effect of green intellectual capital on the competitive advantages of firms. *Journal of Business Ethics*, 77(3), 271-286.
- 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(4), 331-339.
- Clarkson, M. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 20(1), 92-118.
- Clarkson, P. M., Li, Y., Richardson, G. D., & Vasvari, F. P. (2011). Does it really pay to be green? Determinants and consequences of proactive environmental strategies. *Journal of Accounting and Public Policy*, 30(2), 122-144.
- Costa, C., Lages, L. F., & Hortinha, P. (2015). The bright and dark side of CSR in export markets: Its impact on innovation and performance. *International Business Review*, 24(5), 749-757.
- Davis, K., & Blomstrom, R.L. (1975). *Business and Society: Environment and Responsibility*. New York, NY.: McGraw-Hill.

- Edvinsson, L., & Malone, M.S. (1997). *Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding its Hidden Roots*. New York, NY: Harper Collins Publishers.
- Elias, J., & Scarbrough, H. (2004). Evaluating human capital: an exploratory study of management practice. *Human resource management journal*, 14(4), 21-40.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Gallardo-Vázquez, D., Valdez-Juárez, L. E., & Lizcano-Álvarez, J. L. (2019). Corporate Social Responsibility and Intellectual Capital: Sources of Competitiveness and Legitimacy in Organizations' Management Practices. *Sustainability*, 11(20), 5843.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). London, UK: Pearson New International Edition.
- Hart, S. L. (1995). A natural-resource-based view of the firm. *Academy of Management Review*, 20(4), 986-1014.
- Hart, S. L., & Dowell, G. (2011). Invited editorial: A natural-resource-based view of the firm: Fifteen years after. *Journal of Management*, 37(5), 1464-1479.
- Herrera, M. E. B. (2015). Creating competitive advantage by institutionalizing corporate social innovation. *Journal of Business Research*, 68(7), 1468-1474.
- Huang, C. L., & Kung, F. H. (2011). Environmental consciousness and intellectual capital management: Evidence from Taiwan's manufacturing industry. *Management Decision*, 49(9), 1405-1425.
- Hull, C. E., & Rothenberg, S. (2008). Firm performance: The interactions of corporate social performance with innovation and industry differentiation. *Strategic Management Journal*, 29(7), 781-789.
- Johnson, W. H. (1999). An integrative taxonomy of intellectual capital: measuring the stock and flow of intellectual capital components in the firm. *International Journal of Technology Management*, 18(5-8), 562-575.
- Kao, E. H., Yeh, C. C., Wang, L. H., & Fung, H. G. (2018). The relationship between CSR and performance: Evidence in China. *Pacific-Basin Finance Journal*, 51(2018), 155-170.
- Kim, M. S., Kim, D. T., & Kim, J. I. (2014). CSR for sustainable development: CSR beneficiary positioning and impression management motivation. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 21(1), 14-27.
- Kline, R. B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling* (3rd ed.). New York, NY: The Guilford Press.
- 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(2020), Article 120262.
- Menguc, B., & Ozanne, L. K. (2005). Challenges of the “green imperative”: A natural resource-based approach to the environmental orientation–business performance relationship. *Journal of Business Research*, 58(4), 430-438.
- Nguyen, M., Bensemann, J., & Kelly, S. (2018). Corporate social responsibility (CSR) in Vietnam: a conceptual framework. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 3(1), 1-12.
- Orazalin, N., & Baydauletov, M. (2020). Corporate social responsibility strategy and corporate environmental and social performance: The moderating role of board gender diversity. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(4), 1664-1676.
- Pintea, M. O. (2015). The relationship between corporate governance and corporate social responsibility. *Review of Economic Studies and Research Virgil Madgearu*, 8(1), 91-108.
- Rayner, J., & Morgan, D. (2018). An empirical study of ‘green’ workplace behaviours: ability, motivation and opportunity. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 56(1), 56-78.
- Redington, I. (2005). *Making CSR Happen: the contribution of people management*. London: Chartered Institute of Personnel and Development.

- Rehman, S. U., Kraus, S., Shah, S. A., Khanin, D., & Mahto, R. V. (2021). Analyzing the relationship between green innovation and environmental performance in large manufacturing firms. *Technological Forecasting and Social Change*, 163(2021), Article 120481.
- Russo, M. V., & Fouts, P. A. (1997). A resource-based perspective on corporate environmental performance and profitability. *Academy of Management Journal*, 40(3), 534-559.
- Sackmann, S. A., Flamholtz, E. G., & Bullen, M. L. (1989). Human resource accounting: a state-of-the-art review. *Journal of Accounting Literature*, 8(235), 235-264.
- Segelod, E. (1998). Capital budgeting in a fast-changing world. *Long Range Planning*, 31(4), 529-541.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). New York: Wiley.
- Shaukat, A., Qiu, Y., & Trojanowski, G. (2016). Board attributes, corporate social responsibility strategy, and corporate environmental and social performance. *Journal of Business Ethics*, 135(3), 569-585.
- Stewart, T.A. (1997). *Intellectual Capital*. New York, NY: Doubleday– Currency.
- Tổng cục Thống kê (2021). *Công nghiệp chế biến, chế tạo. Động lực tăng trưởng kinh tế Việt Nam giai đoạn 2011 – 2020*. Nhà xuất bản Dân trí.
- Turban, D. B., & Greening, D. W. (1997). Corporate Social Performance and Organizational Attractiveness to Prospective Employees. *Academy of Management Journal*, 40(3), 658-672.
- Weaver, G. R., Trevino, L. K., & Cochran, P. L. (1999). Integrated and decoupled corporate social performance: Management commitments, external pressures, and corporate ethics practices. *Academy of management journal*, 42(5), 539-552.
- Yadiati, W., Nissa, N., Paulus, S., Suharman, H. and Meiryani, M. (2019). The Role of Green Intellectual Capital and Organizational Reputation in Influencing Environmental Performance. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 9(2019), 261-268.
- Yusliza, M. Y., Yong, J. Y., Tanveer, M. I., Ramayah, T., Faezah, J. N., & Muhammad, Z. (2020). A structural model of the impact of green intellectual capital on sustainable performance. *Journal of Cleaner Production*, 249(2020), 119334.
- Yusoff, Y. M., Omar, M. K., Zaman, M. D. K., & Samad, S. (2019). Do all elements of green intellectual capital contribute toward business sustainability? Evidence from the Malaysian context using the Partial Least Squares method. *Journal of Cleaner Production*, 234(2019), 626-637.
- Zhang, Y., Li, J., Jiang, W., Zhang, H., Hu, Y., & Liu, M. (2018). Organizational structure, slack resources and sustainable corporate socially responsible performance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(6), 1099-1107.