

ẢNH HƯỞNG CỦA NIỀM TIN TÔN GIÁO ĐẾN MỨC ĐỘ THỰC HIỆN TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP

THE IMPACT OF RELIGIOSITY ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Hồ Thị Hải Ly*

Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng, Việt Nam¹

*Tác giả liên hệ / Corresponding author: lyth@due.edu.vn

(Nhận bài / Received: 19/4/2024; Sửa bài / Revised: 24/5/2024; Chấp nhận đăng / Accepted: 27/5/2024)

Tóm tắt - Nghiên cứu này kiểm định tác động của niềm tin tôn giáo đến việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp sử dụng mô hình hồi quy trên bộ dữ liệu bao gồm 5.104 công ty tại 31 quốc gia trong giai đoạn 2002 đến 2018. Kết quả phân tích cho thấy, những công ty hoạt động ở các quốc gia có niềm tin tôn giáo cao có mức độ thực hiện trách nhiệm xã hội cao hơn. Tuy nhiên, mối quan hệ thuận chiều này sẽ bị suy yếu đi ở các công ty có vấn đề về hạn chế tài chính. Kết quả vẫn không thay đổi khi sử dụng đo lường khác của biến phụ thuộc và sử dụng mô hình khác thay thế. Nghiên cứu này làm phong phú thêm tài liệu về thực hiện trách nhiệm xã hội, đồng thời ủng hộ quan điểm rằng niềm tin tôn giáo thúc đẩy công ty trở nên có đạo đức hơn, ngại rủi ro hơn và ít có xu hướng lợi dụng các bên liên quan vì lợi ích cá nhân hơn.

Từ khóa - Tôn giáo; trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp; hạn chế tài chính

1. Giới thiệu

Trong vài thập kỷ qua đã có nhiều nghiên cứu lý thuyết và thực nghiệm liên quan đến việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR). Các nghiên cứu gần đây [1-2] cho thấy, việc thực hiện CSR của doanh nghiệp cũng bị tác động bởi các đặc điểm ở tầm vĩ mô của quốc gia, chẳng hạn như thể chế chính trị, nguồn gốc pháp lý hoặc giá trị văn hóa. Một đặc điểm quan trọng thường bị bỏ qua là mức độ niềm tin tôn giáo ở một quốc gia.

Để nâng cao sự tăng trưởng bền vững của công ty, điều quan trọng là phải xác định các yếu tố quyết định đến CSR. Các nghiên cứu trước đây về CSR chủ yếu tập trung vào các yếu tố liên quan đến quản trị doanh nghiệp hoặc tài chính nhưng lại bỏ qua tác động của thể chế [3]. Gần đây, lý thuyết CSR đã chỉ ra rằng, các yếu tố thể chế có thể đóng góp lớn vào việc giải thích các hành vi của công ty. Những tác động của môi trường thể chế đối với CSR cũng đã thu hút sự chú ý của giới học thuật. [4] nhận thấy rằng, các công ty ở các bang thuộc Đảng Dân chủ có hiệu suất CSR tương đối tốt hơn. [5] đề cập đến tác động của các hệ thống pháp luật khác nhau đối với CSR ở cấp quốc gia. [6] xem xét tác động của các thể chế chính thức đối với hoạt động CSR. Tuy nhiên, các nghiên cứu trên chủ yếu tập trung vào tác động của thể chế chính thức trong khi ít được khám phá hơn nhiều là các thể chế phi chính thức [6] chẳng hạn như tôn giáo, vốn phổ biến trên toàn thế giới và có tác động quan trọng đến việc ra quyết định kinh tế [7].

Tôn giáo là một thể giới quan mang tính định hướng

Abstract - This study examines the impact of religion on the corporate social responsibility. Employing a multivariate regression model and a data set including 5,104 companies in 31 countries during the period 2002 to 2018, the study documents that religiosity has a positive and significant impact on corporate social responsibility. However, this positive relationship will be attenuated for firms with financial constraints. The results are robust using a different measure of corporate social responsibility and a different model. This study enriches the literature on corporate social responsibility and supports the view that religious beliefs motivate companies to become more ethical, more risk-averse, and less likely to exploit stakeholders for personal gains.

Key words - Religion; corporate social responsibility; financial constraint

được thể hiện bằng các biểu tượng, tín ngưỡng, truyền kể và thực hành thờ cúng; nó là trải nghiệm bên trong của một cá nhân, kết nối các cá nhân với nhau và định hướng hành động của họ [8]. Các nghiên cứu hiện tại về tôn giáo và thực tiễn kinh doanh rất phức tạp do có nhiều cách giải thích về ý nghĩa của tôn giáo. Các nghiên cứu trước đây có xu hướng đo lường và khái quát hóa tính tôn giáo dưới dạng tư cách thành viên nhà thờ [9], sự gia nhập [10], động lực tôn giáo [11], và các hành vi như việc đi nhà thờ [12] hoặc các cam kết tôn giáo [13]. Mặc dù, có nhiều loại tôn giáo khác nhau, hầu hết các tôn giáo đều dạy mọi người đề cao trách nhiệm và quan tâm đến người khác nhiều hơn. Những người có niềm tin tôn giáo cũng thường có xu hướng không thích rủi ro, điều này có thể ảnh hưởng đến hành vi CSR. Tuy nhiên, CSR là một hoạt động tôn kém và dài hạn. Vì vậy, các công ty có vấn đề về hạn chế tài chính có thể gặp khó khăn trong việc theo đuổi các hoạt động này. Theo đó, nghiên cứu này xem xét tác động của tôn giáo đối với CSR và vai trò của hạn chế tài chính trong mối quan hệ này.

Nghiên cứu này cung cấp một cái nhìn mới về giá trị của tôn giáo đối với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, đặc biệt từ góc độ CSR, điều này có ý nghĩa lớn trong việc thúc đẩy sự phát triển bền vững của doanh nghiệp. Những kết quả ước tính thu được sẽ cung cấp những gợi ý chính sách có giá trị, góp phần xây dựng các chính sách hợp lý giúp nâng cao chất lượng các hoạt động CSR, giảm thiểu tác động tiêu cực của biến đổi khí hậu và tiến tới tăng trưởng bền vững.

¹ The University of Danang - Univeristy of Economics, Vietnam (Ho Thi Hai Ly)

2. Tổng quan tài liệu và giả thuyết nghiên cứu

Tôn giáo có thể định hình các giá trị và niềm tin cá nhân của con người và có ảnh hưởng quan trọng đến hành vi kinh tế và việc ra quyết định của con người [14]. Mặc dù, có nhiều loại tôn giáo khác nhau, nhưng hầu hết các tôn giáo đều hướng mọi người đề cao trách nhiệm và quan tâm đến người khác nhiều hơn. Hầu hết các tôn giáo đều dạy con người những giá trị của lòng vị tha và lòng bác ái, những giá trị này trùng hợp với trách nhiệm xã hội [15]. Tôn giáo chủ trương rằng, mọi sự sống đều phụ thuộc lẫn nhau và liên quan đến nhau, vì vậy mọi người phải có trách nhiệm không gây ra tác động tiêu cực đến xã hội hoặc môi trường [16]. Niềm tin tôn giáo cao hơn làm cho hành vi của công ty trở nên có đạo đức hơn và ít có khả năng lợi dụng các bên liên quan vì lợi ích cá nhân. Điều này thúc đẩy các công ty có trách nhiệm xã hội hơn.

Bên cạnh đó, những người có niềm tin tôn giáo thường có xu hướng ngại rủi ro hơn [17], điều này dẫn đến những hành vi xã hội thận trọng hơn [18-19]. Lo ngại rủi ro khiến các nhà quản lý hạn chế gây tổn hại cho các bên liên quan khác, dẫn đến xu hướng CSR mạnh mẽ hơn. Từ góc độ sinh thái học, triết lý tôn giáo chủ trương tôn trọng thể giới tự nhiên, môi trường và khuyến khích con người giảm thiểu việc khai thác môi trường và tiêu thụ năng lượng [20]. Tôn giáo ngày càng quan tâm đến các vấn đề bền vững về môi trường [21]. Các tôn giáo đã hình thành quan điểm về cân bằng sinh thái trước khi có quy định của chính phủ về vấn đề này [22]. Tôn giáo nhân văn và sinh thái đã trở thành xu hướng trong thời hiện đại [22], giúp doanh nghiệp và xã hội chuyển sang hình thức nhân văn và sinh thái hơn [20].

Từ những lập luận trên, tác giả đề xuất giả thuyết:

Giả thuyết H1: Công ty hoạt động ở các nước có niềm tin tôn giáo cao hơn có xu hướng thực hiện CSR nhiều hơn.

Hạn chế tài chính rất quan trọng đối với các quyết định đầu tư và tác động lớn đến sự tồn tại và hoạt động của doanh nghiệp. Các công ty gặp khó khăn tài chính không thể cấp vốn và lựa chọn các khoản đầu tư sinh lời vào thời điểm thích hợp, điều này làm giảm giá trị của công ty. Những hạn chế về tài chính có thể buộc các công ty hạn chế đầu tư CSR vì việc thực hiện CSR là tốn kém trong ngắn hạn nhưng các công ty chỉ có thể thu được những lợi ích cần thiết về lâu dài. Nghiên cứu của [23] cho thấy, hạn chế về tài chính làm giảm hiệu suất CSR tổng thể của các công ty. Theo đó, tất cả các khía cạnh CSR, bao gồm mối quan tâm đối với cộng đồng, sự đa dạng, chất lượng và an toàn sản phẩm, quản trị doanh nghiệp, quan hệ với nhân viên và môi trường, đều bị ảnh hưởng đáng kể bởi hạn chế về tài chính. Vì vậy, một doanh nghiệp dù hoạt động ở môi trường tôn giáo mạnh, nếu gặp các vấn đề hạn chế tài chính cũng sẽ khó khăn hơn trong việc đầu tư cho các hoạt động CSR của mình. Nói cách khác, mối quan hệ tích cực giữa niềm tin tôn giáo và hoạt động CSR của doanh nghiệp có thể bị suy yếu đi ở các doanh nghiệp có vấn đề về hạn chế tài chính.

Theo đó, tác giả đề xuất giả thuyết sau:

Giả thuyết H2: Mối quan hệ thuận chiều giữa niềm tin tôn giáo và hoạt động CSR bị suy yếu ở các doanh nghiệp

có vấn đề về hạn chế tài chính.

3. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

3.1. Dữ liệu

Nghiên cứu này sử dụng dữ liệu kế toán từ Thomson Reuters Worldscope thông qua cơ sở dữ liệu Datastream. Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp được đo lường bằng điểm số EGS được xây dựng dựa trên các chỉ số con bao gồm môi trường (E), xã hội (S) và quản trị (G), được thu thập từ cơ sở dữ liệu ESG của Thomson Reuters. Dựa theo [24], nghiên cứu này thu thập dữ liệu về niềm tin tôn giáo từ World Value Surveys (WVS). Cụ thể, niềm tin tôn giáo (NTTG) được đo lường bằng cách tính thành phần chính thứ nhất (first principle component) của ba yếu tố cấu thành bao gồm TVTG là tỷ lệ người trả lời cho biết họ là thành viên của một tôn giáo cụ thể, TQT là tỷ lệ người trả lời tin rằng tôn giáo quan trọng đối với họ, và DVTD là tỷ lệ người trả lời thường xuyên tham gia vào các hoạt động tôn giáo. Ngoài ra, tác giả thu thập biến số cấp quốc gia (GGDP) từ cơ sở dữ liệu của Ngân hàng Thế giới (WB). Tất cả các biến liên tục được xử lý ngoại lai ở mức 1%. Mẫu cuối cùng bao gồm 5.104 công ty (34.023 quan sát) từ 31 quốc gia khác nhau trong giai đoạn 2002 – 2018.

3.2. Phương pháp nghiên cứu

Ảnh hưởng của niềm tin tôn giáo đến mức độ thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp được ước lượng thông qua mô hình hồi quy sau:

$$CSR_{i,j,t} = \beta_0 + \beta_1 NNTG_{j,t} + \gamma Controls_{i,j,t} + u_{i,j,t} \quad (1)$$

Trong đó, các chỉ số phụ i , j và t lần lượt đề cập đến công ty, quốc gia và năm. Biến phụ thuộc $CSR_{i,j,t}$ được đo lường bằng điểm số ESG. $NNTG_{j,t}$ là mức độ thể hiện niềm tin tôn giáo. Controls là vector của các biến kiểm soát. Dựa trên các nghiên cứu trước [25-26], các biến kiểm soát bao gồm quy mô (QM) bằng logarit tự nhiên của tổng tài sản, tài sản hữu hình (HH) là tỷ lệ tài sản ròng, nhà máy và thiết bị theo giá trị sổ sách của tài sản, lợi nhuận (LN) bằng thu nhập trước lãi vay, thuế, và khấu hao chia cho giá trị sổ sách của tài sản, nghiên cứu phát triển (NCPT) là chi phí nghiên cứu và phát triển chia cho giá trị sổ sách của tài sản, tỷ lệ khấu hao (KH) bằng tổng khấu hao chia cho giá trị sổ sách của tài sản, giá trị thị trường của tài sản (GTTT) bằng tổng tài sản trừ đi vốn chủ sở hữu trên sổ sách cộng với giá trị thị trường của vốn chủ sở hữu chia cho tổng tài sản, tỷ lệ nợ (TLN) bằng giá trị sổ sách của nợ chia cho tổng tài sản, và tốc độ tăng trưởng GDP (GGDP). Mô hình cũng kiểm soát các tác động cố định của ngành, năm và quốc gia để kiểm soát các thay đổi không quan sát được theo ngành, theo thời gian và theo quốc gia.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê mô tả

Bảng 1 trình bày thống kê mô tả theo các quốc gia tương ứng. Các công ty ở Mỹ và Nhật Bản chiếm tỷ lệ cao nhất trong mẫu nghiên cứu. Ấn Độ là nước có tỷ lệ người tham gia tôn giáo cao nhất (87,4%), trong khi Phillipines là nước có nhiều người cho rằng tôn giáo là quan trọng với họ nhất (97,9%) và nhiều người tham gia vào các hoạt động tôn giáo nhất (89,7%). Theo đó, đây là hai nước có niềm

tin tôn giáo cao nhất. Các công ty Colombia và Hà Lan có tỷ lệ điểm số ESG cao nhất, lần lượt là 60,7% và 58%.

Bảng 2 trình bày hệ số tương quan của các biến độc lập trong mô hình hồi quy. Ngoại trừ hệ số tương quan giữa các biến niềm tin tôn giáo, hệ số tương quan giữa các biến còn lại trong mô hình đều nhỏ hơn 0,6 cho thấy, hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến giải thích trong mô hình hồi quy là không tồn tại.

Bảng 1. Phân phối mẫu theo quốc gia

I	N	TVTG	TQT	DVTG	NTTG	ESG
Argentina	26	0,700	0,587	0,458	1,077	0,466
Úc	2.412	0,414	0,314	0,284	-0,703	0,391
Brazil	795	0,780	0,881	0,675	2,521	0,495
Canada	345	0,661	0,590	0,496	1,088	0,350
Chile	26	0,589	0,681	0,495	1,120	0,311
Trung Quốc	2.154	0,147	0,122	0,081	-2,332	0,317
Colombia	63	0,800	0,841	0,662	2,444	0,607
Phần Lan	115	0,588	0,450	0,378	0,279	0,487
Pháp	356	0,464	0,408	0,273	-0,397	0,519
Đức	1.334	0,467	0,369	0,373	-0,209	0,559
Hi Lạp	32	0,814	0,816	0,794	2,773	0,519

I	N	TVTG	TQT	DVTG	NTTG	ESG
Hồng Kông	1.153	0,200	0,314	0,233	-1,358	0,356
Ấn Độ	462	0,874	0,901	0,775	3,063	0,513
Ý	98	0,850	0,752	0,782	2,682	0,430
Nhật Bản	5.628	0,197	0,176	0,520	-0,916	0,442
Hàn Quốc	991	0,269	0,476	0,425	-0,307	0,429
Malaysia	320	0,650	0,946	0,761	2,582	0,402
Mexico	423	0,728	0,809	0,736	2,394	0,464
Hà Lan	482	0,463	0,270	0,271	-0,721	0,580
New Zealand	167	0,371	0,305	0,236	-0,955	0,407
Na Uy	97	0,409	0,327	0,256	-0,760	0,454
Peru	33	0,811	0,789	0,689	2,422	0,443
Philippines	100	0,821	0,979	0,897	3,435	0,364
Singapore	190	0,531	0,767	0,649	1,589	0,399
Tây Ban Nha	320	0,439	0,361	0,358	-0,337	0,542
Thụy Điển	577	0,324	0,283	0,171	-1,294	0,546
Thụy Sĩ	221	0,626	0,454	0,459	0,597	0,475
Thái Lan	227	0,293	0,856	0,719	1,403	0,504
Thổ Nhĩ Kỳ	231	0,756	0,907	0,665	2,499	0,474
Anh	1.303	0,472	0,401	0,339	-0,217	0,431
Mỹ	13.342	0,648	0,668	0,518	1,297	0,391
Tổng cộng	34.023					

Bảng 2. Hệ số tương quan

	TVTG	TQT	DVTG	NTTG	QM	HH	LN	CPT	KH	GTTT	TLN	GGDP
TVTG	1											
TQT	0,924*	1										
DVTG	0,590*	0,680*	1									
NTTG	0,937*	0,967*	0,813*	1								
QM	-0,106*	-0,088*	0,036*	-0,064*	1							
HH	-0,021*	-0,012	0,011	-0,009	0,120*	1						
LN	0,058*	0,044*	0,039*	0,052*	0,085*	0,073*	1					
NCPT	0,065*	0,048*	0,045*	0,058*	-0,230*	-0,264*	-0,334*	1				
KH	0,087*	0,042*	0,042*	0,063*	-0,085*	0,387*	0,124*	-0,025*	1			
GTTT	0,168*	0,154*	0,050*	0,141*	-0,182*	-0,137*	0,149*	0,192*	-0,012	1		
TLN	-0,064*	-0,024*	-0,013	-0,038*	0,312*	0,265*	-0,194*	-0,246*	0,048*	-0,288*	1	
GGDP	-0,040*	0,028*	-0,190*	-0,064*	-0,021*	0,016*	0,024*	-0,045*	-0,096*	0,066*	-0,027*	1

Ghi chú: * tương ứng với mức ý nghĩa thống kê 5%

4.2. Kết quả hồi quy

Bảng 3 trình bày kết quả hồi quy dựa trên phương trình (1). Mô hình 1 (cột 1), 2 (cột 2), 3 (cột 3), và 4 (cột 4) lần lượt trình bày kết quả ước lượng sử dụng các biến *NTTG*, *TVTG*, *TQT* và *DVTG* làm biến đại diện cho niềm tin tôn giáo. Điểm số ESG là biến đại diện cho mức độ thực hiện CSR của doanh nghiệp. Kết quả hồi quy cho thấy, hệ số của các biến đại diện cho niềm tin tôn giáo đều dương và có ý nghĩa thống kê cao ở mức 1% ở tất cả các mô hình (1)-(4). Điều này hàm ý rằng, các doanh nghiệp hoạt động ở các nước có các yếu tố thể hiện niềm tin tôn giáo cao có xu hướng thực hiện CSR nhiều hơn so với các doanh nghiệp hoạt động ở các nước có các yếu tố thể hiện niềm tin tôn giáo thấp. Kết quả này phù hợp với giả thuyết H1 rằng, niềm tin tôn giáo cao hơn làm cho hành vi của công ty trở nên có đạo đức hơn và ít có khả năng lợi dụng các bên liên quan vì lợi ích cá nhân [16]. Những người có niềm tin tôn giáo có xu hướng ngại rủi ro hơn [17], các nhà quản lý hạn chế gây tổn hại cho các bên liên quan khác hơn, dẫn đến xu hướng

CSR mạnh mẽ hơn. Bên cạnh đó, các biến kiểm soát trong mô hình đều có ý nghĩa thống kê và tác động đến mức độ thực hiện CSR như kì vọng và phù hợp với các nghiên cứu trước. Cụ thể, các doanh nghiệp có quy mô lớn, lợi nhuận cao, chi phí nghiên cứu phát triển cao, tỷ lệ tài sản hữu hình thấp, khấu hao lớn, giá trị thị trường lớn, tỷ lệ nợ thấp, và tốc độ tăng trưởng GDP cao có xu hướng thực hiện CSR nhiều hơn so với các doanh nghiệp khác [27].

Bảng 3. Kết quả hồi qui chính

	CSR = ESG			
	(1)	(2)	(3)	(4)
NTTG	0,036*** (7,39)			
TVTG		0,234*** (8,43)		
TQT			0,160*** (4,80)	
DVTG				0,196***

	CSR = ESG			
	(1)	(2)	(3)	(4)
				(5,89)
QM	0,088*** (129,74)	0,089*** (130,07)	0,089*** (129,92)	0,089*** (129,83)
HH	-0,021*** (-3,57)	-0,022*** (-3,71)	-0,021*** (-3,57)	-0,020*** (-3,52)
LN	0,053*** (7,96)	0,053*** (7,99)	0,053*** (8,01)	0,053*** (8,02)
NCPT	0,337*** (16,82)	0,336*** (16,80)	0,335*** (16,72)	0,336*** (16,76)
KH	0,428*** (12,72)	0,427*** (12,70)	0,428*** (12,70)	0,429*** (12,74)
GTTT	0,001*** (5,93)	0,001*** (5,88)	0,001*** (5,93)	0,001*** (5,98)
TLN	-0,079*** (-11,55)	-0,079*** (-11,56)	-0,080*** (-11,73)	-0,080*** (-11,67)
GGDP	0,428*** (-6,28)	0,445*** (-6,53)	0,424*** (-6,22)	0,419*** (-6,14)
Hệ số chặn	-1,826*** (-46,23)	-1,947*** (-43,58)	-1,867*** (-41,33)	-1,870*** (-43,26)
Số quan sát	34.023	34.023	34.023	34.023
R ²	0,456	0,456	0,456	0,456
Hiệu ứng ngành	Có	Có	Có	Có
Hiệu ứng năm	Có	Có	Có	Có
Hiệu ứng quốc gia	Có	Có	Có	Có

Ghi chú: Giá trị thống kê t được thể hiện trong ngoặc đơn.
*, **, *** tương ứng với mức ý nghĩa 10%, 5%, và 1%.

4.3. Kiểm định tính vững

Bảng 4 thể hiện kết quả kiểm định mối quan hệ giữa niềm tin tôn giáo và mức độ thực hiện CSR sử dụng giá trị logarit tự nhiên của điểm số ESG làm biến phụ thuộc. Kết quả phân tích cho thấy, đồng nhất với kết quả hồi quy chính, hệ số của tất cả các biến đại diện cho niềm tin tôn giáo bao gồm NTTG, TVTG, TQT, và DVTG đều dương và có ý nghĩa thống kê ở mức 1%. Điều này cho thấy, dù sử dụng cách đo lường khác với biến mức độ thực hiện CSR, kết quả phân tích vẫn cho thấy, ở các khu vực có niềm tin tôn giáo cao, doanh nghiệp có xu hướng thực hiện CSR nhiều hơn. Kết quả này khẳng định hơn nữa tính vững của kết quả kiểm định chính.

Ngoài ra, do biến mức độ thực hiện CSR là biến cấp độ công ty. Để giải quyết vấn đề tự tương quan theo phương pháp của [28], mô hình cố định doanh nghiệp (FEM) được thực hiện để kiểm định hơn nữa tính vững của kết quả hồi quy chính. Mô hình FEM có đặc điểm là nó xem xét sự ảnh hưởng của các đặc điểm riêng ít thay đổi theo thời gian và khó có thể quan sát được của mỗi doanh nghiệp (như các yếu tố quản trị, giá trị thương hiệu...). Tác giả cũng kiểm soát các tác động cố định của năm để kiểm soát các thay đổi không quan sát được theo thời gian. Kết quả phân tích được thể hiện trong Bảng 5 cho thấy, hệ số của tất cả các biến niềm tin tôn giáo đều dương và có ý nghĩa thống kê ở mức 1% ở tất cả các mô hình (1)-(4). Điều này ủng hộ giả thuyết H1 và khẳng định hơn nữa tính vững của kết quả hồi quy chính.

Bảng 4. Kiểm định tính vững: sử dụng đo lường khác của CSR

	CSR = ln(ESG)			
	(1)	(2)	(3)	(4)
NTTG	0,093*** (6,14)			
TVTGT		0,645*** (7,35)		
TQT			0,449*** (4,25)	
DVTGT				0,450*** (4,28)
QM	0,228*** (105,68)	0,228*** (105,94)	0,228*** (105,84)	0,228*** (105,81)
HH	-0,067*** (-3,63)	-0,069*** (-3,75)	-0,066*** (-3,62)	-0,066*** (-3,60)
LN	0,154*** (7,31)	0,154*** (7,32)	0,154*** (7,34)	0,155*** (7,36)
NCPT	0,951*** (15,04)	0,950*** (15,03)	0,947*** (14,97)	0,947*** (14,97)
KH	1,285*** (12,08)	1,283*** (12,07)	1,284*** (12,07)	1,287*** (12,10)
GTTT	0,002*** (3,04)	0,002*** (3,00)	0,002*** (3,04)	0,002*** (3,07)
TLN	-0,117*** (-5,44)	-0,117*** (-5,43)	-0,120*** (-5,58)	-0,120*** (-5,57)
GGDP	1,304*** (-6,05)	1,351*** (-6,27)	1,294*** (-6,01)	1,284*** (-5,96)
Hệ số chặn	-6,838*** (-54,78)	-7,179*** (-50,87)	-6,964*** (-48,80)	-6,914*** (-50,62)
Số quan sát	34.023	34.023	34.023	34.023
R ²	0,363	0,363	0,363	0,363
Hiệu ứng ngành	Có	Có	Có	Có
Hiệu ứng năm	Có	Có	Có	Có
Hiệu ứng quốc gia	Có	Có	Có	Có

Ghi chú: Giá trị thống kê t được thể hiện trong ngoặc đơn.
*, **, *** tương ứng với mức ý nghĩa 10%, 5%, và 1%.

Bảng 5. Sử dụng mô hình cố định doanh nghiệp (FEM)

	CSR = ESG			
	(1)	(2)	(3)	(4)
NTTG	0,018*** (6,09)			
TVTGT		0,183*** (10,45)		
TQT			0,095*** (4,44)	
DVTGT				0,070*** (6,62)
QM	0,040*** (25,29)	0,041*** (25,49)	0,040*** (25,18)	0,066*** (63,09)
HH	-0,002 (-0,25)	-0,003 (-0,35)	-0,003 (-0,30)	-0,012* (-1,70)
LN	0,010** (2,04)	0,010** (2,04)	0,010** (2,02)	0,019*** (3,70)
NCPT	0,149*** (4,23)	0,150*** (4,27)	0,147*** (4,19)	0,166*** (6,78)
KH	0,176*** (4,64)	0,173*** (4,56)	0,174*** (4,59)	0,323*** (9,35)

	CSR = ESG			
	(1)	(2)	(3)	(4)
MB	0,001*** (4,42)	0,001*** (4,41)	0,001*** (4,39)	0,001*** (4,86)
TLN	0,010 (1,29)	0,010 (1,36)	0,009 (1,18)	-0,027*** (-3,89)
GGDP	0,284*** (-5,91)	0,306*** (-6,37)	0,279*** (-5,81)	0,557*** (-12,07)
Hệ số chặn	-0,756*** (-21,36)	-0,849*** (-22,99)	-0,785*** (-20,93)	-1,340*** (-55,71)
Số quan sát	34.023	34.023	34.023	34.023
R ²	0,458	0,460	0,458	0,458
Hiệu ứng công ty	Có	Có	Có	Có
Hiệu ứng năm	Có	Có	Có	Có

Ghi chú: Giá trị sai số chuẩn được thể hiện trong ngoặc đơn.

*, **, *** tương ứng với mức ý nghĩa 10%, 5%, và 1%

Ngoài ra, trong mẫu nghiên cứu, các công ty Mỹ chiếm tỷ trọng cao nhất. Theo đó, để loại trừ khả năng kết quả chính bị chi phối bởi các công ty Mỹ, tác giả đã tiến hành chạy lại mô hình hồi quy với tập mẫu không bao gồm các công ty Mỹ. Kết quả phân tích ở Bảng 6 cho thấy, đồng nhất với kết quả chính, các công ty hoạt động ở khu vực tôn giáo cao có mức độ thực hiện CSR cao hơn.

Bảng 6. Kiểm định tính vững: sử dụng mẫu nghiên cứu khác

	CSR = ln(ESG)			
	(1)	(2)	(3)	(4)
NTTG	0,046*** (7,37)			
TVTG		0,250*** (7,94)		
TQT			0,167*** (3,93)	
DVTG				0,271*** (6,02)
QM	0,088*** (93,35)	0,088*** (93,49)	0,088*** (93,41)	0,088*** (93,26)
HH	-0,035*** (-4,50)	-0,036*** (-4,64)	-0,034*** (-4,42)	-0,034*** (-4,37)
LN	0,037*** (3,88)	0,038*** (3,93)	0,038*** (3,90)	0,037*** (3,88)
NCPT	0,595*** (14,01)	0,594*** (13,98)	0,591*** (13,91)	0,595*** (14,01)
KH	0,586*** (12,60)	0,584*** (12,55)	0,584*** (12,53)	0,587*** (12,60)
GTTT	0,004*** (9,62)	0,004*** (9,63)	0,004*** (9,68)	0,004*** (9,69)
TLN	-0,014 (-1,56)	-0,013 (-1,51)	-0,015* (-1,67)	-0,014 (-1,62)
GGDP	-0,409*** (-5,58)	-0,416*** (-5,67)	-0,383*** (-5,23)	-0,382*** (-5,23)
Hệ số chặn	-1,871*** (-40,78)	-1,993*** (-39,06)	-1,910*** (-36,12)	-1,937*** (-38,48)
Số quan sát	20.686	20.686	20.686	20.686
R ²	0,470	0,470	0,469	0,469
Hiệu ứng ngành	Có	Có	Có	Có
Hiệu ứng năm	Có	Có	Có	Có
Hiệu ứng quốc gia	Có	Có	Có	Có

Ghi chú: Giá trị thống kê t được thể hiện trong ngoặc đơn.

*, **, *** tương ứng với mức ý nghĩa 10%, 5%, và 1%.

4.4. Vai trò của hạn chế tài chính

Bảng 7. Vai trò của hạn chế tài chính

	CSR = ESG		
	THDT (1)	KZ (2)	CTCT (3)
NTTG	0,044*** (7,88)	0,042*** (8,62)	0,039*** (8,11)
NTTG x HCTC	-0,003** (-2,36)	-0,011*** (-8,86)	-0,014*** (-8,11)
HCTC	-0,014*** (-6,46)	-0,017*** (-8,39)	-0,026*** (-9,86)
QM	0,090*** (115,77)	0,088*** (128,63)	0,086*** (123,08)
HH	-0,023*** (-3,54)	-0,022*** (-3,80)	-0,024*** (-4,20)
LN	0,041*** (4,59)	0,046*** (6,86)	0,043*** (6,44)
NCPT	0,367*** (13,40)	0,331*** (16,57)	0,393*** (19,48)
KH	0,453*** (11,87)	0,417*** (12,42)	0,446*** (13,29)
GTTT	0,002*** (6,08)	0,002*** (6,86)	0,001*** (5,92)
TLN	-0,071*** (-9,14)	-0,048*** (-6,29)	-0,067*** (-9,79)
GGDP	0,399*** (-5,26)	0,429*** (-6,27)	0,418*** (-6,15)
Hệ số chặn	-1,872*** (-44,06)	-1,813*** (-45,98)	-1,769*** (-44,72)
Số quan sát	27.516	33.958	34.023
R ²	0,451	0,459	0,461
Hiệu ứng ngành	Có	Có	Có
Hiệu ứng năm	Có	Có	Có
Hiệu ứng quốc gia	Có	Có	Có

Ghi chú: Giá trị sai số chuẩn được thể hiện trong ngoặc đơn.

*, **, *** tương ứng với mức ý nghĩa 10%, 5%, và 1%

Để phân tích vai trò của hạn chế tài chính trong mối quan hệ giữa niềm tin tôn giáo và mức độ thực hiện CSR của doanh nghiệp, biến tương tác giữa niềm tin tôn giáo và hạn chế tài chính (*NTTG x HCTC*) được thêm vào mô hình hồi quy chính. Hạn chế tài chính (*HCTC*) được đo lường bằng ba biến: *THDT* là biến giả tham hụt dòng tiền, bằng 1 nếu doanh nghiệp có thâm hụt dòng tiền (có vấn đề về hạn chế tài chính) và bằng 0 nếu ngược lại; *KZ* là Chỉ số KZ, được tính bằng $[\text{Dòng tiền}/\text{Tổng tài sản}*(-1,002) + \text{Giá trị thị trường của tài sản}*0,283 + \text{Nợ}/\text{Tổng tài sản}*3,139 + \text{Cổ tức}/\text{Tổng tài sản}*(-39,368) + \text{Năm giữ tiền mặt}/\text{Tổng tài sản}*(-3,315)]$. Chỉ số KZ càng lớn doanh nghiệp càng có vấn đề về hạn chế tài chính; và *CTCT* là biến giả cổ tức, bằng 1 nếu một doanh nghiệp không trả cổ tức trong một năm cụ thể (có vấn đề về hạn chế tài chính) và 0 nếu ngược lại. Kết quả phân tích thể hiện ở Bảng 7 cho thấy đồng nhất với kết quả hồi quy chính, hệ số của biến *NTTG x HCTC* đều âm và có ý nghĩa thống kê ở mức 1% ở tất cả các mô hình. Điều này cho thấy, mối quan hệ thuận chiều giữa niềm tin tôn giáo và mức độ thực hiện CSR bị suy yếu đi ở các doanh nghiệp có vấn đề về hạn chế tài chính. Kết quả này ủng hộ với giả thuyết H2 và phù hợp với lập luận rằng dù hoạt động ở các nước có niềm tin tôn giáo cao, hạn chế về tài chính có thể buộc các công ty hạn chế đầu tư CSR vì những nỗ lực

CSR có thể tồn kém trong ngắn hạn nhưng các công ty chỉ có thể thu được những lợi ích cần thiết về lâu dài [23]. Ngoài ra, hệ số của biến *HCTC* âm và có ý nghĩa thống kê ở tất cả các mô hình (1) – (3) hàm ý rằng các doanh nghiệp có vấn đề về hạn chế tài chính có xu hướng thực hiện CSR ít hơn so với các doanh nghiệp khác.

5. Kết luận và hàm ý

Nghiên cứu này xem xét mối quan hệ giữa niềm tin tôn giáo và mức độ thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp bằng cách sử dụng mẫu gồm 5.104 công ty tại 31 quốc gia trong giai đoạn 2002 đến 2018. Kết quả hồi quy cho thấy các công ty hoạt động ở khu vực có niềm tin tôn giáo cao có xu hướng thực hiện CSR nhiều hơn so với các công ty hoạt động ở khu vực có niềm tin tôn giáo thấp. Tuy nhiên, mối quan hệ thuận chiều này có xu hướng bị suy yếu đi ở các công ty có vấn đề về hạn chế tài chính. Nghiên cứu này làm phong phú thêm tài liệu về thực hiện CSR, đồng thời ủng hộ quan điểm rằng niềm tin tôn giáo thúc đẩy công ty trở nên có đạo đức hơn, ngại rủi ro hơn và ít có xu hướng lợi dụng các bên liên quan vì lợi ích cá nhân hơn.

Kết quả nghiên cứu cung cấp một số hàm ý chính sách. Cụ thể, các nhà hoạch định và quản lý cần ý thức rõ niềm tin tôn giáo là một thể chế phi chính thức quan trọng đóng vai trò then chốt trong việc thúc đẩy các doanh nghiệp thực hiện CSR, vốn là chìa khóa cho sự phát triển bền vững trong bối cảnh môi trường suy thoái, tài nguyên cạn kiệt và biến đổi khí hậu như hiện nay. Xu hướng thực hiện CSR đang diễn ra trên toàn cầu, đặt ra thách thức lớn cho các quốc gia, đặc biệt là các nước đang phát triển như Việt Nam. Theo đó, các quốc gia cần có những chính sách nhằm bảo vệ và nâng cao vai trò của tôn giáo trong môi trường xã hội. Thêm nữa, các chính sách để thúc đẩy thị trường vốn cũng cần được quan tâm và mở rộng để các doanh nghiệp có thể tiếp cận được nhiều nguồn vốn khác nhau, làm giảm vấn đề về hạn chế tài chính, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp có thể thực hiện CSR hiệu quả.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] D. Griffin, O. Guedhami, K. Li, and G. Lu, "National culture and the value implications of corporate environmental and social performance", *Journal of Corporate Finance*, vol. 71, pp. 102123, 2021.
- [2] H. Liang and L. Renneboog, "On the foundations of corporate social responsibility", *The Journal of Finance*, vol. 72, no. 2, pp. 853-910, 2017.
- [3] G. Gavana, P. Gottardo, and A.M. Moisello, "The effect of equity and bond issues on sustainability disclosure. Family vs non-family Italian firms", *Social Responsibility Journal*, vol. 13, no. 1, pp. 126-142, 2017.
- [4] A. Di Giulio and L. Kostovetsky, "Are red or blue companies more likely to go green? Politics and corporate social responsibility", *Journal of Financial Economics*, vol. 111, no. 1, pp. 158-180, 2014.
- [5] V. Amor-Esteban, I. M. García-Sánchez, and M. P. Galindo-Villardón, "Analysing the effect of legal system on corporate social responsibility (CSR) at the country level, from a multivariate perspective". *Social Indicators Research*, vol. 140, pp. 435-452, 2018.
- [6] T. Jain and D. Jamali, "Looking inside the black box: The effect of corporate governance on corporate social responsibility". *Corporate Governance: An International Review*, vol. 24, no. 3, pp. 253-273, 2016.
- [7] R. J. Barro and R. M. McCleary, "Religion and economic growth across countries". *American Sociological Review*, vol. 68, no. 5, pp. 760-781, 2003.
- [8] G. R. Peterson, "Think pieces, religion as orienting worldview", *Zygon*, vol. 36, no. 1, pp. 5-19, 2001.
- [9] J. W. Lipford and R. D. Tollison, "Religious participation and income", *Journal of Economic Behavior & Organization*, vol. 51, no. 2, pp. 249-260, 2003.
- [10] R. J. Barro, "Determinants of democracy", *Journal of Political Economy*, vol. 107, no. 6, pp. 158-183, 1999.
- [11] J. W. Clark and L. E. Dawson, "Personal religiousness and ethical judgments: An empirical analysis", *Journal of Business Ethics*, vol. 15, no. 3, pp. 359-372, 1996.
- [12] B. R. Agle and H. J. Van Buren, "God and mammon: The modern relationship", *Business Ethics Quarterly*, vol. 9, no. 4, pp. 563-582, 1999.
- [13] G. Albaum and R. A. Peterson, "Ethical attitudes of future business leaders: Do they vary by gender and religiosity?", *Business & Society*, vol. 45, no. 3, pp. 300-321, 2006.
- [14] L. Iannaccone, "Introduction to the economics of religion", *Journal of Economic Literature*, vol. 36, pp. 1465-1496, 1998.
- [15] S. Brammer, G. Williams, and J. Zinkin, "Religion and attitudes to corporate social responsibility in a large cross-country sample", *Journal of Business Ethics*, vol. 71, no. 3, pp. 229-243, 2007.
- [16] J. Marques, "Consciousness at work: A review of some important values, discussed from a Buddhist perspective", *Journal of Business Ethics*, vol. 105, no. 1, pp. 27-40, 2012.
- [17] G. Hilary and K.W. Hui, "Does religion matter in corporate decision making in America?" *Journal of Financial Economics*, vol. 93, no. 3, pp. 455-473, 2009.
- [18] S. D. Dyreng, W. J. Mayew, and C. D. Williams, "Religious social norms and corporate financial reporting", *Journal of Business Finance and Accounting*, vol. 39, pp. 845-875, 2012.
- [19] A. S. Miller, "Going to hell in Asia: The relationship between risk and religion in a cross cultural setting", *Review of Religious Research*, vol. 42, no. 1, pp. 5-18, 2000.
- [20] L. Zsolnai, "Sustainability and sufficiency: Economic development in a Buddhist perspective", *Akademiai Kiado, Budapest: Society and Economy*, 2008.
- [21] E. Tomalin, "*Biodivinity and biodiversity: The limits to religious environmentalism*", Farnham: Ashgate, 2009.
- [22] X. Du, W. Jian, Y. Du, W. Feng, and Q. Zeng, "Religion, the nature of ultimate owner, and corporate philanthropic giving: Evidence from China", *Journal of Business Ethics*, vol. 123, no. 2, pp. 235-256, 2014.
- [23] C. K. Leong and Y. C. Yang, "Constraints on 'doing good': Financial constraints and corporate social responsibility", *Finance Research Letters*, vol. 40, pp. 101694, 2021.
- [24] H. Chen, H. H. Huang, G. J. Lobo, and C. Wang, "Religiosity and the cost of debt", *Journal of Banking & Finance*, vol. 70, pp. 70-85, 2016.
- [25] W. Ali, J. Frynas, and Z. Mahmood, "Determinants of corporate social responsibility (CSR) disclosure in developed and developing countries: A literature review", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, vol. 24, no. 3, pp. 273-294, 2017.
- [26] K. Su, "Does religion benefit corporate social responsibility (CSR)? Evidence from China", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, vol. 26, no. 6, pp. 1206-1221, 2019.
- [27] H. L. Chih, H. H. Chih, and T. Y. Chen, "On the determinants of corporate social responsibility: International evidence on the financial industry", *Journal of Business Ethics*, vol. 93, pp. 115-135, 2010.
- [28] M. A. Petersen, "Estimating standard errors in finance panel data sets: Comparing approaches", *The Review of Financial Studies*, vol. 22, no. 1, pp. 435-480, 2008.