



Trách nhiệm xã hội và khả năng sinh lợi của các ngân hàng thương mại: Bằng chứng thực nghiệm tại Việt Nam

Nguyễn Quốc Anh ^{a,*}, Tăng Mỹ Sang ^b

^a Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh

^b Trường Đại học Kinh tế - Tài chính TP. Hồ Chí Minh

THÔNG TIN	TÓM TẮT
Ngày nhận: 29/07/2021 Ngày nhận lại: 26/09/2021 Duyệt đăng: 16/11/2021 Mã phân loại JEL: G21 Từ khóa: Trách nhiệm xã hội; Khả năng sinh lợi; Ngân hàng thương mại Keywords: Corporate social responsibility; Bank's profitability; Commercial bank	Hiện nay, việc các ngân hàng thực hiện tốt trách nhiệm xã hội không chỉ giúp bản thân ngân hàng phát triển bền vững, mà còn đem lại nhiều đóng góp cho xã hội. Thông qua việc thu thập dữ liệu thứ cấp từ 17 ngân hàng niêm yết trên hai sàn giao dịch HOSE và HNX trong giai đoạn từ năm 2015 đến năm 2020, bài viết đã nghiên cứu tác động của trách nhiệm xã hội đến khả năng sinh lợi của các ngân hàng niêm yết tại Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho hầu hết các ngân hàng ngày càng chú trọng đến các hoạt động trách nhiệm xã hội, trong đó các hoạt động liên quan đến nguồn nhân lực đang được tất cả ngân hàng quan tâm, các hoạt động thuộc những khía cạnh còn lại chưa được quan tâm nhiều. Kết quả nghiên cứu định lượng đã cho thấy khả năng sinh lợi của ngân hàng có liên quan đến đòn bẩy tài chính, quy mô ngân hàng và các hoạt động trách nhiệm xã hội liên quan đến nguồn nhân lực. Hệ số Tobin's Q có liên quan đến quy mô hoạt động và đòn bẩy tài chính. Từ kết quả nghiên cứu, ba nhóm giải pháp có liên quan đã được đề xuất nhằm tăng khả năng sinh lợi của ngân hàng. Abstract Currently, a good corporate social responsibility (CSR) implementation not only aids the bank's long-term growth but also adds to society's long-term growth. Through the collection of secondary data from 17 banks listed on two exchanges HOSE and HNX in the period from 2015 to 2020, the article has studied the impact of CSR on the profitability

* Tác giả liên hệ.

Email: quocanh@ueh.edu.vn (Nguyễn Quốc Anh), sangtm@uef.edu.vn (Tăng Mỹ Sang).

Trích dẫn bài viết: Nguyễn Quốc Anh, & Tăng Mỹ Sang. (2021). Trách nhiệm xã hội và khả năng sinh lợi của các ngân hàng thương mại: Bằng chứng thực nghiệm tại Việt Nam. *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á*, 32(12), 46–61.

of listed banks in Vietnam. The research results show that most banks are paying more and more attention to these activities, in which activities related to human resources are being paid attention by all banks, activities in the remaining aspects have not been paid much attention. Quantitative research results have shown that bank profitability is related to financial leverage, bank size, and social responsibility activities related to human resources. Tobin's Q coefficient is related to operating size and financial leverage. From the research results, three groups of related solutions have been proposed to increase the bank's profitability.

1. Đặt vấn đề

Trách nhiệm xã hội (Corporate Social Responsibility – CSR) đã trở thành một chủ đề nóng, nhận được sự quan tâm của công chúng trong những năm gần đây. Ngày nay, các hoạt động CSR được tiến hành không chỉ để tuân thủ các yêu cầu quy định mà còn để nâng cao hình ảnh của các tổ chức và hiệu quả tài chính. Nhiều nghiên cứu về CSR đã được thực hiện và nhận thấy rằng các hoạt động CSR giúp tăng cường nhận thức của khách hàng, thúc đẩy lòng trung thành của khách hàng. Nhận thức được điều này, nhiều tổ chức đã chi rất nhiều tiền cho các hoạt động liên quan đến trách nhiệm xã hội bởi vì trách nhiệm xã hội là một trong những giải pháp có thể giúp các doanh nghiệp tối đa hóa lợi nhuận và đạt được mức tăng trưởng kỳ vọng trong thời gian dài (Ayangbah, 2017).

Đóng vai trò quan trọng trong hoạt động của nền kinh tế, các ngân hàng thương mại luôn nhận được sự quan tâm đặc biệt của các nhà hoạch định chính sách, các nhà quản lý và các nhà nghiên cứu. Hoạt động có trách nhiệm và duy trì danh tiếng đáng tin cậy là điều tối quan trọng đối với các ngân hàng, bởi vì hoạt động kinh doanh của ngân hàng chủ yếu dựa trên sự tin tưởng của khách hàng. Bên cạnh đó, ngân hàng là tổ chức tài chính có vị trí quan trọng trong hệ thống tài chính của một quốc gia nên mục tiêu hoạt động của các ngân hàng ngày nay không phải chỉ giới hạn ở phạm vi tìm kiếm lợi nhuận trong ngắn hạn mà phải hoạt động có trách nhiệm. Tuy nhiên, trong hơn một thập kỷ qua, lòng tin của công chúng đối với lĩnh vực tài chính và các ngân hàng bị ảnh hưởng do cuộc khủng hoảng tài chính và các vụ bê bối khác. Do lĩnh vực ngân hàng phụ thuộc rất nhiều vào lòng tin của công chúng nên vai trò của trách nhiệm xã hội càng trở nên quan trọng và được quan tâm hơn nhiều trong những năm qua.

Nhiều nghiên cứu về tác động của CSR đến hiệu quả hoạt động của ngân hàng đã được thực hiện và đã khám phá ra rằng ngân hàng hoạt động có trách nhiệm đối với cộng đồng, với người lao động, với môi trường... sẽ tạo dựng được niềm tin từ công chúng và tạo thêm các giá trị gia tăng nội tại cho ngân hàng về lâu dài, từ đó giúp ngân hàng cải thiện kết quả hoạt động về mặt tài chính (Ibrahim & Umeano, 2019). Tại Việt Nam, vấn đề trách nhiệm xã hội đã bắt đầu được các ngân hàng quan tâm trong khoảng 5 năm gần đây. Dựa vào các thông tin công bố trong báo cáo tài chính của ngân hàng, có thể thấy rằng một số ngân hàng đã quan tâm đầy đủ các khía cạnh của CSR. Các hoạt động này được ngân hàng đặc biệt chú trọng từ năm 2018, hầu hết các ngân hàng đều có ít nhất một mảng hoạt động liên quan đến CSR. Bên cạnh hoạt động chính là tìm kiếm lợi nhuận thì một số ngân hàng có sự đầu tư thật sự vào mảng hoạt động mang tính trách nhiệm xã hội và các hoạt động này được dàn trải, thậm chí một số ngân

hàng đã thực hiện công bố rất chi tiết các vấn đề liên quan đến nguồn nhân lực, mức lương, số lượng nhân viên, chính sách đãi ngộ, một số ngân hàng còn đưa ra các gói sản phẩm mang tính cộng đồng như các sản phẩm tín dụng xanh với mức lãi suất rất cạnh tranh, một số ngân hàng khác có thêm các hoạt động bảo vệ môi trường... Tuy nhiên, trong bối cảnh toàn cầu hóa, các hoạt động của nền kinh tế đều mang tính hội nhập thì các khía cạnh hoạt động không chỉ dừng ở việc có tham gia và phải hướng đến việc tham gia sâu rộng và tham gia một cách thực sự. Hoạt động của ngành ngân hàng rất đặc biệt, yêu cầu hội nhập cũng có sự khác biệt, những đòi hỏi tuân theo thông lệ quốc tế là các yêu cầu tối thiểu phải đạt được. Bên cạnh đó, đại dịch COVID-19 xảy ra có tác động mạnh đến nền kinh tế, các doanh nghiệp, cá nhân, người lao động, các đối tượng yếu thế trong xã hội đều cần sự hỗ trợ từ nhiều phía để có thể vượt qua những giai đoạn khó khăn nhất. Từ đó, bài báo này được thực hiện nhằm giúp các ngân hàng chưa hoàn thiện về mảng CSR có các ý tưởng cho những bước đi cần thiết nhằm đạt được các yêu cầu tối thiểu trong lộ trình hội nhập tài chính và có những giải pháp trong chính sách CSR hướng đến cộng đồng, khách hàng và người lao động trong thời gian tới.

2. Cơ sở lý luận

2.1. Trách nhiệm xã hội trong lĩnh vực ngân hàng

Khái niệm trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) không phải là một khái niệm mới trong ngành ngân hàng, nhưng trong tình hình kinh tế hiện nay, CSR đã trở thành một giải pháp tốt, thực hiện lồng ghép các nguyên tắc đạo đức trong hoạt động ngân hàng. Thực tế hiện nay chưa có một quan điểm thống nhất về khái niệm CSR, vì thế, CSR được hiểu theo nhiều cách khác nhau. CSR không phải là các quy định pháp lý mà chỉ được xem là các hành động mà ngân hàng có thể thực hiện để gia tăng giá trị cho các cổ đông (Ibrahim & Umeano, 2019). Classon và Dahlström (2006) cho rằng CSR bao gồm các hoạt động về kinh tế, pháp lý, đạo đức và từ thiện được thực hiện bởi một doanh nghiệp. Yeung (2011) xác định các yếu tố chính của CSR trong lĩnh vực ngân hàng như: Hiểu biết về sự phức tạp của dịch vụ tài chính, quản lý rủi ro, tăng cường đạo đức trong kinh doanh ngân hàng, thực hiện chiến lược đối phó với khủng hoảng tài chính, bảo vệ quyền lợi của khách hàng và thiết lập kênh giải quyết khiếu nại của khách hàng. Ngân hàng hoạt động được coi là có trách nhiệm xã hội thì trong hoạt động của ngân hàng đó luôn có các chính sách, chương trình liên quan đến trách nhiệm xã hội, các nội dung này sẽ được tích hợp vào hoạt động kinh doanh, chuỗi cung ứng và quá trình ra quyết định. Trách nhiệm xã hội trong trường hợp này sẽ bao gồm trách nhiệm đối với các hành động hiện tại và quá khứ cũng như quan tâm đầy đủ đến các tác động trong tương lai (Sehreen và cộng sự, 2017). Như vậy, có thể thấy rằng có nhiều cách tiếp cận CSR khác nhau. Những cách tiếp cận phổ biến nhất có thể thấy là tiếp cận từ phương diện kinh tế, xã hội, môi trường. Một cách tiếp cận khác là dựa vào phân loại trách nhiệm như: Trách nhiệm về kinh tế, pháp luật và đạo đức (Hồ Viết Tiến và cộng sự, 2020).

Để đánh giá trách nhiệm xã hội của hoạt động ngân hàng, theo quan điểm của Orazalin (2019), 4 nhóm yếu tố có liên quan sẽ được xem xét, bao gồm: Các yếu tố liên quan đến cộng đồng bao gồm 6 yếu tố: (1) Đóng góp và tài trợ cho các tổ chức từ thiện và các hoạt động cộng đồng; (2) Hỗ trợ cho sinh viên và giáo dục; (3) Tài trợ cho các chương trình sức khỏe cộng đồng; (4) Tài trợ cho văn hóa, hội họa và khoa học; (5) Tài trợ cho các dự án thể thao và giải trí; và (6) Tài trợ cho các chiến dịch của chính phủ.

Nhóm các yếu tố liên quan đến môi trường có 4 yếu tố, bao gồm: (1) Các chính sách, tuyên bố và mối quan tâm về môi trường; (2) Đầu tư hệ thống quản lý môi trường; (3) Các dự án môi trường như kiểm soát giấy và nhựa, tái chế chất thải...; và (4) Tiết kiệm năng lượng.

Nhóm yếu tố liên quan đến nguồn nhân lực bao gồm 13 yếu tố: (1) Số lượng người lao động, sức khỏe và sự an toàn người lao động; (2) Đào tạo cho người lao động; (3) Hỗ trợ và quyền lợi của người lao động; (4) Thù lao nhân viên; (5) Cơ hội bình đẳng cho tất cả nhân viên; (6) Hồ sơ nhân viên; (7) Quyền chọn mua cổ phiếu ưu đãi; (8) Lòng tự trọng và sự tự tin của nhân viên; (9); Sự công nhận, khen thưởng đối với nhân viên; (10) Tuyển dụng nhân viên; (11) Thông tin về sự thay đổi số lượng nhân viên; (12) Thông tin về phúc lợi của nhân viên; và (13) Cải thiện điều kiện làm việc.

Nhóm các yếu tố liên quan đến các sản phẩm xã hội có 8 yếu tố, bao gồm: (1) Thông tin về các sản phẩm và dịch vụ xã hội; (2) Thảo luận về các loại sản phẩm và dịch vụ xã hội chính; (3) Sản phẩm xã hội dựa trên vị trí địa lý; (4) Khách hàng phàn nàn, đề xuất và phản hồi; (5) Sản phẩm cho khách hàng khuyết tật, người già và có nhu cầu đặc biệt; (6) Đầu tư vào các dự án trách nhiệm xã hội; (7) Các kế hoạch chiến lược để mở rộng các sản phẩm và dịch vụ xã hội trong tương lai; và (8) Giải thưởng người tiêu dùng.

Dựa vào các nhóm chỉ số thể hiện trách nhiệm xã hội của ngân hàng, Orazalin (2019), Jizi và cộng sự (2014) đã tính chỉ số CSR bằng công thức sau:

$$CSR = \sum_{j=1}^n \frac{r_j}{n}$$

Trong đó,

r_j : Giá trị của thông tin được công bố liên quan đến các yếu tố của CSR, nếu thông tin của một yếu tố trong Bảng 1 được ngân hàng công bố thì số điểm của yếu tố này sẽ bằng 1, và bằng 0 nếu thông tin này không được công bố.

$n = 31$: Thể hiện tổng số mục được báo cáo về sự tham gia của cộng đồng, môi trường, nguồn nhân lực, sản phẩm và dịch vụ khách hàng của báo cáo trách nhiệm xã hội.

Để tính điểm CSR riêng lẻ cho từng nhóm yếu tố CSR, Matuszak và Róžańska (2019) đã đề xuất bốn công thức sau:

$$ENV = \frac{N_1}{10};$$

$$HR = \frac{N_2}{8};$$

$$PC = \frac{N_3}{6};$$

$$CI = \frac{N_4}{5}$$

Trong đó, N_i : Số lượng các yếu tố được công bố bởi ngân hàng. Tác động của các yếu tố trong trách nhiệm xã hội trên thực tế không có tác động ngay tức thời đến lợi nhuận của ngân hàng nên các biến độc lập trong mô hình được phân tích với độ trễ 1 năm nhằm kiểm tra mối quan hệ nhân quả với biến phụ thuộc.

2.2. Khả năng sinh lợi

Ngân hàng thương mại hoạt động vì mục tiêu lợi nhuận nên khả năng sinh lợi là một trong những vấn đề rất quan trọng trong quản trị ngân hàng. Mặc dù khả năng sinh lợi là một thuật ngữ được sử dụng rộng rãi nhưng chưa có một khái niệm thống nhất. Khả năng sinh lợi là số tiền mà một công ty có thể sản xuất bằng các nguồn lực sẵn có. Đây là một khái niệm liên quan đến năng lực tạo ra lợi ích từ tất cả hoạt động kinh doanh của một tổ chức, doanh nghiệp hoặc công ty (Murage và cộng sự, 2018). Khả năng sinh lợi của ngân hàng là phần chênh lệch giữa số lợi nhuận thu được từ tài sản và chi phí phải trả (Yüksel và cộng sự, 2018), là thu nhập ròng sau thuế của các ngân hàng thương mại (Rose & Hudgins, 2013). Từ đó, có thể thấy rằng, khả năng sinh lợi của ngân hàng đề cập đến mức thu nhập được tạo ra từ số vốn đầu tư ban đầu của ngân hàng, thể hiện mối quan hệ tối ưu giữa kết quả kinh tế đạt được so với chi phí bỏ ra để đạt được kết quả ở mức rủi ro an toàn, nhằm tối đa hóa lợi nhuận, tạo ra giá trị gia tăng cho các bên liên quan. Khả năng sinh lợi nếu xét trên một khía cạnh nào đó sẽ thể hiện hiệu quả kinh doanh của ngân hàng. Chính vì vậy, bất kỳ bên liên quan nào khi tìm hiểu về hiệu quả kinh doanh của ngân hàng cũng phải xem xét đến lợi nhuận. Các ngân hàng có lợi nhuận có thể tăng giá trị cổ phiếu và có thể trả cổ tức cho các cổ đông. Các ngân hàng có lãi thu hút sự quan tâm của các nhà đầu tư, đặc biệt là các ngân hàng niêm yết. Xét trong bối cảnh cạnh tranh, ngay cả những người gửi tiền cũng tìm kiếm những ngân hàng có lợi nhuận trước khi quyết định gửi tiền vào ngân hàng.

Bởi vì khả năng sinh lợi của ngân hàng gắn liền với các chức năng khác của quản trị ngân hàng nên việc đo lường hiệu quả có nhiều cách tiếp cận khác nhau. Tuy nhiên, thước đo được sử dụng phổ biến nhất là tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản (Return on Assets – ROA). Tỷ số ROA thể hiện mức thu nhập ròng do ngân hàng tạo ra và phản ánh khả năng quản lý, năng lực và sự thành thạo của ngân hàng trong việc tạo ra lợi nhuận trong nhiều năm từ các tài sản. Nghiên cứu của Golin và Delhaise (2013) đã chỉ ra rằng ROA là chỉ số được sử dụng rất rộng rãi khi đánh giá khả năng sinh lợi của các ngân hàng thương mại.

$$ROA = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng tài sản}}$$

Tuy nhiên, ROA chỉ phản ánh hiệu quả hoạt động trong quá khứ của ngân hàng, chỉ số này có nhược điểm là rất khó so sánh giữa các ngân hàng. Vì vậy, khi nghiên cứu về khả năng sinh lợi của các ngân hàng niêm yết, Cho và cộng sự (2019) còn sử dụng hệ số Tobin's Q. Tobin's Q là chỉ số đại diện cho giá trị thị trường, được sử dụng như một biến đại diện cho giá trị doanh nghiệp. Chỉ số này giúp phản ánh giá trị của ngân hàng và dễ dàng so sánh giữa các ngân hàng vì không có khả năng thao túng kế toán, ví dụ như khấu hao. Ngoài ra, chỉ số này còn có ưu điểm là phản ánh lợi nhuận trong tương lai thông qua đánh giá của các nhà đầu tư.

Tobin's Q = (Giá trị thị trường của cổ phiếu thường đang lưu hành + Giá trị thị trường của cổ phiếu ưu đãi + Giá trị sổ sách của các khoản nợ)/Giá trị sổ sách của tài sản

2.3. Tác động của trách nhiệm xã hội đến khả năng sinh lợi và giá trị doanh nghiệp của ngân hàng

Theo Albinger và Freeman (2000), CSR là một trong những yếu tố tác động đến lợi nhuận của ngân hàng, có khả năng tạo động lực, thu hút và giữ chân lực lượng lao động mong muốn và cải thiện hoạt động tài chính. Nghiên cứu của Roberts và Dowling (2002) đã phát hiện ra rằng có mối liên hệ tích cực và rõ ràng giữa CSR và hiệu quả tài chính. Hahn và Scheermesser (2006) cũng đã chứng

minh rằng CSR có thể mang lại kết quả tài chính tích cực cho ngân hàng thông qua việc tạo ra doanh thu mới. Moskowitz (1972) đã xác định CSR có tác động tích cực đến tỷ suất sinh lợi của cổ phiếu phổ thông và cho rằng các doanh nghiệp hoạt động có trách nhiệm với xã hội đóng góp vào việc tăng tỷ suất lợi nhuận cho cổ đông trên cổ phiếu của ngân hàng. Nhiều nghiên cứu khác cũng xác định mối liên hệ này như: Nghiên cứu của Mwangi và Oyenje (2013), Karagiorgos (2010), Maqbool và Zameer (2018). CSR mang lại nhiều tác động tích cực đối với ngân hàng, từ đó giúp giá trị doanh nghiệp của ngân hàng tăng (Cho và cộng sự, 2019).

Hoạt động chính của ngân hàng huy động vốn tiền gửi và cho vay, vì vậy, ngoài CSR thì một trong những yếu tố mang tính cố hữu, có tác động trực tiếp đến khả năng sinh lợi của ngân hàng là hệ số đòn bẩy. Về mặt lý luận, tiền lãi thu được từ các khoản cho vay là nguồn thu chính nên có ảnh hưởng tích cực đến khả năng sinh lợi và giá trị doanh nghiệp của ngân hàng. Nghiên cứu của Abreu và Mendes (2000) đã cho thấy có mối liên hệ tích cực giữa đòn bẩy tài chính và khả năng sinh lợi của ngân hàng vì các khoản vay tăng lên sẽ tạo ra nhiều lợi nhuận hơn cho ngân hàng, từ đó làm tăng hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại. Tuy nhiên, Berger và cộng sự (1997) đã tìm thấy bằng chứng về tác động tiêu cực của các khoản vay có vấn đề đối với hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng khi nghiên cứu trường hợp các ngân hàng Mỹ.

Quy mô ngân hàng cũng được đánh giá là một trong những yếu tố có tác động mạnh đến khả năng sinh lợi và giá trị doanh nghiệp của ngân hàng thương mại. Các ngân hàng thương mại có quy mô lớn thường có khả năng đa dạng hóa sản phẩm và cho vay tốt hơn, từ đó giảm bớt rủi ro tiềm ẩn. Bên cạnh đó, các ngân hàng có quy mô lớn có thể hưởng lợi thể kinh tế theo quy mô giúp giảm chi phí đầu vào. Pasiouras và cộng sự (2008), Guillén và cộng sự (2014) đã xác định quy mô ngân hàng có tác động cùng chiều với hiệu quả kinh doanh bởi vì quy mô lớn giúp ngân hàng giảm chi phí ở một mức đáng kể. Ngoài ra, Pasiouras và cộng sự (2008), Guillén và cộng sự (2014) còn phát hiện ra rằng quy mô ngân hàng lớn giúp ngân hàng huy động được nguồn vốn với chi phí thấp hơn so với các ngân hàng khác.

3. Mô hình nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, mô hình được sử dụng để đánh giá tác động của CSR đến khả năng sinh lợi của các ngân hàng niêm yết tại Việt Nam là mô hình của Orazalin (2019). Mô hình có dạng như sau:

$$FP_{it} = \beta_0 + \beta_1 ENV_{it-1} + \beta_2 HR_{it-1} + \beta_3 PC_{it-1} + \beta_4 CI_{it-1} + \beta_5 LogTA_{it} + \beta_6 Leverage_{it} + \beta_7 WSE_{it} + \varepsilon_{it}$$

Trong đó, FP_{it} : Hiệu quả hoạt động tài chính, đo lường bằng ROA và Tobin'Q. Bởi vì các hoạt động trách nhiệm xã hội mang lại lợi ích cho ngân hàng sau thời gian các thông tin được công bố và hành động nên các biến độc lập trong mô hình được xử lý với độ trễ 1 năm;

ENV_{it-1} : Độ trễ của chỉ số công bố các thông tin về môi trường vào thời điểm $t-1$;

HR_{it-1} : Độ trễ của chỉ số công bố các thông tin về nguồn nhân lực vào thời điểm $t-1$;

PC_{it-1} : Độ trễ của chỉ số công bố các thông tin về sản phẩm và khách hàng vào thời điểm $t-1$;

CI_{it-1} : Độ trễ của chỉ số công bố các thông tin liên quan đến hoạt động cộng đồng vào thời điểm $t-1$;

$LogTA_{it}$: Logarit tổng tài sản của ngân hàng tại thời điểm t ;

$Leverage_{it}$: Chỉ số đòn bẩy tài chính của ngân hàng vào thời điểm t ;

WSE_{it} : Biến giả. Các ngân hàng niêm yết trên sàn chứng khoán (1), không niêm yết trên sàn chứng khoán (0);

β_0 : Hệ số chặn; $\beta_1, \dots, \beta_7$: Hệ số hồi quy của các biến độc lập;

$i = 1, 2, \dots, N$: Chỉ số tham chiếu của ngân hàng;

$t = 1, 2, \dots, n$: Chỉ số thời gian.

Sử dụng mô hình nghiên cứu trên, Orazalin (2019) đã thực hiện đánh giá tác động của trách nhiệm xã hội đến khả năng sinh lợi của hệ thống ngân hàng Hà Lan trong giai đoạn 2008–2015. Kết quả nghiên cứu cho thấy nhóm các hoạt động liên quan đến nguồn nhân lực, các hoạt động cộng đồng và các sản phẩm xã hội có mối liên hệ với khả năng sinh lợi của ngân hàng.

Căn cứ vào mô hình nghiên cứu này và đặc điểm hoạt động của các ngân hàng thương mại Việt Nam cũng như mục tiêu nghiên cứu là tập trung vào đánh giá mối liên hệ trong mô hình của các ngân hàng niêm yết nên mô hình được xây dựng như sau:

$$ROA_{it} = \beta_0 + \beta_1 ENV_{it-1} + \beta_2 HR_{it-1} + \beta_3 PC_{it-1} + \beta_4 CI_{it-1} + \beta_5 LogTA_{it} + \beta_6 LEV_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

$$Tobq_{it} = \beta_0 + \beta_1 ENV_{it-1} + \beta_2 HR_{it-1} + \beta_3 PC_{it-1} + \beta_4 CI_{it-1} + \beta_5 LogTA_{it} + \beta_6 LEV_{it} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

Dựa vào kết quả nghiên cứu của Orazalin (2019) và nghiên cứu của các tác giả như: Pasiouras và cộng sự (2008), Golin và Delhaise (2013), Berger và cộng sự (1997), mô tả biến và giả thuyết nghiên cứu của mô hình được xác định trong Bảng 1.

Bảng 1.

Bảng mô tả các biến trong mô hình nghiên cứu

Tên biến	Mô tả biến	Kỳ vọng	Tác giả
<i>Biến phụ thuộc</i>			
ROA	Lợi nhuận ròng/Tổng tài sản		Golin và Delhaise (2013)
Tobq	(Giá trị thị trường của cổ phiếu thường đang lưu hành + Giá trị thị trường của cổ phiếu ưu đãi + Giá trị sổ sách của các khoản nợ)/Giá trị sổ sách của tài sản		Cho và cộng sự (2019)
<i>Biến độc lập</i>			
ENV	(Tổng điểm các tiêu chí nhóm môi trường/10) x 100	+	Orazalin (2019)
HR	(Tổng điểm các tiêu chí nhóm nguồn nhân lực/10) x 100	–	Orazalin (2019)
PC	(Tổng điểm các tiêu chí nhóm hoạt động cộng đồng/10) x 100	+	Orazalin (2019)
CI	(Tổng điểm các tiêu chí sản phẩm xã hội/10) x 100	+	Orazalin (2019)
TA	Logarit tổng tài sản của ngân hàng	+	Pasiouras và cộng sự (2008); Guillén và cộng sự (2014)
LEV	Tổng nợ/Tổng tài sản	+/-	Berger và cộng sự (1997)

4. Dữ liệu nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu

4.1. Dữ liệu nghiên cứu

Bài nghiên cứu sử dụng mẫu dữ liệu gồm 102 quan sát, được thu thập từ báo cáo tài chính hằng năm của 17 ngân hàng thương mại Việt Nam đang niêm yết trên hai sàn HOSE và sàn HNX. Toàn bộ dữ liệu được trích xuất từ báo cáo tài chính trên trang website của các ngân hàng, dữ liệu trên các website như: www.cafef.vn, www.vietstock.vn.

4.2. Phương pháp nghiên cứu

Bài nghiên cứu sử dụng cả hai phương pháp định tính và định lượng. Phương pháp định tính được sử dụng để khám phá, tìm hiểu, tổng hợp, mô tả, phân tích vấn đề và phát triển mô hình nghiên cứu. Cụ thể, bài nghiên cứu đã thực hiện tổng hợp từ nghiên cứu của Orazalin (2019), nghiên cứu của Pasiouras và cộng sự (2008), Golin và Delhaise (2013), Berger và cộng sự (1997) để nhận diện các thang đo được sử dụng để đo lường khả năng sinh lợi và trách nhiệm xã hội trong hoạt động trách nhiệm xã hội của hoạt động ngân hàng. Sau khi đã nhận diện được thang đo, bài nghiên cứu thu thập dữ liệu từ các báo cáo tài chính của ngân hàng. Đối với các biến có dữ liệu định lượng, bài nghiên cứu sẽ sử dụng các thông tin được công bố. Đối với các biến có dữ liệu định tính thuộc nhóm trách nhiệm xã hội, bài nghiên cứu sẽ nhận diện việc thực hiện theo hướng dẫn của Matuszak và Rózańska (2019) để tính toán mức điểm cho ngân hàng, các yếu tố nào được công bố sẽ tương đương với 1 điểm.

Phương pháp định lượng được sử dụng để kiểm tra các giả thuyết nghiên cứu. Dữ liệu sau khi thu thập sẽ được khai báo để xử lý bằng phần mềm Stata 22. Do bài nghiên cứu sử dụng dữ liệu dạng bảng (Panel Data), vì vậy, các phương pháp ước lượng mô hình (1) và (2) được chọn là Pooled OLS, kỹ thuật ước lượng hiệu ứng cố định (Fixed Effects Model – FEM), hiệu ứng ngẫu nhiên (Random Effects Model – REM), bình phương nhỏ nhất tổng quát (General Least Square – GLS). Bởi vì hạn chế của OLS trong ước lượng là có hiện tượng bị chệch do phương sai thay đổi, tự tương quan hay nội sinh (Kiviet và cộng sự, 1995). Với ưu điểm là sử dụng phương trình tương quan chéo để nâng cao hiệu quả và ma trận trọng số tối ưu giải thích hiệu quả mối tương quan nối tiếp và phương sai thay đổi, phương pháp Moment tổng quát hệ thống (System Generalized Method of Moments – SGMM) được sử dụng để khắc phục tất cả vi phạm trên nhằm đảm bảo ước lượng thu được vững và hiệu quả (Wooldridge, 2002).

5. Tổng quan về CSR trong hoạt động của các ngân hàng niêm yết tại Việt Nam trong giai đoạn 2015–2020

Cùng với xu thế hội nhập, hoạt động của các ngân hàng không chỉ tập trung vào tìm kiếm lợi nhuận mà các hoạt động có trách nhiệm với xã hội ngày càng được lan tỏa. Năm 2015, nếu chỉ có một vài ngân hàng có quan tâm đến vấn đề này thì trong hai năm trở lại đây, các hoạt động này được đẩy mạnh hơn.

Dựa vào phương pháp đánh giá của Jizi và cộng sự (2014) và Orazalin (2019) và căn cứ vào dữ liệu công bố của các ngân hàng công bố qua các báo cáo tài chính, nhóm tác giả đã thống kê tổng điểm CSR của các ngân hàng đang niêm yết tại Việt Nam hiện nay (Bảng 2). Từ năm 2015 đến năm

2016, số ngân hàng có tổng điểm CSR từ 20 đến 31 điểm chiếm tỷ trọng rất ít, chỉ có 3/31 ngân hàng (chiếm tỷ trọng khoảng 17%). Số ngân hàng có điểm CSR chung từ 10 đến dưới 20 điểm chiếm tỷ trọng chủ yếu, số lượng ngân hàng có mức điểm này là 11 ngân hàng (chiếm tỷ trọng 64%). Số lượng ngân hàng có điểm CSR dưới 10 điểm là 3 ngân hàng (chiếm tỷ trọng 17%), đây là những ngân hàng có mức độ công bố điểm CSR thấp nhất, các thông tin về CSR chỉ xoay quanh nhóm các chỉ tiêu về nguồn nhân lực. Năm 2017, số lượng ngân hàng có số điểm từ 10 đến dưới 20 điểm tăng một ngân hàng (từ 11 ngân hàng tăng lên 12 ngân hàng), số lượng ngân hàng dưới 10 điểm giảm một ngân hàng. Năm 2018, số lượng ngân hàng có số điểm từ 20 đến 31 tăng hơn gấp đôi, đạt mức 7 ngân hàng (chiếm tỷ trọng 41%), số lượng ngân hàng có mức điểm tăng này từ nhóm ngân hàng có mức điểm từ 10 đến dưới 20 chuyển sang. Năm 2019, số lượng ngân hàng có mức điểm từ 20 đến 31 điểm tăng một ngân hàng, số lượng ngân hàng có mức điểm từ 10 đến 20 giảm một. Năm 2020, số lượng ngân hàng có mức điểm từ 20 đến 31 điểm tăng một ngân hàng, số lượng ngân hàng có mức điểm từ 10 đến 20 giảm một. Mặc dù mức tăng các phổ điểm chậm nhưng mức độ thực hiện đối với mỗi nhóm hoạt động của các ngân hàng có tăng về số lượng và chất lượng. Như vậy, có thể thấy rằng các ngân hàng ngày càng chú trọng về trách nhiệm xã hội trong hoạt động.

Điểm CSR về hoạt động cộng đồng có 6 tiêu chí tương ứng với 6 yếu tố liên quan đến cộng đồng đã trình bày ở phần trên, tương đương với mức điểm 6. Tổng số ngân hàng có mức điểm ở tiêu chí này có xu hướng tăng và đạt số lượng khá nhiều. Mức điểm CSR của các ngân hàng có xu hướng tăng, trong đó, mức điểm 5 là mức điểm phổ biến nhất. Mức điểm 5 tăng từ 7 ngân hàng trong giai đoạn 2015–2017 lên 8 ngân hàng trong giai đoạn 2018–2020. Mức điểm 6 cũng có xu hướng tăng, từ năm 2015 đến năm 2018, mỗi năm tăng 1 ngân hàng và duy trì ở mức 7 ngân hàng cho đến năm 2020. Mức điểm 4 có xu hướng giảm qua các năm. Như vậy, số lượng ngân hàng đạt tiêu chí này chưa cao, tỷ lệ chưa đến 50%.

Nhóm điểm CSR về người lao động gồm 13 tiêu chí tương ứng với 13 yếu tố liên quan đến người lao động đã trình bày ở phần trên, tương ứng với số điểm là 13. Theo dữ liệu thống kê cho thấy, tất cả ngân hàng niêm yết tại Việt Nam đều có điểm ở tiêu chí này. Tuy nhiên, số lượng ngân hàng đạt mức từ 10 trở lên rất thấp, trong đó chỉ có 2 ngân hàng đạt mức 11 điểm qua các năm, số lượng ngân hàng đạt 12 điểm qua các năm chỉ có 1 ngân hàng, số lượng ngân hàng đạt 13 điểm là 2 ngân hàng trong giai đoạn 2015–2017 và tăng lên 3 ngân hàng trong giai đoạn 2018–2020. Số lượng ngân hàng đạt mức điểm từ 6 đến 9 chiếm tỷ lệ cũng không cao, từ khoảng 1 đến 6 ngân hàng. Kết quả thống kê này cho thấy số lượng ngân hàng đạt tất cả tiêu chí còn rất thấp, nhóm ngân hàng có số tiêu chí đạt ở mức khá tối đa chỉ có 6 ngân hàng, chiếm tỷ trọng khoảng 35%.

Tổng số tiêu chí điểm CSR về môi trường là 4 tiêu chí tương ứng với 4 yếu tố liên quan đến môi trường đã trình bày ở phần trên, tương đương với mức điểm tối đa là 4 điểm. Tổng số ngân hàng có điểm CSR về môi trường có xu hướng tăng, số lượng ngân hàng đạt điểm cao có xu hướng tăng nhưng nhìn chung vẫn còn rất thấp. Số lượng ngân hàng đạt mức điểm 4 trong hai năm gần đây là 7/17 ngân hàng, tỷ trọng chưa đến 50%. Số lượng ngân hàng đạt 3 điểm là 3/17 ngân hàng. Từ đó có thể thấy rằng vẫn còn nhiều ngân hàng chưa chú trọng đến trách nhiệm xã hội về môi trường.

Tổng số tiêu chí điểm CSR về sản phẩm xã hội gồm 8 tiêu chí tương ứng với 8 yếu tố liên quan đến sản phẩm xã hội đã trình bày ở phần trên, tương đương với mức điểm tối đa là 8. Mặc dù số lượng ngân hàng có điểm ở tiêu chí này tăng qua các năm nhưng số lượng ngân hàng có điểm ở tiêu chí này không cao, cao nhất là 10/17 ngân hàng vào năm 2020. Số điểm các ngân hàng có điểm ở tiêu chí này

đạt mức 7 đến 8 chiếm tỷ trọng chủ yếu. Điều này cho thấy các ngân hàng nếu đã có sự quan tâm đến các sản phẩm xã hội thì mức quan tâm rất sâu sắc. Tuy nhiên, vẫn còn số lượng lớn các ngân hàng chưa quan tâm đến vấn đề này.

Từ các kết quả phân tích trên, có thể đúc kết rằng các ngân hàng niêm yết tại Việt Nam ngày càng chú trọng về trách nhiệm xã hội trong hoạt động. Nhóm chỉ tiêu CSR được các ngân hàng quan tâm nhất hiện nay là nhóm các hoạt động cộng đồng và nhóm các hoạt động hướng đến nguồn nhân lực. Mặc dù vậy, sự quan tâm của ngân hàng đối với các nhóm này còn giới hạn và chưa bao phủ hoàn toàn. Hai nhóm tiêu chí hoạt động liên quan đến môi trường và các sản phẩm xã hội mức độ quan tâm chưa cao, còn rất nhiều ngân hàng chưa có những hoạt động liên quan đến các mảng này.

6. Kết quả nghiên cứu định lượng

6.1. Thống kê mô tả

Bảng mô tả dữ liệu thống kê cung cấp các thông tin về biến, số quan sát, trung bình, độ lệch chuẩn, giá trị nhỏ nhất và giá trị lớn nhất của biến độc lập và biến phụ thuộc.

Bảng 2.

Thống kê mô tả các biến trong mẫu nghiên cứu

Biến	Số quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
Tobq	102	4,81	0,51	3,98	6,10
ROA	102	0,01	0,07	0,01	0,02
LEV	102	0,94	0,29	0,11	3,74
SIZE	102	19,19	0,94	17,39	21,13
PC	102	2,46	3,18	0	8
HR	102	8,64	2,89	3	13
ENV	102	1,45	1,72	0	4
CI	102	4,77	1,65	0	6

Kết quả mô tả Bảng 2 cho thấy các yếu tố trách nhiệm xã hội có liên quan đến hoạt động cộng đồng của các ngân hàng có mức điểm trung bình là 4,7 trên mức tổng điểm là 6. Nhóm điểm số CSR liên quan đến hoạt động môi trường có mức điểm trung bình là 1,4, mức điểm trung bình này khá thấp so với mức tổng điểm tối đa là 4 của nhóm điểm số CSR môi trường. Nhóm điểm số CSR liên quan đến nguồn nhân lực của các ngân hàng trong mẫu có mức điểm trung bình là 8,6 trên mức tổng điểm tối đa là 14. Mức điểm trung bình CSR của nhóm các sản phẩm xã hội là 2,4 trên mức tổng điểm là 8. Mức điểm trung bình của đòn bẩy trung bình của các ngân hàng đạt 1,1. Tỷ số lợi nhuận trên tổng tài sản trung bình của các ngân hàng là 0,009. Hệ số Tobin's Q là 4,81. Như vậy, kết quả của thống kê mô tả dữ liệu cho thấy điểm CSR của các ngân hàng niêm yết tại Việt Nam còn tương đối thấp, chỉ có chỉ tiêu CSR nguồn nhân lực đạt mức trên trung bình.

6.2. Kết quả hồi quy

Sau khi kiểm định về tính chuẩn của các biến trong mô hình, nhóm tác giả sử dụng phần mềm Stata để xử lý dữ liệu lần lượt từng mô hình. Kết quả kiểm định tương quan cho thấy có mối tương quan giữa biến PC và ENV với hệ số tương quan là 0,987, vì vậy, biến PC được loại khỏi mô hình nghiên cứu, sau khi loại biến PC, kết quả kiểm định tính vững cho thấy tất cả hệ số phóng đại phương sai (VIF) của mô hình đều nhỏ hơn 10. Kết quả hồi quy đa biến cho tác động của trách nhiệm xã hội đến khả năng sinh lợi của các ngân hàng niêm yết được thể hiện trong Bảng 3 và Bảng 4 dưới đây.

Bảng 3.

Kết quả hồi quy đa biến cho tác động của trách nhiệm xã hội đến ROA của các ngân hàng Việt Nam

	Pool OLS	FEM	REM	SGMM
LEV	-0,01 [-1,48]	0,01 [0,54]	-0,01 [-1,22]	-0,01** [-2,21]
SIZE	0,01*** [3,04]	0,01*** [6,20]	0,01*** [3,84]	0,01** [2,28]
HR	-0,01 [-1,41]	-0,01 [-0,50]	-0,01 [-0,79]	-0,01 [-2,01]
ENV	-0,01* [-1,84]	0,01 [0,25]	-0,01 [-0,09]	-0,01 [-0,51]
CI	0,01 [0,85]	0,01 [0,53]	0,01 [1,55]	0,01 [1,33]
Hằng số	-0,03** [-2,00]	-0,22*** [-5,94]	-0,09*** [-3,40]	-0,04 [-1,54]
Số mẫu	102	102	102	102
R ²	0,16	0,45		

Ghi chú: *, **, ***, lần lượt tương ứng với các mức ý nghĩa thống kê 10%, 5% và 1%;

Các số liệu trong dấu ngoặc vuông [] thể hiện p-value.

Kết quả hồi quy cho thấy quy mô ngân hàng (SIZE) có tác động cùng chiều đến khả năng sinh lời với mức ý nghĩa thống kê 5%, tức là ủng hộ giả định rằng khả năng sinh lợi của ngân hàng có liên quan đến quy mô ngân hàng. Kết quả này cho thấy các ngân hàng có quy mô càng lớn thì khả năng sinh lợi càng tăng. Khi quy mô ngân hàng lớn, ngân hàng càng có khả năng mở rộng cơ sở khách hàng, nguồn vốn huy động cũng dễ dàng hơn. Bên cạnh đó, quy mô hoạt động lớn sẽ giúp ngân hàng giảm chi phí hoạt động do tận dụng lợi thế trên quy mô, từ đó thu hút được nhiều khách hàng cho vay tốt hơn. Kết quả nghiên cứu này phù hợp với nghiên cứu thực nghiệm của Pasiouras và cộng sự (2008), Guillén và cộng sự (2014).

Đối với biến đòn bẩy tài chính (LEV), hệ số hồi quy của biến này âm với mức ý nghĩa thống kê là 10%, tức là ủng hộ giả định rằng khả năng sinh lợi có mối liên hệ với đòn bẩy tài chính. Kết quả này cho thấy khi cho vay tăng thì khả năng sinh lợi giảm, điều này phù hợp với nghiên cứu thực

nghiệm của Berger và cộng sự (1997). Khi ngân hàng tăng trưởng tín dụng nhưng không kiểm soát tốt chất lượng tín dụng và quản trị rủi ro tín dụng chưa hiệu quả sẽ dẫn đến các khoản nợ xấu, từ đó tác động tiêu cực đến khả năng sinh lợi của ngân hàng.

Đối với biến CSR liên quan đến nguồn nhân lực (HR), hệ số hồi quy của biến này âm với mức ý nghĩa thống kê là 10%, tức là ủng hộ giả định rằng khả năng sinh lợi có mối liên hệ với CSR nhóm nguồn nhân lực. Kết quả này cho thấy khi các hoạt động liên quan đến nguồn nhân lực tăng thì khả năng sinh lợi của ngân hàng giảm xuống, điều này phù hợp với nghiên cứu của Orazalin (2019). Khi tăng cường các hoạt động liên quan đến nhân sự thì sẽ mang lại giá trị cho các ngân hàng, nhưng trước khi mang lại giá trị thì ngân hàng phải chi trả một khoản chi phí nhất định, các chi phí này tác động đến chi phí chung từ đó làm lợi nhuận của ngân hàng giảm xuống.

Đối với các biến CSR thuộc nhóm hoạt động cộng đồng (PC), nhóm hoạt động môi trường (ENV) và nhóm dịch vụ xã hội (CI), kết quả cho thấy có tác động cùng chiều của PC và CI đến ROE nhưng không có ý nghĩa thống kê, tức là không ủng hộ giả định rằng khả năng sinh lợi của ngân hàng có liên quan đến CSR thuộc nhóm hoạt động cộng đồng, hoạt động liên quan đến môi trường và nhóm dịch vụ xã hội. Điều này cho thấy vấn đề về môi trường và các sản phẩm mang tính xã hội tại Việt Nam chưa phải là yếu tố quyết định trong việc chọn lựa ngân hàng giao dịch.

Bảng 4.

Kết quả hồi quy đa biến cho tác động của trách nhiệm xã hội đến Tobin's Q

	Pool OLS	FEM	REM	SGMM
LEV	0,40** [2,40]	0,79*** [6,09]	0,58*** [4,33]	0,59*** [18,11]
SIZE	0,18*** [3,05]	0,72*** [4,72]	0,29*** [2,98]	0,21** [2,25]
HR	0,03 [1,33]	-0,12** [-2,12]	-0,01 [-0,36]	0,03 [0,83]
ENV	-0,08* [-1,88]	0,15** [2,07]	0,01 [0,25]	-0,03 [-0,44]
CI	0,03 [0,98]	0,11*** [3,14]	0,09*** [2,93]	0,02 [0,70]
Hằng số	0,63 [0,54]	-9,42*** [-3,24]	-1,80 [-0,94]	0,03 [0,02]
Số mẫu	102	102	102	102
R ²	0,17	0,51		

Ghi chú: *, **, ***, lần lượt tương ứng với các mức ý nghĩa thống kê 10%, 5% và 1%;

Các số liệu trong dấu ngoặc vuông [] thể hiện p-value.

Kết quả hồi quy cho thấy quy mô ngân hàng (SIZE) có tác động cùng chiều đến hệ số Tobin's Q với mức ý nghĩa 5%. Kết quả này cho thấy các ngân hàng có quy mô càng lớn thì giá trị thị trường và giá trị sổ sách của cổ phiếu càng tăng. Khi quy mô ngân hàng lớn, đánh giá của thị trường cả về tiềm

năng lợi nhuận của doanh nghiệp trong tương lai (phản ánh vào thị giá của cổ phiếu) càng cao. Kết quả nghiên cứu này phù hợp với nghiên cứu thực nghiệm của Cho và cộng sự (2019).

Kết quả hồi quy cho thấy đòn bẩy tài chính (LEV) có tác động cùng chiều đến hệ số Tobin's Q với mức ý nghĩa 1%. Kết quả này cho thấy các ngân hàng có đòn bẩy tài chính càng lớn thì giá trị thị trường và giá trị sổ sách của cổ phiếu càng tăng. Khi đòn bẩy tài chính càng lớn, mức độ cạnh tranh của ngân hàng càng được đánh giá cao, vì vậy, đánh giá của thị trường cả về tiềm năng lợi nhuận của doanh nghiệp trong tương lai (phản ánh vào thị giá của cổ phiếu) càng cao. Kết quả nghiên cứu này phù hợp với nghiên cứu thực nghiệm của Cho và cộng sự (2019).

Kết quả cũng cho thấy CSR thuộc nhóm nguồn nhân lực (HR), nhóm môi trường (ENV), và nhóm sản phẩm xã hội (CI) có tác động cùng chiều đến hệ số Tobin's Q với mức ý nghĩa thống kê lần lượt là 5%, 5%, và 1%. Điều này cho thấy khi các hoạt động CSR được thực hiện, giá trị doanh nghiệp của ngân hàng sẽ tăng.

Tóm lại, từ kết quả hồi quy của Bảng 4 và Bảng 5 có thể thấy rằng các hoạt động CSR liên quan đến nguồn nhân lực có tác động ngược chiều đến khả năng sinh lợi của ngân hàng. Đòn bẩy tài chính có tác động ngược chiều đến khả năng sinh lợi của ngân hàng và có tác động cùng chiều với hệ số Tobin's Q. Quy mô ngân hàng có tác động cùng chiều đến khả năng sinh lợi của ngân hàng và hệ số Tobin's Q. CSR thuộc nhóm nguồn nhân lực (HR), nhóm môi trường (ENV) và nhóm sản phẩm xã hội (CI) có tác động cùng chiều đến hệ số Tobin's Q.

7. Các hàm ý

Kết quả nghiên cứu cho thấy các hoạt động gắn kết với nguồn nhân lực (HR) có tác động ngược chiều đến khả năng sinh lợi, hàm ý rằng các chi phí chi cho các hoạt động này sẽ làm gia tăng chi phí chung, từ đó làm giảm khả năng sinh lợi của ngân hàng. Tuy nhiên, tác động này là tác động mang tính ngắn hạn, về lâu dài những giá trị mang lại cho người lao động sẽ giúp nguồn lực của ngân hàng mạnh lên và mang lại nhiều giá trị gia tăng. Nguồn nhân lực là chủ thể vận hành hệ thống, điều khiển hạ tầng công nghệ, thực thi các kế hoạch theo quy trình đã định, là nguồn sản sinh các ý tưởng mới, các sáng kiến giúp ngày càng hoàn thiện quy trình nghiệp vụ, từ đó nâng cao hiệu suất hệ thống, tiết kiệm chi phí, giảm thiểu rủi ro cho ngân hàng thương mại. Quản trị nguồn nhân lực là nguyên nhân của thành công hay thất bại trong các hoạt động kinh doanh, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp hoạt động trong mảng dịch vụ. Vì vậy, các ngân hàng chưa chú trọng đến các hoạt động này một cách đầy đủ cũng cần quan tâm hơn. Cụ thể, ngân hàng cần chú trọng đến các tiêu chí bao gồm:

- *Thứ nhất*, chiến lược phát triển nguồn nhân lực: Theo sát chiến lược kinh doanh, quản trị nguồn nhân lực theo thông lệ tốt nhất. Thay đổi tư duy quản trị nguồn nhân lực từ hành chính sang nhân sự đối tác, hỗ trợ tối đa nguồn nhân lực thúc đẩy hoạt động kinh doanh, nhất quán về khung chính sách. Xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp, ưu tiên mọi nguồn lực để phát triển nhân tài.

- *Thứ hai*, chính sách tuyển dụng nhân sự: Xây dựng bộ tiêu chí lựa chọn cán bộ tài năng gắn với khung năng lực, phù hợp với kiến thức, kỹ năng cần phải có ở từng vị trí công việc, cấp độ công việc.

- *Thứ ba*, công tác đào tạo: Xây dựng lộ trình đào tạo rõ ràng và cam kết thực hiện theo lộ trình đó, đặc biệt là các chương trình đào tạo cho cán bộ lãnh đạo, cán bộ quy hoạch, tiền bổ nhiệm. Các thông tin về lộ trình này cần được truyền tải đầy đủ và kịp thời đến người lao động.

- *Thứ tư*, chính sách phúc lợi cho người lao động: Hoàn thiện cơ chế chi trả lương, cần phải phát huy được cơ chế tạo động lực, đãi ngộ đối với cán bộ về công tác tiền lương, chính sách nâng lương. Áp dụng tiền lương theo thông lệ thị trường: Lương cứng, lương mềm, phải làm rõ hơn việc phân biệt tiền lương giữa các vị trí, trong cùng vị trí theo năng suất lao động, kết quả thực hiện công việc, nghiên cứu điều chỉnh thang lương đảm bảo cạnh tranh với thị trường. Chính sách phúc lợi cũng cần hỗ trợ cho người lao động trong những trường hợp đặc biệt và những thời điểm đặc biệt như những trường hợp bất khả kháng hoặc đại dịch COVID-19.

Kết quả còn cho thấy CSR thuộc nhóm nguồn nhân lực (HR), nhóm môi trường (ENV) và nhóm sản phẩm xã hội (CI) có tác động cùng chiều đến hệ số Tobin's Q. Khi các hoạt động CSR được thực hiện, giá trị doanh nghiệp của ngân hàng sẽ tăng. Từ kết quả này, nghiên cứu gợi ý các ngân hàng cần có chiến lược để gia tăng các hoạt động CSR để nâng cao giá trị ngân hàng đối với công chúng.

Kết quả nghiên cứu cho thấy có mối liên hệ ngược chiều giữa đòn bẩy (LEV) và khả năng sinh lợi của ngân hàng và có tác động cùng chiều đến hệ số Tobin's Q. Điều này cho thấy các ngân hàng nên đảm bảo hiệu quả và giám sát chặt chẽ dịch vụ cung cấp để sử dụng tối ưu các nguồn lực nhằm tăng hiệu quả kinh doanh chung của ngân hàng. Đặc biệt, các ngân hàng cần sử dụng đòn bẩy một cách hiệu quả thông qua kiểm soát chất lượng tín dụng và hoàn thiện hoạt động quản trị rủi ro tín dụng. Trước yêu cầu về việc áp dụng quản trị rủi ro tín dụng theo chuẩn Basel II, các ngân hàng thương mại Việt Nam càng có cơ hội cải thiện chất lượng tín dụng. Từ đó, các ngân hàng cần có các giải pháp chủ động trong việc xây dựng kế hoạch triển khai Basel II.

Kết quả nghiên cứu cho thấy quy mô ngân hàng (SIZE) có tác động cùng chiều đến khả năng sinh lợi và hệ số Tobin's Q. Từ đó, các ngân hàng cần có chiến lược để mở rộng quy mô hoạt động, tăng cường năng lực cạnh tranh để tăng khả năng sinh lợi. Đối với chiến lược mở rộng quy mô hoạt động, ngân hàng cần có tiềm lực về nguồn vốn và sử dụng nguồn vốn hiệu quả. Các ngân hàng có thể xem xét đến phương án tăng vốn như: Chia cổ tức bằng cổ phiếu, phát hành riêng lẻ và chào bán cho cán bộ nhân viên. Dựa vào nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng, chiến lược tăng khả năng cạnh tranh của ngân hàng cần tập trung vào tăng khả năng trải nghiệm của khách hàng đối với các dịch vụ cung cấp. Các ngân hàng có thể tận dụng những cơ hội từ công nghệ trong tài chính (Fintech) với việc ứng dụng các công nghệ, kỹ thuật mới như: Điện toán đám mây, phân tích dữ liệu lớn, trí tuệ nhân tạo, xác thực sinh trắc học.

Tài liệu tham khảo

- Hồ Viết Tiến, Từ Văn Bình, & Đặng Thị Mỹ Ngân. (2020). *Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp* (tr. 17). TP.HCM: NXB Kinh tế TP.HCM.
- Abreu, M., & Mendes, V. (2000). *Commercial bank interest margins and profitability*. In Evidence for some EU countries. Presented on the 50th International Atlantic Economic Conference.
- Albinger, H. S., & Freeman, S. J. (2000). Corporate social performance and attractiveness as an employer to different job seeking populations. *Journal of Business Ethics*, 28, 243–253. doi: 10.1023/A:1006289817941
- Ayangbah, F. (2017). A comparative analysis of corporate social responsibility practices in the banking industry: The case of Ghana and China. *Journal of Economics, Management and Trade*, 20(1), 1–14.

- Berger, A. N., Leusner, J. H., & Mingo, J. J. (1997). The efficiency of bank branches. *Journal of Monetary Economics*, 40(1), 141–162.
- Cho, J., Youn, J. M., & Cho, D. (2019). An automatic array distribution technique for multi-bank memory of high performance IoT systems. *World Journal of Wireless Devices and Engineering*, 3(1), 15–20.
- Classon, J., & Dahlström, J. (2006). *How can CSR affect company performance. A qualitative study od CSR and its effects*. Karlstads Universität: Business Administration Master Thesis.
- Ibrahim, U. A., & Umeano, O. (2019). Assessing the effect of corporate social responsibility on financial performance of a company. *European Journal of Management Issues*, 27(3–4), 73–81.
- Jizi, M. I., Salama, A., Dixon, R., & Stratling, R. (2014). Corporate governance and corporate social responsibility disclosure: Evidence from the US banking sector. *Journal of Business Ethics*, 125(4), 601–615.
- Golin, J., & Delhaise, P. (2013). *The Bank Credit Analysis Handbook: A Guide for Analysis, Bankers and Investors* (2nd ed.). USA: John Wiley & Sons.
- Guillén, J., Rengifo, E. W., & Ozsoz, E. (2014). Relative power and efficiency as a main determinant of banks' profitability in Latin America. *Borsa Istanbul Review*, 14(2), 119–125.
- Hahn, T., & Scheermesser, M. (2006). Approaches to corporate sustainability among German companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 13(3), 150–165. doi: 10.1002/csr.100
- Karagiorgos, T. (2010). Corporate social responsibility and financial performance: An empirical analysis on Greek companies. *European Research Studies*, 13(4), 85–108.
- Kiviet, J. F., Phillips, G. D., & Schipp, B. (1995). The bias of OLS, GLS, and ZEF estimators in dynamic seemingly unrelated regression models. *Journal of Econometrics*, 69(1), 241–266.
- Orazalin, N. (2019). Corporate governance and corporate social responsibility (CSR) disclosure in an emerging economy: Evidence from commercial banks of Kazakhstan. *Corporate Governance*, 19(3), 490–507.
- Maqbool, S., & Zameer, M. N. (2018). Corporate social responsibility and financial performance: An empirical analysis of Indian banks. *Future Business Journal*, 4(1), 84–93.
- Moskowitz, M. (1972). Choosing socially responsible stocks. *Business and Society Review*, 1, 72–75.
- Matuszak, Ł., & Róžańska, E. (2019). A non-linear and disaggregated approach to studying the impact of CSR on accounting profitability: Evidence from the Polish banking industry. *Sustainability*, 11(1), 183.
- Mwangi, C. I., & Oyenje, J. J. (2013). The relationship between corporate social responsibility practices and financial performance of firms in the manufacturing, construction and allied sector of the Nairobi securities exchange. *International Journal of Business, Humanities and Technology*, 3(2), 81–90.
- Murage, J., Muya, J., & Mogwambo, V. (2018). Effects of interest rates on financial performance of deposit taking sacco in Kisii County, Kenya. *International Journal of Social Sciences and Information Technology*, 4(10), 108–116.

- Rose, P. S., & Hudgins, S. C. (2013). *Bank Management & Financial Services*. New York, USA: McGraw-Hill.
- Roberts, P. W., & Dowling, G. R. (2002). Corporate reputation and sustained superior financial performance. *Strategic Management Journal*, 23(12), 1077–1093. doi: 10.1002/smj.274
- Pasiouras, F., Liadaki, A., & Zopounidis, C. (2008). Bank efficiency and share performance: Evidence from Greece. *Applied Financial Economics*, 18(14), 1121–1130.
- Sehreen, F., Afroz, F., & Masum, M. H. (2017). Corporate social responsibility (CSR) exercises of a financial institution in Bangladesh: A study on Social Islami Bank Ltd. (SIBL) (Savar Branch, Dhaka). *Journal of Education and Social Sciences*, 6, 73–81.
- Yeung, S. (2011). The role of banks in corporate social responsibility. *Journal of Applied Economics and Business Research*, 1(2), 103–115.
- Yüksel, S., Mukhtarov, S., Mammadov, E., & Özsarı, M. (2018). Determinants of profitability in the banking sector: An analysis of Post-Soviet countries. *Economies*, 6(3), 41.
- Wooldridge, J. M. (2002). Inverse probability weighted M-estimators for sample selection, attrition, and stratification. *Portuguese Economic Journal*, 1(2), 117–139.