

---

# QUYỀN LỰC GIÁM ĐỐC ĐIỀU HÀNH CÓ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CÔNG BỐ TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP? BẰNG CHỨNG TẠI VIỆT NAM

Ngô Nhật Phương Diễm  
Trường Đại học Tài chính Marketing  
Email: ngodiem@ufm.edu.vn

Mã bài: JED-861  
Ngày nhận bài: 28/08/2022  
Ngày nhận bài sửa: 26/12/2022  
Ngày duyệt đăng: 27/04/2023  
Mã DOI: 10.33301/JED.VI.861

## Tóm tắt

Nghiên cứu đánh giá tác động của giám đốc điều hành có quyền lực đến công bố thông tin trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp thông qua nghiên cứu mẫu gồm 257 công ty niêm yết tại sàn Hà Nội trong giai đoạn 2016 – 2020 với tổng số 1285 quan sát. Kết quả hồi quy dữ liệu bảng với mô hình ảnh hưởng cố định thừa nhận công ty có giám đốc điều hành quyền lực (CEOPOWER) có xu hướng ít tiết lộ thông tin về trách nhiệm xã hội (CSR). Nghiên cứu này đóng góp đáng kể vào tài liệu về mảng thực hiện công bố CSR với thừa nhận tại công ty có các giám đốc điều hành quyền lực thì mức độ công bố thông tin CSR thấp hơn trong bối cảnh nền kinh tế mới nổi như Việt Nam. Đồng thời nghiên cứu góp phần cung cấp bằng chứng tin cậy để sở giao dịch chứng khoán có căn cứ ban hành các hướng dẫn nhằm kiểm soát quyền lực giám đốc điều hành.

**Từ khoá:** Quyền lực giám đốc điều hành, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, Việt Nam.  
**Mã JEL:** M41

## Does CEO power affect corporate social responsibility disclosure? Evidence from Vietnam

### Abstract

The study assessed the impact of powerful chief executive officers (CEO) on corporate social responsibility disclosure by studying a sample of 257 companies listed on the Hanoi Stock Exchange from 2016 to 2020, totaling 1285 observations. The panel data regression results with the fixed effects model admit that companies with powerful CEO (CEOPOWER) tend to disclose less about corporate social responsibility (CSR). This study contributes significantly to the literature on CSR, recognizing that firms with powerful CEOs have lower levels of CSR disclosure in the context of an emerging economy like Vietnam. At the same time, the study provides reliable evidence for the stock exchange to have grounds to issue guidelines to control the power of the CEO.

**Keywords:** Power of CEO, corporate social responsibility, Vietnam.

**JEL code:** M41

---

## 1. Đặt vấn đề

Thực hiện chiến lược công bố trách nhiệm xã hội hiệu quả có thể giúp các doanh nghiệp đạt được các lợi thế cạnh tranh nhất định và có thể phát triển bền vững (Waldman & Siegel, 2008). (Friedman, 1970) thừa nhận các cổ đông luôn tin tưởng các công ty hoạt động với mục đích tối đa hóa giá trị cho cổ đông. Vì vậy, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đã trở thành một phần tất yếu trong hoạt động quản trị của tổ chức (Yuan & cộng sự, 2020), trong đó vai trò của giám đốc điều hành (CEO) vô cùng quan trọng nên các tập đoàn lớn như Walmart, Nike và Starbucks đã bắt đầu thực hiện công bố trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) vào chiến lược công ty nhằm đáp ứng nhu cầu của các bên có liên quan. Câu hỏi đã được đặt ra “Đặc điểm CEO có quan trọng đối với thực hiện CSR tại các doanh nghiệp hay không?” Xã hội không chỉ yêu cầu các doanh nghiệp tạo ra giá trị kinh tế mà còn mong muốn công ty và CEO hành xử có trách nhiệm (Aramburu & Pescador, 2019; Raimo & cộng sự, 2021). Đặc biệt mong muốn này còn đúng hơn trong thời điểm thế giới đang đối mặt với cuộc khủng hoảng kinh tế và xã hội do đại dịch Covid 19 gây ra (Hassan & cộng sự, 2021).

Lý thuyết cấp trên (Upper echelons theory) cho rằng giám đốc điều hành hành động trên cơ sở nhận định về các tình huống chiến lược họ phải đối mặt có liên quan đến kinh nghiệm, giá trị, tính cách của họ (Hambrick & Mason, 1984). Do đó, các nghiên cứu trước đây căn cứ vào lý thuyết cấp trên nhận định rằng giám đốc điều hành của công ty có tác động đến hoạt động CSR (Carpenter & cộng sự, 2004; García-Sánchez & cộng sự, 2020) và các đặc điểm của CEO cung cấp một sự giải thích mạnh mẽ về sự khác biệt CSR giữa các công ty (Chin & cộng sự, 2013; (Wang & cộng sự, 2016).

Giám đốc điều hành là người nắm quyền quản lý, vận hành một tổ chức, là một chức danh có quyền hạn điều hành cao nhất, họ là người đưa ra các quyết định chiến lược và lựa chọn các chính sách (Li & cộng sự, 2016; Li & cộng sự, 2018). Đồng thời, CEO cũng là người có vai trò quan trọng trong việc cải thiện việc công bố CSR của công ty nên Li & cộng sự (2018) cho rằng cần có nhiều nghiên cứu hơn trong việc đánh giá vai trò của CEO đến việc công bố CSR mặc dù có nhiều nghiên cứu thừa nhận CEO có tác động đến hoạt động CSR tại các thị trường phát triển (Carpenter & cộng sự, 2004; Li & cộng sự, 2018; Jiraporn & Chintrakarn, 2013; Sheikh, 2019), nhưng các nghiên cứu về vấn đề này tại thị trường mới nổi còn khá hạn chế. Bởi vì vấn đề cấu trúc và quy tắc thể chế quản trị tại thị trường mới nổi và thị trường phát triển có sự khác nhau nên tác động của quyền lực CEO đối với công bố CSR ở các nền kinh tế mới nổi cũng khác nhau. Các CEO quyền lực tại các nền kinh tế phát triển được khuyến khích tiết lộ nhiều thông tin đến CSR hơn vì để tối đa hóa lợi ích cá nhân (Heli & cộng sự, 2008); tạo dựng hình ảnh cho bản thân (Li & cộng sự, 2016; Li & cộng sự, 2018); nâng cao danh tiếng (Barnea & Rubin, 2010). Ngoài ra, do bản chất của quyền sở hữu cổ phiếu tại các nền kinh tế phát triển làm cho mức độ bất cân xứng thông tin cao giữa cổ đông và nhà quản lý nên các CEO có xu hướng tiết lộ nhiều thông tin hơn về CSR để giảm mức độ bất cân xứng thông tin (Cho & cộng sự, 2013). Trong khi đó, tại nền kinh tế mới nổi, CEO quyền lực có thể ít tiết lộ thông tin về CSR hơn CEO tại các nước phát triển do họ nắm giữ tỷ lệ sở hữu cao và các CEO cũng cho rằng việc tiết lộ CSR quá mức sẽ làm tăng chi phí nên làm giảm lợi nhuận của đơn vị và từ đó ảnh hưởng đến lợi ích của chủ sở hữu cũng như lợi ích của chính bản thân họ (Barnea & Rubin, 2010). Chính vì vậy, nghiên cứu này được thực hiện nhằm xem xét tác động của CEO quyền lực đến công bố CSR như thế nào trong bối cảnh nền kinh tế mới nổi như Việt Nam.

Nghiên cứu này đã đóng góp thêm bằng chứng thực nghiệm cho thấy ảnh hưởng của quyền lực CEO đối với việc công bố CSR trong bối cảnh nền kinh tế mới nổi. Nghiên cứu cũng cung cấp thêm cho nền tảng lý luận về khái niệm sâu hơn về CEO trong lĩnh vực CSR và chúng tôi cung cấp thêm thông tin để củng cố quan điểm về mối quan hệ giữa CEO và CSR (Chin & cộng sự, 2013; Saridakis & cộng sự, 2020)

Ngoài phần tổng quan, bài viết này được cấu trúc như sau: phần 2 trình bày về lý thuyết nền, giả thuyết nghiên cứu, phần 3 cung cấp phương pháp nghiên cứu, phần 4 trình bày kết quả nghiên cứu và cuối cùng là kết luận.

## 2. Lý thuyết nền tảng và giả thuyết nghiên cứu

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là một dạng hành vi chiến lược (Waldman & Siegel, 2008) phản ánh mức độ mà một công ty tích cực tham gia vào hoạt động xã hội để đáp ứng lợi ích và kỳ vọng của chủ sở hữu (McWilliams & Siegel, 2000), vượt ra cả các yêu cầu pháp lý để cung cấp lợi ích cho xã hội (McWilliams

& Siegel, 2001). Trong khi đó tại Việt Nam, trách nhiệm xã hội bao gồm trách nhiệm về mặt kinh tế (nghĩa là tạo ra lợi ích kinh tế cho các cổ đông), trách nhiệm về mặt pháp lý (đó là những hoạt động phải tuân thủ các quy định của pháp luật hiện hành), trách nhiệm về mặt đạo đức (hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp phải công bằng), trách nhiệm làm điều thiện đối với cộng đồng (theo thông tư của Bộ Tài Chính, 2020) và yêu cầu công bố thông tin trách nhiệm xã hội theo 3 khía cạnh: môi trường, con người và phục vụ cộng đồng.

Các công ty nên đóng góp vào lợi ích chung toàn xã hội bằng cách gia tăng giá trị công ty và cung cấp hàng hoá - dịch vụ một cách hiệu quả và công bằng (Gatti & cộng sự, 2019) để đảm bảo rằng kết quả nhất quán với mục tiêu bền vững xã hội, môi trường sinh thái (Wheeler & cộng sự, 2003). Giám đốc điều hành thật sự đóng vai trò quan trọng trong thực hiện các chiến lược liên quan đến CSR (Bernard & cộng sự, 2018; Chen & cộng sự, 2019) nên một số nghiên cứu trước đây cho rằng các đặc điểm CEO có thể tác động đến việc công bố CSR (Chin & cộng sự, 2013; Tang & cộng sự, 2015; García-Sánchez & cộng sự, 2020) hay CEO được thuê bên ngoài cũng tác động đến CSR (Bernard & cộng sự, 2018).

Lý thuyết cấp trên (Hambrick & Mason, 1984) lập luận rằng các quyết định được ban hành tại các công ty cổ phần phản ánh đặc điểm của CEO (Sanders & Carpenter, 1998), điều này cũng cho thấy quyết định càng phức tạp thì ảnh hưởng của những đặc điểm này càng lớn (Bernard & cộng sự, 2018; Zhang & cộng sự, 2021). Do đó có nghiên cứu cho rằng đặc điểm CEO giải thích được khoảng 30% sự thay đổi của CSR (Wernicke & cộng sự, 2021). Các nghiên cứu trước đây cho rằng CEO với vai trò là nhà sáng lập và có chuyên môn về tài chính – kế toán sẽ là CEO có nhiều quyền lực nhất (Gao & Jain, 2012; Gounopoulos & Pham, 2018; Li & Srinivasan, 2011). Đồng thời, Li & Srinivasan (2011) nhận thấy tại các công ty có CEO là nhà sáng lập thì cung cấp nhiều đặc quyền hơn các công ty mà CEO không phải là nhà sáng lập, CEO là nhà sáng lập được gia tăng thêm quyền lực ảnh hưởng đến việc ra quyết định (Adams & cộng sự, 2009) tác động đến chiến lược, mục tiêu của công ty (Stockmans & cộng sự, 2010).

Nghiên cứu của (Jiraporn & Chintrakarn, 2013) cho thấy sự gia tăng quyền lực của CEO có liên quan đến việc công bố CSR nhiều hơn. Đồng thời các nghiên cứu khác trong bối cảnh tại các nền kinh tế phát triển (Mỹ và Anh) đã cung cấp bằng chứng khi các CEO có quyền lực thì ảnh hưởng đến việc công bố CSR (Sheikh, 2019; Li & cộng sự, 2018). Trong khi đó rất ít bằng chứng cho thấy tác động của quyền lực CEO đến CSR tại nền kinh tế mới nổi (Rashid & cộng sự, 2020; Rashid & cộng sự, 2020) trong nghiên cứu của mình đã lập luận các CEO quyền lực tại nền kinh tế mới nổi có thể không quá nhấn mạnh đến việc tiết lộ CSR vì việc tiết lộ CSR cần thêm nhiều nguồn lực, làm tăng chi phí và tác động đến con số lợi nhuận. Vì vậy trong nghiên cứu này với bối cảnh tại Việt Nam – một nền kinh tế mới nổi, chúng tôi kỳ vọng các CEO quyền lực có tác động tiêu cực đến CSR nên đề xuất giả thuyết:

*Giả thuyết: quyền lực CEO có mối tương quan tiêu cực với mức độ tiết lộ CSR*

### **3. Phương pháp nghiên cứu**

#### **3.1. Mẫu dữ liệu**

Nghiên cứu sử dụng mẫu dữ liệu ban đầu là toàn bộ các công ty niêm yết trên sàn chứng khoán Hà Nội (HNX) từ năm 2016 đến năm 2020. Sau khi loại trừ các công ty thuộc lĩnh vực tài chính, bảo hiểm ngân hàng và những công ty không công bố đầy đủ thông tin về CEO thì mẫu dữ liệu cuối cùng là 257 công ty với tổng 1,285 quan sát trong giai đoạn 2016- 2020. Báo cáo thường niên của các công ty là cơ sở để thu thập dữ liệu liên quan về công bố CSR và đây cũng là báo cáo để nghiên cứu thu thập dữ liệu liên quan đến CEO. Để thu thập dữ liệu về các biến kiểm soát, chúng tôi sử dụng cơ sở dữ liệu của DataStream.

#### **3.2. Mô hình nghiên cứu dự kiến**

$$CSR_i = \alpha_0 + \beta_1 CEOPOWER_{it} + \beta_2 ROA_{it} + \beta_3 SIZE_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \epsilon_{it}$$

Trong đó:

- CSR đại diện cho công bố trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, đo lường theo thông tư 96/2020/TT -BTC;
- CEOPOWER: Quyền lực CEO;
- ROA: Tỷ suất sinh lợi trên tài sản;
- SISE: Quy mô công ty;

- LEV: Đòn bẩy tài chính;
- $\alpha_0$  là hệ số chặn;
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$  là các hệ số hồi quy;
- $\varepsilon_{it}$ : là sai số.

### 3.3. Đo lường các biến trong mô hình nghiên cứu

#### 3.3.1. Đo lường biến phụ thuộc

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) được đo lường theo các chỉ tiêu quy định công bố theo thông tư của Bộ Tài Chính (2020). Các nghiên cứu hiện nay cho thấy việc công bố thông tin có thể được định lượng bằng cách sử dụng phương pháp tiếp cận có trọng số hay không trọng số (Bose & cộng sự, 2018). Trong nghiên cứu này, chúng tôi sử dụng phương pháp tiếp cận không trọng số. Theo Ben Amar & Chakroun (2018) và Rashid & cộng sự (2020), chúng tôi áp dụng biến nhị phân đo lường sự tiết lộ CSR, công ty được gán giá trị “1” nếu một mục theo quy định được công bố trên báo cáo thường niên, ngược lại nhận giá trị bằng “0” nếu nó không được công bố. Với tổng 20 mục cần công bố thì CSR được đo lường là tỷ lệ giữa tổng số các thông tin nhận giá trị 1 với số lượng mục có liên quan đến công bố trách nhiệm xã hội.

#### 3.3.2. Đo lường biến độc lập

Với quan điểm cho rằng, CEO là nhà sáng lập làm tăng thêm quyền lực trong việc tác động đến việc ra các quyết định (Adams & cộng sự, 2009) và các CEO sáng lập thường có ảnh hưởng sâu sắc đến chiến lược, giá trị của công ty (Stockmans & cộng sự, 2010). Hơn nữa chuyên môn tài chính – kế toán của các CEO được cho là làm tăng lợi thế về thông tin và khả năng kiểm soát thông tin của công ty (Le & cộng sự, 2020). Do đó, quyền lực CEO (CEOPOWER) là biến tổng hợp gồm hai đặc điểm CEO là nhà sáng lập và CEO có chuyên môn về tài chính – kế toán (theo Aier & cộng sự (2005) chuyên môn tài chính – kế toán được đo lường bằng cách sử dụng kinh nghiệm với vai trò là CEO trong quá khứ hay kinh nghiệm với vai trò là giám đốc tài chính; bằng cấp chứng chỉ liên quan đến tài chính, kế toán). Đồng thời, nghiên cứu này căn cứ vào (Le & cộng sự, 2020) đo lường CEOPOWER là một biến nhị phân nhận giá trị là 1 nếu CEO của công ty vừa là nhà sáng lập và vừa có chuyên môn tài chính – kế toán, ngược lại nhận giá trị là 0.

#### 3.3.3. Đo lường biến kiểm soát

Để kiểm soát tác động của các nhân tố khác đến CSR, chúng tôi bổ sung 3 (ba) biến kiểm soát trong mô hình nghiên cứu như quy mô công ty, đòn bẩy tài chính, tỷ suất sinh lợi trên tài sản. Quy mô công ty là một biến kiểm soát vì các công ty lớn hơn thì sẽ có nhiều nguồn tài chính hơn để tham gia vào công bố CSR và công ty cũng thu hút áp lực của công chúng nên thể hiện trách nhiệm với xã hội hơn (Dhaliwal & cộng sự, 2014; Rashid & cộng sự, 2020). Các công ty có lợi nhuận thì có nhiều nguồn lực hơn để thực hiện hoạt động CSR và công bố thông tin (Jiraporn & Chintrakarn, 2013; Rashid & cộng sự, 2020). Đồng thời, đòn bẩy tài chính cũng là một nhân tố tác động rất lớn đến việc công bố CSR (Jiraporn & Chintrakarn, 2013; Dhaliwal & cộng sự, 2014; Rashid & cộng sự, 2020).

## 4. Kết quả nghiên cứu

### 4.1. Thống kê mô tả

**Bảng 1: Kết quả thống kê mô tả các biến**

Biến	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
CSR	0,5367315	0,1748526	0,1	0,95
CEOPOWER	0,0241245	0,1534955	0	1
ROA	0,0600589	0,0818552	-0,4709181	0,6018671
SIZE	11,55401	0,5615725	10,19989	13,41973
LEV	0,4983185	0,2370605	0,0131134	1,16782

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ phần mềm Stata 16.0.

Trước tiên, nghiên cứu sử dụng phần mềm stata 16.0 tiến hành xác định kết quả thống kê mô tả biến độc lập, biến phụ thuộc và biến kiểm soát với các giá trị trung bình, độ lệch chuẩn, giá trị nhỏ nhất, giá trị lớn nhất tại Bảng 1. Kết quả tại bảng 1 thể hiện mức độ công bố thông tin CSR tại các công ty niêm yết ở HNX là khoảng 53% các mục với mức công bố thấp nhất là 1% và mức công bố cao nhất đạt đến 95%. CEO quyền lực chiếm khoảng 3% có nghĩa là có khoảng 3% CEO của công ty vừa là nhà sáng lập vừa có chuyên môn về tài chính - kế toán.

#### 4.2. Kết quả hồi quy đa biến

Để đạt độ tin cậy của dữ liệu phục vụ cho nhận định mối tương quan giữa CEO quyền lực và CSR nên nghiên cứu thực hiện kiểm định mối tương quan giữa các biến và hiện tượng đa cộng tuyến. Kết quả thể hiện tại Bảng 2 cho thấy các biến trong mô hình hồi quy không có mối tương quan mật thiết (hệ số tương quan <0,8) và không bị hiện tượng đa cộng tuyến ( $Vif < 2$ ). Điều này cho thấy, mô hình có đủ giá trị dự đoán.

**Bảng 2: Kiểm định mối tương quan giữa các biến và hiện tượng đa cộng tuyến**

	CSR	CEOPOWER	ROA	SIZE	LEV	VIF
<b>CSR</b>	1					
<b>CEOPOWER</b>	-0,0998	1				1,02
<b>ROA</b>	-0,0611	-0,0519	1			1,06
<b>SIZE</b>	0,0679	-0,1119	-0,0861	1		1,33
<b>LEV</b>	-0,0067	-0,0289	-0,2275	0,487	1	1,37
<b>Mean VIF</b>						1,19

Nguồn: Tác giả tổng hợp và xử lý từ phần mềm Stata 16.0.

Tiếp theo nghiên cứu sử dụng hai kiểm định White và kiểm định Woolridge để kiểm định phương sai thay đổi và hiện tượng tự tương quan với kết quả lần lượt với  $Prob > \chi^2 = 0,0045 (< 5\%)$  và  $Prob > F = 0,1148 (> 5\%)$ . Kết quả kiểm định này cho thấy mô hình có phương sai thay đổi và không tồn tại hiện tượng tự tương quan.

Ngoài ra, nghiên cứu sử dụng dữ liệu bảng nên bắt buộc phải thực hiện kiểm định F, kiểm định LM, kiểm định Hausman với mục đích xác định mô hình hồi quy nào là phù hợp nhất để biện luận kết quả. Với kiểm định F với  $Prob > F = 0,000$  và kiểm định LM với  $Prob > \chi^2 = 1,000$  nên mô hình hồi quy phù hợp nhất là mô hình ảnh hưởng cố định (FEM - Fixed effects model). Nhưng mô hình bị phương sai thay đổi nên để đảm bảo tính tin cậy trong nhận định, nghiên cứu sử dụng mô hình FEM – ROBUST (Bảng 3).

**Bảng 3: Kết quả hồi quy**

CSR	Pool OLS	FEM	REM	FEM- Robust
CEOPOWER	-0,1145***	-0,1096***	-0,1144***	-0,1096***
ROA	-0,1208*	-0,1583***	-0,1208**	-0,1583***
SIZE	0,0227***	0,0259***	0,0227**	0,0259***
LEV	-0,0406**	-0,0494**	-0,0406*	-0,0493**
Hằng số	0,3042***	0,2738**	0,3042***	0,2737**

**Ghi chú:** - Ký hiệu \*, \*\*, \*\*\* lần lượt tại mức ý nghĩa 10%, 5% và 1%  
- Số quan sát: 1,285;  $Prob > F = 0,000$

Nguồn: Tác giả tổng hợp và xử lý từ phần mềm Stata 16.0

Kết quả hồi quy (Bảng 3) cho thấy bằng chứng thừa nhận quyền lực CEO có mối tương quan ngược chiều với mức độ công bố CSR tại mức ý nghĩa 1%. Kết quả nghiên cứu ủng hộ quan điểm cho rằng các CEO quyền lực tại nền kinh tế mới nổi có xu hướng ít tiết lộ CSR (Sheikh, 2019; Rashid & cộng sự, 2020). Kết quả nghiên cứu khác biệt với quan điểm các CEO quyền lực tại các nền kinh tế phát triển thì tiết lộ thông tin

---

nhieu về CSR để gia tăng uy tín bản thân, gia tăng danh tiếng (Li & cộng sự, 2018; Jiraporn & Chintrakarn, 2013). Kết quả cung cấp bằng chứng rằng quyền lực CEO có liên quan tiêu cực đến mức độ công bố CSR tại nền kinh tế mới nổi và kết quả này phù hợp với đặc thù kinh tế Việt Nam. Nền kinh tế mới nổi của Việt Nam đang trong giai đoạn tập trung nguồn lực phát triển kinh tế, theo đuổi chiến lược công nghiệp nghiệp hóa, hiện đại hóa nên chưa thật sự chú trọng đến việc thực hiện công bố thông tin về trách nhiệm xã hội. Đồng thời, Việt Nam có thể chế chính trị và điều hành kinh tế có sự khác biệt với các nước phát triển nên kết quả nghiên cứu này không đồng quan điểm với các nghiên cứu được thực hiện tại các nước phát triển.

## 5. Kết luận

Nghiên cứu này cố gắng kiểm tra các biến số liên quan đến nhà quản lý điển hình là quyền lực của giám đốc điều hành ảnh hưởng đến công bố CSR của công ty. Waldman & Siegel (2008) cho rằng quan điểm của nhà lãnh đạo cấp cao nên được đưa vào xem xét để hiểu rõ hơn vai trò lãnh đạo trong thực hiện các chiến lược và CSR cũng là một chiến lược mà lãnh đạo cần quan tâm. Đồng thời, phát hiện này thừa nhận bối cảnh công bố CSR của các CEO quyền lực không giống nhau tại các nền kinh tế khác nhau. Kết quả nghiên cứu còn có ý nghĩa đối với cơ quan quản lý cụ thể là sở giao dịch chứng khoán nên phát triển những hướng dẫn để hạn chế quyền lực của CEO đối với việc tiết lộ thông tin CSR, vì quyền lực CEO gây bất lợi trong việc công bố CSR. Ngoài ra, kết quả nghiên cứu cũng cung cấp thêm bằng chứng tin cậy, hỗ trợ các nhà quản lý, chủ sở hữu trong chiến lược công bố CSR như thế nào thông qua các chính sách liên quan đến đòn bẩy tài chính, tỷ suất lợi nhuận hay quy mô công ty.

Nghiên cứu cũng đã nỗ lực giảm bớt sự thiên lệch trong nghiên cứu này nhưng vẫn còn tồn tại một số hạn chế như sự khác biệt về văn hoá, về vai trò của CEO đối với từng quốc gia khác nhau, đặc điểm quản trị của các quốc gia khác nhau. Đồng thời, một số yếu tố liên quan đến nhân khẩu học của CEO không được đề cập trong nghiên cứu này như tình trạng hôn nhân, nhiệm kỳ CEO, quốc tịch... cũng có thể ảnh hưởng đến thực hiện CSR. Việc khám phá các đặc điểm liên quan đến CEO chưa được thực hiện trong nghiên cứu này có thể là một chủ đề nghiên cứu trong tương lai.

## Tài liệu tham khảo

- Adams, R. B., Almeida, H. & Ferreira, D. (2005), 'Understanding the Relationship between Founder-CEOs and Firm Performance', *Journal of Empirical Finance*, 16(1), 136-150.
- Aramburu, I.A. & Pescador, I.G. (2019), 'The Effects of Corporate Social Responsibility on Customer Loyalty: The Mediating Effect of Reputation in Cooperative Banks Versus Commercial Banks in the Basque Country', *Journal of Business Ethics*, 154(3), 701-719. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3438-1>.
- Barnea, A. & Rubin, A. (2010), 'Corporate Social Responsibility as a Conflict Between Shareholders', *Journal of Business Ethics*, 97(1), 71-86. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0496-z>.
- Ben Amar, A. & Chakroun, S. (2018), 'Do dimensions of corporate social responsibility affect earnings management?: Evidence from France', *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 16(2), 348-370. DOI: <https://doi.org/10.1108/JFRA-05-2017-0033>.
- Bernard, Y., Godard, L. & Zouaoui, M. (2018), 'The Effect of CEOs' Turnover on the Corporate Sustainability Performance of French Firms', *Journal of Business Ethics*, 150(4), 1049-1069. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3178-7>.
- Bose, S., Khan, H. Z., Rashid, A. & Islam, S. (2018), 'What drives green banking disclosure? An institutional and corporate governance perspective', *Asia Pacific Journal of Management*, 35(2), 501-527. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10490-017-9528-x>.
- Bộ Tài Chính (2020), *Thông tư, số 96/2020/TT-BTC*, ban hành ngày 16 tháng 11 năm 2020.
- Carpenter, M.A., Geletkancz, M.A. & Sanders, W.G. (2004), 'Upper echelons research revisited: Antecedents, elements, and consequences of top management team composition', *Journal of Management*, 30(6), 749-778. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jm.2004.06.001>.

- 
- Chen, W. (Tina), Zhou, G. (Stephen) & Zhu, X. (Kevin) (2019), 'CEO tenure and corporate social responsibility performance', *Journal of Business Research*, 95, 292–302. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.08.018>.
- Chin, M.K., Hambrick, D.C. & Treviño, L.K. (2013), 'Political Ideologies of CEOs: The Influence of Executives' Values on Corporate Social Responsibility', *Administrative Science Quarterly*, 58(2), 197–232. DOI: <https://doi.org/10.1177/0001839213486984>.
- Cho, S.Y., Lee, C. & Pfeiffer, R.J. (2013), 'Corporate social responsibility performance and information asymmetry', *Journal of Accounting and Public Policy*, 32(1), 71–83. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2012.10.005>.
- Dhaliwal, D., Li, O.Z., Tsang, A. & Yang, Y.G. (2014), 'Corporate social responsibility disclosure and the cost of equity capital: The roles of stakeholder orientation and financial transparency', *Journal of Accounting and Public Policy*, 33(4), 328–355. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2014.04.006>.
- Friedman, M. (1970), 'The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits', *The New York Times Magazine*, September 13, 122–126.
- Gao, N. & Jain, B.A. (2012), 'Founder management and the market for corporate control for IPO firms: The moderating effect of the power structure of the firm', *Journal of Business Venturing*, 27(1), 112–126. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.06.001>.
- García-Sánchez, I.M., Aibar-Guzmán, B., Aibar-Guzmán, C. & Azevedo, T.C. (2020), 'CEO ability and sustainability disclosures: The mediating effect of corporate social responsibility performance', *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(4), 1565–1577. DOI: <https://doi.org/10.1002/csr.1905>.
- Gatti, L., Seele, P. & Rademacher, L. (2019), 'Grey zone in – greenwash out. A review of greenwashing research and implications for the voluntary-mandatory transition of CSR', *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 4(1). DOI: <https://doi.org/10.1186/s40991-019-0044-9>.
- Gounopoulos, D. & Pham, H. (2018), 'Financial Expert CEOs and Earnings Management around Initial Public Offerings', *The International Journal of Accounting*, 53(2), 102–117.
- Hambrick, D.C. & Mason, P.A. (1984), 'Upper Echelons: The Organization as a Reflection of Its Top Managers', *The Academy of Management Review*, 9(2), 193–206.
- Hassan, A., Elamer, A.A., Lodh, S., Roberts, L. & Nandy, M. (2021), 'The future of non-financial businesses reporting: Learning from the Covid-19 pandemic', *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(4), 1231–1240. DOI: <https://doi.org/10.1002/csr.2145>.
- Heli, W., Jaepil, C. & Jiatao, L. (2008), 'Too little or too much? Untangling the relationship between corporate philanthropy and firm financial performance', *Organization Science*, 19(1), 143–159. DOI: <https://doi.org/10.1287/orsc.1070.0271>.
- Jiraporn, P. & Chintrakarn, P. (2013), 'How do powerful CEOs view corporate social responsibility (CSR)? An empirical note', *Economics Letters*, 119(3), 344–347. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2013.03.026>.
- Le, H.T.M., Kweh, Q.L., Ting, I.W.K. & Nourani, M. (2022), 'CEO power and earnings management: Dual roles of foreign shareholders in Vietnamese listed companies', *International Journal of Finance & Economics*, 27(1), 1240–1256. DOI: [10.1002/ijfe.2211](https://doi.org/10.1002/ijfe.2211).
- Li, F., Li, T. & Minor, D. (2016), 'CEO power, corporate social responsibility, and firm value: a test of agency theory', *International Journal of Managerial Finance*, 12(5), 611–628. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJMF-05-2015-0116>.
- Li, F. & Srinivasan, S. (2011), 'Corporate governance when founders are directors', *Journal of Financial Economics*, 102(2), 454–469. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2010.11.006>.
- Li, Y., Gong, M., Zhang, X.Y. & Koh, L. (2018), 'The impact of environmental, social, and governance disclosure on firm value: The role of CEO power', *British Accounting Review*, 50(1), 60–75. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.bar.2017.09.007>.
- McWilliams, A. & Siegel, D. (2000), 'Corporate social responsibility and financial performance: Correlation or misspecification?', *Strategic Management Journal*, 21(5), 603–609. DOI: [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(200005\)21:5<603::AID-SMJ101>3.0.CO;2-3](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(200005)21:5<603::AID-SMJ101>3.0.CO;2-3).
- McWilliams, A. & Siegel, D. (2001), 'Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective', *The Academy*

---

of *Management Review*, 26(1), 117-127. DOI: <https://doi.org/10.2307/259398>.

- Raimo, N., Caragnano, A., Zito, M., Vitolla, F. & Mariani, M. (2021), 'Extending the benefits of ESG disclosure: The effect on the cost of debt financing', *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(4), 1412–1421. DOI: <https://doi.org/10.1002/csr.2134>.
- Rashid, A., Shams, S., Bose, S. & Khan, H. (2020), 'CEO power and corporate social responsibility (CSR) disclosure: does stakeholder influence matter?', *Managerial Auditing Journal*, 35(9), 1279–1312. DOI: <https://doi.org/10.1108/MAJ-11-2019-2463>.
- Sanders, W.G. & Carpenter, M.A. (1998), 'Internationalization and firm governance: the roles of CEO compensation, Top team composition and board structure', *Academy of Management Journal*, 41(2), 158 -178.
- Saridakis, C., Angelidou, S. & Woodside, A. G. (2020), 'What type of CSR engagement suits my firm best? Evidence from an abductively-derived typology', *Journal of Business Research*, 108, 174–187. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.032>.
- Sheikh, S. (2019), 'An examination of the dimensions of CEO power and corporate social responsibility', *Review of Accounting and Finance*, 18(2), 221–244. DOI: <https://doi.org/10.1108/RAF-01-2018-0034>.
- Stockmans, A., Lybaert, N. & Voordeckers, W. (2010), 'Socioemotional Wealth and Earnings Management in Private Family Firms', *Family Business Review*, 23(3), 280–294. DOI: <https://doi.org/10.1177/0894486510374457>.
- Tang, Y., Qian, C., Chen, G. & Shen, R. (2015), 'How CEO hubris affects corporate social (ir)responsibility', *Strategic Management Journal*, 36(9), 1338–1357. DOI: <https://doi.org/10.1002/smj.2286>.
- Waldman, D.A. & Siegel, D. (2008), 'Defining the socially responsible leader', *Leadership Quarterly*, 19(1), 117–131. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2007.12.008>.
- Wang, G., Holmes, R.M., Oh, I.S. & Zhu, W. (2016), 'Do CEOs Matter to Firm Strategic Actions and Firm Performance? A Meta-Analytic Investigation Based on Upper Echelons Theory', *Personnel Psychology*, 69(4), 775–862. DOI: <https://doi.org/10.1111/peps.12140>.
- Wernicke, G., Sajko, M. & Boone, C. (2021), 'How much influence do CEOs have on company actions and outcomes? The example of corporate social responsibility', *Academy of Management Discoveries*, 8(1), DOI: <https://doi.org/10.5465/amd.2019.0074>.
- Wheeler, D., Colbert, B. & Freeman, R. E. (2003), 'Focusing on Value: Reconciling Corporate Social Responsibility, Sustainability and a Stakeholder: Approach in a Network World', *Journal of General Management*, 28(3), 1-28, DOI:10.1177/030630700302800301.
- Yuan, Y., Lu, L, Y., Tian, G. & Yu, Y. (2020), 'Business Strategy and Corporate Social Responsibility', *Journal of Business Ethics*, 162(2), 359-377. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3952-9>.
- Zhang, Z., Wang, X. & Jia, M. (2021), 'Echoes of CEO Entrepreneurial Orientation: How and When CEO Entrepreneurial Orientation Influences Dual CSR Activities', *Journal of Business Ethics*, 169(4), 609–629. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04553-x>.