
TÁC ĐỘNG CỦA TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI ĐẾN HIỆU QUẢ TÀI CHÍNH CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI TẠI VIỆT NAM

Bùi Huy Trung

Học viện ngân hàng

Email: trungbh@hvn.edu.vn

Dương Linh Anh

Học viện ngân hàng

Email: 25a4013173@hvn.edu.vn

Vũ Thị Hồng Ngọc

Học viện ngân hàng

Email: 25a4013267@hvn.edu.vn

Trần Tuấn Long

Học viện ngân hàng

Email: 25a4013258@hvn.edu.vn

Mã bài: JED-1754

Ngày nhận: 02/05/2024

Ngày nhận bản sửa: 23/07/2024

Ngày duyệt đăng: 01/08/2024

DOI: 10.33301/JED.VI.1754

Tác động của trách nhiệm xã hội đến hiệu quả tài chính của các ngân hàng thương mại tại Việt Nam

Tóm tắt:

Nghiên cứu này phân tích tác động của trách nhiệm xã hội đến hiệu quả tài chính của các ngân hàng thương mại. Nhóm tác giả sử dụng bộ dữ liệu của 26 ngân hàng thương mại tại Việt Nam trong giai đoạn 2010-2022 và phương pháp Generalized Method of Moments (GMM) để phân tích mối quan hệ của hai biến số trên. Biến số trách nhiệm xã hội được đo lường bằng phương pháp phân tích nội dung, trong khi các biến phản ánh hiệu quả tài chính của ngân hàng thương mại được đo lường bằng các chỉ tiêu khác nhau. Kết quả nghiên cứu cho thấy việc thực hiện trách nhiệm xã hội có tác động tích cực đến hiệu quả tài chính của các ngân hàng thương mại, tuy nhiên tác động của từng thành phần trách nhiệm xã hội có sự khác biệt đáng kể. Bên cạnh đó, cấu trúc sở hữu nước ngoài cũng có ảnh hưởng đến tác động của trách nhiệm xã hội đến hiệu quả tài chính của ngân hàng thương mại. Dựa trên các kết quả này, nhóm tác giả đưa ra các khuyến nghị trong việc thực thi tốt trách nhiệm xã hội đồng thời nâng cao hiệu quả tài chính tại các ngân hàng thương mại trong thời gian tới.

Từ khóa: Trách nhiệm xã hội, hiệu quả tài chính, ngân hàng thương mại Việt Nam

Mã JEL: C23, G21, O32, O33.

The impact of corporate social responsibility on financial performance of commercial banks in Vietnam

Abstract:

This study examines the impact of corporate social responsibility on financial performance of commercial banks. We utilize a dataset of 26 commercial banks in Vietnam from 2010 to 2022 and employ the Generalized Method of Moments to analyze the relationship between these two determinants. The corporate social responsibility variable is measured using content analysis, while the variables reflecting the financial performance are measured by different indicators. The results reveal that the implementation of social responsibility positively affects the financial performance of commercial banks. However, the impact of each component of social responsibility differs considerably. Besides, the foreign ownership structure significantly affects the impact of CSR on the financial performance of banks. Therefore, we propose several recommendations for effectively implementing social responsibility while also enhancing operational efficiency in commercial banks in the future.

Keywords: Corporate social responsibility, financial performance, Vietnamese commercial banks.

JEL Codes: C23, G21, O32, O33.

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh thế giới ngày càng đối mặt với nhiều thách thức về môi trường, khí hậu, công bằng xã hội và khủng hoảng kinh tế, các yêu cầu đặt ra về phát triển bền vững nói chung và trách nhiệm xã hội (TNXH) của các doanh nghiệp nói riêng đã và đang thu hút đông đảo sự quan tâm của cộng đồng. Các yêu cầu này không chỉ áp dụng với các doanh nghiệp kinh doanh, sản xuất thông thường mà đang dần trở thành xu thế chung trong lĩnh vực tài chính- ngân hàng, xuất phát từ tầm quan trọng của các tổ chức tài chính trong việc đóng góp, tài trợ cho các hoạt động trách nhiệm xã hội thông qua tài chính xanh, các dự án phát triển cộng đồng,... Bên cạnh đó, kể từ sau giai đoạn 2007-2008, ngành ngân hàng toàn cầu đã phải đối mặt với khủng hoảng mất niềm tin từ công chúng, phần lớn nguyên nhân xuất phát từ các cuộc khủng hoảng tài chính và các vụ bê bối liên quan đến rủi ro đạo đức. trách nhiệm xã hội được coi là một phương tiện quan trọng để xây dựng lại và tăng cường niềm tin cho các ngân hàng thông qua việc thể hiện cam kết với xã hội và môi trường.

Về mặt lý thuyết, trách nhiệm xã hội có thể tác động đến hoạt động của ngân hàng ở cả hai chiều hướng tích cực và tiêu cực. Một mặt, thực thi tốt trách nhiệm xã hội có thể giúp các ngân hàng thương mại (NHTM) cải thiện vị thế, nâng cao danh tiếng và tạo lợi thế cạnh tranh. Mặt khác, chi phí để triển khai các hoạt động này có thể ảnh hưởng đến khả năng sinh lời của các ngân hàng thương mại. Nói cách khác, các nhà quản trị ngân hàng đứng trước bài toán tối ưu hóa điểm cân bằng giữa lợi nhuận và trách nhiệm xã hội, môi trường. Các nghiên cứu thực nghiệm về chủ đề trách nhiệm xã hội tại các ngân hàng thương mại còn tương đối hạn chế, một phần do khó khăn trong việc lượng hóa mức độ thực hiện trách nhiệm xã hội của các ngân hàng. Bên cạnh đó, hầu hết các nghiên cứu liên quan đến chủ đề này được thực hiện ở các quốc gia phát triển, trong khi đó bằng chứng thực nghiệm tại các quốc gia mới nổi, các quốc gia đang phát triển chưa nhiều.

Tại Việt Nam, trong bối cảnh Đảng và Nhà nước đã ban hành nhiều chủ trương, chính sách, chương trình hành động và xác định phát triển bền vững là mục tiêu trọng tâm trong giai đoạn tới, vấn đề thực hiện trách nhiệm xã hội tại các doanh nghiệp nói chung và tại các ngân hàng thương mại nói riêng ngày càng được quan tâm hơn. Ngành ngân hàng có vai trò như xương sống của nền kinh tế Việt Nam, do đó việc thực thi trách nhiệm xã hội tốt trong ngành được dự báo sẽ có tác động lan tỏa rộng và ảnh hưởng tích cực tới kinh tế, xã hội. Tuy nhiên trong bối cảnh môi trường kinh doanh có nhiều biến động, xu hướng toàn cầu hóa, xu hướng hội nhập diễn ra nhanh chóng, thực tế cho thấy so với các quốc gia trong khu vực và trên thế giới, việc triển khai trách nhiệm xã hội trong lĩnh vực ngân hàng Việt Nam còn khá mới mẻ. Trong điều kiện còn nhiều hạn chế về nguồn lực, các ngân hàng gặp khó khăn trong việc ra quyết định có nên đầu tư và đầu tư bao nhiêu vào việc thực hiện trách nhiệm xã hội cũng như đánh giá tác động của thực thi trách nhiệm xã hội đến lợi nhuận.

Nghiên cứu này tập trung vào phân tích tác động của việc thực hiện trách nhiệm xã hội đến hiệu quả tài chính của các ngân hàng thương mại Việt Nam thông qua phương pháp hồi quy dựa trên dữ liệu bảng theo năm của 26 ngân hàng thương mại trong giai đoạn 2010-2022. Để kiểm soát các vấn đề nội sinh, nhóm nghiên cứu sử dụng phương pháp Moment tổng quát (Generalized Method of Moments-GMM) để tiến hành hồi quy các phương trình. Bên cạnh đó, để giải quyết bài toán lượng hóa việc thực hiện trách nhiệm xã hội của ngân hàng, nhóm tác giả sử dụng phương pháp phân tích nội dung.

Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng việc thực hiện trách nhiệm xã hội góp phần nâng cao hiệu quả tài chính của ngân hàng thương mại Việt Nam. Tuy nhiên, tác động của việc thực hiện trách nhiệm xã hội đối với từng bên liên quan có sự phân hóa. Bên cạnh đó, kết quả thực nghiệm cũng chỉ ra rằng có sự khác biệt trong tác động của trách nhiệm xã hội đối với hiệu quả tài chính giữa các ngân hàng thương mại có tỷ lệ sở hữu vốn nước ngoài trên 15% và các ngân hàng thương mại có tỷ lệ sở hữu vốn nước ngoài dưới 15%. Kết quả trên có thể cung cấp hàm ý quan trọng cho các ngân hàng thương mại trong việc thực hiện tốt trách nhiệm xã hội nhằm nâng cao hiệu quả tài chính.

2. Tổng quan nghiên cứu về tác động của việc thực hiện trách nhiệm xã hội đối với hiệu quả tài chính của ngân hàng thương mại

Về mặt lý thuyết, các nghiên cứu về tác động của trách nhiệm xã hội đến hiệu quả tài chính của doanh nghiệp chia thành hai xu hướng chính. Trong khi lý thuyết các bên liên quan (Freeman, 1983) và lý thuyết dựa vào nguồn nhân lực chỉ ra trách nhiệm xã hội nâng cao hiệu quả tài chính của doanh nghiệp, lý thuyết cổ đông (Friedman, 1970) cho rằng trách nhiệm xã hội ảnh hưởng tiêu cực tới lợi nhuận của doanh nghiệp.

Các nghiên cứu thực nghiệm trước đây chủ yếu tập trung vào tác động của trách nhiệm xã hội đối với hiệu quả tài chính của các doanh nghiệp. Sau cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu 2007-2008, tác động của trách nhiệm xã hội đối với hiệu quả tài chính của các ngân hàng mới bắt đầu được các học giả quan tâm và nghiên cứu. Hầu hết các nghiên cứu hiện có đều chỉ ra trách nhiệm xã hội có tác động tích cực đến hiệu quả tài chính của ngân hàng. Sử dụng dữ liệu thu thập được của các ngân hàng thuộc Liên minh Châu Âu, Gangi & cộng sự (2018) chỉ ra trách nhiệm xã hội và hiệu quả tài chính của ngân hàng có mối tương quan cùng chiều. Cụ thể, hoạt động trách nhiệm xã hội làm tăng thu nhập lãi thuần và lợi nhuận, đồng thời làm giảm tỷ lệ nợ xấu của ngân hàng. Tương tự, các nghiên cứu của Salehi & cộng sự (2020), Sudiyatno & cộng sự (2024) sử dụng số liệu của các ngân hàng tại nhiều quốc gia trên thế giới khẳng định trách nhiệm xã hội tác động tích cực đến hiệu quả tài chính của ngân hàng. Nghiên cứu của Belasri (2020) tìm ra bằng chứng cho thấy trách nhiệm xã hội chỉ có tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động của ngân hàng tại các nước phát triển và ở các nước có mức độ bảo vệ nhà đầu tư cao. Trong khi đó, một số nghiên cứu lại chỉ ra mối tương quan ngược chiều giữa trách nhiệm xã hội và hiệu quả tài chính của ngân hàng (Matuszaka & Rózańska, 2017; Tran & cộng sự, 2021). Zhou & cộng sự (2021) chỉ ra rằng trách nhiệm xã hội tác động tiêu cực đến hiệu quả tài chính của ngân hàng thương mại trong ngắn hạn, tuy nhiên, mối tương quan này chuyển sang tích cực trong dài hạn. Bên cạnh đó, một số nghiên cứu khác lại cho rằng trách nhiệm xã hội không ảnh hưởng đến hiệu quả tài chính của ngân hàng (Szegedi & cộng sự, 2020). López-Penabad & cộng sự (2023) tìm ra mối quan hệ dạng chữ U giữa trách nhiệm xã hội và hiệu quả của ngân hàng thương mại.

Tại Việt Nam, số lượng các nghiên cứu về mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội và hiệu quả tài chính của các ngân hàng thương mại vẫn còn tương đối hạn chế. Nghiên cứu của Đào Lê Kiều Oanh (2024) chỉ ra rằng việc thực hiện trách nhiệm xã hội của các ngân hàng thương mại cao hơn so với mức trung bình của các công ty đã niêm yết trên thị trường chứng khoán. Lê Phước Hương & Lưu Tiến Thuận (2019), Tran & cộng sự (2021) và My & My (2022) nghiên cứu mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội và hiệu quả hoạt động của các ngân hàng thương mại. Tuy nhiên, các nghiên cứu trên chưa đánh giá một cách toàn diện tác động của trách nhiệm xã hội đến hiệu quả hoạt động của ngân hàng thương mại. Trong khi nghiên cứu của Lê Phước Hương & Lưu Tiến Thuận (2019) và Tran & cộng sự (2021) chỉ sử dụng một biến độc lập để đo lường trách nhiệm xã hội tổng thể, nghiên cứu của My & My (2022) lại chỉ xem xét 4 khía cạnh độc lập của trách nhiệm xã hội bao gồm: môi trường, nhân viên, cộng đồng, dịch vụ khách hàng mà chưa xem xét tác động tổng hợp của các khía cạnh trên. Bên cạnh đó, các nghiên cứu trên cũng chưa xem xét tác động của trách nhiệm xã hội đến hiệu quả hoạt động giữa các nhóm ngân hàng thương mại có đặc điểm riêng biệt.

Tóm lại, các công trình hiện có vẫn còn tồn tại một số khoảng trống nghiên cứu như sau: (i) Các nghiên cứu còn hạn chế do khó khăn trong việc định lượng mức độ thực hiện trách nhiệm xã hội của ngân hàng; (ii) Các nghiên cứu trước đây chủ yếu đo lường trách nhiệm xã hội dưới góc độ tổng quát chứ chưa đi sâu phân tích việc thực hiện trách nhiệm xã hội với từng bên liên quan; (iii) Các nghiên cứu trước đây chưa xem xét tác động của trách nhiệm xã hội đến hiệu quả tài chính của ngân hàng thương mại giữa các nhóm ngân hàng có đặc điểm khác nhau. Nghiên cứu này tập trung vào việc trả lời ba câu hỏi: (i) Việc thực hiện trách nhiệm xã hội tác động đến hiệu quả tài chính của ngân hàng như thế nào; (ii) Việc thực hiện trách nhiệm xã hội đối với từng bên liên quan ảnh hưởng đến hiệu quả tài chính của ngân hàng thương mại như thế nào và (iii) Cấu trúc sở hữu nước ngoài có ảnh hưởng đến tác động của trách nhiệm xã hội đến hiệu quả tài chính hay không.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Mô hình nghiên cứu

Để phân tích tác động của việc thực hiện trách nhiệm xã hội đối với hiệu quả tài chính của ngân hàng thương mại, nhóm nghiên cứu sử dụng mô hình hồi quy tổng quát như sau:

$$FP_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 X_{it} + \beta_3 Z_t + v_i + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

Trong đó:

FP_{it} : là biến phụ thuộc, đo lường hiệu quả tài chính của ngân hàng i tại năm t

CSR_{it} : là biến giải thích, đo lường mức độ thực hiện trách nhiệm xã hội của ngân hàng i tại năm t . Mức độ thực hiện trách nhiệm xã hội của ngân hàng phản ánh thông qua mức độ thực hiện trách nhiệm xã hội đối

với các bên liên quan bao gồm: khách hàng, nhân viên, cộng đồng, môi trường, cổ đông.

$X_{i,t}$: là nhóm biến thể hiện đặc trưng của ngân hàng. Dựa vào các nghiên cứu trước đây về tác động của trách nhiệm xã hội đến hiệu quả tài chính của ngân hàng của Wu & Shen (2013), Nguyen & cộng sự (2022b), nhóm nghiên cứu sử dụng những biến đặc trưng của ngân hàng bao gồm tỷ lệ chi phí thu nhập (CIR), tỷ lệ tài sản thanh khoản trên tổng tài sản (LTA), tỷ lệ dự phòng rủi ro tín dụng trên tổng dư nợ (LLP), tỷ lệ vốn chủ sở hữu trên tổng tài sản (ETA).

Z_t : là nhóm biến vĩ mô, bao gồm GDP và biến giả COVID phản ánh giai đoạn sau khi dịch bệnh Covid-19 bùng phát.

v_i : đại diện giữa các yếu tố không quan sát được giữa các đối tượng khác nhau nhưng không thay đổi theo thời gian.

$\varepsilon_{i,t}$: đại diện giữa các yếu tố không quan sát được giữa các đối tượng khác nhau và thay đổi theo thời gian.

Nhóm nghiên cứu cũng sử dụng các mô hình hồi quy để phân tích tác động của việc thực hiện trách nhiệm xã hội đối với từng bên liên quan đến hiệu quả tài chính của ngân hàng:

$$FP_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CSRcu_{i,t} + \beta_2 X_{i,t} + \beta_3 Z_t + v_i + \varepsilon_{i,t} \quad (2)$$

$$FP_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CSRem_{i,t} + \beta_2 X_{i,t} + \beta_3 Z_t + v_i + \varepsilon_{i,t} \quad (3)$$

$$FP_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CSRco_{i,t} + \beta_2 X_{i,t} + \beta_3 Z_t + v_i + \varepsilon_{i,t} \quad (4)$$

$$FP_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CSRen_{i,t} + \beta_2 X_{i,t} + \beta_3 Z_t + v_i + \varepsilon_{i,t} \quad (5)$$

$$FP_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CSRs_{i,t} + \beta_2 X_{i,t} + \beta_3 Z_t + v_i + \varepsilon_{i,t} \quad (6)$$

Trong đó:

$CSRcu_{i,t}$; $CSRem_{i,t}$; $CSRco_{i,t}$; $CSRen_{i,t}$; $CSRs_{i,t}$: phản ánh mức độ thực hiện trách nhiệm xã hội lần lượt đối với khách hàng, nhân viên, cộng đồng, môi trường và cổ đông của ngân hàng i tại năm t .

Bảng 1: Kết quả kiểm định vấn đề nội sinh trong mô hình

	Giá trị	p-value
Durbin (score)	20,2022	0,0000
Wu-Hausman	21,2335	0,0000

Để kiểm tra vấn đề nội sinh có thể xảy ra trong mô hình, nhóm nghiên cứu sử dụng phương pháp hồi quy hai bước (Two stage least square). Kết quả kiểm định được thể hiện trong Bảng 1.

Kết quả kiểm định Durbin và Wu-Hausman cho thấy mô hình có khả năng gặp phải vấn đề nội sinh. Do đó, để kiểm soát vấn đề nội sinh, nhóm nghiên cứu sử dụng phương pháp hồi quy GMM để tiến hành hồi quy phương trình (1)-(6).

3.2. Dữ liệu nghiên cứu và mô tả các biến

3.2.1. Dữ liệu nghiên cứu

Nhóm nghiên cứu sử dụng dữ liệu bảng của 26 ngân hàng thương mại tại Việt Nam trong giai đoạn từ năm 2010 đến năm 2022. Quy mô tính theo tổng tài sản của ngân hàng thương mại trong mẫu nghiên cứu chiếm khoảng 91,29% tổng tài sản của các ngân hàng thương mại tại Việt Nam tính đến thời điểm ngày 31/12/2022. Do đó, các ngân hàng trong mẫu nghiên cứu có khả năng đại diện tốt cho hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam. Dữ liệu sử dụng để đo lường biến phụ thuộc và các biến tài chính khác trong nghiên cứu được thu thập và tính toán từ báo cáo tài chính của các ngân hàng. Dữ liệu dùng để lượng hóa mức độ thực hiện trách nhiệm xã hội của ngân hàng được trích xuất và phân tích từ báo cáo thường niên của các ngân hàng.

3.2.2. Giới thiệu các biến nghiên cứu

Thứ nhất, đối với biến phụ thuộc $FP_{i,t}$, nghiên cứu sử dụng biến đại diện là tỷ lệ lợi nhuận trước thuế trên tổng tài sản ROA.

Thứ hai, đối với biến giải thích trách nhiệm xã hội, dựa trên các nghiên cứu trước đây của Wu & Shen (2013), Lê Phước Hương & Lưu Tiến Thuận (2019), Nguyen & cộng sự (2022b), nhóm nghiên cứu đo lường mức độ thực hiện trách nhiệm xã hội của ngân hàng thông qua phương pháp phân tích nội dung. Nhóm nghiên cứu xây dựng danh mục các chỉ tiêu có liên quan đến việc thực hiện trách nhiệm xã hội của ngân hàng thương mại với từng bên liên quan (Bảng 2). Các chỉ tiêu này được xây dựng trên cơ sở tham khảo và kế thừa nghiên cứu của Maqbool & Zameer (2018), Lê Phước Hương & Lưu Tiến Thuận (2019), các tiêu chí đánh giá trách nhiệm xã hội trong thông tư 155/2015/TT-BTC về việc hướng dẫn công bố thông tin trên

Bảng 2: Các chỉ tiêu trách nhiệm xã hội đối với các bên liên quan

Bên liên quan	Số chỉ tiêu	Chỉ tiêu đo lường
Khách hàng	4	- Giải quyết phàn nàn, khiếu nại - Tri ân khách hàng - Giá tăng tiện ích của sản phẩm và dịch vụ - An toàn, bảo mật thông tin khách hàng
Nhân viên	5	- Chăm sóc sức khỏe, tinh thần của nhân viên - Đào tạo nâng cao năng lực nhân viên - Các chính sách phúc lợi, hỗ trợ, bảo hiểm, thu nhập của nhân viên - Quá trình tuyển dụng, bổ nhiệm minh bạch - Công nhận, khen thưởng nhân viên
Cộng đồng	3	- Tài trợ lĩnh vực y tế, giáo dục, khoa học, thể thao, văn hóa, nghệ thuật, các chương trình của chính phủ - Các chương trình từ thiện (ví dụ: Cho người nghèo, người bị khuyết tật, người có hoàn cảnh kém may mắn, người thuộc diện chính sách, thiên tai, dịch bệnh, chiến tranh...) - Bình đẳng giới
Môi trường	4	- Bảo vệ môi trường - Ngân hàng số - Tín dụng xanh - Báo cáo phát triển bền vững
Cổ đông	3	- Cung cấp thông tin cho cổ đông - Đảm bảo lợi ích cao nhất cho cổ đông - Phân chia cổ tức

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp

thị trường chứng khoán, tiêu chuẩn quốc gia TCVN ISO 26000:2013 hướng dẫn về trách nhiệm xã hội. Khi phân tích nội dung, nếu nội dung nào phù hợp với chỉ tiêu trong Bảng 2 thì cho 1 điểm, ngược lại là 0 điểm.

Giá trị của biến trách nhiệm xã hội của ngân hàng đối với từng bên liên quan sẽ được tính theo công thức sau:

$$CSR_k = \frac{N_k}{\text{Số chỉ tiêu TNXH đối với bên liên quan } i}$$

Trong đó:

CSR_k là biến phản ánh trách nhiệm xã hội của ngân hàng đối với bên liên quan k , bao gồm: khách hàng (CSR_{cu}), nhân viên (CSR_{em}), cộng đồng (CSR_{co}), môi trường (CSR_{en}) và cổ đông (CSR_s)

N_k là điểm số thực hiện trách nhiệm xã hội với bên liên quan k , được đo lường dựa trên Bảng 2.

Giá trị của biến thực hiện trách nhiệm xã hội tổng quát của ngân hàng bằng tổng các biến trách nhiệm xã hội đối với từng bên liên quan. Công thức tính giá trị của biến trách nhiệm xã hội của ngân hàng như sau:

$$CSR = CSR_{cu} + CSR_{em} + CSR_{co} + CSR_{en} + CSR_s$$

Thứ ba, nhóm nghiên cứu sử dụng các biến vi mô mang tính đặc trưng của từng ngân hàng và các biến vĩ mô làm biến kiểm soát trong mô hình. Đối với các biến vi mô thể hiện đặc trưng của ngân hàng, nhóm sử dụng biến phản ánh tỷ lệ chi phí thu nhập (CIR), biến phản ánh tỷ lệ tài sản thanh khoản trên tổng tài sản (LTA), biến phản ánh tỷ lệ dự phòng rủi ro tín dụng trên tổng dư nợ (LLP), biến phản ánh tỷ lệ vốn chủ sở hữu trên tổng tài sản (ETA). Đối với các biến vĩ mô, dựa trên nghiên cứu của Nguyen & cộng sự (2022b),

nhóm nghiên cứu hai biến GDP (đo lường bằng tốc độ tăng trưởng tổng sản phẩm quốc nội) và Covid (biến giả phản ánh giai đoạn dịch bệnh Covid-19 bùng phát)

3.2.3. Thống kê mô tả các biến sử dụng trong mô hình nghiên cứu

Bảng 3 mô tả thống kê các biến được sử dụng trong mô hình hồi quy. Giá trị trung bình của ROA, ROE, NIM lần lượt là 0,01161; 0,12752; 0,07753. Theo số liệu thống kê, độ lệch chuẩn của hai chỉ số ROA và NIM lần lượt là 0,00949 và 0,04397 tương đối thấp cho thấy không có quá nhiều sự biến động trong hai chỉ số đo lường hiệu quả tài chính này giữa các ngân hàng và qua các năm. Đối với các biến phản ánh mức độ thực hiện trách nhiệm xã hội của ngân hàng, độ lệch chuẩn của các biến này tương đối cao, dao động trong khoảng 0,21960 đến 0,32854. Điều này cho thấy có sự khác nhau về mức độ thực hiện trách nhiệm xã hội giữa các ngân hàng và qua các năm.

Bảng 3: Thống kê mô tả dữ liệu

Kí hiệu biến	Số quan sát	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị tối thiểu	Giá trị tối đa
ROA	338	0,01161	0,00949	-0,05512	0,04688
ROE	338	0,12752	0,10147	-0,82002	0,50126
NIM	338	0,07753	0,04397	-0,00755	0,30017
CSR	338	0,61733	0,18950	0,10526	1
CSR _{cu}	338	0,56615	0,26251	0	1
CSR _{cm}	338	0,69477	0,26921	0	1
CSR _{co}	338	0,61128	0,28988	0	1
CSR _{en}	338	0,47077	0,32854	0	1
CSR _s	338	0,75795	0,21960	0,33333	1
CIR	338	0,82384	0,12331	0,36070	1,53484
LTA	338	0,41065	0,14181	0,18654	0,84980
LLP	338	0,01354	0,00546	-0,01063	0,036574
ETA	338	0,09340	0,04156	0,03717	0,25538
GDP	338	0,06093	0,01594	0,02562	0,08020
Covid	338	0,23077	0,42195	0	1

Nguồn: Tính toán của nhóm nghiên cứu

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kết quả mô hình

Bảng 4 trình bày kết quả hồi quy phương trình (1) với biến phụ thuộc ROA. Mô hình (1) đo lường tác động của việc thực hiện trách nhiệm xã hội nói chung đến ROA của ngân hàng. Kết quả cho thấy hệ số của biến CSR trong mô hình là 0,01658, có ý nghĩa thống kê ở mức 10%. Điều này hàm ý rằng việc thực hiện trách nhiệm xã hội góp phần làm tăng hiệu quả tài chính của ngân hàng. Đối với mô hình (2), (3) và (5) ước lượng tác động của việc thực hiện trách nhiệm xã hội đối với khách hàng (CSR_{cu}), nhân viên (CSR_{cm}) và môi trường (CSR_{en}) đến ROA, hệ số của CSR_{cu}, CSR_{cm} và CSR_{en} lần lượt là 0,01165; 0,01059; 0,01423 và có ý nghĩa thống kê ở mức 5%, 5% và 10%. Điều này hàm ý rằng việc thực hiện trách nhiệm xã hội đối với khách hàng, nhân viên và môi trường có tác động tích cực tới hiệu quả tài chính của ngân hàng. Trong khi đó, mô hình (4), (6) cho thấy hệ số của CSR_{co}, CSR_s lần lượt là -0,00422; -0,00110 và đều không có ý nghĩa thống kê.

Bên cạnh đó, yếu tố sở hữu nước ngoài trong quy mô vốn chủ sở hữu của ngân hàng cũng có khả năng ảnh hưởng đến trách nhiệm xã hội và hiệu quả hoạt động của ngân hàng. Do đó, nhóm tác giả đã tiến hành hồi quy mô hình (1) với hai mẫu dữ liệu: (i) các ngân hàng có tỷ lệ sở hữu nước ngoài trên 15% (bao gồm 14 ngân hàng thương mại) và (ii) các ngân hàng có tỷ lệ sở hữu nước ngoài dưới 15% (bao gồm 12 ngân hàng thương mại). Kết quả hồi quy được trình bày trong Bảng 5. Cột (1) thể hiện kết quả hồi quy phương trình (1) với nhóm các ngân hàng có tỷ lệ sở hữu của khối ngoại dưới 15% và cột (2) thể hiện kết quả hồi quy với nhóm các ngân hàng có tỷ lệ sở hữu của khối ngoại trên 15%. Kết quả cho thấy công bố thông tin về trách

nhiệm xã hội của các ngân hàng thương mại có tỷ lệ vốn sở hữu nước ngoài trên 15% có mối quan hệ cùng chiều với hiệu quả tài chính ở mức ý nghĩa thống kê 5%. Ngược lại, kết quả nghiên cứu không tìm thấy mối tương quan giữa trách nhiệm xã hội và hiệu quả tài chính đối với nhóm các ngân hàng thương mại có tỷ lệ vốn sở hữu nước ngoài dưới 15%.

Bảng 4: Kết quả ước lượng

Biến giải thích	ROA	ROA	ROA	ROA	ROA	ROA
ROA (-1)	0,35535*** (0,10108)	0,38687*** (0,10589)	0,39490*** (0,10871)	0,3163*** (0,08971)	0,3269*** (0,10529)	0,35188*** (0,10250)
CIR	- 0,00067*** (0,00007)	- 0,00061*** (0,00007)	- 0,00070*** (0,00008)	- 0,00065*** (0,00065)	- 0,00069*** (0,00007)	- 0,00065*** (0,00006)
LTA	0,00009 (0,00011)	0,00003 (0,00010)	0,00005 (0,00010)	-0,00003 (0,00008)	0,00019 (0,00015)	-0,00002 (0,00008)
LLP	- 0,00758*** (0,00251)	- 0,00688*** (0,00251)	- 0,00691*** (0,00254)	-0,00537** (0,00224)	- 0,00657*** (0,00253)	- 0,00611*** (0,00209)
ETA	0,00159** (0,00062)	0,00115* (0,00061)	0,00170** (0,00066)	0,00129** (0,00051)	0,00128** (0,00062)	0,00114* (0,0006)
GDP	-0,02349 (0,02325)	-0,01704 (0,02165)	-0,01598 (0,02209)	0,00835 (0,01840)	-0,03405 (0,02777)	0,00030 (0,01669)
Covid	-0,00320 (0,00195)	-0,00173 (0,00145)	-0,00187 (0,00154)	0,00057 (0,00141)	-0,00466* (0,00268)	-0,00027 (0,00113)
CSR	0,01658* (0,00852)					
CSRcu		0,01165** (0,00509)				
CSRrem			0,01059** (0,00527)			
CSRco				-0,00422 (0,00395)		
CSRen					0,01423* (0,00766)	
CSRs						-0,00110 (0,00473)
N	338	338	338	338	338	338
Sargan test	0,036	0,087	0,073	0,001	0,063	0,000
AR (1)	0,089	0,001	0,069	0,002	0,280	0,024
AR (2)	0,392	0,973	0,422	0,945	0,047	0,298

Chú thích: Giá trị trong ngoặc đơn là sai số chuẩn; ***, **, * lần lượt biểu thị mức ý nghĩa thống kê 1%, 5% và 10%.

Nguồn: Tính toán của nhóm nghiên cứu

4.2. Kiểm định tính vững

Nhóm nghiên cứu cũng sử dụng các phương pháp khác nhau để kiểm định tính vững của kết quả mô hình nghiên cứu. Thứ nhất, nhóm tiến hành hồi quy với các phương pháp Pooled OLS, REM và FEM sau đó so sánh kết quả thu được với kết quả của mô hình chính hồi quy bằng phương pháp GMM. Kết quả hồi quy được trình bày trong Phụ lục (1)-(3). Thứ hai, nhóm nghiên cứu tiến hành hồi quy các phương trình với 2 biến phụ thuộc thay thế là ROE và NIM và so sánh kết quả thu được với kết quả của mô hình chính với biến phụ thuộc ROA. Kết quả hồi quy được trình bày trong Phụ lục (4). Nhìn chung, kết quả của các mô hình kiểm tra tính vững phù hợp với kết quả của mô hình chính.

Bảng 5: Kết quả hồi quy với 2 nhóm ngân hàng có tỷ lệ sở hữu của khối ngoại trên và dưới 15%

Biến giải thích	Nhóm ngân hàng có tỷ lệ sở hữu nước ngoài dưới 15%	Nhóm ngân hàng có tỷ lệ sở hữu nước ngoài trên 15%
	(1)	(2)
ROA(-1)	0,15644* (0,21757)	0,27349* (0,16951)
CIR	-0,10383*** (0,02620)	-0,0318** (0,02445)
LTA	0,05152 (0,02227)	-0,00085 (0,02081)
LLP	-0,06467* (0,36424)	-0,08235** (0,28838)
ETA	0,15753** (0,16540)	0,04519** (0,08375)
GDP	0,04179 (0,06451)	0,00183 (0,03804)
Covid	-0,00286 (0,00420)	-0,00133 (0,00276)
CSR	0,00166 (0,01418)	0,0315** (0,01132)
N	156	182
S-test	0,094	0,139
AR (1)	0,061	0,017
AR (2)	0,219	0,320

*Chú thích: Giá trị trong ngoặc đơn là sai số chuẩn; ***, **, * lần lượt biểu thị mức ý nghĩa thống kê 1%, 5% và 10%.*

Nguồn: Tính toán của tác giả

5. Thảo luận kết quả

Thứ nhất, kết quả mối quan hệ của trách nhiệm xã hội đối với khách hàng và hiệu quả tài chính của ngân hàng phù hợp với kết quả của Gangi & cộng sự (2018). Nhìn chung, việc thực hiện trách nhiệm xã hội với khách hàng giúp nâng cao hiệu quả tài chính của ngân hàng. Việc thực hiện trách nhiệm xã hội đối với khách hàng như tri ân, giải quyết phàn nàn và khiếu nại, gia tăng tiện ích, bảo mật thông tin khách hàng vừa làm tăng sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng hiện có vừa thu hút thêm khách hàng mới. Điều này góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngân hàng, qua đó tăng hiệu quả tài chính của các ngân hàng. Bên cạnh đó, khách hàng gửi tiền có xu hướng chấp nhận mức lãi suất huy động thấp hơn và khách hàng đi vay cũng sẵn sàng trả mức lãi suất cao hơn đối với các ngân hàng thực hiện tốt trách nhiệm xã hội với họ (Gangi & cộng sự, 2018). Qua đó, các ngân hàng có thể giảm chi phí và phân bổ tín dụng hiệu quả hơn, từ đó nâng cao hiệu quả tài chính.

Thứ hai, kết quả việc thực hiện trách nhiệm xã hội đối với nhân viên tác động tích cực đến hiệu quả tài chính của ngân hàng phù hợp với kết quả các nghiên cứu trước đây của Lee (2020), Nguyen & cộng sự (2022a). Các chính sách chăm sóc sức khỏe, tinh thần, môi trường làm việc thân thiện, dân chủ, chế độ điều chỉnh mức lương phù hợp với mức lương thị trường và các chế độ phúc lợi khác tạo động lực cống hiến và củng cố lòng trung thành của nhân viên. Các chính sách công nhận, khen thưởng cho nhân viên có thành tích xuất sắc, có sáng kiến đóng góp cho ngân hàng sẽ khuyến khích các nhân viên thể hiện tốt hơn trong công việc và tạo ra các phong trào thi đua trong ngân hàng. Bên cạnh đó, các chương trình đào tạo nhằm nâng cao kiến thức và kỹ năng chuyên môn cũng góp phần làm tăng hiệu quả làm việc của nhân viên, từ đó nâng cao hiệu quả hoạt động nói chung và hiệu quả tài chính nói riêng của ngân hàng.

Thứ ba, kết quả việc thực hiện trách nhiệm xã hội đối với môi trường đối với hiệu quả tài chính của ngân hàng phù hợp với nghiên cứu trước đây của Nguyen & cộng sự (2022b). Nhìn chung, việc thực thi trách nhiệm xã hội đối với môi trường góp phần cải thiện hiệu quả tài chính của ngân hàng. Các hoạt động trách nhiệm xã hội với môi trường bao gồm tiết kiệm năng lượng, giảm khí thải, hạn chế sử dụng giấy, nâng cao ý

thức bảo vệ môi trường của nhân viên, ngân hàng số.... góp phần làm giảm chi phí hoạt động của ngân hàng, từ đó nâng cao hiệu quả tài chính của ngân hàng.

Thứ tư, kết quả thực nghiệm cho thấy việc thực hiện trách nhiệm xã hội đối với cộng đồng và cổ đông không có tác động đến hiệu quả tài chính của các ngân hàng tại Việt Nam. Kết quả này phù hợp với kết luận của My & My (2022), nghiên cứu đã chỉ ra các chỉ tiêu liên quan đến trách nhiệm xã hội với cộng đồng của ngân hàng thương mại Việt Nam không phải là nhân tố ảnh hưởng đến sự lựa chọn ngân hàng của khách hàng.

Thứ năm, kết quả nghiên cứu cho thấy tác động của trách nhiệm xã hội đến hiệu quả tài chính là rõ rệt hơn đối với nhóm ngân hàng thương mại có tỷ lệ sở hữu nước ngoài trên 15%. Kết quả này có thể hàm ý việc các đối tác quốc tế ngày càng quan tâm đến vấn đề trách nhiệm xã hội trong chiến lược kinh doanh của các ngân hàng thương mại.

6. Kết luận và khuyến nghị

Nghiên cứu này đã tiến hành xây dựng mô hình định lượng để phân tích tác động của việc thực hiện trách nhiệm xã hội đến hiệu quả tài chính của ngân hàng. Biến độc lập chính (trách nhiệm xã hội) được xây dựng trên cơ sở lý thuyết khai thác văn bản và phương pháp phân tích nội dung có liên quan trong báo cáo thường niên của các ngân hàng thương mại. Từ kết quả thực nghiệm sử dụng dữ liệu bảng của 26 ngân hàng trong giai đoạn 2010-2022, nhóm nghiên cứu đưa ra kết luận: Việc thực hiện trách nhiệm xã hội góp phần nâng cao hiệu quả tài chính của ngân hàng thương mại. Tuy nhiên, tác động của việc thực hiện trách nhiệm xã hội đối với từng bên liên quan có sự phân hóa. Bên cạnh đó, kết quả thực nghiệm cũng chỉ ra rằng có sự khác biệt trong tác động của trách nhiệm xã hội đối với hiệu quả tài chính giữa các ngân hàng thương mại có tỷ lệ sở hữu vốn nước ngoài trên 15% và các ngân hàng thương mại có tỷ lệ sở hữu vốn nước ngoài dưới 15%. Kết quả này có ý nghĩa quan trọng trong việc đưa ra những gợi ý về mặt quản lý đối với các ngân hàng thương mại và Ngân hàng Nhà nước.

Thứ nhất, các ngân hàng nên tích cực tham gia vào các hoạt động trách nhiệm xã hội và tăng cường thông tin, truyền thông những hoạt động đó đến các bên liên quan thông qua các kênh truyền thông đại chúng, xây dựng báo cáo phát triển bền vững của ngân hàng để xây dựng hình ảnh, danh tiếng tốt.

Thứ hai, các ngân hàng nên chú trọng thực hiện trách nhiệm xã hội đối với khách hàng và nhân viên. Đối với khách hàng, các ngân hàng nên cung cấp thông tin đầy đủ về sản phẩm và dịch vụ, thiết lập các quy trình chăm sóc khách hàng, giải quyết phàn nàn một cách hiệu quả, ứng dụng công nghệ số vào phát triển sản phẩm và dịch vụ để nâng cao trải nghiệm của khách hàng. Đối với nhân viên, các ngân hàng cần tập trung cải thiện chế độ chăm sóc sức khỏe và tinh thần nhân viên, chú trọng hoạt động đào tạo nâng cao nghiệp vụ, có chính sách lương thưởng phù hợp với vị trí việc làm, tuyển dụng công khai, minh bạch. Đối với môi trường, các ngân hàng nên tiết kiệm điện, giảm khí thải, hạn chế sử dụng giấy, nâng cao ý thức bảo vệ môi trường của nhân viên, tài trợ các dự án thân thiện môi trường.

Thứ ba, Ngân hàng Nhà nước cần đẩy mạnh tuyên truyền nâng cao nhận thức của ngân hàng về trách nhiệm xã hội. Triển khai thí điểm và khuyến khích các ngân hàng công bố Báo cáo phát triển bền vững theo tiêu chuẩn quốc tế, trong đó trình bày chi tiết nội dung trách nhiệm xã hội đối với từng bên liên quan. Bên cạnh đó, cần xây dựng bộ tiêu chuẩn đánh giá mức độ thực hiện trách nhiệm xã hội dành riêng cho ngân hàng tham khảo các tiêu chuẩn quốc tế như ISO 26000, SA 8000... và có hệ thống theo dõi việc thực hiện trách nhiệm xã hội của các ngân hàng.

PHỤ LỤC

Phụ lục 1: Kết quả hồi quy mô hình Pooled OLS

Biến giải thích	ROA
CSR	-0,00067* (0,00108)
CIR	-0,06493*** (0,00164)
LTA	-0,00452*** (0,00137)
LLP	0,08531*** (0,03240)
ETA	0,04922*** (0,00477)
GDP	-0,01697 (0,01369)
Covid	-0,00215*** (0,00057)
Constant	0,06230*** (0,00224)
N	338
R-square	0,8722

Chú thích: Giá trị trong ngoặc đơn là sai số chuẩn; ***, **, * lần lượt biểu thị mức ý nghĩa thống kê 1%, 5% và 10%.

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả

Phụ lục 2: Kết quả hồi quy mô hình FEM

Biến giải thích	ROA
CSR	-0,00057 (0,00141)
CIR	-0,06694*** (0,00191)
LTA	-0,00418** (0,00178)
LLP	0,13672*** (0,03851)
ETA	0,04352*** (0,00608)
GDP	-0,01578 (0,01261)
Covid	-0,00212*** (0,00057)
Constant	0,06432*** (0,00244)
N	338
R-square	0,8700

Chú thích: Giá trị trong ngoặc đơn là sai số chuẩn; ***, **, * lần lượt biểu thị mức ý nghĩa thống kê 1%, 5% và 10%.

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả

Phụ lục 3: Kết quả hồi quy mô hình REM

	ROA
CSR	-0,00017** (0,00125)
CIR	-0,06619*** (0,00176)
LTA	-0,00426*** (0,00159)
LLP	0,11939*** (0,03494)
ETA	0,04569*** (0,00539)
GDP	-0,01601 (0,01243)
Covid	-0,00212*** (0,00055)
Constant	0,06354*** (0,00232)
N	338
R-square	0,8712

Chú thích: Giá trị trong ngoặc đơn là sai số chuẩn; ***, **, * lần lượt biểu thị mức ý nghĩa thống kê 1%, 5% và 10%.

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả

Phụ lục 4: Kết quả hồi quy mô hình với biến phụ thuộc là ROE và NIM

Biến giải thích	ROE	NIM
ROE(-1)	0,19418** (0,05523)	
NIM(-1)		0,14930* (0,04537)
CSR	-0,03156* (0,08035)	-0,04033** (0,08233)
CIR	-0,00761 (0,08015)	-0,08556** (0,09340)
LTA	-0,01798 (0,09433)	-0,45351*** (0,12364)
LLP	-0,57537*** (0,21164)	-0,94178 (1,85928)
ETA	0,56944 (0,65268)	2,17424*** (0,56072)
GDP	-0,30075 (0,20824)	0,37596* (0,20749)
Covid	-0,03483** (0,01767)	0,01167 (0,01368)
N	338	338
Sargan test	0,001	0,295
AR (1)	0,763	0,178
AR (2)	0,037	0,86

Chú thích: Giá trị trong ngoặc đơn là sai số chuẩn; ***, **, * lần lượt biểu thị mức ý nghĩa thống kê 1%, 5% và 10%.

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả

Tài liệu tham khảo

- Belasri, S. Gomes, M. , Pijourlet, G. (2020), ‘Corporate social responsibility and bank efficiency’, *Journal of Multinational Financial Management*, 54, 2020, 100612, <https://doi.org/10.1016/j.mulfin.2020.100612>.
- Đào Lê Kiều Oanh (2024), ‘Tăng cường thực hiện trách nhiệm xã hội tại các ngân hàng thương mại Việt Nam’, *Tạp chí ngân hàng*, 10(5),1-22.
- Freeman, R. E. (1983), ‘Strategic management: A stakeholder approach’, *Advances in strategic management*, 1(1), 31-60.
- Friedman, M. (1970), ‘The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits’, *The New York Times Magazine*, September 13, 1970.
- Gangi, F., Mustilli, M., Varrone, N. & Daniele, L. M. (2018), ‘Corporate social responsibility and banks financial performance’, *International Business Research*, 11(10), 42-58.
- Lee, Y. (2020), ‘Toward a communality with employees: The role of CSR types and internal reputation’, *Corporate Reputation Review*, 23(1), 13-23.
- Lê Phước Hương & Lưu Tiến Thuận (2019), ‘Tác động của trách nhiệm xã hội đến hiệu quả tài chính: Nghiên cứu tình huống các ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam’, *Tạp chí Khoa học & Đào tạo Ngân hàng*, 211, 1-11.
- López-Penabad, M.C., Iglesias-Casal, A. & Neto, J.F.S. (2023), ‘Does corporate social performance improve bank efficiency? Evidence from European banks’. *Review of Managerial Science* 17, 1399–1437, <https://doi.org/10.1007/s11846-022-00579-9>.
- 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, <https://doi.org/10.1016/j.fbj.2017.12.002>.
- Matuszaka, Ł., & Rózańska, E. (2017), ‘An examination of the relationship between CSR disclosure and financial performance: The case of polish banks’, *Accounting And Management Information Systems*, 16(4), 522–533, <https://doi.org/10.24818/jamis.2017.04005>.
- My, S.T. & My, H. T. (2022), ‘Relationship between corporate social responsibility and bank performance of listed banks in Vietnam’, *Journal of Hunan University Natural Sciences*, 49(1), 212-219.
- Nguyen, C. T., Nguyen, L. T., & Nguyen, N. Q. (2022a), ‘Corporate social responsibility and financial performance: The case in Vietnam’, *Cogent Economics & Finance*, 10(1), 2075600.
- Nguyen, V.T., Bui, H. T., & Le, C. H. (2022b), ‘The impacts of corporate social responsibility to corporate financial performance: A case study of Vietnamese commercial banks’, *Cogent Economics & Finance*, 10(1), 2132642.
- Salehi, M., Mahmoudabadi, M., Adibian, M. S., & Ranjbar, H. R. (2020), ‘The potential impact of managerial entrenchment on firms’ corporate social responsibility activities and financial performance: Evidence from Iran’, *International Journal of Productivity and Performance Management*, 70(7), 1793–1815, <https://doi.org/10.1108/IJPPM-06-2019-0259>
- Sudiyatno, B., Bagana, B.D., Hardiyanti, W., Puspitasari, E. & Safitri, S.D. (2024), ‘The role of corporate social responsibility as a moderating factor in influencing bank performance in Indonesia’, *Banks and Bank Systems*, 19(1), 1-11, doi:10.21511/bbs.19(1).2024.01.
- Szegedi, K., Khan, Y., & Lentner, C. (2020), ‘Corporate social responsibility and financial performance: Evidence from Pakistani listed banks’, *Sustainability*, 12(10), 4080, <https://doi.org/10.3390/su12104080>.
- Tran, Q. T., Vo, T. D., & Le, X. T. (2021), ‘Relationship between profitability and corporate social responsibility disclosure: Evidence from Vietnamese listed banks’, *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 875–883, <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0875>.
- Wu, M. W., & Shen, C. H. (2013), ‘Corporate social responsibility in the banking industry: Motives and financial performance’, *Journal of Banking & Finance*, 37(9), 3529-3547.
- Zhou, G., Sun, Y., Luo, S., Liao, J. (2021), ‘Corporate social responsibility and bank financial performance in China: The moderating role of green credit’, *Energy Economics*, 97, 105190, <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2021.105190>.