XÂY DỰNG MÔ HÌNH VÀ GIẢ THUYẾT NGHIÊN CỨU VỀ ẢNH HƯỞNG CỦA CÔNG BỐ THÔNG TIN TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI ĐẾN HIỆU QUẢ TÀI CHÍNH

● PHẠM THỊ LAI[1] - NGUYỄN LÊ THÙY UYÊN[2] - LÊ THỊ THANH TUYẾN[2]
- LÊ THỊ MỸ NHÂN[2] - LÊ NGUYỄN HOÀI MỸ DUYÊN[2] - TRẦN THỊ MINH NHÀN[2]
[1]Giảng viên Khoa Kinh tế và Kế toán, Trường Đại học Quy Nhơn
[2]Sinh viên, Trường Đại học Quy Nhơn
DOI: https://doi.org/10.62831/202508004

TÓM TẮT:

Bài nghiên cứu nhằm mục đích xây dựng mô hình và giả thuyết nghiên cứu về ảnh hưởng của công bố thông tin trách nhiệm xã hội đến hiệu quả tài chính của các công ty. Đồng thời điều tra mối quan hệ giữa việc công bố trách nhiệm xã hội của công ty (CSRD) và hiệu quả tài chính (FP) với việc xem xét vai trò trung gian của đổi mới sáng tạo xanh (GI) đối với một mẫu các công ty niêm yết tại Việt Nam.

Từ khóa: công bố thông tin trách nhiệm xã hội, đổi mới sáng tạo xanh, hiệu quả tài chính, sáng kiến bảo vệ môi trường, tổng quan nghiên cứu.

1. Đặt vấn đề

Khái niệm Công bố thông tin trách nhiệm xã hội của công ty (CSRD) bắt nguồn từ các quốc gia phát triển và đã có lịch sử hơn 60 năm. Trong thời gian gần đây, các nghiên cứu về CSRD ngày càng đa dạng và không còn giới hạn trong các thị trường phát triển (Baxi, 2012). Tại Việt Nam, CSRD bắt đầu được biết đến rộng rãi hơn từ hơn 2 thập kỷ trước thông qua Báo cáo phát triển bền vững của các tập đoàn đa quốc gia hoạt động tại Việt Nam như Honda, Coca-Cola và Unilever.

Trước năm 2016, chỉ có một số công ty lớn trong nước công khai thông tin về các hoạt động liên quan đến CSRD trong báo cáo của họ. Trước đó, CSRD đối với các bên liên quan được quy định rải rác trong các văn bản pháp luật riêng lẻ như: Luật Lao động, Luật Hợp đồng hay các khuyến nghị về Báo cáo môi trường. Tuy nhiên, chưa có một khung pháp lý thống nhất hoặc văn bản pháp luật cụ thể nào quy định toàn diện về CSRD. Trong giai đoạn này, việc công bố thông tin CSRD trong báo cáo tài chính của công ty vẫn mang tính tự nguyện.

Năm 2015, lần đầu tiên, các hướng dẫn về báo cáo CSRD được ban hành theo Thông tư số 155/TT-BTC, yêu cầu các công ty niêm yết phải công bố thông tin về môi trường và xã hội liên quan đến phát triển bền vững. Kể từ khi Thông tư

này có hiệu lực vào năm 2016, việc công bố Báo cáo CSRD đã trở nên phổ biến hơn trong cộng đồng công ty Việt Nam.

Về cơ bản, CSRD là một hình thức đầu tư và việc công bố CSRD có ảnh hưởng như thế nào đến hiệu quả tài chính đang là một chủ đề được quan tâm. Nghiên cứu của Saeidi (2015) cho thấy tác động của công bố CSRD có thể được truyền qua một số yếu tố trung gian. Vì vậy, thay vì chỉ xem xét CSRD có tác động tích cực hay tiêu cực đến hiệu quả tài chính, nhiều nghiên cứu đề xuất sử dụng các yếu tố trung gian để phân tích.

Một trong những khái niệm có thể đóng vai trò trung gian và là cơ chế giải thích cho mối quan hệ giữa CSRD và hiệu quả tài chính của công ty (FP) là GI. GI bao gồm việc phát triển công nghệ nhằm tiết kiệm năng lượng, giảm ô nhiễm, tái chế rác thải và thiết kế các sản phẩm thân thiện với môi trường (Buisson et. al., 2010). Đây là một giải pháp tối ưu để đóng góp vào sự phát triển bền vững của môi trường và các công ty tiên phong trong GI đang dần dẫn đầu những xu hướng trên thị trường.

Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng việc tham gia vào các hoạt động CSRD mang lại nhiều lợi ích cho công ty, chẳng hạn như cải thiện hình ảnh thương hiệu, tạo dựng uy tín với các bên liên quan, hoặc nâng cao kết quả tài chính. Tuy nhiên, tại Việt Nam, các nghiên cứu về vấn đề này còn hạn chế và chưa đạt được nhất quán về kết quả nghiên cứu, nhiều công ty vẫn chưa chủ động công bố thông tin CSRD đến các bên liên quan. Do đó, bài nghiên cứu tập trung phân tích mối quan hệ giữa CSRD và FP bằng cách xem xét vai trò trung gian của hiệu quả GI tại các công ty niêm yết trên sàn chứng khoán Việt Nam. Đồng thời, nghiên cứu này cũng thảo luận về những nghiên cứu mới nhất liên quan đến mối quan hệ này, mở ra cơ hội cho các nghiên cứu thực nghiệm trong tương lai.

2. Tổng quan nghiên cứu

Trong những năm gần đây, việc công bố thông tin về CSRD tại Việt Nam đã có những bước tiến đáng kể. Nhiều công ty đã bắt đầu chú trọng hơn đến việc minh bạch hóa các hoạt động CSRD nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của các bên liên quan và hướng tới phát triển bền vững. Bên cạnh các thông tin tài chính bắt buộc, nhà đầu tư ngày càng quan tâm đến những thông tin phi tài chính mang tính tự nguyện, bao gồm các yếu tố liên quan đến môi trường và CSRD (Peterson, 2004). Đáng chú ý, hệ thống pháp luật Việt Nam hiện chưa có quy định bắt buộc các công ty niêm yết phải thực hiện CSRD. Việc triển khai CSRD, cũng như công bố thông tin liên quan hoàn toàn dựa trên sự tự nguyện của công ty. Do đó, các nhà quản lý nên tập trung vào việc đạt được hiệu quả tài chính (FP) và CSRD để tạo ra giá trị chung cho tất cả các bên liên quan. Nhìn chung, các nghiên cứu trước đây đều củng cố quan điểm rằng có mối quan hệ tích cực giữa CSRD và FP.

Mặc dù đã có nhiều nghiên cứu về mối quan hệ này, nhưng những kết quả trước đó vẫn chưa có sự nhất quán. Nghiên cứu của Cho et. al. (2019) chỉ ra CSRD có tác động tích cực đến hiệu quả tài chính của công ty (FP) giúp công ty mở rộng thị phần, nâng cao hiệu quả và cuối cùng là thúc đẩy tăng trưởng tài chính. Bên cạnh đó, Van Beurden et. al. (2008) đã tổng hợp các nghiên cứu từ 34 bài báo và chỉ ra rằng 68% các nghiên cứu cho thấy CSRD có tác động tích cực đến FP, trong khi chỉ có 32% nghiên cứu ghi nhận mối quan hệ tiêu cực hoặc không đáng kể giữa 2 yếu tố này.

Trong khi Han et. al. (2016) lại cho thấy mối quan hệ tiêu cực giữa hai yếu tố này, do trong quá trình thực hiện CSRD, các công ty vẫn gặp khó khăn trong việc đáp ứng những mong muốn và nhu cầu khác nhau của các bên liên quan. Nghiên cứu của Fisher et. al. (2011) cũng đã cho kết quả CSRD ảnh hưởng tiêu cực đến hiệu quả tài chính của các công ty. Cụ thể, họ đã phân tích các tổ chức tham gia vào các hoạt động thân thiện với môi trường và kết luận những hoạt động này có tác động tiêu cực đến hiệu quả tài chính của công ty. Chẳng hạn, chương trình Climate Leaders của Cơ quan Bảo vệ Môi trường Hoa Kỳ (EPA) cho thấy việc thực hiện chương trình này đã ảnh hưởng tiêu cực đến hiệu quả tài chính của các công ty tham gia.

Những năm trở lại đây, một số nhà nghiên cứu đã quan tâm đến việc tìm hiểu vai trò trung gian

của GI nhằm làm rõ bản chất phức tạp của mối quan hệ giữa công bố thông tin CSR và hiệu quả tài chính. GI có thể đóng vai trò biến trung gian đáng kể cho các tác động giữa CSRD và hiệu quả tài chính. Hiệu quả tài chính của công ty có thể được hưởng lợi ích từ các sáng kiến CSRD thông qua vai trò trung gian của GI theo Fen Zhang et. al. (2020). Tại các nước đang phát triển nói chung và Việt Nam nói riêng, số lượng các nghiên cứu xem xét cả ảnh hưởng trực tiếp và gián tiếp của công bố thông tin CSR đến hiệu quả tài chính qua trung gian là GI chưa nhiều. Do đó, cần nghiên cứu sâu hơn về ảnh hưởng của mức độ công bố thông tin CSR đến hiệu quả tài chính, đặc biệt qua trung gian GI.

3. Cơ sở lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu

3.1. Cơ sở lý thuyết

3.1.1. Lý thuyết các bên liên quan

Lý thuyết các bên liên quan là một trong những khung lý thuyết được sử dụng rộng rãi trong nghiên cứu về CSR. Theo lý thuyết này, các công ty không chỉ có trách nhiệm với cổ đông mà còn phải có trách nhiệm với cộng đồng nơi họ hoạt động (Al Amosh et. al., 2022). Do đó, việc đáp ứng kỳ vọng của các bên liên quan là việc thể hiện các hành động mang tính thiện chí và tự nguyện của công ty đồng thời, tối ưu hóa lợi ích cho các bên liên quan (Alkurdi et. al., 2023).

Theo Freeman (1984), việc áp dụng lý thuyết các bên liên quan giúp công ty phân tích và thích ứng với bối cảnh rộng lớn hơn của môi trường kinh doanh. Shi & Tsai (2022) cũng chỉ ra rằng tác động từ các bên liên quan có thể ảnh hưởng đáng kể đến quá trình GI của công ty. Các bên liên quan không chỉ tạo áp lực mà còn thúc đẩy công ty gia tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường toàn cầu thông qua việc áp dụng các chiến lược kinh doanh xanh.

3.1.2. Lý thuyết dựa trên nguồn lực

Bên cạnh lý thuyết các bên liên quan, lý thuyết dựa trên tài nguyên (NRBV) cũng cung cấp một góc nhìn quan trọng về lợi thế cạnh tranh của công ty trong bối cảnh môi trường tự nhiên (Hart, 1995). NRBV cho phép công ty xác định và phát triển năng lực môi trường như một phần cốt lõi trong hệ thống vận hành của tổ chức. Hiệu quả môi trường, GI và phát triển bền vững được xem là các cơ chế nền tảng giúp đảm bảo phúc lợi tự nhiên, đồng thời nâng cao danh tiếng và lợi thế cạnh tranh của công ty. Theo NRBV, việc xây dựng năng lực môi trường giúp công ty tạo ra lợi thế bền vững và phản ánh cách môi trường tự nhiên có thể ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh. Hơn nữa, NRBV nhấn mạnh vai trò của GI trong việc cải thiện hiệu quả kinh doanh và tăng cường mối quan hệ với các bên liên quan (Andersén, 2021).

Trong bối cảnh nền kinh tế toàn cầu, các vấn đề môi trường và xã hội ngày càng trở nên cấp thiết, đặc biệt tại các quốc gia đang phát triển. Lý thuyết NRBV không chỉ giải quyết các mối quan tâm về sinh thái, mà còn giúp công ty dự đoán xu hướng tương lai, từ đó đưa ra chiến lược phù hợp nhằm duy trì tính bền vững dài hạn. Việc áp dụng lý thuyết này có thể giúp công ty củng cố vị thế trên thị trường, đồng thời thúc đẩy phát triển bền vững thông qua việc tăng cường năng lực GI. GI, xét theo góc độ NRBV, là một yếu tố quan trọng giúp công ty khác biệt hóa sản phẩm và đạt được tăng trưởng bền vững trên thị trường (Khanra et. al., 2022).

3.2. Giả thuyết nghiên cứu

3.2.1. Ảnh hưởng của công bố thông tin trách nhiệm xã hội đến hiệu quả tài chính

Dựa trên các lý thuyết nền tảng đã đề cập, có thể kỳ vọng việc công bố thông tin về CSRD có tác động tích cực đến hiệu quả tài chính của công ty, đồng thời cải thiện hình ảnh và giá trị của công ty. Những công ty có mức độ công bố thông tin CSRD cao hơn thường có lợi thế trong việc nâng cao danh tiếng, tạo ra cơ hội kinh doanh và gia tăng lợi nhuận thông qua việc khác biệt hóa sản phẩm, thu hút nhân sự chất lượng cao và nâng cao khả năng định giá sản phẩm ở mức cao hơn. Việc công bố CSRD giúp tạo ra sự khác biệt so với đối thủ cạnh tranh, đặc biệt là trong quản lý quan hệ với các bên liên quan và các chiến lược dài hạn, từ đó góp phần củng cố, nâng cao hiệu quả tài chính của công ty. Vì vậy, giả thuyết nghiên cứu được đưa ra như sau:

H1: Ảnh hưởng trực tiếp của công bố thông tin CSR đến hiệu quả tài chính.

3.2.2. Ảnh hưởng của công bố thông tin trách nhiệm xã hội đến đổi mới sáng tạo xanh

Ở Việt Nam, nghiên cứu cho thấy các công ty nên lồng ghép các mục tiêu bền vững về môi trường và xã hội vào chiến lược phát triển bền vững của mình, đồng thời công bố thông tin CSR liên quan đến các quy trình xanh và GI (Ha et. al., 2023). Việc công bố thông tin CSR chỉ có tác động thay thế đối với giá trị công ty ở mức thấp. Khi giá trị công ty tăng lên, tác động của công bố thông tin CSR đến GI dần yếu đi (Fen Zhang et. al., 2020). Điều này chỉ ra hiệu quả của công bố thông tin CSR đối với GI có thể phụ thuộc vào mức độ phát triển và quy mô của công ty.

Từ các nghiên cứu trên, có thể thấy công bố thông tin CSR có ảnh hưởng trực tiếp và tích cực đến quá trình GI của các công ty. Mặc dù có một số ngoại lệ, nhưng nhìn chung, các công ty thực hiện công bố thông tin CSR không chỉ góp phần bảo vệ môi trường mà còn tạo ra giá trị bền vững cho chính mình. Công bố thông tin CSR giúp các công ty nâng cao hiệu quả trong các hoạt động GI, từ đó tạo ra lợi thế cạnh tranh và góp phần vào sự phát triển bền vững của nền kinh tế. Do đó, việc thúc đẩy và công bố các sáng kiến CSRD là một yếu tố không thể thiếu trong chiến lược phát triển dài hạn của các công ty. Vì vậy, giả thuyết nghiên cứu được đưa ra như sau:

H2: Ảnh hưởng trực tiếp của công bố thông tin CSR đến GI.

3.2.3. Ảnh hưởng của đổi mới sáng tạo xanh đến hiệu quả tài chính

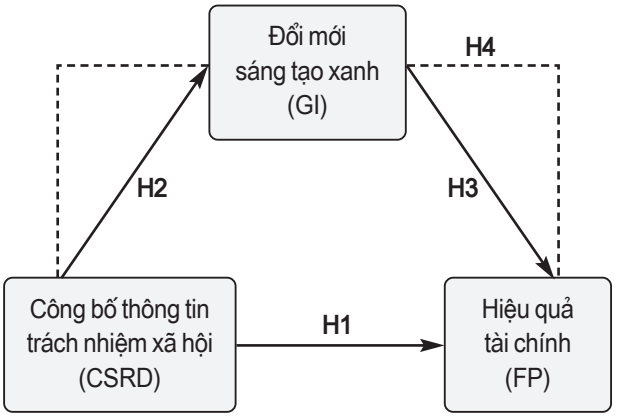
Việc triển khai GI không phải lúc nào cũng mang lại sự cân bằng kinh tế thuận lợi cho các tổ chức, nhưng về lâu dài, có thể phát sinh những lợi ích vô hình. Các ngân hàng và nhà đầu tư ngày càng quan tâm đến việc hỗ trợ các công ty duy trì GI và phát triển bền vững (Kartadjumena & Rodgers, 2019). Các công ty tài chính thực hiện GI nhằm định vị thương hiệu và mang lại hiệu quả tài chính cho công ty, cũng như lợi ích cho xã hội (Thomas et. al., 2021).

Việc tích hợp quan điểm về môi trường của các bên liên quan vào chuỗi giá trị của công ty thông qua GI có thể tác động đến chi phí và doanh thu của công ty. Công ty có thể gia tăng doanh thu bằng cách phát triển các sản phẩm xanh, các công ty áp dụng GI có thể định giá sản phẩm cao hơn. Bằng cách đưa các yếu tố môi trường vào sản phẩm mới, công ty có thể tạo ra sự khác biệt cho sản phẩm của mình, qua đó nâng cao mức độ nhận diện từ các bên liên quan và cuối cùng giúp tăng khả năng cạnh tranh cũng như doanh số bán hàng. Vì vậy, giả thuyết nghiên cứu được đưa ra như sau:

H3: Ảnh hưởng trực tiếp của GI đến hiệu quả tài chính.

3.2.4. Vai trò trung gian của đổi mới sáng tạo xanh (Hình 1)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất (2024)



Như đã đề cập trước đó, nếu việc công bố thông tin CSRD thúc đẩy khả năng GI, thì GI lại có tác động tích cực đến hiệu quả tài chính, tức là việc công bố thông tin CSRD có tác động gián tiếp (thông qua GI) đến hiệu quả tài chính. Sự tồn tại của ảnh hưởng gián tiếp này cho thấy vai trò trung gian GI.

Theo Padilla-Lozano et. al. (2022), các công ty ưu tiên định hướng trách nhiệm xã hội (CSRD) thường có khả năng đổi mới tốt hơn, giúp giảm tiêu hao năng lượng và tài nguyên, đồng thời nâng cao năng suất và khả năng cạnh tranh. Điều này cho thấy các hoạt động CSRD có tác động tích cực đến GI và GI lại ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả tài chính của công ty (FP). Quan điểm này phù hợp với nghiên cứu của Surroca (2010), trong đó cho rằng các yếu tố vô hình, như GI, đóng vai trò

trung gian trong mối quan hệ giữa CSRD và FP. Từ đó, chúng tôi đề xuất giả thuyết sau:

H4: Ảnh hưởng gián tiếp của công bố thông tin CSR đến hiệu quả tài chính

4. Kết luận

Về mặt thực tiễn, nghiên cứu này đã xây dựng được mô hình và giả thuyết nghiên cứu về ảnh hưởng của công bố thông tin CSR đến hiệu quả tài chính, đồng thời trình bày ngắn gọn và khách quan về lợi ích của việc công bố thông tin CSR, cũng như cách các nhà quản lý và các bên liên quan có thể tích hợp chúng vào chiến lược kinh doanh. Việc công bố thông tin về CSRD là một yêu cầu quan trọng trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, do những lợi ích mà nó mang lại cho xã hội. Tại Việt Nam, vấn đề này vẫn đang trong giai đoạn khởi đầu nhưng đóng vai trò quan trọng đối với sự tồn tại và thành công lâu dài của các công ty. Thực hiện CSR đặc biệt là GI không nên được xem là một khoản chi phí mà nên được nhìn nhận như một cơ hội đầu tư, giúp công ty không chỉ đóng góp tích cực vào sự phát triển bền vững mà còn đạt được hiệu quả tài chính tốt hơn.

Mặc dù mối quan hệ giữa công bố thông tin CSR và hiệu quả tài chính đã được nghiên cứu trước đây thực hiện. Tuy nhiên, vẫn chưa có nhiều nghiên cứu tìm hiểu về tác động trung gian của GI trong mối quan hệ giữa công bố thông tin CSR và hiệu quả tài chính. Xuất phát từ những bằng chứng thực tế đã ngày càng cho thấy tầm quan trọng của công bố thông tin CSR trong các quyết định đầu tư. Do vậy, cần có nhiều hơn nữa các nghiên cứu khám phá xem liệu GI có đóng vai trò trung gian cho mối quan hệ này hay không ■

Lời cảm ơn:

Nghiên cứu được thực hiện trong khuôn khổ đề tài nghiên cứu khoa học sinh viên của Trường Đại học Quy Nhơn, mã số: S2024.943.05

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Al Amosh, H., & Khatib, S. F. (2022). Websites visits and financial performance for GCC banks: The moderating role of environmental, social and governance performance. Global Business Review, 1-21.

Alkurdi, A., Al Amosh, H., & Khatib, S. F. (2023). The mediating role of carbon emissions in the relationship between the board attributes and ESG performance: European evidence. EuroMed Journal of Business.

Andersén, J. (2021). A relational natural-resource-based view on product innovation: The influence of green product innovation and green suppliers on differentiation advantage in small manufacturing firms. Technovation, 104, 102254.

Baxi, V.C. & Ray, R.S. (2012). Corporate Social Responsibility. Vikas Publishing House: India, Noida.

Buisson, B., & Silberzahn, P. (2010). Blue Ocean or Fast-Second Innovation? A Four-Breakthrough Model to Explain Successful Market Domination. Digital Disruptive Innovation.

Cho, S.J.; Chung, C.Y.; Young, J. (2019). Study on the relationship between CSRDD and financial performance. Sustainability, 11, 343.

Fisher-Vanden, K. & Thorburn, K.S. (2011). Voluntary corporate environmental initiatives and shareholder wealth. J. Environ. Econ. Manag., 62, 430-445.

Freeman, R. E. (1984). Strategic Management: A Stakeholder Approach, 1 ed. Boston: Pitman: Boston

Ha, N. M., Phong, L. Q., Thang, T. K. V., Tam, H. L., Dang, T. H., & Hoa, N. T. M. (2022). Mediating Role of Corporate Reputation in the Relationship Between Corporate Social Responsibility and Repurchase Intention : A Case Study of McDonald's Fast Food Restaurant Chain. HCMCOUJS-Economics and Business Administration, 13(2), 3-20.

Han, J.; Kim, H.J. & Yu, J. (2016). Empirical study on relationship between corporate social responsibility and financial performance in Korea. Asian J. Sustain. Soc. Responsib., 1, 61-76.

Hart SL. (1995). A Natural-Resource-Based View of the Firm. Academy of Management Review, 20(4), 986-1014.

Khanra, S., Kaur, P., Joseph, R. P., Malik, A., & Dhir, A. (2022). A resource-based view of green innovation as a strategic firm resource: Present status and future directions. Business Strategy and the Environment, 31(4), 1395-1413.

Padilla-Lozano, C.P. & Collazzo, P. (2022). Corporate social responsibility, green innovation and competitiveness - Causality in manufacturing. Compet. Rev., 32, 21-39.

Peterson, D. (2004). The Relationship between Perceptions of Corporate Citizenship and Organisational Commitment. Business & Society, 43(3), 296-319.

Saeidi, S.P.; Sofian, S.; Saeidi, P.; Saeidi, S.P. & Saaeidi, S.A. (2015). How does corporate social responsibility contribute to firm financial performance? The mediating role of competitive advantage, reputation, and customer satisfaction. J. Bus. Res., 68, 341-350.

Shi, Y., & Tsai, K. H. (2022). A sequential process from external stakeholder pressures to performance in services. Journal of Service Theory and Practice, 32(5), 589-619.

Surroca, J.; Tribó, J.A. & Waddock, S. (2010). Corporate responsibility and financial performance: The role of intangible resources. Strateg. Manag. J., 31, 463-490.

Van Beurden, P. & Gössling (2008). T. The worth of values-A literature review on the relation between corporate social and financial performance. J. Bus. Ethics, 82, 407-424.

Zhang, F.; Qin, X.N.; Liu, L.N. The Interaction Effect between ESG and Green Innovation and Its Impact on Firm Value from the Perspective of Information Disclosure. Sustainability 2020, 12, 1866.

Ngày nhận bài: 15/1/2025
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 26/1/2025
Ngày chấp nhận đăng bài: 16/2/2025

DEVELOPING A MODEL AND HYPOTHESES ON THE IMPACT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE ON FINANCIAL PERFORMANCE

● **PHAM THI LAI**[1]
● **NGUYEN LE THUY UYEN**[2]
● **LE THI THANH TUYEN**[2]
● **LE THI MY NHAN**[2]
● **LE NGUYEN HOAI MY DUYEN**[2]
● **TRAN THI MINH NHAN**[2]

[1]Lecturer, Faculty of Economics and Accounting, Quy Nhon University
[2]Student, Quy Nhon University

ABSTRACT:

The study aims to build a model and research hypotheses on the impact of corporate social responsibility disclosure on financial performance of companies. At the same time, investigate the relationship between corporate social responsibility disclosure)and financial performance with consideration of the mediating role of green innovation for a sample of listed companies in Vietnam.

Keywords: corporate social responsibility disclosure, green innovation, environmental protection initiative, literature review.