

---

# ẢNH HƯỞNG CỦA ÁP LỰC THỂ CHẾ ĐẾN CHIẾN LƯỢC XUẤT KHẨU THÂN THIỆN MÔI TRƯỜNG, HỢP TÁC TRONG CHUỖ CUNG ỨNG VÀ LỢI THẾ CẠNH TRANH TẠI CÁC DOANH NGHIỆP DỆT MAY

**Đỗ Thị Bình**

*Khoa Quản trị Kinh doanh, Đại học Thương mại*

*Email: binhdt@tmu.edu.vn*

**Trần Văn Trang**

*Khoa Quản trị Kinh doanh, Đại học Thương mại*

*tranvotrang@tmu.edu.vn*

Ngày nhận: 16/3/2021

Ngày nhận ban sửa: 15/04/2021

Ngày duyệt đăng: 05/6/2021

## **Tóm tắt**

Là một trong những ngành kinh tế quan trọng nhất trên thế giới, tác động có hại của ngành dệt may đến môi trường và xã hội ngày càng gia tăng, đòi hỏi các doanh nghiệp cần có các chiến lược môi trường nói chung và chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường nói riêng. Mục tiêu của nghiên cứu là kiểm định ảnh hưởng của các áp lực thể chế đến chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường, hợp tác trong chuỗi cung ứng và lợi thế cạnh tranh. Dữ liệu được thu thập từ 191 nhà quản lý của các doanh nghiệp dệt may và được phân tích bằng PLS SEM. Kết quả cho thấy các áp lực thị trường, áp lực qui chuẩn và áp lực cạnh tranh ảnh hưởng mạnh mẽ đến việc theo đuổi chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường của công ty. Đặc biệt, chiến lược này gia tăng hợp tác trong chuỗi cung ứng và do đó giúp công ty đạt được lợi thế cạnh tranh. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra một số hàm ý về quản lý và chính sách.

**Từ khoá:** Áp lực thể chế, chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường, hợp tác trong chuỗi cung ứng, lợi thế cạnh tranh, doanh nghiệp dệt may.

**Mã JED:** L1, L67, M1.

## **Effects of institutional pressures on environmentally friendly export strategies, supply chain coordination and competitive advantage in garment firms**

### **Abstract:**

As one of the largest growing industries in the world, the harmful impact of the textile and garment industry on the environment and society is increasing, requiring firms shift to environmental strategies (ES) and environmental friendly export strategy (EFES) in particular. The purpose of the study is to test the effects of institutional pressures on EFESs and thus on supply chain coordination (SCC) and competitive advantage (CAD). Data were collected from 191 managers of textile firms and then analyzed by PLS SEM. The findings show that market pressures, regulatory pressures and competitive pressures strongly influence the company's pursuit of EFESs. In particular, this strategy leads to SCC, and thus helps the firm gain CAD. This paper points out some implications for management and policy.

**Key words:** Institutional pressures, environmental friendly export strategy, supply chain coordination, competitive advantage, textile firms.

**JED code:** L1, L67, M1.

---

## 1. Đặt vấn đề

Dệt may là một trong những ngành kinh tế có đóng góp rất quan trọng vào xuất khẩu và tổng sản phẩm quốc nội của một quốc gia, đặc biệt là ở những nền kinh tế đang phát triển như Việt Nam. Tuy nhiên, đây cũng là ngành kinh tế gây ra nhiều tổn hại về môi trường. Chính vì vậy, “xanh hoá” hay “phát triển bền vững” ngành dệt may đang trở thành một xu hướng, lời kêu gọi được triển khai ở nhiều cấp độ, từ quốc tế đến các quốc gia và doanh nghiệp (UN Environment Programme, 2019).

Việt Nam đã ký kết nhiều hiệp định thương mại tự do (FTA), đặc biệt là trong năm 2020. Các hiệp định tự do sẽ mở ra các cơ hội mở rộng thị trường cho ngành dệt may, đồng thời cũng đặt ra những thách thức mới, trong đó có việc các doanh nghiệp dệt may phải đáp ứng đầy đủ các cam kết và tiêu chuẩn mới về môi trường. Bối cảnh mới này đòi hỏi các doanh nghiệp dệt may phải thực hiện các chuyển đổi cần thiết để hướng tới chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường.

Đây cũng là một chủ đề nghiên cứu thu hút sự quan tâm rộng rãi của các học giả. Tổng quan nghiên cứu cho thấy có 04 hướng nghiên cứu chính, được các học giả khai thác, đó là:

(1) Các yếu tố ảnh hưởng đến việc theo đuổi chiến lược môi trường (Ví dụ: Gallego-Alvarez & cộng sự, 2017; Menguc & cộng sự, 2010);

(2) Các rào cản cản trở theo đuổi chiến lược môi trường (Ghazilla & cộng sự, 2015; Đỗ Thị Bình, 2021);

(3) Kết quả của việc theo đuổi chiến lược môi trường (Leonidou & cộng sự, 2017; Yusof & cộng sự, 2020); và

(4) Các mức độ theo đuổi chiến lược môi trường, đặc biệt tập trung nghiên cứu chiến lược môi trường chủ động (Do & cộng sự, 2019; Lee & Rhee, 2007);

Mặc dù đã có khá nhiều các đóng góp học thuật nêu trên, chủ đề nghiên cứu về chiến lược môi trường vẫn còn tồn tại một số khoảng trống như sau:

(1) Đa phần các nghiên cứu mới chỉ tập trung vào một trong 4 hướng. Nghiên cứu tổng quát, kết nối được cả các yếu tố ảnh hưởng và kết quả của chiến lược môi trường còn ít được đề cập và do đó đây là hướng nghiên cứu chờ đợi những đóng góp mới (Leonidou & cộng sự, 2015);

(2) Các nghiên cứu này chủ yếu mới dừng lại ở phạm vi kinh doanh trong nước, nghiên cứu về chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường là chiến lược môi trường của các doanh nghiệp xuất khẩu – động lực tăng trưởng của các quốc gia đang phát triển như Việt Nam – còn ít được chú ý đến;

(3) Khi đặt trong bối cảnh xem xét các tác động thể chế đến việc theo đuổi chiến lược môi trường, rất cần thiết nghiên cứu chiến lược môi trường của các doanh nghiệp trong cùng một ngành với bối cảnh thể chế như nhau (Bıçakcıoğlu, 2018);

(4) Lợi thế cạnh tranh (*CAD - competitive advantage*), và/hoặc hiệu suất chiến lược thường được coi là kết quả của chiến lược môi trường trong các nghiên cứu trước, tuy nhiên, với mục tiêu hướng tới cả hiệu quả tài chính và môi trường của chiến lược môi trường, cần thiết để doanh nghiệp thấy được bằng chứng về mối liên hệ giữa chiến lược môi trường với hợp tác trong chuỗi cung ứng (*SCC - supply chain coordination*) nhằm theo đuổi lợi thế cạnh tranh từ cách tiếp cận chiến lược.

Nghiên cứu này thu hẹp các khoảng trống nghiên cứu trên bằng cách kiểm định mô hình nghiên cứu về mối quan hệ giữa các áp lực thể chế với việc theo đuổi chiến lược môi trường và kết quả của chiến lược này qua SCC và CAD trên thị trường xuất khẩu, từ đó đưa ra những hàm ý quan trọng trong phát triển lý thuyết về chiến lược môi trường đồng thời là những kiến nghị tốt đối với các nhà hoạch định chính sách và các nhà quản lý doanh nghiệp trong áp dụng chiến lược môi trường hướng tới phát triển bền vững.

## 2. Tổng quan lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu

### 2.1. Thuyết thể chế

Thuyết thể chế là học thuyết chính được quan tâm trong các nghiên cứu về chiến lược môi trường khi

tập trung vào ảnh hưởng của các áp lực văn hoá và xã hội đến cấu trúc và thực hành trong doanh nghiệp (Colwell & Joshi, 2013). Theo lý thuyết thể chế, hành vi của một tổ chức bị ảnh hưởng bởi các quy định, kỳ vọng và ảnh hưởng của các tổ chức khác có liên quan. Điều này dẫn đến ba tính đồng hình là: cường chế, quy chuẩn và bất chước để hình thành các quy tắc, chuẩn mực và giá trị (DiMaggio & Powell, 1983). Đồng hình cường chế là do các quy định, luật từ chính quyền, buộc mọi doanh nghiệp phải tuân thủ. Đồng hình tiêu chuẩn gồm các thực hành, tiêu chuẩn được đề xuất bởi các tổ chức có liên quan và các doanh nghiệp khi tham gia vào các tổ chức, mạng lưới này cần đáp ứng. Đồng hình bất chước xuất phát từ những hạn chế trong quan lý, thực hành của doanh nghiệp nên doanh nghiệp phải bắt chước các doanh nghiệp đã thành công khác. Jennings & Zandbergen (1995) là nhà nghiên cứu đầu tiên đưa lý thuyết thể chế của Di Maggio & Powell trong chủ đề nghiên cứu chiến lược môi trường từ năm 1995. Từ đó về sau, nhiều nghiên cứu thực nghiệm đã khẳng định mối quan hệ tích cực giữa các áp lực thể chế với việc ứng dụng chiến lược môi trường (Delmas & Toffel, 2010; Dubey & cộng sự, 2017).

## **2.2. Ảnh hưởng của các áp lực thể chế đến chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường**

Áp lực đồng hình cường chế đến từ các quy định, luật lệ và thường liên quan đến các chính sách công. Các quy định về môi trường ngày càng nghiêm ngặt của cả nước nhà và nước nhập khẩu càng nhấn mạnh vai trò của các áp lực quy định đến chiến lược môi trường. Nhiều quốc gia, các nhóm hoạt động vì môi trường, các tổ chức phi chính phủ (NGOs), các nhà bán lẻ... đều đưa ra các tiêu chuẩn, quy định liên quan đến môi trường. Ví dụ: tiêu chuẩn dệt may bền vững Oeko-Tex, bluesigns, tiêu chuẩn dệt may hữu cơ toàn cầu (GOTS); chứng nhận "Made in Green" của Tây Ban Nha, "thiên thần xanh" của Đức, "thiên nga" của Bắc Âu. Hơn nữa, hầu hết các thương hiệu và nhà bán lẻ may mặc hàng đầu thế giới như Nike, Levi's, Walmart, Patagonia, Timberland, Orvis, Adidas, Marks và Spencer và Roots đều đã đưa bông hữu cơ vào quy định sản phẩm của họ (Choudhury, 2015). Những quy định, tiêu chuẩn đó đòi hỏi các doanh nghiệp xuất khẩu dệt may phải đáp ứng các yêu cầu nhằm hạn chế việc sử dụng nguyên nhiên vật liệu hoặc qui trình gây hại. Do đó:

**H1.** *Áp lực quy định, tiêu chuẩn ảnh hưởng tích cực đến việc theo đuổi chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường của các doanh nghiệp dệt may.*

Áp lực thị trường thể hiện các xu hướng thị trường và do đó phản ánh yêu cầu của khách hàng quốc tế (Wang & cộng sự, 2020). Quy mô thị trường thời trang bền vững toàn cầu dự kiến sẽ tăng lên 9,81 tỷ USD vào năm 2025 và 15,17 tỷ USD vào năm 2030 với tốc độ tăng trưởng hàng năm là 9,1% (FAO, 2018). Xuất khẩu dệt may Việt Nam hiện gặp nhiều thách thức do quá phụ thuộc vào nguyên liệu từ nước ngoài và đặc biệt các thách thức liên quan đến đáp ứng các yêu cầu về môi trường từ khách hàng quốc tế. Khách hàng có thể gây áp lực dẫn đến các vụ kiện tụng hoặc tẩy chay tập thể (Wang & cộng sự, 2020) và được công nhận là động lực quan trọng của các chiến lược môi trường (Dai & cộng sự, 2017). Menguc & cộng sự (2010) cũng khẳng định áp lực thị trường đối với việc bảo tồn môi trường sẽ khuyến khích các doanh nghiệp cam kết bảo vệ môi trường bằng cách áp dụng chiến lược môi trường. Vì lẽ đó:

**H2.** *Áp lực thị trường ảnh hưởng tích cực đến việc theo đuổi chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường của các doanh nghiệp dệt may.*

Nhiều nghiên cứu trước khẳng định áp lực cạnh tranh tạo nên tính đồng hình bất chước (Daddi & cộng sự, 2015), biểu thị sự bắt chước hoặc sao chép chiến lược hoặc thực hành thành công của đối thủ cạnh tranh (DiMaggio & Powell, 1983). Đối với các doanh nghiệp quyết định tiến vào thị trường mới, Brouthers & cộng sự (2005) và Haveman (1993) khuyến khích họ theo chân những doanh nghiệp điển hình thành công. Li & Parboteeah (2015) cũng cho rằng các doanh nghiệp nước nhà nên bắt chước những quyết sách thành công khi gặp phải các áp lực cạnh tranh. Do đó:

**H3.** *Áp lực cạnh tranh ảnh hưởng tích cực đến việc theo đuổi chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường của các doanh nghiệp dệt may.*

**2.3. Mối quan hệ giữa chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường, hợp tác trong chuỗi cung ứng và lợi thế cạnh tranh**

Chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường phản ánh cách các nhà quản lý cân nhắc đến yếu tố môi trường trong nhiều lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp như R&D, phát triển sản phẩm, sản xuất, marketing, thu mua, quản lý nhân sự, chuỗi cung ứng, và hài hòa các chi phí và lợi ích của việc áp dụng các công nghệ và quy trình xanh cho xuất khẩu (Bobby Banerjee, 2001; Lee & Rhee, 2007). Nền tảng của chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường là hướng doanh nghiệp ra các quyết định dựa trên ảnh hưởng tích cực của quyết định đó đến môi trường tự nhiên. Do đó, theo đuổi chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường không chỉ đòi hỏi các nỗ lực xanh hoá trong nội bộ doanh nghiệp mà còn đòi hỏi nỗ lực hợp tác về vấn đề môi trường giữa tất cả các tác nhân trong toàn chuỗi cung ứng (Hong & cộng sự, 2009). Chuỗi cung ứng dệt may xuất khẩu thường được thể hiện dưới dạng tuyến tính từ mạng lưới nguyên liệu thô, nguyên phụ liệu, sản xuất, xuất khẩu đến marketing. Chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường của doanh nghiệp dệt may Việt Nam – doanh nghiệp tâm điểm trong chuỗi cung ứng xuất khẩu chỉ có thể thực hiện được qua cam kết tích hợp yếu tố môi trường của các nhà cung cấp nguyên liệu thô, nguyên phụ liệu, các doanh nghiệp logistics xuất khẩu. Do đó, đòi hỏi sự hợp tác hiệu quả của tất cả các tác nhân này. Vì lẽ đó:

**H4.** Chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường của doanh nghiệp dệt may Việt Nam tác động tích cực đến hợp tác trong chuỗi cung ứng dệt may xuất khẩu.

Là một chiến lược cân bằng, SCC không chỉ là nỗ lực của doanh nghiệp trong phối hợp với các nhà cung cấp mà còn là nỗ lực tích hợp với các nhà phân phối, khách hàng và các tác nhân khác trong chuỗi cung ứng (Hong & cộng sự, 2009; P. Liu & Yi, 2018). Với nỗ lực hợp tác với các nhà cung cấp, một doanh nghiệp dệt may có thể giám sát tốt hơn nguồn cung cấp nguyên liệu thô, nguyên phụ liệu, cải thiện hệ thống quản lý hàng tồn kho, tối ưu hóa quá trình sản xuất, giảm chi phí sản xuất xuất khẩu. Ngoài ra, với nỗ lực tích hợp với các nhà phân phối và khách hàng, doanh nghiệp đó có thể đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng, cung cấp các sản phẩm phù hợp hơn với thị hiếu thị trường nhập khẩu và có thể giúp phát triển thương hiệu theo chiến lược môi trường. Một số nghiên cứu trước cho thấy SCC giúp tăng cường CAD (Liao & cộng sự, 2017; Mellat-Parast & Spillan, 2014). Do đó:

**H5.** Hợp tác trong chuỗi cung ứng dệt may xuất khẩu tác động tích cực đến lợi thế cạnh tranh của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam.

### 3. Phương pháp nghiên cứu

#### 3.1. Thang đo

Thang đo “Áp lực từ thị trường” (MP), “Áp lực từ quy định, luật lệ” (RP), “Áp lực từ cạnh tranh” (CP) trong bài được kế thừa từ nghiên cứu của Wu & cộng sự (2012). Chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường (EEBS) là biến bậc 2, gồm 5 biến bậc 1 là: “marketing”, “nghiên cứu và phát triển”, “sản xuất”, “nhân sự”, và “thu mua” được phát triển từ thang đo của Leonidou & cộng sự (2015). Thang đo “hợp tác trong chuỗi cung ứng” (SCC) được kế thừa từ nghiên cứu của Hong & cộng sự (2009). “Lợi thế cạnh tranh” (CAD) là thang đo được phát triển từ nghiên cứu của Banerjee & cộng sự (2003) (Phụ lục). Hai biến “quy mô doanh nghiệp” và “tuổi của doanh nghiệp” được coi là 2 biến kiểm soát. Trong đó “quy mô doanh nghiệp” gồm các doanh nghiệp lớn, doanh nghiệp vừa, và doanh nghiệp nhỏ theo Nghị định số 39/2018/NĐ-CP của Chính phủ. “Tuổi của doanh nghiệp” tính bằng năm. Các thang đo được xây dựng và sử dụng dựa trên thang Likert 7 điểm, từ hoàn toàn không đồng ý (1 điểm) đến hoàn toàn đồng ý (7 điểm).

**Bảng 1. Thống kê mô tả mẫu điều tra**

Tuổi doanh nghiệp	Tần suất	Phần trăm	Quy mô doanh nghiệp	Tần suất	Phần trăm
5- 10 năm	63	32,99	Doanh nghiệp nhỏ	12	5,04
10 - 15 năm	68	35,6	Doanh nghiệp vừa	146	61,34
> 15 năm	60	31,41	Doanh nghiệp lớn	80	33,62

Nguồn: Xử lý thống kê mẫu điều tra.

### 3.2. Thu thập dữ liệu

Đối tượng khảo sát là nhà quản lý các doanh nghiệp xuất khẩu dệt may đã hoạt động trên 5 năm. Với sự hỗ trợ của Hiệp hội Dệt may Việt Nam (VITAS) và cán bộ Sở Công Thương các tỉnh Thái Bình, Bắc Giang, Bắc Ninh, Hưng Yên, Hải Dương, Hải Phòng, Bình Dương và thành phố Hồ Chí Minh, bảng khảo sát được chuyển đến các doanh nghiệp dệt may xuất khẩu theo cách kết hợp cả qua email và trực tiếp dùng bảng hỏi trên giấy. Các đối tượng tham gia khảo sát được khuyến khích bằng các chuyến thăm cá nhân trực tiếp và/hoặc các cuộc gọi điện thoại di động. Từ 4/2020 đến 12/2020, 198 phiếu khảo sát (bao gồm 103 phiếu email và 95 phiếu giấy) đã được thu về.

### 3.3. Xử lý dữ liệu

Trong số 198 phiếu thu về, 02 phiếu của các doanh nghiệp hoạt động dưới 5 năm, và 03 phiếu có tỷ lệ khuyết trên 5% được bỏ trước khi chuyển sang SPSS 23.0 để tiếp tục loại trừ phiếu nhập sai và dị biệt (Hair & cộng sự, 2016). Kết quả cuối còn 191 phiếu hợp lệ, đảm bảo độ tin cậy trên 95% theo tính toán của phần mềm G\* Power 3.1 (Faul & cộng sự, 2007). Tiếp theo, nhóm nghiên cứu sử dụng phần mềm Smart PLS

**Bảng 2. Giá trị phân biệt của mô hình đo lường (Fornell-Larcker)**

	CAD	CP	EEBS	Tuổi DN	Quy mô DN	MP	RP	SCC
<b>CAD</b>	<b>0,844</b>							
<b>CP</b>	0,548	<b>0,779</b>						
<b>EEBS</b>	0,831	0,672	<b>0,943</b>					
<b>Tuổi DN</b>	0,237	0,216	0,273	<b>1</b>				
<b>Quy mô DN</b>	0,416	0,36	0,39	0,37	<b>1</b>			
<b>MP</b>	0,631	0,621	0,675	0,245	0,314	<b>0,792</b>		
<b>RP</b>	0,615	0,629	0,662	0,235	0,305	0,697	<b>0,765</b>	
<b>SCC</b>	0,613	0,554	0,713	0,223	0,314	0,668	0,622	<b>0,812</b>

Chú thích: MP: Áp lực từ thị trường; SCC: hợp tác trong chuỗi cung ứng  
 DN: Doanh nghiệp; RP: Áp lực từ quy định, luật lệ; EEBS: Chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường  
 CAD: Lợi thế cạnh tranh  
 CP: Áp lực từ cạnh tranh

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu bằng phần mềm Smart PLS 3.2.9.

3.2.9 với cách tiếp cận 2 bước: đánh giá tính tin cậy của mô hình đo lường; và đánh giá mô hình cấu trúc nhằm kiểm định các giả thuyết.

## 4. Kết quả

### 4.1. Đánh giá mô hình đo lường

Kết quả các hệ số tải, hệ số tin cậy (Cronbach Alpha) và mức độ tin cậy tổng hợp (CR) trong đánh giá mô hình đo lường đều > 0,7 và phương sai trích trung bình (AVE) > 0,5 nên các thang đo đảm bảo tính tin cậy và biến đảm bảo tính hội tụ. Tuy nhiên, cặp biến MP và RP chưa đạt mức độ phân biệt theo Fornell-Larcker

**Bảng 3. Kết quả kiểm định các giả thuyết**

Gia thuyết	Mối quan hệ	Hệ số Beta chuẩn hoá	Giá trị T	Giá trị P	Quy mô ảnh hưởng ( $f^2$ )	CI LL	CI UL 95%	Kết quả
<b>H1</b>	MP → EEBS	0,10	2,045	0,02	0,032	0,023	0,204	Chấp nhận
<b>H2</b>	RP → EEBS	0,209	5,201	0	0,082	0,127	0,305	Chấp nhận
<b>H3</b>	CP → EEBS	0,175	4,119	0	0,056	0,112	0,257	Chấp nhận
<b>H4</b>	EEBS → SCC	0,713	25,216	0	1,128	0,678	0,763	Chấp nhận
<b>H5</b>	SCC → CAD	0,643	17,122	0	0,616	0,555	0,623	Chấp nhận

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu bằng phần mềm Smart PLS 3.2.9.

nên RP2 bị loại bỏ để đảm bảo giá trị phân biệt giữa các biến. Mô hình đo lường sau khi loại RP2 đảm bảo tất cả thang đo đều có hệ số tải > 0,7; hệ số tin cậy > 0,7 và AVE > 0,5 (Phụ lục) nên đảm bảo tính nhất quán và hội tụ của thang đo. Kết quả Bảng 2 cho thấy các biến trong bài nghiên cứu này đảm bảo giá trị phân biệt theo Fornell và Larcker cho các phân tích tiếp theo (Fornell & Larcker, 1981).

#### 4.2. Đánh giá mô hình cấu trúc

Kiểm tra VIF của tất cả các cấu trúc đều < 3,0 nên đa cộng tuyến không tồn tại (Hair & cộng sự, 2016). Kết quả các giá trị R<sup>2</sup> của EEBS, SCC và CAD lần lượt đạt 0,727; 0,543, và 0,358 cho thấy tính chính xác của mô hình nghiên cứu với cấu trúc nội sinh là cao và chấp nhận được (Cohen, 1992). Tiếp theo, nhằm dự đoán mức độ liên quan của mô hình nghiên cứu đến biến phụ thuộc, thủ tục bị mất được sử dụng để tính các giá trị Q<sup>2</sup> theo đề xuất của Stone và Geisser (Ringle & cộng sự, 2015). Kết quả giá trị Q<sup>2</sup> của EEBS, SCC và CAD lần lượt là 0,663; 0,362 và 0,237 cho thấy mức độ dự đoán liên quan lớn của mô hình cấu trúc (Hair & cộng sự, 2016). Ngoài ra, các giá trị SRMR và NFI đạt 0,059 và 0,916 cho thấy sự phù hợp giữa mô hình tổng thể với dữ liệu thu thập (Hair & cộng sự, 2016). Cuối cùng, phân tích hoàn lại một lần với 5000 mẫu được sử dụng để kiểm định các giả thuyết.

Kiểm định giả thuyết với mức độ tin cậy 95%,  $t > 1,65$ ,  $p < 0,05$ , chỉ số khoảng tin cậy CI không bao hàm giá trị "0" (hoặc cùng âm hoặc cùng dương) cho kết quả như Bảng 3.

Một là, tất cả các giả thuyết về các áp lực thể chế tác động đến việc ứng dụng chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường (H1, H2, H3) đều được khẳng định. Trong đó, "áp lực từ quy định, tiêu chuẩn" được phát hiện là có mức ảnh hưởng quan trọng nhất với quy mô ảnh hưởng (f<sup>2</sup>) đạt 0,082, sau đó đến "áp lực cạnh tranh" với f<sup>2</sup> = 0,056 và cuối cùng là "áp lực thị trường" với f<sup>2</sup> = 0,032. Mặc dù "áp lực thị trường" ảnh hưởng thuận chiều đến ứng dụng chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường của các doanh nghiệp xuất khẩu dệt may với mức ý nghĩa 0,02 nhưng f<sup>2</sup> nhỏ nhất trong 03 áp lực thể chế.

Hai là, ảnh hưởng của chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường đến SCC (H4) được khẳng định mạnh mẽ với  $\beta = 0,713$ ;  $t = 25,216$ ;  $p < 0,01$ ; f<sup>2</sup> = 1,128 và CI không bao hàm giá trị "0". Đặc biệt, f<sup>2</sup> = 1,128 lớn hơn 0,35 khá nhiều nên theo đề xuất của Cohen (1992), mối quan hệ giữa chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường và SCC là mối quan hệ rất chặt chẽ. Kết quả thực nghiệm này đã chứng minh vai trò quan trọng của ứng dụng chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường trong việc tăng cường hợp tác giữa các tác nhân trong chuỗi cung ứng hướng tới xanh hoá chuỗi cung ứng của các doanh nghiệp dệt may xuất khẩu Việt Nam.

Ba là, giả thuyết H5 cũng được khẳng định mạnh mẽ khi  $\beta = 0,643$ ;  $t = 17,122$ ;  $p < 0,01$ ; f<sup>2</sup> = 0,616. Mối quan hệ giữa SCC và CAD cũng rất chặt chẽ khi f<sup>2</sup> > 0,35. Kết quả này là lời khẳng định quan trọng cho việc đạt được lợi thế cạnh tranh qua việc hợp tác chặt chẽ trong chuỗi cung ứng dệt may trên nền tảng chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường.

Cuối cùng, kiểm tra 2 biến kiểm soát cho thấy: chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường được áp dụng nhiều hơn tại các doanh nghiệp dệt may xuất khẩu có quy mô lớn hơn so với các doanh nghiệp nhỏ ( $\beta = 0,58$ ,  $t = 1,512$ ,  $p = 0,047$ ). Điều này có thể lý giải do các doanh nghiệp xuất khẩu lớn có thể có kỹ năng quản lý, nguồn lực và năng lực tốt hơn trong việc giải quyết các vấn đề về môi trường (Leonidou & cộng sự, 2015). Tuy nhiên giá trị f<sup>2</sup> của ảnh hưởng của "quy mô doanh nghiệp" đến chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường chỉ bằng 0,013 là khá nhỏ nên "quy mô doanh nghiệp" không ảnh hưởng nhiều đến việc theo đuổi chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường của các doanh nghiệp dệt may. "Tuổi của doanh nghiệp" cũng được khẳng định ảnh hưởng tới chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường khi  $\beta = 0,008$ ,  $t = 0,25$  và  $p = 0,352$ . Kết quả này cho thấy các doanh nghiệp dệt may xuất khẩu với kinh nghiệm hoạt động lâu năm có xu hướng áp dụng chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường nhiều hơn các doanh nghiệp với kinh nghiệm ít hơn. Tuy nhiên, không chỉ  $\beta$  mà f<sup>2</sup> trong trường hợp này là thấp nhất nên tác động thuận chiều của "tuổi của doanh nghiệp" đến việc theo đuổi chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường là không đáng kể.

#### 5. Các hàm ý nghiên cứu

---

### **5.1. Các hàm ý về lý thuyết**

*Một là*, kết quả nghiên cứu làm dày lý thuyết về chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường bằng cách khám phá nhận thức của các nhà quản lý về các áp lực thể chế đến chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường.

*Hai là*, nghiên cứu này đóng góp vào lý thuyết Quản trị chiến lược và Quản trị chuỗi cung ứng bằng việc kiểm định mối quan hệ giữa chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường, SCC và CAD. Hợp nhất cả chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường và SCC vào trong một mô hình tổng hợp để khám phá mối quan hệ giữa chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường, SCC và CAD là phát triển mở rộng của chúng tôi đối với 2 hướng nghiên cứu trên. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng cần thiết phải cân nhắc đến vai trò của SCC trong các nghiên cứu về chiến lược môi trường.

*Ba là*, tiếp nối các nghiên cứu trước đây, kết quả nghiên cứu này đã khẳng định vai trò kiểm soát của quy mô và tuổi của doanh nghiệp đến việc ứng dụng chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường của các doanh nghiệp.

*Bốn là*, nghiên cứu này khám phá ảnh hưởng của các áp lực thể chế tới chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường, SCC và CAD trên thị trường các quốc gia đang phát triển, mới nổi như Việt Nam.

### **5.2 Các hàm ý ứng dụng**

#### **5.2.1. Đối với các nhà quản lý doanh nghiệp xuất khẩu**

Kết quả nghiên cứu cho thấy các nhà quản lý doanh nghiệp xuất khẩu cần nhận thức được vai trò của việc theo đuổi chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường để đạt được CAD trên thị trường xuất khẩu. Sự khẳng định rằng các áp lực thể chế ảnh hưởng tích cực đến theo đuổi chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường của doanh nghiệp cho thấy vai trò quan trọng của doanh nghiệp nói chung và bộ phận xuất khẩu nói riêng trong việc hiểu rõ các áp lực thể chế đến từ môi trường bên ngoài. Các nhà quản lý của các doanh nghiệp xuất khẩu cần thường xuyên rà soát và cập nhật để có thể hiểu rõ tất cả các áp lực từ thị trường, từ quy định và từ cạnh tranh liên quan đến vấn đề môi trường để có thể điều chỉnh chiến lược của doanh nghiệp theo hướng chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường.

#### **5.2.2. Đối với các nhà hoạch định chính sách**

Trước tiên, các nhà hoạch định chính sách nên chuyển tai đến các nhà quản lý doanh nghiệp xuất khẩu rằng kết quả của việc ứng dụng chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường là sẽ đạt được CAD và do vậy các doanh nghiệp xuất khẩu nên hoạch định và triển khai chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường khi quyết định xuất khẩu hàng hoá, dịch vụ của mình. Quan trọng hơn cả, các nhà hoạch định chính sách cần tạo nên môi trường pháp lý khuyến khích các doanh nghiệp theo đuổi chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường và cần thiết có các chính sách bắt buộc các doanh nghiệp xuất khẩu phải có các báo cáo môi trường hàng năm. Ngoài ra các doanh nghiệp nhỏ và trẻ với nguồn lực hạn chế cần được quan tâm nhiều hơn để khuyến khích họ theo đuổi chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường.

#### **5.2.3. Hướng nghiên cứu tương lai**

Nghiên cứu này mới tập trung vào ngành dệt may, các nghiên cứu tiếp theo có thể khám phá mối quan hệ giữa các yếu tố ảnh hưởng, chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường, SCC và CAD ở các ngành khác, hoặc nghiên cứu so sánh với các ngành khác nhau, tại các quốc gia khác nhau. Hai là, nghiên cứu sau có thể mở rộng nghiên cứu này bằng các thiết kế nghiên cứu theo thời gian dài nhằm khám phá mối quan hệ của các yếu tố ảnh hưởng đến chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường và kết quả của chiến lược đó theo thời gian. Ba là, với nhận định rằng chiến lược môi trường có thể khác biệt từ các chiến lược bị động đến các chiến lược chủ động (Lee & Rhee, 2007), có lẽ sẽ rất thú vị nếu đầu tư vào nghiên cứu so sánh về mối quan hệ giữa các yếu tố ảnh hưởng, chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường và kết quả của nó ở các mức chủ động khác nhau của chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường.

**PHỤ LỤC. Thang đo, hệ số tải (Loadings), hệ số tin cậy (Cronbach Alpha) và mức độ tin cậy tổng hợp (CR) và phương sai trích trung bình (AVE)**

<b>Thang đo, chỉ số tải</b>		
<b>Áp lực cạnh tranh (CP)</b> (Wu & cộng sự, 2012)		Cronbach $\alpha$ 0,713
<b>CP1.</b> CLXKTTMT của đối thủ cạnh tranh tác động đến việc quản trị thân thiện MT của DN tới. <b>0,805</b>		CR 0,821
<b>CP2.</b> Các nhóm bảo vệ môi trường tác động đến việc quản trị thân thiện MT của DN tới. <b>0,707</b>		AVE 0,627
<b>CP3.</b> Việc duy trì lợi thế cạnh tranh của SP thân thiện môi trường tác động đến việc quản trị thân thiện MT của DN tới. <b>0,813</b>		
<b>Áp lực thị trường (MP)</b> (Wu & cộng sự, 2012)		Cronbach $\alpha$ 0,701
<b>MP1.</b> DN tới quan tâm tới sự tác động của xu hướng bảo vệ MT đối với xuất khẩu. <b>0,756</b>		CR 0,778
<b>MP2.</b> DN tới quan tâm tới sự tác động của xu hướng bảo vệ MT tới doanh số từ các khách hàng nước ngoài. <b>0,745</b>		AVE 0,613
<b>MP3.</b> DN tới quan tâm tới sự tác động của xu hướng bảo vệ MT tới nhân lực của khách hàng tại các thị trường XK. <b>0,813</b>		
<b>Áp lực chính sách (RP)</b> (Wu & cộng sự, 2012)		Cronbach $\alpha$ 0,758
<b>RP1.</b> Các qui định về MT của nước nhà tác động đến việc quản trị thân thiện MT của DN tới. <b>0,815</b>		CR 0,843
<b>RP3.</b> Quản trị thân thiện MT của DN tới chú ý những đặc điểm mà DN chưa đáp ứng quy định pháp lý về tiêu chuẩn SP. <b>0,768</b>		AVE 0,671
<b>RP4.</b> Các qui định về MT của nước chủ nhà tác động tới việc quản trị thân thiện MT của DN tới. <b>0,746</b>		
<b>RP5.</b> Qui định về chi phí giảm thiểu ô nhiễm MT ảnh hưởng đến việc quản trị thân thiện MT của DN tới. <b>0,722</b>		
<b>Chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường (EEBS)</b> (Leonidou & cộng sự, 2015); Cronbach $\alpha$ = 0,873; CR = 0,875; AVE = 0,811		
<b>Quản trị nhân sự (HM)</b> (Leonidou & cộng sự, 2015)		Cronbach $\alpha$ 0,888
<b>HM1.</b> DN tới đào tạo nhân viên tham gia hoạt động XK về các vấn đề liên quan đến MT. <b>0,788</b>		CR 0,909
<b>HM2.</b> DN tới dành cơ hội để thưởng cho những nhân viên có thái độ bảo vệ MT. <b>0,805</b>		AVE 0,693
<b>HM3.</b> DN tới thưởng cho những nhân viên xuất khẩu có phương án giải quyết vấn đề MT. <b>0,795</b>		
<b>HM4.</b> DN tới có hệ thống giải thưởng đặc biệt để tuyên dương nhân viên XK dựa trên hiệu suất MT. <b>0,823</b>		
<b>HM5.</b> DN tới có phần thưởng tài chính cho những nhân viên XK đạt được các mục tiêu về mặt sinh thái. <b>0,845</b>		
<b>HM6.</b> Các trách nhiệm về vấn đề MT được phân công rõ ràng cho nhân viên XK trong DN tới. <b>0,828</b>		
<b>Marketing (MKT)</b> (Leonidou & cộng sự, 2015)		Cronbach $\alpha$ 0,861
<b>MKT1.</b> DN tới sản xuất các SP dệt may thân thiện với MT cho thị trường nước ngoài. <b>0,831</b>		CR 0,889
<b>MKT2.</b> DN tới có ưu đãi về giá để thúc đẩy khách hàng nước ngoài đến với SP dệt may thân thiện MT của chúng tôi. <b>0,819</b>		AVE 0,65
<b>MKT3.</b> DN tới hợp tác với các kênh phân phối tại các thị trường XK hướng tới các vấn đề xanh. <b>0,776</b>		
<b>MKT4.</b> Hoạt động logistic của DN tới sử dụng trong XK SP dệt may là các hoạt động có trách nhiệm, thân thiện MT. <b>0,817</b>		
<b>MKT5.</b> Các chương trình khuyến mãi của DN tới tại các thị trường XK thể hiện cam kết của DN đối với các vấn đề MT. <b>0,826</b>		
<b>Sản xuất (PR)</b> (Leonidou & cộng sự, 2015)		Cronbach $\alpha$ 0,849
<b>PR1.</b> DN tới áp dụng các biện pháp thân thiện với MT trong sản xuất SP dệt may cho thị trường XK. <b>0,812</b>		CR 0,901
<b>PR2.</b> DN tới chú ý đến giảm thiểu các tác động đến MT trong quá trình sản xuất SP dệt may cho thị trường XK. <b>0,821</b>		AVE 0,729
<b>PR3.</b> Hệ thống quản lý MT được áp dụng trong hoạt động sản xuất SP dệt may của DN tới cho thị trường XK. <b>0,811</b>		
<b>PR4.</b> Nguyên liệu phi sinh thái bị hạn chế một cách có hệ thống trong hoạt động sản xuất SP dệt may cho thị trường XK. <b>0,802</b>		
<b>Thu mua (PS)</b> (Leonidou & cộng sự, 2015)		Cronbach $\alpha$ 0,878
<b>PS1.</b> Việc thu mua nguyên liệu đầu vào thân thiện với MT cho sản xuất SP dệt may là ưu tiên của DN tới. <b>0,834</b>		CR 0,904
<b>PS2.</b> Tiếp cận thân thiện MT được chú ý trong quyết định thu mua nguyên liệu cho sản xuất SP dệt may XK ở DN tới. <b>0,814</b>		AVE 0,70
<b>PS3.</b> DN tới thích hợp tác với các nhà cung cấp xanh hơn khi XK sản phẩm dệt may. <b>0,816</b>		
<b>PS4.</b> Tất cả nhà cung cấp nguyên liệu phải phù hợp với đặc điểm thân thiện MT trong XK SP dệt may của DN tới. <b>0,804</b>		
<b>PS5.</b> DN tới hợp tác với các nhà cung cấp nguyên liệu có thể giúp DN đạt được các mục tiêu MT để XK SP dệt may. <b>0,823</b>		
<b>Nghiên cứu phát triển (RD)</b> (Leonidou & cộng sự, 2015)		Cronbach $\alpha$ 0,881
<b>RD1.</b> DN tới đầu tư phát triển sản phẩm dệt may sạch hơn – thị trường xuất khẩu. <b>0,813</b>		CR 0,887
<b>RD2.</b> DN tới quan tâm phát triển công nghệ mới bảo vệ môi trường để xuất khẩu sản phẩm dệt may. <b>0,80</b>		AVE 0,69
<b>RD3.</b> DN tới có các chuyên gia MT để phát triển các sản xuất SP dệt may thân thiện MT cho thị trường XK. <b>0,843</b>		
<b>RD4.</b> DN tới mời các chuyên gia MT bên ngoài tư vấn một cách có hệ thống để XK sản xuất SP dệt may. <b>0,813</b>		
<b>RD5.</b> DN tới hợp tác với các tổ chức khác để phát triển SP dệt may thân thiện MT cho thị trường XK. <b>0,823</b>		
<b>Hợp tác trong chuỗi cung ứng (SCC)</b> (Hong & cộng sự, 2009)		Cronbach's $\alpha$ 0,778
<b>SCC1.</b> DN tới triển khai và phát triển các chương trình đánh giá các nhà cung cấp. <b>0,839</b>		CR 0,868
<b>SCC2.</b> DN tới tăng cường mức hợp tác trong hình thành quyết định và dòng chảy hàng hoá với các NCC. <b>0,762</b>		AVE 0,697
<b>SCC3.</b> DN tới tăng cường mức hợp tác trong hình thành quyết định và dòng chảy hàng hoá với các khách hàng. <b>0,843</b>		
<b>Lợi thế cạnh tranh (CAD)</b> (Banerjee & cộng sự, 2003)		Cronbach $\alpha$ 0,866
<b>CAD1.</b> DN tới đã đạt được những lợi thế quan trọng về chi phí bằng cách thử nghiệm cải thiện chất lượng MT. <b>0,803</b>		CR 0,885
<b>CAD2.</b> Thông qua đầu tư có hệ thống vào R&D các SP thân thiện MT, DN tới có thể dẫn đầu thị trường. <b>0,835</b>		AVE 0,749
<b>CAD3.</b> Áp dụng chiến lược thân thiện MT, DN tới có thể tham gia vào các thị trường mới, có khả năng sinh lời cao. <b>0,849</b>		
<b>CAD5.</b> Bằng cách giảm tác động đến MT từ các hoạt động của DN, chất lượng SP dệt may của DN tới sẽ được cải thiện. <b>0,855</b>		



---

## Tài liệu tham khảo

- Bıçakcıoğlu, N. (2018), 'Green Business Strategies of Exporting Manufacturing Firms: Antecedents, Practices, and Outcomes', *Journal of Global Marketing*, 31(4), 246–269.
- Bobby Banerjee, S. (2001), 'Corporate environmental strategies and actions', *Management Decision*, 39(1), 36–44.
- Brouthers, L.E., O'Donnell, E. & Hadjimarcou, J. (2005), 'Generic product strategies for emerging market exports into triad nation markets: A mimetic isomorphism approach', *Journal of Management Studies*, 42(1), 225–245.
- Choudhury, A. K. R. (2015), 'Sustainable textile wet processing: Applications of enzymes', in *Roadmap to Sustainable Textiles and Clothing*, Muthu S.S (Ed.), Springer Singapore, 203-238.
- Cohen, J. (1992) 'A power primer', *Psychological Bulletin*, 112(1), 155–159.
- Colwell, S.R. & Joshi, A.W. (2013), 'Corporate Ecological Responsiveness: Antecedent Effects of Institutional Pressure and Top Management Commitment and Their Impact on Organizational Performance', *Business Strategy and the Environment*, 22(2), 73–91.
- Daddi, T., Testa, F., Frey, M. & Iraldo, F. (2015), 'Exploring the link between institutional pressures and environmental management systems effectiveness: An empirical study', *Journal of Environmental Management*, 160(10), 120–132.
- Dai, J., Cantor, D.E. & Montabon, F.L. (2017), 'Examining corporate environmental proactivity and operational performance: A strategy-structure-capabilities-performance perspective within a green context', *International Journal of Production Economics*, 193(C), 272–280.
- Delmas, M.A. & Toffel, M.W. (2010), 'Institutional Pressures and Organizational Characteristics: Implications for Environmental Strategy', Working paper 11-505, Harvard Business School.
- DiMaggio, P. & Powell, W. (1983), 'The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism in Organizational Fields', *American Sociological Review*, 48(2), 147–160.
- Do, B., Nguyen, U., Nguyen, N. & Johnson, L.W. (2019), 'Exploring the Proactivity Levels and Drivers of Environmental Strategies Adopted by Vietnamese Seafood Export Processing Firms: A Qualitative Approach', *Sustainability*, 11(14), 39 - 64.
- Đỗ Thị Bình (2021). «Khó khăn trong thực hiện chiến lược kinh doanh thân thiện môi trường của các doanh nghiệp xuất khẩu tôm Việt Nam: Nhận diện và xếp hạng các rào cản», *Tạp Chí Quản Lý và Kinh Tế Quốc Tế*, 134, 17–37.
- Dubey, R., Gunasekaran, A., Childe, S.J., Papadopoulos, T., Hazen, B., Giannakis, M. & Roubaud, D. (2017), 'Examining the effect of external pressures and organizational culture on shaping performance measurement systems (PMS) for sustainability benchmarking: Some empirical findings', *International Journal of Production Economics*, 193, 63–76.
- FAO (2018), 'Textile fibres, leather and substitutes in the world 2018', In Fao.Org, from <<http://www.fao.org/Textile-fibres-leather-and-substitutes>>.
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A. G. & Buchner, A. (2007), 'G\*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences', *Behavior Research Methods*, 39(2), 175–191.
- Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981), 'Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error', *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.
- Gallego-Alvarez, I., Ortas, E., Vicente-Villardón, J.L. & Álvarez Etxeberria, I. (2017), 'Institutional Constraints, Stakeholder Pressure and Corporate Environmental Reporting Policies', *Business Strategy and the Environment*, 26(6), 807–825.
- Ghazilla, R.A.R., Sakundarini, N., Abdul-Rashid, S.H., Ayub, N.S., Olugu, E.U. & Musa, S.N. (2015), 'Drivers and barriers analysis for green manufacturing practices in Malaysian smes: A preliminary findings', *Procedia CIRP*, 26, 658–663.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M. & Sarstedt, M. (2016), *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.), SAGE.
- Haveman, H.A. (1993), 'Follow the Leader: Mimetic Isomorphism and Entry Into New Markets', *Administrative Science Quarterly*, 38(4), 593–627.

- Hong, P., Kwon, H.B. & Roh, J.J. (2009). 'Implementation of strategic green orientation in supply chain', *European Journal of Innovation Management*, 12(4), 512–532.
- Jennings, P.D. & Zandbergen, P.A. (1995). 'Ecologically Sustainable Organizations: An Institutional Approach', *Academy of Management Review*, 20(4), 1015–1052.
- Kock, N. (2015). 'Common method bias in PLS-SEM: A full collinearity assessment approach', *International Journal of E-Collaboration*, 11(4), 1–10.
- Lee, S.Y. & Rhee, S.K. (2007). 'The change in corporate environmental strategies: A longitudinal empirical study', *Management Decision*, 45(2), 196–216.
- Leonidou, L.C., Christodoulides, P., Kyrgidou, L.P. & Palihawadana, D. (2017). 'Internal Drivers and Performance Consequences of Small Firm Green Business Strategy: The Moderating Role of External Forces', *Journal of Business Ethics*, 140(3), 585–606.
- Leonidou, L.C., Fotiadis, T.A., Christodoulides, P., Spyropoulou, S. & Katsikeas, C.S. (2015). 'Environmentally friendly export business strategy: Its determinants and effects on competitive advantage and performance', *International Business Review*, 24(5), 798–811.
- Liao, S.-H., Hu, D.-C. & Ding, L.-W. (2017). 'Assessing the influence of supply chain collaboration value innovation, supply chain capability and competitive advantage in Taiwan's networking communication industry', *International Journal of Production Economics*, 191(0), 143–153.
- Liu, P. & Yi, S. ping. (2018). 'A study on supply chain investment decision-making and coordination in the Big Data environment', *Annals of Operations Research*, 270(1–2), 235–253.
- Mellat-Parast, M. & Spillan, J.E. (2014). 'Logistics and supply chain process integration as a source of competitive advantage: An empirical analysis', *International Journal of Logistics Management*, 25(2), 289–314.
- Menguc, B., Auh, S. & Ozanne, L. (2010). 'The interactive effect of internal and external factors on a proactive environmental strategy and its influence on a firm's performance', *Journal of Business Ethics*, 94(2), 279–298.
- Testa, F., Boiral, O. & Iraldo, F. (2018). 'Internalization of environmental practices and institutional complexity: Can stakeholders pressures encourage greenwashing?', *Journal of Business Ethics*, 147(2), 287–307.
- UN Environment Programme (2019). *Closing the Loop in Textiles – How to boost more sustainable and circular textiles value chain*, truy cập lần cuối ngày 5 tháng 6 năm 2021, từ <<https://media.sitra.fi/2019/02/31195118/finalprogrammewceftextilesidesession03052019.pdf>>.
- Wang, L., Li, W. & Qi, L. (2020). 'Stakeholder Pressures and Corporate Environmental Strategies: A Meta-Analysis', *Sustainability*, 12(1172), 1–16.
- Wei, Z., Shen, H., Zhou, K.Z. & Li, J.J. (2017). 'How Does Environmental Corporate Social Responsibility Matter in a Dysfunctional Institutional Environment? Evidence from China', *Journal of Business Ethics*, 140(2), 209–223.
- Wu, G.C., Ding, J.H. & Chen, P.S. (2012). 'The effects of GSCM drivers and institutional pressures on GSCM practices in Taiwan's textile and apparel industry', *International Journal of Production Economics*, 135(2), 618–636.
- Yusof, N., Tabassi, A.A. & Esa, M. (2020). 'Going beyond environmental regulations—The influence of firm size on the effect of green practices on corporate financial performance', *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(1), 32–42.