Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á
Năm thứ 34, Số 9 (2023), 106–123

www.jabes.ueh.edu.vn

JABES
Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á

Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á
http://www.emeraldgrouppublishing.com/services/publishing/jabes/

Nghiên cứu thực nghiệm về cơ chế thúc đẩy hành vi môi trường chủ động của doanh nghiệp tại tỉnh Khánh Hòa, Việt Nam

PHẠM THÀNH THÁI [a, *], TRẦN THỊ THU HÒA [a], LÊ VĂN THÁP [a], HOÀNG GIA TRÍ HẢI [a]

[a] *Trường Đại học Nha Trang*

THÔNG TIN

Ngày nhận: 19/06/2023
Ngày nhận lại: 24/08/2023
Duyệt đăng: 25/08/2023

Mã phân loại JEL:
C38; Q56.

Từ khóa:
Áp lực các bên liên quan;
Hành vi môi trường chủ động;
Việt Nam.

Keywords:
Stakeholder pressure;
Proactive environmental behavior;
Vietnam.

TÓM TẮT

Mục tiêu của nghiên cứu này nhằm xác định áp lực của các bên liên quan lên hành vi môi trường chủ động của doanh nghiệp. Dữ liệu nghiên cứu được thu thập từ một khảo sát 407 doanh nghiệp đang hoạt động trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa, Việt Nam bằng kỹ thuật chọn mẫu ngẫu nhiên đơn giản. Mô hình phương trình cấu trúc bình phương tối thiểu riêng phần (PLS-SEM) được sử dụng để ước lượng và kiểm định ảnh hưởng của áp lực các bên liên quan lên hành vi môi trường chủ động của doanh nghiệp với phần mềm thống kê SmartPLS 4.0. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng áp lực thể chế, áp lực khách hàng, áp lực xã hội, và áp lực nội bộ đều có tác động dương lên hành vi môi trường chủ động của doanh nghiệp, trong đó, áp lực nội bộ có tác động mạnh nhất. Nghiên cứu cũng đề xuất một số hàm ý thực tiễn quan trọng nhằm giúp các nhà hoạch định chính sách và các bên liên quan thúc đẩy các doanh nghiệp áp dụng trách nhiệm môi trường và kinh doanh theo hướng bền vững.

Abstract

This study aims to determine the stakeholder pressures on firms' proactive environmental behavior. Using a simple random sampling method, the data was collected from a survey of 407 operating businesses in Khanh Hoa province, Vietnam. Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM) was applied to estimate and test the impact of stakeholder pressures on the firm's proactive environmental behavior using the SmartPLS 4.0 software package. The main findings indicate that regulatory, social, customer, and internal

[*] Tác giả liên hệ.
Email: thaipt@ntu.edu.vn (Phạm Thành Thái), hoattt@ntu.edu.vn (Trần Thị Thu Hòa), thaplv@ntu.edu.vn (Lê Văn Tháp), haihgt@ntu.edu.vn (Hoàng Gia Trí Hải).
Trích dẫn bài viết: Phạm Thành Thái, Trần Thị Thu Hòa, Lê Văn Tháp, & Hoàng Gia Trí Hải. (2023). Nghiên cứu thực nghiệm về cơ chế thúc đẩy hành vi môi trường chủ động của doanh nghiệp tại tỉnh Khánh Hòa, Việt Nam. *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á, 34*(9), 106–123.

pressures have positively significant impacts on the company's proactive environmental behavior. Notably, internal pressure strongly influences the firm's proactive environmental behavior. The study also proposes several important practical implications to help policymakers and stakeholders in Vietnam promote businesses in adopting environmental responsibility and moving towards sustainability.

1. Giới thiệu

Như một hệ quả tất yếu của quá trình phát triển kinh tế nhanh chóng tại Việt Nam, vấn đề môi trường sinh thái ngày càng trở nên nghiêm trọng hơn. Vì thế, Việt Nam đã có những cam kết mạnh mẽ trong thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050 thông qua việc tăng cường xây dựng, hoàn thiện thể chế chính sách, pháp luật nhằm bảo vệ môi trường và phát triển bền vững. Doanh nghiệp với vai trò là chủ thể quan trọng của sự phát triển kinh tế, nhưng cũng là một bên đóng góp chính vào việc phát thải chất ô nhiễm và suy thoái môi trường, và do đó ngày càng bị chỉ trích (He và cộng sự, 2018; VCCI, 2020). Do vậy, để thúc đẩy tăng trưởng xanh và bảo vệ môi trường, hiện thực hóa mục tiêu phát triển bền vững của quốc gia thì vai trò của các doanh nghiệp là hết sức quan trọng. Tuy nhiên, vấn đề đặt ra là làm thế nào để thúc đẩy doanh nghiệp áp dụng trách nhiệm với môi trường và kinh doanh theo hướng bền vững. Thêm vào đó, việc các tổ chức phi chính phủ về môi trường, công chúng, khách hàng, và các bên liên quan khác đóng một vai trò quan trọng trong việc nâng cao nhận thức về môi trường của toàn xã hội cũng như thay đổi hành vi môi trường của doanh nghiệp. Dưới góc độ quản lý, vấn đề bảo vệ môi trường ở Việt Nam thời gian qua chủ yếu được thực thi theo quy định của Chính phủ từ trên xuống dưới, với sự tham gia của cộng đồng và các bên liên quan khác rất ít. Ở một khía cạnh nào đó thì việc quản lý theo kiểu ra lệnh và kiểm soát đã phát huy vai trò tích cực của nó trong việc bảo vệ môi trường, nhưng vẫn còn nhiều mặt hạn chế như gia tăng chi phí thực thi, gây phiền hà cho các doanh nghiệp, gia tăng chi phí tuân thủ, chi phí không chính thức… Do vậy, đòi hỏi phải có những phân tích một cách hệ thống về tác động của các áp lực liên quan đối với hành vi môi trường của doanh nghiệp trong việc giải quyết các vấn đề môi trường sinh thái hiện nay.

Lee và cộng sự (2018) cho rằng những kỳ vọng của xã hội, sự hỗ trợ của tổ chức và áp lực của các bên liên quan khác là những tiền đề quan trọng cho việc áp dụng trách nhiệm môi trường của doanh nghiệp. Áp lực của các bên liên quan có ảnh hưởng tích cực lên việc chấp nhận thực hành quản lý môi trường một cách chủ động (Singh và cộng sự, 2014; Wang và cộng sự, 2020). He và cộng sự (2018) cho thấy áp lực của chính phủ, áp lực kinh tế và áp lực nội bộ đóng vai trò tích cực đáng kể đối với hành vi môi trường của các doanh nghiệp. Tương tự, một số nghiên cứu khác cũng cho thấy áp lực mang tính bắt buộc từ các cơ quan quản lý có ảnh hưởng tích cực lên hành vi môi trường (Henriques & Sadorsky, 1996; Laplante & Rilstone, 1999). Áp lực từ các tổ chức, các nhóm hoạt động xã hội tác động tích cực đến hành vi môi trường (Maggioni & Santangelo, 2017).

Có thể nói, các nghiên cứu hiện tại đã tạo tiền đề và cung cấp những hiểu biết nhất định về mối quan hệ giữa các loại áp lực và hành vi môi trường của doanh nghiệp. Tuy nhiên, tại Việt Nam, rất ít các nghiên cứu liên quan đến hành vi môi trường của doanh nghiệp. Nghiên cứu này với mục đích bổ

sung bằng chứng thực tiễn cho lý thuyết hiện tại trong bối cảnh các doanh nghiệp tại Khánh Hòa bằng cách khám phá tác động áp lực của các bên liên quan lên hành vi môi trường chủ động, nhằm cung cấp các hàm ý thực tiễn quan trọng để thúc đẩy các doanh nghiệp áp dụng trách nhiệm với môi trường.

2. Tổng quan lý thuyết và phát triển giả thuyết

2.1. Hành vi môi trường chủ động của doanh nghiệp

Hành vi môi trường chủ động là các hoạt động đổi mới, sáng kiến và quản lý của doanh nghiệp nhằm bảo tồn, cải thiện môi trường tự nhiên và giảm thiểu các tác động tiêu cực đến môi trường một cách tự nguyện vượt ra ngoài việc tuân thủ các quy định đơn thuần (Darnall và cộng sự, 2010; Shu và cộng sự, 2020). Các hoạt động này bao gồm việc thực hiện các chính sách về môi trường (Henriques & Sadorsky, 1996); sử dụng các công cụ đánh giá nội bộ, thiết lập các mục tiêu về hiệu quả môi trường, thông báo công khai thông tin về hiệu quả môi trường, thực hiện kiểm tra môi trường bên trong và bên ngoài, đào tạo nhân viên về cách cải thiện môi trường và liên kết tiền lương của nhân viên với hiệu quả môi trường (Darnall và cộng sự, 2010); triển khai nghiên cứu, phát triển công nghệ bảo vệ môi trường, thực hiện đào tạo nhân viên về môi trường, đầu tư bảo vệ môi trường và ban lãnh đạo tích cực tham gia vào các vấn đề môi trường của doanh nghiệp (He và cộng sự, 2018).

2.2. Áp lực của các bên liên quan

Các bên liên quan được định nghĩa là những cá nhân hoặc các nhóm có thể ảnh hưởng đến hoạt động của doanh nghiệp hoặc bị ảnh hưởng bởi hành động của doanh nghiệp (Lee và cộng sự, 2018). He và cộng sự (2018) đã chia thành các bên liên quan bên trong, bao gồm: Ban quản lý cấp cao, nhân viên, đặc điểm của doanh nghiệp và các bên liên quan bên ngoài, bao gồm: Áp lực từ chính phủ, xã hội và khách hàng. Walker và cộng sự (2008) chia áp lực các bên liên quan thành hai loại, nội bộ (cổ đông, quản lý và nhân viên) và bên ngoài (nhà cung cấp/ khách hàng, cơ quan quản lý, công chúng/ cộng đồng). Nghiên cứu này dựa theo cách phân loại của He và cộng sự (2018), bao gồm áp lực khách hàng, áp lực thể chế, áp lực xã hội và áp lực nội bộ. Các bên liên quan này là cực kỳ quan trọng khi đánh giá mức độ áp dụng các thực hành môi trường chủ động của doanh nghiệp (Tatoglu và cộng sự, 2015; Zhang và cộng sự, 2008).

2.3. Phát triển giả thuyết và mô hình nghiên cứu

2.3.1. Áp lực khách hàng và hành vi môi trường chủ động

Theo Hwang và cộng sự (2016), áp lực khách hàng đề cập đến các yêu cầu và đòi hỏi của người người tiêu dùng cuối cùng và khách hàng doanh nghiệp nhằm cải thiện hiệu quả trong các vấn đề về môi trường và xã hội. Áp lực từ khách hàng có thể đóng một vai trò quan trọng trong quá trình ra quyết định của doanh nghiệp tham gia vào các sáng kiến quản trị môi trường một cách tự nguyện (Tatoglu và cộng sự, 2015). Theo Latip và cộng sự (2022), áp lực khách hàng được đo lường dựa trên nhận thức của doanh nghiệp về việc liệu khách hàng của họ có yêu cầu cải thiện hiệu quả vấn đề môi trường hay không và liệu khách hàng của họ có ngày càng đòi hỏi các sản phẩm thân thiện với môi trường hay không. Một số nghiên cứu kết luận rằng áp lực của khách hàng là yếu tố chính tác động tích cực lên hành vi môi trường của doanh nghiệp (He và cộng sự, 2018; Hsu và cộng sự, 2013; Latip và cộng sự, 2022; Lee và cộng sự, 2018). Dựa trên lập luận ở trên, nghiên cứu xây dựng giả thuyết sau:

Giả thuyết H_1: Áp lực khách hàng có ảnh hưởng dương lên hành vi môi trường chủ động của doanh nghiệp.

2.3.2. Áp lực xã hội và hành vi môi trường chủ động

Lý thuyết các bên liên quan phát biểu rằng các bên liên quan xã hội bao gồm các nhóm lợi ích công cộng như: Các nhóm cộng đồng, các tổ chức môi trường, công chúng láng giềng, phương tiện truyền thông; và các nhóm chuyên nghiệp như: Hiệp hội ngành nghề, Liên đoàn Lao động (Darnall và cộng sự, 2010). Ngày nay, các bên liên quan xã hội có ảnh hưởng quan trọng đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp theo cách họ có thể thực hiện các hoạt động tuyên truyền, vận động công chúng ủng hộ, phản đối hoặc tẩy chay các doanh nghiệp gây ô nhiễm môi trường. Nói cách khác, các doanh nghiệp có thể điều chỉnh hành vi môi trường của mình để đáp ứng các yêu cầu về môi trường của áp lực xã hội nhằm tạo dựng hình ảnh, danh tiếng và kinh tế (VCCI, 2020). Latip và cộng sự (2022) cho rằng áp lực xã hội có tác động tích cực lên việc áp dụng thực hành quản trị môi trường. Tương tự, một số nghiên cứu khác cũng chỉ ra mối quan hệ dương giữa áp lực xã hội và hành vi môi trường chủ động (Darnall và cộng sự, 2010; Hwang và cộng sự, 2016; Lee và cộng sự, 2018; Wang và cộng sự, 2020). Do vậy, giả thuyết sau được đề xuất:

Giả thuyết H_2: Áp lực xã hội có ảnh hưởng dương lên hành vi môi trường chủ động của doanh nghiệp.

2.3.3. Áp lực nội bộ và hành vi môi trường chủ động

Các bên liên quan nội bộ bao gồm nhà quản lý và nhân viên (He và cộng sự, 2018; Lee và cộng sự, 2018). Theo Tatoglu và cộng sự (2015), áp lực nội bộ có thể quan trọng hơn áp lực từ các bên liên quan bên ngoài khác trong việc thúc đẩy hành vi môi trường chủ động. Những động lực nội bộ ở cấp độ doanh nghiệp đối với hành vi môi trường chủ động bao gồm cam kết cá nhân của các nhà lãnh đạo, quản lý về môi trường và cán bộ có chuyên môn liên quan về các vấn đề môi trường, các nhà hoạch định chính sách và nhà đầu tư. Một số nhà nghiên cứu đã chỉ ra rằng yếu tố then chốt quyết định lên hành vi môi trường chủ động chính là sự hỗ trợ và cam kết mạnh mẽ của lãnh đạo cấp cao (Gattiker & Carter, 2010) và nhận thức về môi trường của cấp quản lý đóng một vai trò quan trọng thúc đẩy hành vi môi trường chủ động (Azzone và cộng sự, 1997). Bansal và cộng sự (2000) cho rằng thái độ của người lao động trong doanh nghiệp đóng một vai trò quan trọng trong việc áp dụng các thực hành môi trường chủ động. Nhân viên có năng lực học tập tốt sẽ dễ dàng tham gia vào các chương trình đào tạo để có thể cải thiện năng lực đổi mới và thúc đẩy hơn nữa việc áp dụng thực hành xanh của doanh nghiệp (Lee và cộng sự, 2018). Wang và cộng sự (2020) chỉ ra rằng áp lực nội bộ là yếu tố có tác động dương mạnh nhất lên hành vi môi trường chủ động. Do vậy, giả thuyết sau được đề xuất:

Giả thuyết H_3: Áp lực nội bộ có ảnh hưởng dương lên hành vi môi trường chủ động của doanh nghiệp.

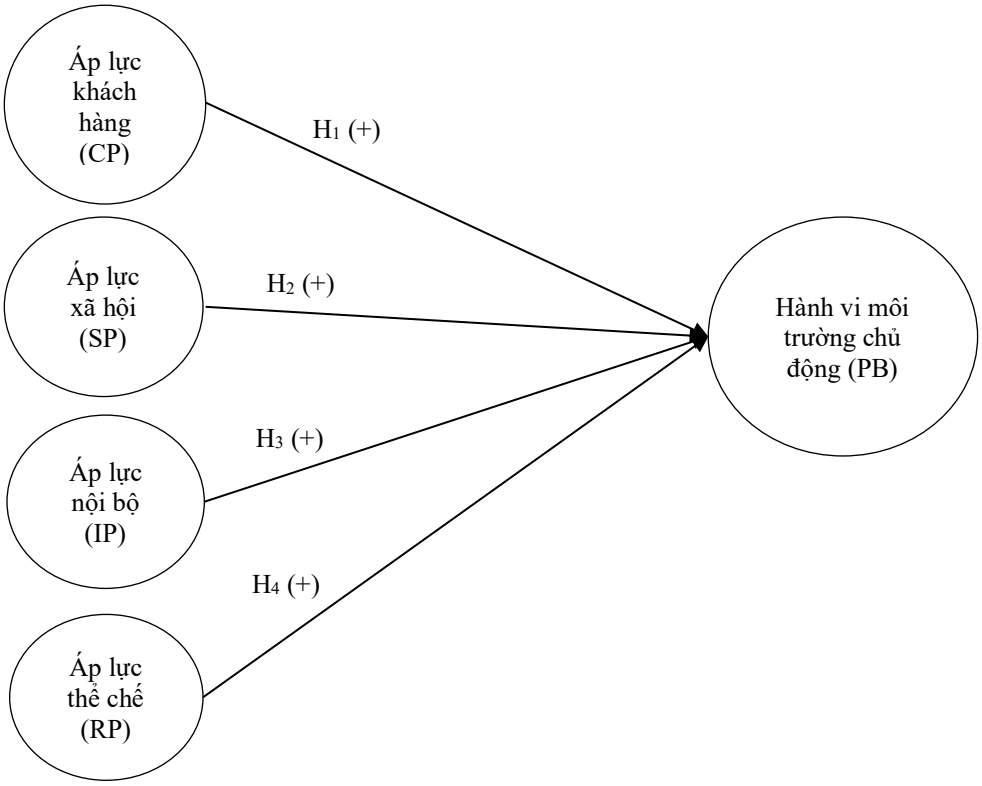
2.3.4. Áp lực thể chế và hành vi môi trường chủ động

Theo VCCI (2020), áp lực thể chế là việc các cơ quan quản lý của nhà nước có thể can thiệp bằng cách xây dựng các quy định, chính sách về môi trường và tăng cường thực thi pháp luật về môi trường theo hướng nghiêm khắc hơn đối với doanh nghiệp. Áp lực thể chế còn thể hiện ở sự quyết tâm, ý chí, quan điểm của chính quyền địa phương trong việc giải quyết các vấn đề môi trường, chẳng hạn như chính quyền địa phương xem việc giải quyết các vấn đề môi trường là một trong những ưu tiên hàng đầu của họ (Rui & Lu, 2021). Áp lực thể chế có tác động dương lên hành vi môi trường và đổi mới sáng tạo xanh (Latip và cộng sự, 2022; Rui & Lu, 2021). Nhiều nghiên cứu khác cũng kết luận rằng

áp lực thể chế là động lực chính thúc đẩy hành vi môi trường chủ động của doanh nghiệp (Darnall và cộng sự, 2010; Lee và cộng sự, 2018; Wang và cộng sự, 2020). Do vậy, giả thuyết sau được đề xuất:

Giả thuyết H_4: Áp lực thể chế có ảnh hưởng dương lên hành vi môi trường chủ động của doanh nghiệp.

Dựa theo các thảo luận ở trên, khung nghiên cứu được thể hiện như Hình 1.



Hình 1. Khung nghiên cứu

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thang đo

Thang đo các khái niệm trong nghiên cứu này là các thang đo đã có sẵn từ việc lược khảo lý thuyết. Phương pháp dịch hai chiều (từ tiếng Anh sang tiếng Việt và ngược lại) được sử dụng trong quá trình xây dựng thang đo. Nghiên cứu sử dụng kỹ thuật phỏng vấn, thảo luận chuyên gia với 6 giám đốc doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa nhằm làm rõ nội dung các khái niệm cũng như khả năng áp dụng các thang đo này trong bối cảnh nghiên cứu mới. Sau đó, mỗi biến quan sát được xem xét cẩn thận và điều chỉnh nhằm đảm bảo tính chính xác, rõ ràng, dễ hiểu với cách diễn đạt phù hợp.

Thang đo áp lực khách hàng được đo lường dựa trên nhận thức của doanh nghiệp về những yêu cầu, đòi hỏi của khách hàng đối với doanh nghiệp về việc cải thiện hiệu quả vấn đề môi trường, cũng như nhu cầu ngày càng tăng của khách hàng về các sản phẩm, dịch vụ thân thiện hơn với môi trường và vai trò quan trọng của họ trong việc ra quyết định mua sản phẩm. Thang đo áp lực khách hàng

được đo lường bằng 6 biến quan sát điều chỉnh từ nghiên cứu của Banerjee và cộng sự (2003), Latip và cộng sự (2022), và Rui và Lu (2021).

Thang đo áp lực nội bộ được đo lường dựa trên những cam kết, hỗ trợ mạnh mẽ, cũng như nhận thức về vấn đề môi trường của ban lãnh đạo doanh nghiệp; trình độ của người lao động, nhận thức của nhân viên đối với vấn đề môi trường. Thang đo áp lực nội bộ được đo lường bằng 5 biến quan sát điều chỉnh từ nghiên cứu của He và cộng sự (2018), Lee và cộng sự (2018).

Thang đo áp lực thể chế đề cập đến các quy định, chính sách về môi trường, sự tăng cường thực thi pháp luật về môi trường theo hướng nghiêm khắc hơn đối với doanh nghiệp, cũng như sự quyết tâm, quan điểm của chính quyền địa phương trong việc giải quyết các vấn đề môi trường. Thang đo áp lực thể chế được đo lường bằng 6 biến quan sát điều chỉnh từ Banerjee và cộng sự (2003), Latip và cộng sự (2022), Rui và Lu (2021).

Thang đo áp lực xã hội được đo lường bằng 4 biến quan sát điều chỉnh từ nghiên cứu của Guo và Wang (2022), He và cộng sự (2018), và Lee và cộng sự (2018), thể hiện nhận thức của doanh nghiệp về việc liệu các nhóm cộng đồng, các tổ chức phi chính phủ, công chúng nói chung có gây ra các áp lực buộc doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm đối với môi trường hay không.

Thang đo hành vi môi trường chủ động được đo lường bằng 4 biến quan sát điều chỉnh từ nghiên cứu của Do và Nguyen (2020), He và cộng sự (2018), Lee và Rhee (2007), thể hiện ở mức độ nhận thức cao nhất của ban lãnh đạo doanh nghiệp đối với các quyết định liên quan đến quản lý và vượt ra ngoài sự tuân thủ về môi trường, bao gồm các chương trình giáo dục và đào tạo nhân viên, triển khai nghiên cứu và phát triển công nghệ bảo vệ môi trường, thành lập các bộ phận chuyên trách xử lý vấn đề môi trường.

Tất cả các biến quan sát đều được đo lường với thang đo Likert 5 điểm (với 1 = hoàn toàn không đồng ý, đến 5 = hoàn toàn đồng ý).

3.2. Dữ liệu

Theo Hair và cộng sự (2018), phân tích đường dẫn trong PLS-SEM yêu cầu cỡ mẫu tối thiểu là: (1) Theo quy tắc 10 lần, nghĩa là cỡ mẫu cần gấp 10 lần số biến quan sát tối đa được gán cho một biến tiềm ẩn trong mô hình, hoặc (2) gấp 10 lần số lượng biến ngoại sinh tối đa tác động đến một biến nội sinh. Trong nghiên cứu này, biến tiềm ẩn phức tạp nhất được đo bằng 6 biến quan sát, trong khi số lượng biến ngoại sinh tối đa tác động vào biến nội sinh là 4. Như vậy, kích thước mẫu tối thiểu cho nghiên cứu này là 60. Mẫu chính thức được sử dụng là 407 quan sát được cho là phù hợp. Dữ liệu được thu thập bằng hình thức gửi email và phỏng vấn trực tiếp với kỹ thuật chọn mẫu ngẫu nhiên đơn giản. Danh sách các doanh nghiệp tham gia vào khảo sát này được lấy từ file dữ liệu của Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Khánh Hòa bằng hàm ngẫu nhiên. Một số yêu cầu phải được thỏa mãn bởi các doanh nghiệp tham gia vào nghiên cứu này, như: Doanh nghiệp phải có thời gian hoạt động ít nhất là một năm, các đáp viên phải là chủ sở hữu của doanh nghiệp, giám đốc điều hành, quản lý cấp cao, quản lý cấp trung hoặc quản lý. Cuộc khảo sát được tiến hành từ tháng 11/2022 và hoàn thành vào tháng 4/2023. Thông tin về mẫu khảo sát được trình bày ở Bảng 1.

Bảng 1.
Đặc điểm mẫu khảo sát

Đặc điểm	Tần suất	Tỷ lệ (%)
Quy mô doanh nghiệp		
Ít hơn 5 lao động	57	14,0
Từ 5 đến 9 lao động	161	39,6
Từ 10 đến 49 lao động	114	28,0
Từ 50 đến 199 lao động	37	9,1
Từ 200 lao động trở lên	38	9,3
Chức danh đáp viên		
Chủ doanh nghiệp/Giám đốc điều hành/Quản lý cấp cao	258	63,4
Quản lý cấp trung/Quản lý	149	36,6
Lĩnh vực hoạt động sản xuất xuất kinh doanh		
Công nghiệp/Chế tạo	55	13,5
Xây dựng	81	19,9
Dịch vụ/Thương mại	85	20,9
Nông nghiệp/Lâm nghiệp/Thủy sản	112	27,5
Khai khoáng và lĩnh vực khác	74	18,2
Dạng thức phỏng vấn		
Trực tiếp	287	70,5
Bằng email	120	29,5
Tổng	407	100,0

3.3. Kỹ thuật phân tích dữ liệu

Mô hình phương trình cấu trúc bình phương tối thiểu riêng phần (PLS-SEM) là kỹ thuật thống kê được áp dụng để ước lượng, kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu. Phương pháp này được chọn bởi vì nó thích hợp cho việc phân tích mối quan hệ của các mô hình đo lường dạng kết quả và nó cũng phù hợp với các nghiên cứu với kích thước mẫu nhỏ, không yêu cầu dữ liệu có phân phối chuẩn trong các nghiên cứu khoa học xã hội (Hair và cộng sự, 2018). Theo Sarstedt và cộng sự (2021), khi tiến hành phân tích PLS-SEM, hai bước chính cần được thực hiện gồm: (1) Đánh giá mô hình đo lường về độ tin cậy, giá trị hội tụ, và giá trị phân biệt; và (2) phân tích mô hình cấu trúc sử dụng kỹ thuật Bootstrapping để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu.

Nghiên cứu còn sử dụng kiểm định t-test mẫu độc lập để kiểm định tính chệch giữa hai cách thu thập dữ liệu (bằng email và phỏng vấn trực tiếp) cho tất cả các biến trong mô hình nghiên cứu. Kết

quả ở Bảng 2 cho thấy không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về giá trị trung bình giữa các biến nghiên cứu được thu thập bằng hai cách khảo sát.

Bảng 2.

Đánh giá sai lệch cách chọn mẫu bằng t-test mẫu độc lập

Các biến nghiên cứu	Kiểm định Levene cho phương sai bằng nhau		Kiểm định t sự bằng nhau về giá trị trung bình		
	F	Mức ý nghĩa (Sig.)	t	df	Mức ý nghĩa 2 đuôi (Sig. 2-tailed)
Hành vi môi trường chủ động	3,494	0,062	–1,189	405	0,235
Áp lực khách hàng	1,560	0,212	–0,970	405	0,333
Áp lực thể chế	1,269	0,261	–1,011	405	0,313
Áp lực xã hội	2,962	0,086	–0,693	405	0,489
Áp lực nội bộ	3,440	0,064	0,058	405	0,954

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Đánh giá mô hình đo lường

Khi phân tích PLS-SEM cần phải đánh giá mô hình đo lường nhằm đảm bảo rằng tất cả các khái niệm đạt yêu cầu về độ tin cậy, giá trị hội tụ, và giá trị phân biệt.

- *Thứ nhất*, độ tin cậy của mô hình đo lường được đánh giá thông qua hệ số Cronbach's Alpha, hệ số tin cậy ρ_A và độ tin cậy tổng hợp ρ_C. Kết quả ở Bảng 3 cho thấy, tất cả các khái niệm đều có hệ số Cronbach's Alpha, hệ số ρ_A và ρ_C nằm trong khoảng từ 0,863 đến 0,946. Do đó, các khái niệm đều đạt độ tin cậy nhất quán nội tại cao (Russo & Stol, 2021).

- *Thứ hai*, giá trị hội tụ được đánh giá dựa trên hệ số tải ngoài và phương sai trích trung bình (AVE). Thang đo đạt giá trị hội tụ nếu AVE từ 0,5 trở lên và các biến quan sát của khái niệm nghiên cứu có hệ số tải ngoài ≥ 0,708 (Hair và cộng sự, 2018). Kết quả ở Bảng 3 cho thấy hệ số tải ngoài của các biến quan sát đều lớn hơn 0,7 và AVE của tất cả các khái niệm đều lớn hơn 0,5. Do vậy, các thang đo đạt giá trị hội tụ.

Bảng 3.

Kết quả độ tin cậy và giá trị hội tụ của các thang đo

Biến tiềm ẩn	Biến quan sát	Nguồn tham khảo	Hệ số tải ngoài	Hệ số Cronbach's Alpha	Hệ số tin cậy (ρ_A)	Độ tin cậy tổng hợp (ρ_C)	Phương sai trích trung bình (AVE)
Áp lực khách hàng	Khách hàng yêu cầu doanh nghiệp của chúng tôi cải thiện hiệu quả vấn đề môi trường	Banerjee và cộng sự (2003; Latip và cộng sự (2022); Rui và Lu (2021)	0,908	0,928	0,937	0,942	0,731
	Khách hàng ngày càng đòi hỏi các sản phẩm và dịch vụ thân thiện với môi trường		0,930				
	Các vấn đề về môi trường là yếu tố rất quan trọng ảnh hưởng đến quyết định mua của khách hàng		0,880				
	Khách hàng thường đề cập đến các yếu tố môi trường khi đưa ra quyết định lựa chọn		0,728				
	Khách hàng kỳ vọng doanh nghiệp trở nên thân thiện hơn với môi trường		0,858				
	Khách hàng cho rằng bảo vệ môi trường là vấn đề rất quan trọng đối với thế giới ngày nay		0,810				
Áp lực nội bộ	Người lao động trong doanh nghiệp có trình độ học vấn tốt	He và cộng sự (2018); Lee và cộng sự (2018)	0,815	0,863	0,890	0,895	0,631
	Nhân viên của doanh nghiệp có nhận thức tốt về vấn đề môi trường		0,775				
	Ban lãnh đạo cấp cao có nhận thức tốt về vấn đề môi trường		0,739				
	Ban lãnh đạo cấp cao ưu tiên các chiến lược về môi trường để cải thiện tình trạng môi trường		0,854				
	Ban lãnh đạo cấp cao rất quan tâm đến các vấn đề về môi trường		0,784				

Biến tiềm ẩn	Biến quan sát	Nguồn tham khảo	Hệ số tải ngoài	Hệ số Cronbach's Alpha	Hệ số tin cậy (ρ_A)	Độ tin cậy tổng hợp (ρ_C)	Phương sai trích trung bình (AVE)
Hành vi môi trường chủ động	Doanh nghiệp triển khai nghiên cứu và phát triển công nghệ bảo vệ môi trường	Do và Nguyen (2020); He và cộng sự (2018); Lee và Rhee (2007)	0,765	0,913	0,921	0,940	0,797
	Doanh nghiệp thực hiện các chương trình giáo dục và đào tạo về môi trường cho nhân viên		0,951				
	Doanh nghiệp tự nguyện thực hiện các chương trình bảo vệ môi trường		0,904				
	Doanh nghiệp thành lập bộ phận chuyên trách để giải quyết các vấn đề môi trường		0,939				
Áp lực thể chế	Quy định của các cơ quan quản lý Nhà nước có ảnh hưởng lớn đến chiến lược môi trường của doanh nghiệp	Banerjee và cộng sự (2003); Latip và cộng sự (2022); Rui và Lu (2021)	0,880	0,945	0,932	0,946	0,785
	Pháp luật về môi trường có thể ảnh hưởng đến sự phát triển bền vững của doanh nghiệp		0,887				
	Quy định nghiêm ngặt hơn về vấn đề môi trường là lý do chính khiến doanh nghiệp quan tâm về tác động của nó đối với môi trường tự nhiên		0,884				
	Pháp luật về môi trường chặt chẽ hơn là cần thiết để chỉ những doanh nghiệp có trách nhiệm với môi trường mới có thể tồn tại và phát triển		0,869				
	Chính quyền địa phương xem việc bảo vệ môi trường là ưu tiên hàng đầu của họ		0,894				
	Chính quyền địa phương rất quan tâm đến các doanh nghiệp thực hành bảo vệ môi trường		0,901				

Biến tiềm ẩn	Biến quan sát	Nguồn tham khảo	Hệ số tải ngoài	Hệ số Cronbach's Alpha	Hệ số tin cậy (ρ_A)	Độ tin cậy tổng hợp (ρ_C)	Phương sai trích trung bình (AVE)
Áp lực xã hội	Khiếu nại về môi trường của cộng đồng ngày càng gia tăng	Guo và Wang (2022); He và cộng sự (2018); Lee và cộng sự (2018)	0,794	0,881	0,894	0,918	0,737
	Kiến nghị về môi trường của cộng đồng là rất quan trọng		0,867				
	Kiến nghị về môi trường của các tổ chức phi chính phủ là rất quan trọng		0,891				
	Các nhóm cộng đồng và tổ chức môi trường ngày càng yêu cầu doanh nghiệp cải thiện hiệu quả môi trường		0,879				

Cuối cùng, giá trị phân biệt các khái niệm được đánh giá dựa trên HTMT (Heterotrait - Monotrait Ratio). Thang đo đạt giá trị phân biệt khi HTMT nhỏ hơn 0,9 hoặc giá trị ngưỡng thận trọng 0,85 (Henseler và cộng sự, 2015). Ngoài ra, thay vì dựa vào các giá trị ngưỡng, kỹ thuật Boostrapping có thể được áp dụng để kiểm định xem HTMT có nhỏ hơn 1 một cách có ý nghĩa thống kê không (Henseler và cộng sự, 2015) hoặc dựa vào bối cảnh nghiên cứu cụ thể để kiểm định HTMT với giá trị ngưỡng thấp hơn, chẳng hạn 0,85 hoặc 0,9 (Franke & Sarstedt, 2019). Bảng 4 cho thấy các HTMT của các cặp khái niệm đều nhỏ hơn ngưỡng 0,85. Hơn nữa, khoảng tin cậy 95% của các HTMT tương ứng không chứa giá trị 0,85, nghĩa là, các HTMT khác biệt có ý nghĩa thống kê so với ngưỡng nghiêm ngặt này. Do đó, giá trị phân biệt của các khái niệm được thiết lập.

Bảng 4.

Giá trị HTMT và khoảng tin cậy

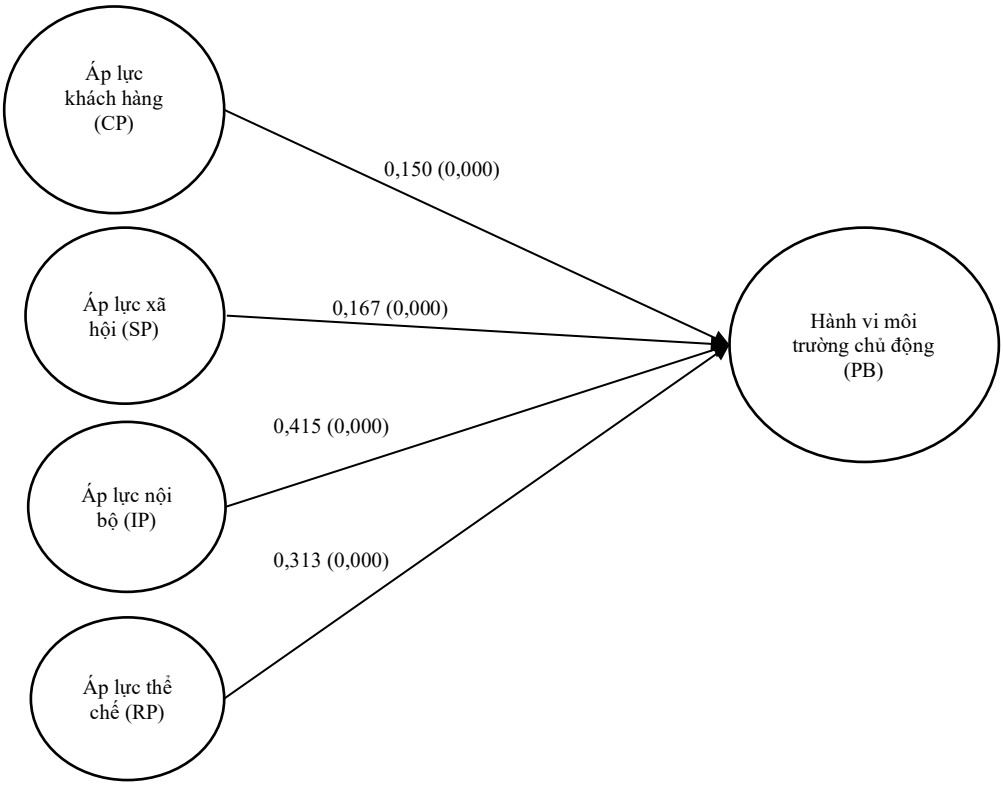
	CP	IP	PB	RP
IP	0,064 [0,059; 0,143]			
PB	0,254 [0,158; 0,362]	0,574 [0,478; 0,659]		
RP	0,260 [0,164; 0,363]	0,457 [0,356; 0,553]	0,601 [0,515; 0,681]	
SP	0,057 [0,047; 0,148]	0,123 [0,084; 0,233]	0,300 [0,191; 0,408]	0,171 [0,078; 0,283]

*Ghi chú: I*P: Áp lực nội bộ; CP: Áp lực khách hàng; SP: Áp lực xã hội; RP: Áp lực thể chế; PB: Hành vi môi trường chủ động; Các giá trị trong ngoặc vuông [ ] đại diện cho khoảng tin cậy 95% của các HTMT.

4.2. Đánh giá mô hình cấu trúc

Kết quả đánh giá mô hình đo lường cho thấy các khái niệm đều đáng tin cậy và chính xác, bước tiếp theo đánh giá mô hình cấu trúc để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu. Cụ thể, nội dung chính của việc đánh giá mô hình cấu trúc bao gồm: Kiểm tra đa cộng tuyến, xác định khả năng giải thích của mô hình, ý nghĩa thống kê và mối quan hệ giữa các khái niệm trong mô hình nghiên cứu (Sarstedt và cộng sự, 2021).

Trước tiên, kiểm tra đa cộng tuyến bằng việc xác định giá trị VIF của tất cả các biến ngoại sinh. Theo Hair và cộng sự (2019), đa cộng tuyến có thể xảy ra khi VIF ≥ 5, nhưng cũng có thể xảy ra ngay cả khi VIF ≥ 3–5, nên lý tưởng nhất là VIF ≤ 3. Bảng 5 cho thấy giá trị VIF của tất cả các biến ngoại sinh nằm trong khoảng từ 1,032 đến 1,330. Do vậy, không xảy ra đa cộng tuyến.



Hình 2. Mô hình phương trình cấu trúc và sơ đồ đường dẫn

Khả năng giải thích của mô hình được xác định thông qua hệ số xác định R^2. Kết quả ở Bảng 5 chỉ ra rằng 49,4% biến thiên trong hành vi môi trường chủ động của doanh nghiệp được giải thích bởi các biến ngoại sinh trong mô hình.

Thủ tục Boostrapping với 5.000 mẫu được sử dụng để xác định các hệ số hồi quy và giá trị t của nó. Kết quả từ SmartPLS 4.0 chỉ ra rằng áp lực khách hàng ($\beta = 0,150$; $p < 0,01$), áp lực xã hội ($\beta = 0,167$; $p < 0,01$), áp lực thể chế ($\beta = 0,313$; $p < 0,01$), và áp lực nội bộ ($\beta = 0,415$; $p < 0,01$) đều có tác động dương có ý nghĩa thống kê lên hành vi môi trường chủ động, qua đó ủng hộ các giả thuyết H_1, H_2, H_3, và H_4.

Bảng 5.

Kết quả PLS-SEM

Giả thuyết	Đường dẫn	Beta (β)	VIF	f^2	R^2_{adj}	Quyết định
H_1	CP -> PB	$0,150^{***}$	1,075	$0,042^{*}$	$0,494^{***}$	Chấp nhận
H_2	SP -> PB	$0,167^{***}$	1,032	$0,054^{**}$		Chấp nhận
H_3	IP -> PB	$0,415^{***}$	1,237	$0,278^{***}$		Chấp nhận
H_4	RP -> PB	$0,313^{***}$	1,330	$0,147^{***}$		Chấp nhận

Ghi chú: IP: Áp lực nội bộ; CP: Áp lực khách hàng; SP: Áp lực xã hội; RP: Áp lực thể chế; PB: Hành vi môi trường chủ động; *,**,*** lần lượt tương ứng với các mức ý nghĩa thống kê 10%, 5% và 1%.

Mức độ ảnh hưởng của từng biến ngoại sinh lên biến nội sinh được đánh giá thông qua hệ số f^2. Như một quy tắc chung, các giá trị f^2 lần lượt là 0,02, 0,15 và 0,35 đại diện cho các mức tác động nhỏ, trung bình và lớn của một biến tiềm ẩn ngoại sinh. Giá trị $f^2 < 0,02$ được xem là có tác động cực kỳ nhỏ hoặc không có tác động (Cohen, 1988). Kết quả ở Bảng 5 cho thấy áp lực nội bộ ($f^2 = 0,278$) và áp lực thể chế ($f^2 = 0,147$) có mức tác động trung bình, trong khi đó, áp lực xã hội ($f^2 = 0,054$) và áp lực khách hàng ($f^2 = 0,042$) lại có tác động rất nhỏ lên hành vi môi trường chủ động.

4.3. Thảo luận kết quả nghiên cứu

4.3.1. Áp lực khách hàng

Như được trình bày trong Bảng 5, áp lực khách hàng có ảnh hưởng dương lên hành vi môi trường chủ động ($\beta = 0,150$; $p < 0,01$). Cụ thể, áp lực khách hàng có tác động dương nhỏ nhất lên hành vi môi trường chủ động so với các loại áp lực khác ($f^2 = 0,042$). Mặc dù áp lực khách hàng là một yếu tố quan trọng thúc đẩy hành vi môi trường chủ động của doanh nghiệp, nhưng vai trò của nó trong nghiên cứu này là không quan trọng như mong đợi. Một lý do hợp lý cho phát hiện này có thể là do đặc điểm của mẫu khảo sát, trong đó có 363 doanh nghiệp trả lời có số lao động dưới 200 người, chiếm 90,7%. Như vậy, mẫu khảo sát chủ yếu là các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Theo Latip và cộng sự (2022), các doanh nghiệp nhỏ thường ít bị tác động bởi áp lực từ khách hàng hơn, đặc biệt là trong các vấn đề về môi trường. Điều này cho thấy những yêu cầu của khách hàng về việc cải thiện hiệu quả vấn đề môi trường và nhu cầu về các sản phẩm, dịch vụ thân thiện với môi trường ít được quan tâm bởi các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Phát hiện này là phù hợp với các nghiên cứu trước được thực hiện bởi Hsu và cộng sự (2013), Latip và cộng sự (2022), và Lee và cộng sự (2018).

4.3.2. Áp lực xã hội

Kết quả từ Bảng 5 cũng xác nhận rằng áp lực xã hội có ảnh hưởng dương lên hành vi môi trường chủ động ($\beta = 0,167$; $p < 0,01$). Phát hiện này cho thấy các doanh nghiệp tại Khánh Hòa nhiều khả năng tự nguyện thực hiện các giải pháp cụ thể để giảm thiểu các tác hại về môi trường. Tuy nhiên, tác động từ áp lực xã hội trong nghiên cứu này lên hành vi môi trường chủ động là không quá lớn. Điều này có thể là do các tổ chức phi chính phủ về môi trường, cộng đồng xã hội tại Khánh Hòa chưa có nhiều khiếu nại, kiến nghị về môi trường đối với doanh nghiệp. Cũng có thể là do thiếu các hành lang pháp lý cho phép và khuyến khích sự tham gia một cách chủ động của các tổ chức xã hội trong các vấn đề về môi trường. Mức độ tác động yếu của áp lực xã hội được tìm thấy từ nghiên cứu này xác nhận rằng vai trò của các tổ chức cộng đồng xã hội tại Khánh Hòa đối với các vấn đề môi trường rất hạn chế. Kết quả này phù hợp với các nghiên cứu trước được thực hiện bởi Darnall và cộng sự (2010), Latip và cộng sự (2022), Lee và cộng sự (2018), và Wang và cộng sự (2020).

4.3.3. Áp lực nội bộ

Kết quả ở Bảng 5 cho thấy áp lực nội bộ có tác động dương lên hành vi môi trường chủ động ($\beta = 0,415$; $p < 0,01$). Trong số bốn nhóm áp lực, tác động của áp lực nội bộ là lớn nhất ($f^2 = 0,278$). Phát hiện này cho thấy nhận thức của ban lãnh đạo và nhân viên của doanh nghiệp là một trong những yếu tố quan trọng nhất thúc đẩy các doanh nghiệp điều chỉnh hành vi kinh doanh theo hướng thân thiện hơn với môi trường. Điều này có nghĩa là vai trò của các áp lực bên ngoài mang tính bắt buộc (ví dụ, áp lực thể chế) lên hành vi môi trường chủ động ngày càng trở nên ít quan trọng hơn so với áp

lực từ bên trong doanh nghiệp. Kết luận này là tương đồng với nghiên cứu của He và cộng sự (2018), Singh và cộng sự (2014), và Wang và cộng sự (2020).

4.3.4. Áp lực thể chế

Kết quả ở Bảng 5 cũng cho thấy áp lực thể chế có ảnh hưởng dương lên hành vi môi trường chủ động ($\beta = 0{,}313$; $p < 0{,}01$). Cụ thể, mức độ tác động từ áp lực thể chế ($f^2 = 0{,}147$) lên hành vi môi trường yếu hơn so với áp lực nội bộ nhưng mạnh hơn so với áp lực xã hội và khách hàng. Kết quả của nghiên cứu này là tương đồng với nghiên cứu của Latip và cộng sự (2022), Wang và cộng sự (2020). Những phát hiện này chỉ ra rằng các doanh nghiệp tại Khánh Hòa nhận thức được tầm quan trọng của áp lực thể chế đối với các vấn đề về môi trường, nó có thể làm gia tăng sự tuân thủ của doanh nghiệp.

5. Kết luận và hàm ý

5.1. Kết luận

Nghiên cứu được thực hiện nhằm xác định áp lực các bên liên quan lên hành vi môi trường chủ động của doanh nghiệp tại Khánh Hòa. Kết quả nghiên cứu xác nhận rằng áp lực khách hàng, áp lực xã hội, áp lực thể chế, và áp lực nội bộ đều có ảnh hưởng dương lên hành vi môi trường chủ động của doanh nghiệp. Trong đó, áp lực nội bộ là yếu tố then chốt quyết định lên hành vi môi trường chủ động, tiếp theo là áp lực thể chế, áp lực xã hội và cuối cùng là áp lực khách hàng. Nghiên cứu cũng góp phần nhỏ trong việc xây dựng các thang đo phù hợp với bối cảnh nghiên cứu mới tại Việt Nam.

5.2. Hàm ý

Nghiên cứu này cung cấp một số đóng góp thực tiễn quan trọng. Cụ thể:

- *Thứ nhất,* kết quả nghiên cứu cho thấy áp lực nội bộ là nhân tố then chốt quyết định hành vi môi trường chủ động của doanh nghiệp. Do đó, để nhận được sự cam kết và hỗ trợ mạnh mẽ từ ban lãnh đạo và nhân viên trong doanh nghiệp, các nhà quản trị nên xây dựng các cơ chế khuyến khích cả về vật chất lẫn tinh thần, những giá trị về môi trường cần được nuôi dưỡng và truyền đạt tới toàn bộ các thành viên của doanh nghiệp.

- *Thứ hai*, các nhà hoạch định chính sách về môi trường ở Việt Nam được khuyến nghị xây dựng và hoàn thiện các luật về môi trường và các quy định liên quan khác, đồng thời nâng cao tiêu chuẩn quy định về môi trường; tăng cường thực thi các quy định về môi trường và các hoạt động giám sát đối với các doanh nghiệp để giảm thiểu tác động tiêu cực đối với môi trường tự nhiên, hướng đến phát triển bền vững.

- *Thứ ba,* với vai trò hạn chế của áp lực xã hội trong việc thúc đẩy hành vi môi trường của doanh nghiệp, các nhà hoạch định chính sách về môi trường của Việt Nam nên xây dựng các hành lang pháp lý phù hợp nhằm giúp các tổ chức môi trường và cộng đồng xã hội tham gia một cách chủ động, tích cực vào các vấn đề về môi trường.

Ngoài ra, Nhà nước cũng nên thực hiện các biện pháp khuyến khích, thúc đẩy người dân tham gia bảo vệ môi trường.

Bên cạnh đó, nghiên cứu này cũng có những hạn chế:

- *Một là*, mẫu khảo sát chỉ được thực hiện tại Khánh Hòa, do đó kết quả nghiên cứu không thể khái quát hóa cho Việt Nam. Nghiên cứu tiếp theo nên tiến hành ở một khu vực địa lý rộng hơn với kích thước mẫu lớn hơn.

- *Hai là*, nghiên cứu được thực hiện chung với tất cả các loại doanh nghiệp, các ngành khác nhau. Do đó, hàm ý chính sách từ nghiên cứu này không định hướng vào một ngành hay lĩnh vực cụ thể. Vì thế, nghiên cứu tiếp theo nên được thực hiện theo từng ngành, lĩnh vực.

Chú thích

Bài nghiên cứu này được trích một phần từ Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Trường, được tài trợ bởi Trường Đại học Nha Trang, trong khuôn khổ đề tài: "Áp lực của các bên liên quan và hành vi môi trường của doanh nghiệp tại tỉnh Khánh Hòa", Chủ nhiệm đề tài: Phạm Thành Thái, Mã số đề tài: TR2022-13-14.

Tài liệu tham khảo

Azzone, G., Bianchi, R., & Noci, G. (1997). Implementing environmental certification in Italy: Managerial and competitive implications for firms. *Eco-Management and Auditing*, *4*(3), 98–108.

Banerjee, S. B., Iyer, E. S., & Kashyap, R. K. (2003). Corporate environmentalism: Antecedents and influence of industry type. *Journal of Marketing*, *67*(2), 106–122.

Bansal, P., Roth, K., Golden-Biddle, K., & Houghton, S. (2000). Why companies go green: A model of ecological responsiveness. *The Academy of Management Journal*, *43*(4), 717–736.

Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. New York: Routledge.

Darnall, N., Henriques, I., & Sadorsky, P. (2010). Adopting proactive environmental strategy: The influence of stakeholders and firm size. *Journal of Management Studies*, *47*(6), 1072–1094. doi: 10.1111/j.1467-6486.2009.00873.x

Do, B., & Nguyen, N. (2020). The links between proactive environmental strategy, competitive advantages and firm performance: An empirical study in Vietnam. *Sustainability (Switzerland)*, *12*(12), 4962. doi: 10.3390/su12124962

Dong, S., Burritt, R., & Qian, W. (2014). Salient stakeholders in corporate social responsibility reporting by Chinese mining and minerals companies. *Journal of Cleaner Production*, *84*(1), 59–69. doi: 10.1016/j.jclepro.2014.01.012

Franke, G., & Sarstedt, M. (2019). Heuristics versus statistics in discriminant validity testing: A comparison of four procedures. *Internet Research*, *29*(3), 430–447. doi: 10.1108/IntR-12-2017-0515

Gattiker, T. F., & Carter, C. R. (2010). Understanding project champions' ability to gain intra-organizational commitment for environmental projects. *Journal of Operations Management*, *28*(1), 72–85. doi: 10.1016/j.jom.2009.09.001

González-Benito, J., & González-Benito, Ó. (2006). A review of determinant factors of environmental proactivity. *Business Strategy and the Environment*, *15*, 87–102. doi: 10.1002/bse.450

Guo, Y., & Wang, L. (2022). Environmental entrepreneurial orientation and firm performance: The role of environmental innovation and stakeholder pressure. *SAGE Open*, *12*(1), 21582440211. doi: 10.1177/21582440211061354

Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Gudergan, S. P. (2018). *Advanced Issues in Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, *31*(1), 2–24. doi: 10.1108/EBR-11-2018-0203

He, Z. X., Shen, W. X., Li, Q. B., Xu, S. C., Zhao, B., Long, R. Y., & Chen, H. (2018). Investigating external and internal pressures on corporate environmental behavior in papermaking enterprises of China. *Journal of Cleaner Production*, *172*, 1193–1211. doi: 10.1016/j.jclepro.2017.10.115

Henriques, I., & Sadorsky, P. (1996). The determinants of an environmentally responsive firm: An empirical approach. *Journal Of Environmental Economics and Management*, *30*, 381–395.

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *43*(1), 115–135. doi: 10.1007/s11747-014-0403-8

Hsu, C. C., Tan, K. C., Zailani, S. H. M., & Jayaraman, V. (2013). Supply chain drivers that foster the development of green initiatives in an emerging economy. *International Journal of Operations and Production Management*, *33*(6), 656–688. doi: 10.1108/IJOPM-10-2011-0401

Hwang, B. N., Huang, C. Y., & Wu, C. H. (2016). A TOE approach to establish a green supply chain adoption decision model in the semiconductor industry. *Sustainability (Switzerland)*, *8*(2), 168. doi: 10.3390/su8020168

Laplante, B., & Rilstone, P. (1999). Environmental inspections and emissions of the pulp and paper industry: The case of Quebec. *Journal of Environmental Economics and Management*, *31*(1), 19–36. doi: 10.1596/1813-9450-1447

Latip, M., Sharkawi, I., Mohamed, Z., & Kasron, N. (2022). The impact of external stakeholders' pressures on the intention to adopt environmental management practices and the moderating effects of firm size. *Journal of Small Business Strategy*, *32*(3), 45–66. doi: 10.53703/001c.35342

Lee, J. W., Kim, Y. M., & Kim, Y. E. (2018). Antecedents of adopting corporate environmental responsibility and green practices. *Journal of Business Ethics*, *148*(2), 397–409. doi: 10.1007/S10551-016-3024-Y

Liu, X., Liu, B., Shishime, T., Yu, Q., Bi, J., & Fujitsuka, T. (2010). An empirical study on the driving mechanism of proactive corporate environmental management in China. *Journal of Environmental Management*, *91*(8), 1707–1717. doi: 10.1016/j.jenvman.2010.03.011

Maggioni, D., & Santangelo, G. D. (2017). Local environmental non-profit organizations and the green investment strategies of family firms. *Ecological Economics*, *138*, 126–138. doi: 10.1016/j.ecolecon.2017.03.026

Rui, Z., & Lu, Y. (2021). Stakeholder pressure, corporate environmental ethics, and green innovation. *Asian Journal of Technology Innovation*, *29*(1), 70–86. doi: 10.1080/19761597.2020.1783563

Russo, D., & Stol, K. J. (2021). PLS-SEM for software engineering research: An introduction and survey. *ACM Computing Surveys*, *54*(4), 1–38. doi: 10.1145/3447580

Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial least squares structural equation modeling. In *Handbook of Market Research* (pp. 1–47). Springer International Publishing. doi: 10.1007/978-3-319-05542-8_15-2

Singh, N., Jain, S., & Sharma, P. (2014). Determinants of proactive environmental management practices in Indian firms: An empirical study. *Journal of Cleaner Production*, *66*, 469–478. doi: 10.1016/j.jclepro.2013.11.055

Tatoglu, E., Bayraktar, E., & Arda, O. A. (2015). Adoption of corporate environmental policies in Turkey. *Journal of Cleaner Production*, *91*, 313–326. doi: 10.1016/j.jclepro.2014.12.039

VCCI. (2020). *Báo cáo chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh của Việt Nam*. Truy cập từ https://pcivietnam.vn/

Walker, H., di Sisto, L., & McBain, D. (2008). Drivers and barriers to environmental supply chain management practices: Lessons from the public and private sectors. *Journal of Purchasing and Supply Management*, *14*(1), 69–85. doi: 10.1016/j.pursup.2008.01.007

Wang, L., Li, W., & Qi, L. (2020). Stakeholder pressures and corporate environmental strategies: A meta-analysis. *Sustainability (Switzerland)*, *12*(3), 1172. doi: 10.3390/SU12031172

Zhang, B., Bi, J., Yuan, Z., Ge, J., Liu, B., & Bu, M. (2008). Why do firms engage in environmental management? An empirical study in China. *Journal of Cleaner Production*, *16*(10), 1036–1045. doi: 10.1016/j.jclepro.2007.06.016