
CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU BỀN VỮNG HÀNG DỆT MAY CỦA VIỆT NAM SANG EU

Trần Thùy Linh

Viện Thương mại và Kinh tế quốc tế, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: linhtt1812@mpi.gov.vn

Đỗ Đức Bình

Viện Thương mại và Kinh tế quốc tế, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: binhdd302@gmail.com

Mã bài báo: JED-1548

Ngày nhận: 28/12/2023

Ngày nhận bản sửa: 15/03/2024

Ngày duyệt đăng: 20/03/2024

Mã DOI: 10.33301/JED.V1.1548

Tóm tắt:

Nghiên cứu phát triển hệ thống tiêu chí đánh giá, phân tích nhân tố ảnh hưởng đến phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may của Việt Nam sang Liên minh châu Âu (EU) bằng mô hình cấu trúc bình phương nhỏ nhất từng phần (PLS-SEM). Đây là một chủ đề ý nghĩa trong bối cảnh phát triển bền vững đang trở thành xu hướng tất yếu, cũng là cam kết đề ra trong Hiệp định Thương mại Tự do (FTA) thế hệ mới với thị trường tiềm năng như EU. Phân tích thực nghiệm 286 doanh nghiệp xuất khẩu dệt may Việt Nam tháng 7-8 năm 2023 cho thấy nhân tố quy định về phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may, khả năng đổi mới công nghệ, vốn nhân lực có tác động thuận chiều. Mức độ cạnh tranh cũng có ảnh hưởng tích cực - trái ngược với nhiều kết quả nghiên cứu trước tại các nước đang phát triển. Nghiên cứu đã khám phá thêm rằng truyền thông đại chúng, cam kết về phát triển bền vững trong FTA thế hệ mới và văn hóa nhân văn có tác động tích cực trong khi yêu cầu về quy tắc xuất xứ lại là một cản trở đáng kể.

Từ khóa: EU, PLS-SEM, phát triển bền vững, xuất khẩu bền vững, dệt may.

Mã JEL: L67, Q01.

The factors influencing the sustainable export development of Vietnam's textile and apparel to European Union

Abstract:

This study develops a system of evaluation criteria and analyzes the determinants affecting the sustainable export development of Vietnam's textile and apparel (T&A) to the European Union (EU) by Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). This is a meaningful topic in the context that sustainable development has become an inevitable trend and also a commitment of the new-generation free trade agreement (FTA) with a potential market like the EU. The empirical analysis of 286 Vietnam's T&A firms in July and August 2023 shows that regulatory, technological innovation capability and human capital are positively related to the sustainable export development of T&A. Market competition also has a positive effect that is in contrast to the previous studies in developing countries. This research proves that mass communication, sustainable development commitment in new-generation FTA and humanistic culture have positive impacts while the requirement for rules of origin is a significant obstacle.

Keywords: European Union, PLS-SEM, sustainable development, sustainable export, textile and apparel.

JEL codes: L67, Q01.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh toàn cầu hóa đang gây ra những ảnh hưởng tiêu cực đến biến đổi khí hậu và các vấn đề nhân quyền, phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may với vai trò là ngành hàng xuất khẩu chủ lực tại nhiều quốc gia, thâm dụng nhiều lao động; đồng thời cũng là ngành tồn tại nhiều các vấn nạn xã hội (UNEP, 2020), “gây ô nhiễm nhất” trên thế giới (Niinimaki & cộng sự, 2020) đang trở thành một xu hướng được quan tâm. Một số nghiên cứu đã đề cập đến mối quan hệ giữa xuất khẩu dệt may với các trụ cột bền vững; gọi mở tiêu chí đánh giá hoặc nhân tố ảnh hưởng song thường tập trung đi vào phân tích từng trụ cột riêng rẽ. Đường như có rất ít nghiên cứu tập trung phát triển hệ thống tiêu chí đánh giá phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may hoặc mới chỉ đề cập đến một số tiêu chí trên từng khía cạnh đơn lẻ (UNEP, 2020; ILO, 2019; Staritz & cộng sự, 2016; Caniato & cộng sự, 2012). Tại Việt Nam, các nghiên cứu đa phần phân tích chuỗi giá trị, năng lực cạnh tranh để thúc đẩy xuất khẩu hàng dệt may; vai trò của trụ cột xã hội, môi trường chưa thực sự được quan tâm như trụ cột kinh tế.

Nghiên cứu về nhân tố ảnh hưởng đã chỉ ra một số nhân tố như: quy định về phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may, mức độ cạnh tranh trên thị trường (Duanmu & cộng sự, 2018; Ioannou & Serafeim, 2012; Zhu & cộng sự, 2007; Mia & Clarke, 1999; Dimaggio & Powell, 1983); khả năng đổi mới công nghệ (Camison & Villar-López, 2014; Calantone & cộng sự, 2002); vốn nhân lực (Staritz & cộng sự, 2016; Subramaniam & Youndt, 2005). Tuy nhiên, kết quả của các nghiên cứu có mâu thuẫn với nhau, cụ thể là tranh luận về tác động của nhân tố mức độ cạnh tranh trên thị trường.

Nghiên cứu cũng bổ sung những phát hiện mới. Theo lý thuyết thể chế, truyền thông đại chúng có thể là nhân tố tạo ra áp lực quy chuẩn, gây sức ép phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may thông qua định hình chuẩn mực xã hội (Zhu & cộng sự, 2007) nhưng chưa được quan tâm đến. Nghiên cứu có đề cập đến như Bansal (2005) thì còn hạn chế do chỉ đánh giá truyền thông qua số lượng bài báo về môi trường trong phạm vi hẹp là hai tạp chí Canada. Việc đánh giá tác động chung của FTA thế hệ mới với phát triển xuất khẩu bền vững thường được dự báo qua mô hình trọng lực hoặc giải pháp thương mại tích hợp thế giới (WITS). Kiểm định ảnh hưởng từ cam kết về phát triển bền vững và yêu cầu về quy tắc xuất xứ đối với ngành dệt may bằng PLS-SEM cũng là hướng nghiên cứu mới. Baumgartner (2009) còn cho rằng văn hóa doanh nghiệp là một điều kiện tiên quyết để thực hiện phát triển bền vững song mối quan hệ này đang bị đánh giá thấp trong các cuộc thảo luận (Kotter, 2008; Cooke & Rousseau, 1988).

Những vấn đề trên là động lực để nghiên cứu được tiến hành với những điểm mới sau: (i) Phát triển hệ thống tiêu chí đánh giá phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may; (ii) Kiểm định lại mức độ ảnh hưởng của các nhân tố trong nghiên cứu đi trước và khám phá những nhân tố mới; (iii) Tiếp cận bằng PLS-SEM là phương pháp tương đối mới mẻ với chủ đề này nói chung và tại Việt Nam nói riêng. Bằng chứng thực nghiệm xem xét quan hệ giữa một nước đang phát triển là Việt Nam và EU. EU là đối tác nhập khẩu hàng dệt may lớn thứ hai của Việt Nam đã ký kết FTA thế hệ mới (EVFTA) cùng nhiều cam kết sâu rộng về phát triển bền vững nên đây là một hướng đi hợp lý nhằm đưa ra các hàm ý quản trị để thúc đẩy phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may của Việt Nam sang EU trong tương lai.

2. Khung lý thuyết về phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may

2.1. Khái niệm phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may

Theo Liên hiệp quốc, phát triển bền vững là bảo đảm sự tăng trưởng kinh tế ổn định trong mối quan hệ với thực hiện tốt tiến bộ và công bằng xã hội; khai thác hợp lý, sử dụng tiết kiệm tài nguyên, bảo vệ và nâng cao chất lượng môi trường sống. Như vậy, phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may “là phát triển xuất khẩu hàng dệt may nhằm đáp ứng mục tiêu về tốc độ, chất lượng tăng trưởng xuất khẩu cao và ổn định; kết hợp hài hòa giữa tăng trưởng xuất khẩu với thực hiện tiến bộ xã hội và bảo vệ tài nguyên, môi trường”.

2.2. Các tiêu chí đánh giá phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may

2.2.1. Về kinh tế

Nhóm tiêu chí kinh tế phổ biến được đề cập đến gồm: (i) Quy mô, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu; (ii) Chất lượng tăng trưởng xuất khẩu thể hiện qua cơ cấu xuất khẩu theo thị trường và chủng loại; (iii) Mức độ đóng góp của xuất khẩu hàng dệt may vào tăng trưởng kinh tế (Staritz & cộng sự, 2016; Hồ Trung Thanh, 2009; Nianli, 2008; Robins & Roberts, 2000).

2.2.2. Về môi trường

Các hoạt động trực tiếp gây ra các vấn đề về môi trường trong ngành dệt may chủ yếu liên quan đến công nghệ xử lý, nguyên vật liệu và tài nguyên đầu vào. Nghiên cứu lựa chọn những tiêu chí về môi trường gồm: (i) Mức độ sử dụng các công nghệ xử lý ô nhiễm; (ii) Mức độ sử dụng nguyên liệu xanh trong sản xuất; (iii) Mức độ sử dụng vật liệu còn sót lại cho các hoạt động khác sau sản xuất; (iv) Mức độ khai thác nguồn tài nguyên; (v) Mức độ đóng góp kinh phí của xuất khẩu hàng dệt may vào bảo vệ môi trường (Sharma & Narula, 2020; Caniato & cộng sự, 2012; Hồ Trung Thanh, 2009).

2.2.3. Về xã hội

Nhóm tiêu chí về xã hội thường được đánh giá qua: (i) Mức độ gia tăng việc làm; (ii) Mức độ cải thiện thu nhập của người lao động; (iii) Mức độ nâng cao trình độ lao động (Hồ Trung Thanh, 2009; Robins & Roberts, 2000). Nghiên cứu cũng tổng hợp và bổ sung thêm các tiêu chí về (iv) Mức độ đảm bảo các quyền về lao động (VBCSD, 2022; UNEP, 2020; ILO, 2019); (v) Mức độ chia sẻ lợi ích từ hoạt động xuất khẩu (Hồ Trung Thanh, 2009).

2.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may

2.3.1. Các nhân tố bên ngoài doanh nghiệp

2.3.1.1. Tiếp cận theo lý thuyết thể chế

Dimaggio & Powell (1983) khẳng định hành động của một doanh nghiệp chịu sự chi phối đáng kể bởi môi trường thể chế bởi áp lực cưỡng chế, áp lực quy chuẩn và áp lực bắt chước.

Quy định về phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may

Áp lực cưỡng chế được tạo ra từ các quy định bắt buộc (Wu & cộng sự, 2012; DiMaggio & Powell, 1983). Những quy định về phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may rất đa dạng, tùy thuộc vào từng công đoạn khác nhau và được điều chỉnh bởi Chính phủ, khu vực và quốc gia nhập khẩu hàng hóa (Bilowol & Doan, 2015; Zhu & cộng sự, 2007). Một số quy định nổi bật có thể kể đến như: lao động, bảo vệ môi trường, khai thác tài nguyên, xử lý chất thải... Áp lực từ luật pháp vừa là động lực, vừa là sức mạnh cưỡng chế buộc doanh nghiệp phải tuân thủ quy định nếu không muốn bị xử phạt (Đỗ Thị Bình & Trần Văn Trang, 2021; Sharma & Narula, 2020; Delmas & Toffel, 2004). Từ phía khu vực và quốc gia nhập khẩu, doanh nghiệp sẽ không thể xuất khẩu hay được hưởng ưu đãi thuế quan nếu không đáp ứng được các quy định về môi trường, lao động, trách nhiệm xã hội (Vương Thị Thanh Trì, 2021). Các nghiên cứu thực nghiệm cũng cho thấy nhân tố này có tác động đến tính bền vững của ngành dệt may ở các khu vực như Trung Quốc (Biselli, 2009), Zimbabwe (Bonilla & cộng sự, 2018). Từ lập luận trên, giả thuyết 1 được đề ra như sau:

H1: Quy định về phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may ảnh hưởng tích cực đến phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may.

Mức độ cạnh tranh trên thị trường

Nhiều nghiên cứu chỉ ra mức độ cạnh tranh trên thị trường ảnh hưởng tích cực đến phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may nhờ áp lực bắt chước (Wu & cộng sự, 2012). Cạnh tranh buộc doanh nghiệp dệt may nếu muốn có được “vị thế xanh” độc đáo trên thị trường thì phải tăng cường các cam kết bảo vệ môi trường, phát triển các sản phẩm thân thiện, để tái chế và quan tâm đến quyền lợi người lao động (Christmann & Taylor, 2001). Cạnh tranh cũng dẫn đến việc doanh nghiệp phải không ngừng học hỏi từ đối thủ, phấn đấu trong sử dụng các nguồn lực một cách hiệu quả nhằm cải thiện hiệu suất và phát triển bền vững (Sharma & Narula, 2020; Daub & Ergenzinger, 2005).

Tuy nhiên, một số nghiên cứu lại có kết quả hoàn toàn trái ngược. Cạnh tranh gay gắt buộc doanh nghiệp phải cắt giảm tối đa chi phí, bỏ qua việc đầu tư vào giải quyết các vấn đề môi trường và xã hội nhằm tiết kiệm và tồn tại (Ioannou & Serafeim, 2012). Trong ngành dệt may, cạnh tranh có thể dẫn đến bất chấp vì lợi nhuận mà hủy hoại môi trường (Niinimaki & cộng sự, 2020) hay vi phạm quyền của người lao động như trả lương rẻ mạt, sử dụng lao động trẻ em, điều kiện làm việc xuống cấp (UNEP, 2020). Theo Duanmu & cộng sự (2018), ảnh hưởng tiêu cực xảy ra phổ biến ở các quốc gia đang phát triển. Nghiên cứu này xem xét trường hợp một quốc gia đang phát triển là Việt Nam nên giả thuyết thứ 2 là:

H2: Mức độ cạnh tranh ảnh hưởng tiêu cực đến phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may.

Truyền thông đại chúng

Ngày nay, vấn đề phát triển bền vững được nhắc đến rất nhiều trên các phương tiện truyền thông đại chúng bởi các chuyên gia và Chính phủ. Theo lý thuyết thiết lập chương trình nghị sự, điều này sẽ thu hút mối quan tâm của doanh nghiệp, từ đó dần hình thành ý thức và khả năng thực hiện phát triển xuất khẩu bền vững (McCombs & Shaw, 1997). Nghiên cứu của Bansal (2005) cho rằng truyền thông là công cụ hình thành áp lực quy chuẩn khiến doanh nghiệp phải hướng đến phát triển xuất khẩu bền vững thông qua tuyên truyền các phong trào (Simon, 1992) hoặc tạo ra sức ép dư luận bằng cách lên án hành vi gây tổn hại môi trường (Zhu & cộng sự, 2007; Dimaggio & Powell, 1983). Những gợi mở trên đưa đến giả thuyết 3:

H3: Truyền thông đại chúng ảnh hưởng tích cực đến phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may.

2.3.1.2. Tiếp cận theo lý thuyết thương mại quốc tế

Cam kết về phát triển bền vững trong FTA thế hệ mới và Yêu cầu về quy tắc xuất xứ

FTA thế hệ mới là FTA với cam kết sâu rộng và toàn diện cùng cơ chế thực thi chặt chẽ, bao hàm (i) Cam kết về tự do thương mại hàng hóa, dịch vụ với mức độ cắt giảm thuế gần như về 0%, có thể có lộ trình; (ii) Những lĩnh vực được coi là phi thương mại như: lao động, môi trường,... FTA thế hệ mới cũng bao gồm các nội dung như đầu tư, cạnh tranh, mua sắm công, thương mại điện tử, khuyến khích doanh nghiệp vừa và nhỏ; đồng thời xử lý sâu sắc hơn các vấn đề truyền thống như quyền sở hữu trí tuệ, quy tắc xuất xứ,...

Mục tiêu đầu tiên của các FTA thế hệ mới là hướng đến tự do hóa thương mại, đẩy mạnh xuất nhập khẩu thông qua những cam kết hấp dẫn về ưu đãi thuế quan (Hush, 2018; Takahashi & Urata, 2010). Các FTA thế hệ mới còn giúp thúc đẩy phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may thông qua các cam kết phát triển bền vững về đảm bảo quyền lao động và bảo vệ môi trường (Đặng Thị Phương Hoa, 2022; Nguyễn Đình Đáp, 2022). Trong khi quy định của Chính phủ và nước nhập khẩu bắt buộc doanh nghiệp phải tuân thủ nếu muốn tiến hành xuất khẩu và không bị xử phạt thì cam kết trong FTA lại ràng buộc doanh nghiệp thông qua thuế quan. Doanh nghiệp không đáp ứng được các cam kết trong FTA vẫn có thể xuất khẩu song không được hưởng mức thuế ưu đãi hấp dẫn và điều này ảnh hưởng rất lớn đến hiệu quả kinh tế. Vì vậy dù không mang tính cưỡng chế như các quy định pháp luật, các cam kết vẫn có tác động lên phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may nhờ những lợi ích mà FTA mang lại. Trên cơ sở đó, giả thuyết 4 là:

H4: Cam kết về phát triển bền vững trong FTA thế hệ mới ảnh hưởng tích cực đến phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may.

Bên cạnh tác động tích cực thì FTA thế hệ mới hoàn toàn có thể gây ra rào cản có ảnh hưởng tiêu cực. Đối với hàng dệt may xuất khẩu, rào cản được nhắc đến nhiều nhất là yêu cầu về quy tắc xuất xứ, xoay quanh khả năng đáp ứng, chi phí tuân thủ hay quá trình xin C/O ưu đãi (Wignaraja, 2014; Zhang, 2010; Takahashi & Urata, 2008). Những yêu cầu khắt khe này sẽ khiến doanh nghiệp giảm khả năng tận dụng được các ưu đãi trong FTA (Vũ Kim Dung, 2021), làm ảnh hưởng đến phát triển xuất khẩu bền vững. Giả thuyết 5 là:

H5: Yêu cầu về quy tắc xuất xứ ảnh hưởng tiêu cực đến phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may.

2.3.2. Các nhân tố bên trong doanh nghiệp

2.3.2.1. Tiếp cận theo lý thuyết nguồn lực

Wernerfelt (1984) nhận định sản phẩm và nguồn lực của một doanh nghiệp là “hai mặt của một đồng xu”. Việc phát triển xuất khẩu bền vững sản phẩm chịu ảnh hưởng từ các nguồn lực quan trọng bên trong doanh nghiệp gồm công nghệ và con người.

Khả năng đổi mới công nghệ

Theo OECD (2009), đổi mới công nghệ nói riêng được coi là một trong những động lực quan trọng trong phát triển doanh nghiệp gồm hai nội dung cơ bản, đó là: (i) Đổi mới sản phẩm và (ii) Đổi mới quy trình. Đổi mới công nghệ trong ngành dệt may được đánh giá qua việc giới thiệu những sản phẩm dệt may mới, được cải tiến đáng kể về mẫu mã, tính năng, chất lượng,... hoặc việc thực hiện phương pháp hoạt động sáng tạo và thử nghiệm những ý tưởng mới mẻ (Camisón & Villar-López; 2014; Calantone & cộng sự, 2002). Nếu doanh nghiệp dệt may biết tận dụng sức mạnh của việc đổi mới công nghệ sẽ có thể tìm ra được những giải pháp đột phá để phát triển bền vững như tái chế, thay thế vật liệu thân thiện với môi trường và sức khỏe người lao động; quản lý ô nhiễm và tài nguyên cũng như nâng cao hiệu quả xuất khẩu (Gardas & cộng sự, 2018; Beder, 1994). Theo đó, giả thuyết 6 là:

H6: Khả năng đổi mới công nghệ ảnh hưởng tích cực đến phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may.

Vốn nhân lực

Theo Slaus & Jacobs (2011), vốn nhân lực đóng vai trò tiên quyết trong làm chủ công nghệ, cải thiện năng suất lao động và các chỉ tiêu tài chính. Hiệu quả kinh tế tăng lên lại là tiền đề để người lao động nâng cao mức thu nhập và phúc lợi xã hội (Fedulova & cộng sự, 2019). Thực tế cho thấy hiệu quả làm việc gia tăng cùng với các sáng kiến bảo vệ môi trường mà người lao động đề ra đã góp phần tiết kiệm chi phí vận hành và làm giảm thiểu đáng kể các tác động đến môi trường (Unger & cộng sự, 2011). Trình độ tay nghề của nhân công thấp, thiếu kỹ năng là một nguyên nhân dẫn đến xuất khẩu dệt may tại các nước như Ethiopia (Staritz & cộng sự, 2016) hay Ấn Độ (Gardas & cộng sự, 2018) chưa có tính bền vững. Nguồn nhân lực chất lượng cao sẽ là đối tượng giúp doanh nghiệp trực tiếp đưa ra các chiến lược ứng phó và giải quyết những thách thức về phát triển xuất khẩu bền vững (Pelinescu, 2015; Subramaniam & Youndt, 2005). Như vậy, giả thuyết 7 là:

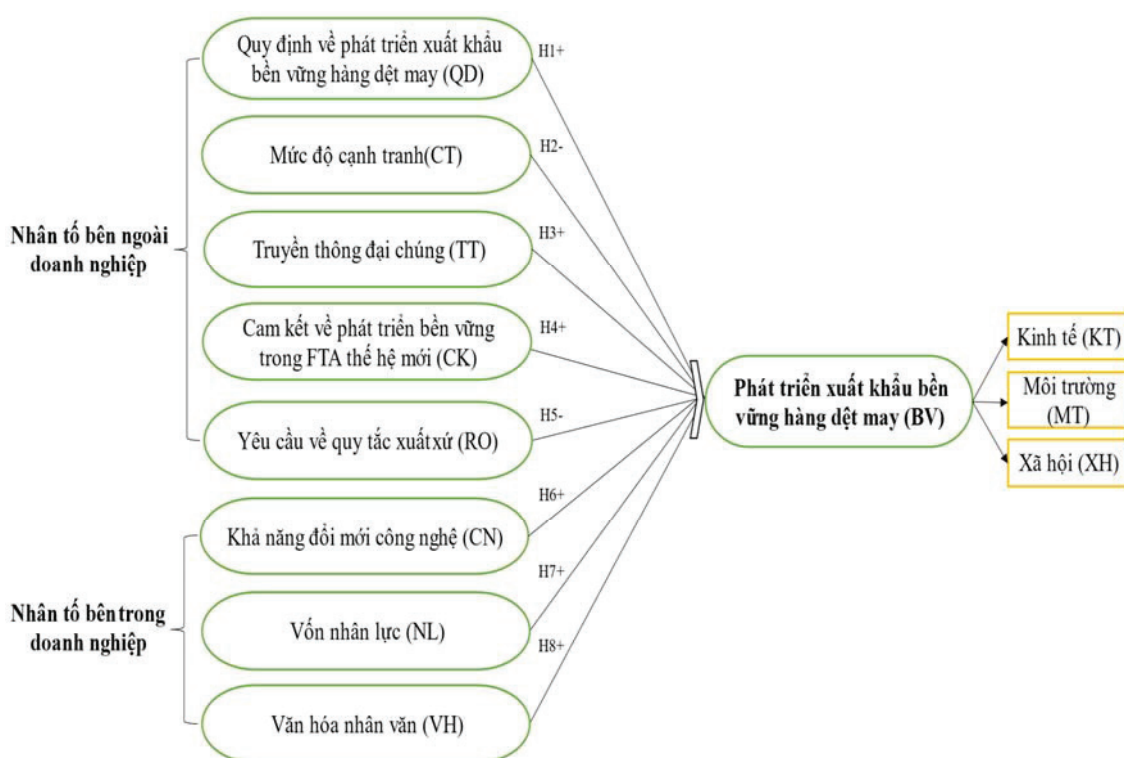
H7: Vốn nhân lực ảnh hưởng tích cực đến phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may.

Văn hóa nhân văn của doanh nghiệp

Có nhiều loại văn hóa khác nhau song văn hóa nhân văn được một số nghiên cứu chứng minh là loại hình văn hóa có tác động tích cực đến việc thực hiện những hành động có trách nhiệm cao với môi trường và xã hội (Vương Thị Thanh Trì, 2021; Wood, 1991). Văn hóa nhân văn đề cao tinh thần hợp tác, gắn bó sẽ tạo dựng lòng trung thành của người lao động; từ đó góp phần nâng cao năng suất lao động, phát huy hiệu quả kinh tế, là cơ sở để phát triển bền vững (Kalyar & cộng sự, 2012; Galbreath, 2010). Đây là cơ sở để giả thuyết 8 được đề ra:

H8: Văn hóa nhân văn ảnh hưởng tích cực đến phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Tổng hợp bởi tác giả năm 2023.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Phát triển công cụ

Biến phụ thuộc BV là biến bậc hai đo lường qua ba biến tiềm ẩn bậc một KT, MT, XH. Các biến bậc một này lại được đo lường qua các biến quan sát (tương ứng với tiêu chí đánh giá đã nêu ở mục 2.2) bằng thang đo Likert, đánh giá mức độ thực hiện của doanh nghiệp tăng dần từ 1 (Rất không tốt) cho đến 5 (Rất tốt).

Bảng 1: Kết quả đánh giá mô hình đo lường biến bậc một

	Cronbach's alpha	Độ tin cậy tổng hợp	AVE	HTMT														
				CK	CN	CT	KT	MT	NL	QD	RO	TT	VH	XH				
CK	0,827	0,897	0,744															
CN	0,842	0,904	0,758	0,653														
CT	0,825	0,884	0,655	0,369	0,628													
KT	0,907	0,928	0,683	0,490	0,612	0,589												
MT	0,828	0,879	0,593	0,519	0,682	0,672	0,637											
NL	0,804	0,871	0,627	0,054	0,146	0,114	0,217	0,305										
QD	0,852	0,910	0,771	0,356	0,612	0,473	0,494	0,571	0,107									
RO	0,749	0,855	0,663	0,057	0,049	0,127	0,321	0,184	0,128	0,098								
TT	0,775	0,867	0,686	0,086	0,153	0,169	0,256	0,264	0,101	0,047	0,085							
VH	0,860	0,905	0,705	0,294	0,380	0,270	0,452	0,412	0,115	0,146	0,077	0,468						
XH	0,860	0,900	0,642	0,455	0,528	0,513	0,696	0,732	0,263	0,528	0,223	0,255	0,416					

Nguồn: Kết quả của nghiên cứu năm 2023.

Biến độc lập sử dụng thang đo Likert, đánh giá mức độ đồng ý tăng dần từ 1 (Hoàn toàn không đồng ý) cho đến 5 (Hoàn toàn đồng ý). Thang đo QD được sửa đổi từ nghiên cứu của Zhu & cộng sự (2007). Thang đo CT được kế thừa từ nghiên cứu Mia & Clarke (1999), Zhu & cộng sự (2007). Thang đo TT được sửa đổi từ thang đo của Trivedi & cộng sự (2018), Rahbar & Wahid (2011). Các thang đo kế thừa và xây dựng từ các nghiên cứu trước gồm CK (Đặng Thị Phương Hoa, 2022; Nguyễn Đình Đáp, 2022; Hush, 2018; Takahashi & Urata, 2010); RO (Wignaraja, 2014; Zhang, 2010; Takahashi & Urata, 2008; Brenton & Machin, 2003). Thang đo CN, NL, VH lần lượt được lấy từ thang đo của Calantone & cộng sự (2002), Subramaniam & Youndt (2005), Cooke & Rousseau (1988).

3.2. Phương pháp thu thập số liệu

Dựa trên tổng quan nghiên cứu và tư vấn của chuyên gia, nghiên cứu đã kế thừa, phát triển các thang đo để xây dựng phiếu khảo sát và gửi phiếu trực tuyến qua Google form, email và gửi trực tiếp đến doanh nghiệp. Mô hình nghiên cứu tồn tại 8 đường dẫn từ biến độc lập đến biến phụ thuộc nên kích cỡ mẫu tối thiểu là $8 \times 10 = 80$ (Hair & cộng sự, 2011). Tuy nhiên, để đảm bảo tính đại diện và giá trị, nghiên cứu đã phát đi 300 phiếu khảo sát, thu về 286 hợp lệ với đối tượng thực hiện là nhân viên bộ phận xuất khẩu tại các doanh nghiệp xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam, thời gian trong tháng 7-8 năm 2023. Xét theo loại hình có 232 doanh nghiệp tư nhân chiếm 81%, 49 doanh nghiệp FDI chiếm 17% và 5 doanh nghiệp nhà nước chiếm 2%. Theo quy mô, có 175 doanh nghiệp nhỏ và vừa chiếm 61%, 111 doanh nghiệp lớn chiếm 39%.

3.3. Phương pháp xử lý số liệu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp PLS-SEM để phân tích định lượng do mô hình nghiên cứu là bậc cao và khám phá những mối quan hệ tiềm ẩn. Quy trình phân tích dữ liệu định lượng được tiến hành kết hợp giữa sử dụng kỹ thuật biến quan sát lặp lại (Đánh giá mô hình đo lường biến bậc một) và giai đoạn hai của kỹ thuật hai giai đoạn (Đánh giá mô hình đo lường biến bậc hai dạng kết quả, đánh giá mô hình cấu trúc biến bậc hai) (Hair & cộng sự, 2011).

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Đánh giá mô hình đo lường biến bậc một

(i) *Chất lượng biến quan sát:* Ở lần đánh giá đầu tiên, biến RO4 có hệ số tải ngoài Outer Loading là $0,379 < 0,7$ nên bị loại khỏi mô hình. Sau khi loại biến RO4 và chạy lại mô hình, các biến quan sát còn lại đều đảm bảo chất lượng (xem Hình 2) với hệ số Outer Loading $\geq 0,7$; (ii) *Độ tin cậy thang đo:* Độ tin cậy tổng hợp và hệ số Cronbach's alpha của thang đo các biến bậc một đều $> 0,7$ nên các thang đo này đảm bảo độ tin cậy; (iii) *Tính hội tụ:* Phương sai trung bình được trích (AVE) của các biến bậc một cũng

đều > 0,5, thỏa mãn yêu cầu về tính hội tụ (Hair & cộng sự, 2011); (iv) *Tính phân biệt*: Giữa các cặp biến bậc một, giá trị HTMT đều < 0,85 nên tính phân biệt giữa các biến bậc một được đảm bảo (Henseler & cộng sự, 2015).

4.2. Đánh giá mô hình đo lường biến bậc hai

Sau khi đánh giá mô hình đo lường biến bậc một, trọng số nhân tố của các biến KT, MT, XH được tạo ra. Từ đây, biến bậc hai BV chuyển thành biến tiềm ẩn bậc một; các biến bậc một gồm KT, MT, XH chuyển thành biến quan sát. Đánh giá chất lượng biến quan sát, độ tin cậy và tính hội tụ đều thỏa mãn yêu cầu (trương tự mục 4.1).

Bảng 2: Kết quả đánh giá mô hình đo lường biến bậc hai

	Outer Loadings			Cronbach's alpha	Độ tin cậy tổng hợp	AVE
	KT	MT	XH			
BV	0,850	0,852	0,864	0,817	0,891	0,683

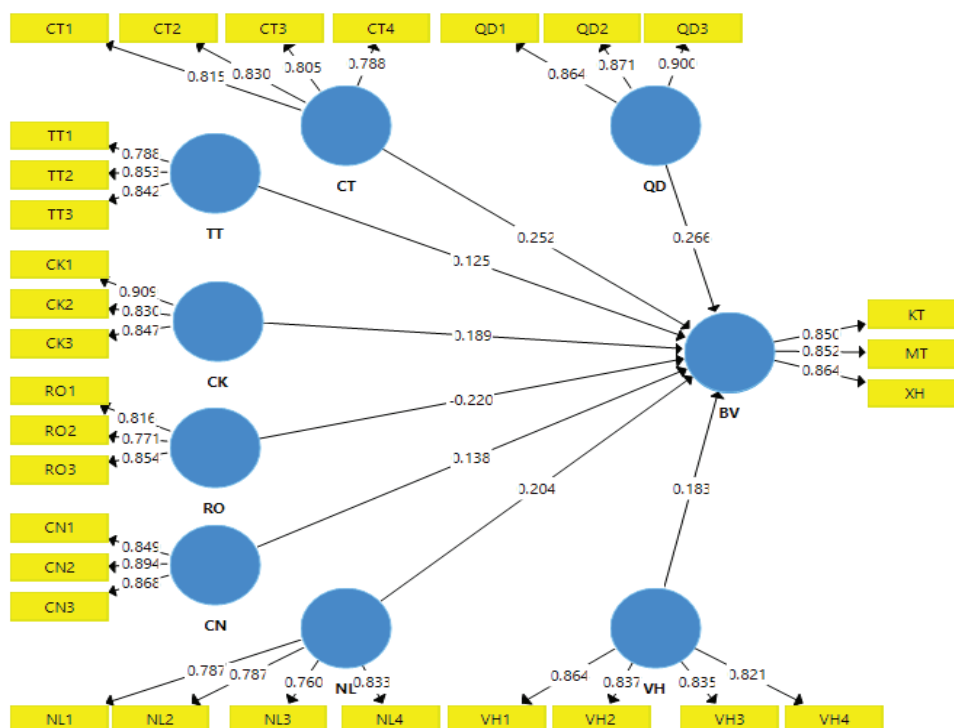
Nguồn: Kết quả của nghiên cứu năm 2023.

Bảng 3: Hệ số tác động và P Values

Giả thuyết	Nhân tố bên ngoài					Nhân tố bên trong			
	H1	H2	H3	H4	H5	H6	H7	H8	
Mối quan hệ tác động	QD-> BV	CT-> BV	TT-> BV	CK-> BV	RO-> BV	CN-> BV	NL-> BV	VH-> BV	
Hệ số tác động	0,266	0,252	0,125	0,189	-0,220	0,138	0,204	0,183	
P Values	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,023	0,000	0,000	
Kết luận	Chấp nhận	Bác bỏ	Chấp nhận	Chấp nhận	Chấp nhận	Chấp nhận	Chấp nhận	Chấp nhận	

Nguồn: Kết quả của nghiên cứu năm 2023.

Hình 2: Kết quả kiểm định mô hình



Ghi chú: Mô hình bên trong: Path Coefficients; Mô hình bên ngoài: Outer Loadings.

Nguồn: Kết quả của nghiên cứu năm 2023.

4.3. Đánh giá mô hình cấu trúc biến bậc hai

Tất cả các giá trị Inner VIF đều < 5 thỏa mãn không có đa cộng tuyến. Giá trị R bình phương hiệu chỉnh (R Square Adjusted) của biến phụ thuộc BV là 0,673 nghĩa là các biến độc lập tác động vào BV giải thích được 67,3% sự biến thiên của biến này, cho thấy mô hình nghiên cứu và các biến được lựa chọn là tương đối phù hợp và hiệu quả (Hair & cộng sự, 2011).

Đánh giá mối quan hệ tác động giữa các nhân tố với kết quả phân tích Bootstrap (5000 samples) cho thấy các mối quan hệ đều có ý nghĩa thống kê với P-value < 0,05. Kết quả kiểm định cho thấy giả thuyết H2 bị bác bỏ trong khi các giả thuyết còn lại được ủng hộ.

5. Thảo luận kết quả và hàm ý quản trị

Nhìn chung, các nhân tố bên ngoài doanh nghiệp có xu hướng tác động mạnh hơn đến phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may so với các nhân tố bên trong doanh nghiệp. Nhân tố quy định, cạnh tranh và yêu cầu về quy tắc xuất xứ lần lượt là ba nhân tố bên ngoài có ảnh hưởng lớn nhất. Kế tiếp là vốn nhân lực, đây là nhân tố bên trong tác động đáng kể đến phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may. Cụ thể:

Về các nhân tố bên ngoài doanh nghiệp

Quy định là nhân tố có ảnh hưởng tích cực mạnh mẽ nhất, tương tự như nghiên cứu của Wu & cộng sự (2012), Zhu & cộng sự (2007), Dimaggio & Powell (1983). Đây là minh chứng cho thấy những quy định về phát triển xuất khẩu bền vững tại một quốc gia đang phát triển như Việt Nam đang ngày một được xây dựng chặt chẽ hơn và đã bước đầu phát huy được hiệu quả bên cạnh quy định khắt khe từ khu vực và đối tác. Chính sách và luật pháp hiện hành liên quan đến sự phát triển của ngành dệt may Việt Nam bao gồm các văn bản pháp lý chung như Luật Bảo vệ môi trường, Nghị định 155/2016/ND-CP quy định về xử phạt hành chính trong bảo vệ môi trường; Chương trình nghị sự 2030 vì sự phát triển bền vững;... hay quy định cụ thể liên quan đến sử dụng năng lượng hiệu quả, phát triển khu công nghiệp và quản lý nước, hóa chất, chất thải. Bên cạnh đó, những quy định tại EU cũng đang ngày một được nâng cao cùng nhiều tiêu chuẩn xanh nghiêm ngặt đối với hàng dệt may nhập khẩu. Điển hình là Chiến lược dệt may tuần hoàn và bền vững (thuộc Kế hoạch hành động về kinh tế tuần hoàn trong Thỏa thuận xanh EU) với hàng loạt các quy định xanh nổi bật như: thiết kế sinh thái cho các sản phẩm bền vững, chiến lược hóa chất bền vững thúc đẩy việc cấm các hóa chất độc hại nhất, ghi nhãn vật lý và kỹ thuật số cho hàng dệt may, chi thị về Tuyên bố xanh chứng minh các tuyên bố và nhãn mác về môi trường trên sản phẩm, quy định về trách nhiệm mở rộng của nhà sản xuất với xử lý rác thải dệt may,...

Kết quả cho thấy sự đối lập với một số nghiên cứu trước đây của Duanmu & cộng sự (2018), Benn & cộng sự (2014), Ioannou & Serafeim (2012) khi mức độ cạnh tranh trên thị trường ở Việt Nam có tác động tích cực đến phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may. Kết quả này ủng hộ nghiên cứu của Zhu & cộng sự (2007), Christmann & Taylor (2001), Mia & Clarke (1999) và chứng minh cạnh tranh trên thị trường xuất khẩu hàng dệt may hiện nay không chỉ quan tâm đến giá cả mà còn là cạnh tranh về thương hiệu xanh và trách nhiệm xã hội trên thị trường trong nước và quốc tế. Xu hướng tiêu dùng xanh đang gia tăng đòi hỏi doanh nghiệp phải thay đổi để gây dựng được uy tín nhằm giữ chân khách hàng, nhất là ở các thị trường “khó tính” như EU. Ngành dệt may Bangladesh là một minh chứng tiêu biểu khi đang vươn lên ấn tượng nhờ đột phá trong phát triển xanh với 153 nhà máy đạt chuẩn LEED trong năm 2023. Những doanh nghiệp lớn trong ngành đã đạt được những thành công nhất định nhờ xanh hóa xuất khẩu và quan tâm đến người lao động cũng trở thành điển hình cho những doanh nghiệp khác học tập để tích cực nâng cao năng lực đáp ứng các quy định xanh.

Nghiên cứu cũng đã kiểm nghiệm mối quan hệ thuận chiều giữa truyền thông đại chúng với phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may. Kết quả này ủng hộ lập luận của lý thuyết chương trình nghị sự cũng như gợi mở của Bansal (2005). Nhờ có truyền thông đại chúng, Chính phủ và các tổ chức chính thống có thể tuyên truyền một cách rộng rãi về phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may; qua đó thu hút sự quan tâm và định hướng hành vi của các doanh nghiệp theo hướng bền vững (Trivedi & cộng sự, 2018; Rahbar & Wahid, 2011). Khi dư luận thể hiện sự quan tâm, lên án các vấn đề đi ngược lại nguyên tắc phát triển bền vững, doanh nghiệp sẽ phải chú trọng hơn đến hành vi của mình nếu không muốn bị bài trừ khỏi thị trường bởi chính người tiêu dùng (Bansal, 2005). Nhờ chức năng văn hóa, truyền thông đại chúng còn giúp chính doanh nghiệp nâng cao kiến thức cũng như ý thức để chủ động thay đổi và thực hành bền vững (Trivedi &

cộng sự, 2018). Tuy nhiên, tại Việt Nam, mức độ tác động đó vẫn chưa thật sự nổi bật do xuất phát một phần từ việc những thông tin, kiến thức chuyên sâu hơn liên quan đến đề tài này vẫn chưa được phổ biến trên các phương tiện truyền thông đại chúng.

Cam kết về phát triển bền vững trong FTA thế hệ mới cũng có tác động tích cực đến phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may (trương tự Đặng Thị Phương Hoa, 2022; Nguyễn Đình Đáp, 2022; Hush, 2018) trong khi yêu cầu về quy tắc xuất xứ có ảnh hưởng tiêu cực (trương tự Vũ Kim Dung, 2021). Việc tự chủ về nguồn cung nguyên liệu tại Việt Nam còn gặp nhiều khó khăn do chưa xây dựng được nền công nghiệp phụ trợ tương thích và chưa có liên kết trong chuỗi giá trị nên quy tắc xuất xứ sẽ là một rào cản rất lớn làm giảm cơ hội tăng trưởng xuất khẩu bền vững của Việt Nam sang EU theo EVFTA.

Về các nhân tố bên trong doanh nghiệp

Khả năng đổi mới công nghệ và vốn nhân lực được tìm thấy là có quan hệ thuận chiều với phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may – điều này đã tái khẳng định sự tương đồng với nghiên cứu của Camisón & Villar-López (2014); Calantone & cộng sự (2002); Subramaniam & Youndt (2005).

Văn hóa nhân văn lại có sức ảnh hưởng đáng kể như là chất keo gắn kết giúp gia tăng sự trung thành, hạn chế xung đột, cải thiện mức độ hài lòng của người lao động, nhờ đó mà hiệu quả làm việc cũng được nâng cao, doanh nghiệp cũng ngày càng phát triển (Kalyar & cộng sự, 2012; Galbreath, 2010). Văn hóa nhân văn thúc đẩy doanh nghiệp thực hiện các hoạt động bảo vệ môi trường, chia sẻ lợi ích xuất khẩu công bằng giữa các bên, hướng tới góp phần làm giảm phân hóa giàu nghèo và từ đó tạo ấn tượng với đối tác, người tiêu dùng, nâng cao uy tín trên thị trường quốc tế.

Như vậy, để thúc đẩy phát triển xuất khẩu bền vững hàng dệt may của Việt Nam sang EU, các doanh nghiệp dệt may cần tích cực tìm hiểu, cập nhật các thông tin về cam kết thuế quan, phát triển bền vững, quy tắc xuất xứ trong EVFTA; các tiêu chí xanh trong quy định của Chính phủ và đối tác nhập khẩu. Doanh nghiệp có thể tìm hiểu thông tin thông qua các phương tiện truyền thông đại chúng, ngược lại cũng có thể nhờ sức lan tỏa của những phương tiện này để thực hiện marketing số nhằm tiếp cận tới tệp khách hàng lớn hơn mà không bị giới hạn về thời gian, không gian. Việc chủ động về nguồn cung nguyên phụ liệu chất lượng theo yêu cầu về quy tắc xuất xứ và hướng tới tự chủ nguồn cung trong dài hạn cũng là một vấn đề cần quan tâm. Doanh nghiệp cần tăng cường hơn ngân sách đầu tư cho R&D, đổi mới công nghệ, chuyển đổi số, nghiên cứu đưa các nguyên liệu xanh vào sản xuất, tham khảo ứng dụng mô hình kinh doanh tuần hoàn và xanh hóa từng bước trong chuỗi sản xuất. Cuối cùng, doanh nghiệp cũng nên xây dựng chiến lược dài hạn trong thu hút, đào tạo và phát triển nguồn nhân lực có chất lượng cao đáp ứng yêu cầu phát triển của CMCN 4.0, gắn kết lao động dựa trên nền tảng văn hóa nhân văn của doanh nghiệp.

Lời thừa nhận/ Cảm ơn: “Bài báo được tài trợ bởi Chương trình học bổng đào tạo thạc sĩ, tiến sĩ trong nước của Quỹ Đổi mới sáng tạo Vingroup (VINIF) cho tác giả chính Trần Thùy Linh, mã số VINIF.2023.TS.061”.

Tài liệu tham khảo:

- Bansal, P. (2005), ‘Evolving sustainably: A longitudinal study of corporate sustainable development’, *Strategic Management Journal*, 26(3), 197-218.
- Baumgartner, R.J. (2009), ‘Organizational culture and leadership: Preconditions for the development of a sustainable corporation’, *Sustainable Development*, 17(2), 102-113.
- Beder, S. (1994), ‘The role of technology in sustainable development’, *IEEE Technology and Society magazine*, 13(4), 14-19.
- Benn, S., Edwards, M. & Williams, T. (2014), *Organizational change for corporate sustainability*, Routledge.
- Bilwol, J. & Doan, M.A. (2015), ‘Multinational corporations’ role in developing Vietnam’s public relations industry through corporate social responsibility’, *Public Relations Review*, 41(5), 825-832.
- Biselli, M. (2009), ‘China’s role in the global textile industry’, *Student Research Projects/Outputs No.039-2009*, China

- Bonilla, S.H., Silva, H.R., Terra da Silva, M., Franco Gonçalves, R. & Sacomano, J.B. (2018), 'Industry 4.0 and sustainability implications: A scenario-based analysis of the impacts and challenges', *Sustainability*, 10(10), p.3740.
- Brenton, P. & Manchin, M. (2003), 'Making EU trade agreements work: the role of rules of origin', *The World Economy*, 26(5), 755-69.
- Calantone, R.J., Cavusgil, S.T. & Zhao, Y. (2002), 'Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance', *Industrial Marketing Management*, 31(6), 515-524.
- Camisón, C. & Villar-López, A. (2014), 'Organizational innovation as an enabler of technological innovation capabilities and firm performance', *Journal of Business Research*, 67(1), 2891-2902.
- Caniato, F., Caridi, M., Crippa, L. & Moretto, A. (2012), 'Environmental sustainability in fashion supply chains: An exploratory case based research', *International Journal of Production Economics*, 135(2), 659-670.
- Christmann, P. & Taylor, G. (2001), 'Globalization and the environment: Determinants of firm self-regulation in China', *Journal of International Business Studies*, 32(3), 439-458.
- Cooke, R.A. & Rousseau, D.M. (1988), 'Behavioral norms and expectations: A quantitative approach to the assessment of organizational culture', *Group & Organization Studies*, 13(3), 245-273.
- Daub, C.H. & Ergenzinger, R. (2005), 'Enabling sustainable management through a new multi-disciplinary concept of customer satisfaction', *European Journal of Marketing*, 39, 998-1012.
- Delmas, M. & Toffel, M.W. (2004), 'Stakeholders and environmental management practices: an institutional framework', *Business Strategy and the Environment*, 13(4), 209-222.
- DiMaggio, P.J. & Powell, W.W. (1983), 'The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields', *American Sociological Review*, 48, 147-160.
- Duanmu, J.L., Bu, M. & Pittman, R. (2018), 'Does market competition dampen environmental performance? Evidence from China', *Strategic Management Journal*, 39(11), 3006-3030.
- Đặng Thị Phương Hoa (2022), 'Hai năm thực hiện Hiệp định EVFTA: Tác động kinh tế-xã hội và những vấn đề đặt ra đối với Việt Nam', *kỷ yếu Hội thảo khoa học*, Viện Nghiên cứu châu Âu, Hà Nội.
- Đỗ Thị Bình & Trần Văn Trang (2021), 'Ảnh hưởng của áp lực thể chế đến chiến lược xuất khẩu thân thiện môi trường, hợp tác trong chuỗi cung ứng và lợi thế cạnh tranh tại các doanh nghiệp dệt may', *Tạp chí Kinh tế & Phát triển*, 288, 33-42.
- Fedulova, I., Voronkova, O.Y., Zhuravlev P., Gerasimova, L., Glyzina, M. & Alekhina, N.A. (2019), 'Labor productivity and its role in the sustainable development of economy: on the example of a region', *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(2), p.1059.
- Galbreath, J. (2010), 'Drivers of corporate social responsibility: The role of formal strategic planning and firm culture', *British Journal of Management*, 21(2), 511-525.
- Gardas, B.B., Raut, R.D. & Narkhede, B. (2018), 'Modelling the challenges to sustainability in the textile and apparel (T&A) sector: A Delphi-DEMATEL approach', *Sustainable Production and Consumption*, 15, 96-108.
- Hair, J.F., Ringle, C.M. & Sarstedt, M. (2011), 'PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet', *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139-152.
- Henseler, J., Ringle, C.M. & Sarstedt, M. (2015), 'A new criterion for assessing discriminant validity in variancebased structural equation modeling', *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43, 115-135.
- Hồ Trung Thanh (2009), 'Xuất khẩu bền vững ở Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế', Luận án tiến sĩ Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
- Hush, E. (2018), 'Where no man has gone before: The future of sustainable development in the comprehensive economic and trade agreement and new-generation free trade agreements', *Columbia Journal of Environmental Law*, 43, p.93.
- ILO (2019), *Báo cáo tổng hợp về tuân thủ trong ngành may mặc giai đoạn 2017-2018*, truy cập ngày 28 tháng 08 năm 2022, từ <https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-hanoi/documents/publication/wcms_574711.pdf>.
- Ioannou, I. & Serafeim, G. (2012), 'What drives corporate social performance? The role of nation-level institutions', *Journal of international business studies*, 43, 834-864.
- Kalyar, M.N., Rafi, N. & Kalyar, A.N. (2012), 'Factors affecting corporate social responsibility: An empirical study', *Systems Research and Behavioral Science*, 30(4), 495-505.
- Kotter, J.P. (2008), *Corporate culture and performance*, Simon and Schuster.

-
- McCombs, M.E. & Shaw, D.L. (1972), 'The agenda-setting function of mass media', *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- Mia, L. & Clarke, B. (1999), 'Market competition, management accounting systems and business unit performance', *Management Accounting Research*, 10(2), 137-158.
- Nguyễn Đình Đáp (2022), 'Hai năm thực hiện Hiệp định EVFTA: Tác động kinh tế-xã hội và những vấn đề đặt ra đối với Việt Nam', *kỷ yếu Hội thảo khoa học*, Viện Nghiên cứu châu Âu, Hà Nội.
- Nianli, Z. (2008), 'Sustainable development of export: Theoretical meaning, evaluation model, and empirical research', *Chinese Journal of Population Resources and Environment*, 6(4), 20-27.
- Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T. & Gwilt, A. (2020), 'The environmental price of fast fashion', *Nature Reviews Earth & Environment*, 1(4), 189-200.
- OECD (2009), *Innovation in Firms: A Microeconomic Perspective*, truy cập ngày 28 tháng 08 năm 2022, từ <<https://www.oecd.org/berlin/44120491.pdf>>.
- Pelinescu, E. (2015), 'The impact of human capital on economic growth', *Procedia Economics and Finance*, 22, 184-190.
- Rahbar, E. & Wahid, N.A. (2011), 'Investigation of green marketing tools' effect on consumers' purchase behavior', *Business strategy series*, 12(2), 73-83.
- Robins, N. & Roberts, S. (2000), *The reality of sustainable trade*, IIED, London.
- Sharma, A. & Narula, S.A. (2020), 'What motivates and inhibits Indian textile firms to embrace sustainability?', *Asian Journal of Sustainability and Social Responsibility*, 5(1), 1-23.
- Simon, F.L. (1992), 'Marketing green products in the triad', *Columbia Journal of World Business*, 27(3,4), 268-285.
- Slaus, I. & Jacobs, G. (2011), 'Human capital and sustainability', *Sustainability*, 3(1), 97-154.
- Staritz, C., Plank, L. & Morris, M. (2016), 'Global Value Chains, Industrial Policy, and Sustainable Development—Ethiopia's Apparel Export Sector, Country Case Study', proceeding of *International Centre for Trade and Sustainable Development (ICTSD)*, Geneva.
- Subramaniam, M. & Youndt, M.A. (2005), 'The influence of intellectual capital on the types of innovative capabilities', *Academy of Management Journal*, 48(3), 450-463.
- Takahashi, K. & Urata, S. (2008), 'On the use of FTAs by Japanese firms', *Discussion papers 08002*, Research Institute of Economy, Trade and Industry (RIETI).
- Takahashi, K. & Urata, S. (2010), 'On the use of FTAs by Japanese firms: Further evidence', *Business and Politics*, 12(1), 1-15.
- Trivedi, R.H., Patel, J.D. & Acharya, N. (2018), 'Causality analysis of media influence on environmental attitude, intention and behaviors leading to green purchasing', *Journal of Cleaner production*, 196, 11-22.
- UNEP (2020), *Sustainability and Circularity in the Textile Value Chain: Global Stocktaking*, Kenya.
- Unger, J.M., Rauch, A., Frese M. & Rosenbusch, N. (2011), 'Human capital and entrepreneurial success: A meta-analytical review', *Journal of Business Venturing*, 26(3), 341-358.
- VBCSD (2022), *Bộ chỉ số Doanh nghiệp bền vững (CSI)*, truy cập ngày 28 tháng 08 năm 2022, từ <<https://vbcsd.vn/csi/default.asp#tl>>.
- Vũ Kim Dung (2021), 'Tận dụng cơ chế ưu đãi từ các hiệp định thương mại tự do của Việt Nam', Luận án Tiến sĩ, Đại học Ngoại Thương.
- Vương Thị Thanh Tri (2021), 'Các nhân tố ảnh hưởng đến thực hiện trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp thuộc tập đoàn dệt may Việt Nam', Luận án Tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân.
- Wernerfelt, B. (1984), 'A resource-based view of the firm', *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.
- Wignaraja, G. (2014), 'The determinants of FTA use in Southeast Asia: A firm-level analysis', *Journal of Asian Economics*, 35, 32-45.
- Wood, E.M. (1991), *The pristine culture of capitalism: A historical essay on old regimes and modern states*, Verso.
- 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.
- Zhang, Y. (2010), 'The impact of free trade agreements on business activity: A survey of firms in the People's Republic of China', *ADBI Working Paper Series No.251*, ADBI.
- Zhu, Q., Sarkis, J. & Lai, K.H. (2007), 'Initiatives and outcomes of green supply chain management implementation by Chinese manufacturers', *Journal of environmental management*, 85(1), 179-189.