

Mối quan hệ giữa áp lực bên liên quan và chiến lược môi trường doanh nghiệp

PHÙNG MẠNH HÙNG*

Tóm tắt

Mối quan hệ giữa Áp lực bên liên quan và Chiến lược môi trường doanh nghiệp là một chủ đề nghiên cứu phổ biến trong bối cảnh các nền kinh tế trên thế giới hướng tới phát triển bền vững, tuy nhiên, do giới hạn về mẫu nghiên cứu, nên các nghiên cứu hiện nay chưa thể đưa ra được một kết luận khái quát về áp lực bên liên quan có ảnh hưởng quan trọng nhất tới chiến lược môi trường doanh nghiệp. Thông qua tập hợp dữ liệu từ 58 nghiên cứu thực nghiệm, tác giả phân loại chúng vào 4 nhóm áp lực bên liên quan: Bên trong (nội bộ); Cường chế; Thị trường và Xã hội. Sau đó, phân tích mối quan hệ giữa Áp lực các bên liên quan và Chiến lược môi trường doanh nghiệp bằng phương pháp phân tích tổng hợp. Kết quả nghiên cứu cho thấy, Áp lực từ bên liên quan bên trong có ảnh hưởng quan trọng nhất tới áp dụng chiến lược môi trường; các doanh nghiệp phi sản xuất có thể thay đổi chiến lược môi trường dễ dàng hơn so với các doanh nghiệp sản xuất.

Từ khóa: thuyết thể chế, thuyết biên liên quan, chiến lược môi trường doanh nghiệp, áp lực bên trong, áp lực thị trường, áp lực cường chế, áp lực xã hội

Summary

The relationship between stakeholder pressure and corporate environmental strategy is a popular research topic in the context of sustainable development trend in the world. However, due to the limitation of sample size, there is a lack of general conclusions on which groups of stakeholder pressures are the main drivers of corporate environmental strategy. Through data collected from 58 empirical studies, the author divides them into 4 groups of stakeholder pressures - including internal, coercive, market and social pressures - and examines the relationship between stakeholder pressures and corporate environmental strategy by meta-analysis. The result indicates that internal pressure has the most impact on corporate environment strategy. Moreover, non-manufacturing firms can change their corporate environmental strategy more easily than manufacturing ones.

Keywords: institutional theory, stakeholder theory, corporate environmental strategy, internal pressure, market pressure, coercive pressure, social pressure

GIỚI THIỆU

Nghiên cứu về chiến lược môi trường doanh nghiệp bắt nguồn từ cuối những năm 1980 và đầu những năm 1990, trong đó, nghiên cứu về áp lực bên liên quan đối với chiến lược môi trường là một hướng nghiên cứu quan trọng của chủ đề này. Mặc dù có nhiều nghiên cứu đã triển khai về chủ đề áp lực bên liên quan và chiến lược môi trường doanh nghiệp, tuy nhiên, tất cả những nghiên cứu này đều không đưa ra được một kết luận chung là bên liên quan nào là động lực chủ yếu trong triển khai chiến lược môi trường. Bên cạnh đó, giới hạn của phương pháp đo lường có thể gây khó khăn khi đưa ra kết luận chung.

Từ những căn cứ trên, mục tiêu của nghiên cứu là sử dụng các kết quả từ những nghiên cứu trước đây về áp lực bên liên quan và chiến lược môi trường doanh nghiệp để làm rõ cơ chế ảnh hưởng và đạt được một kết luận có tính khái quát cao hơn. Do vậy, trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng phương pháp phân tích tổng hợp (meta-analysis) để tập hợp kết quả từ các nghiên cứu khác nhau từ 58 nghiên cứu trong giai đoạn 1996-2018 liên quan tới chủ đề áp lực bên liên quan và chiến lược môi trường, từ đó, làm rõ cơ chế ảnh hưởng của các

* Trường Đại học Thương mại

Ngày nhận bài: 21/4/2022; Ngày phản biện: 18/5/2022; Ngày duyệt đăng: 25/5/2022

bên liên quan đối với chiến lược môi trường doanh nghiệp.

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Khái niệm chiến lược môi trường doanh nghiệp

Chiến lược môi trường doanh nghiệp là một tập hợp các kế hoạch chiến lược hướng tới tối thiểu hóa các tác động của doanh nghiệp lên môi trường tự nhiên, bao gồm: sản xuất sản phẩm, quá trình kinh doanh và các chính sách môi trường (giảm xả thải và giảm sử dụng năng lượng, sử dụng các nguồn năng lượng sạch, sử dụng các hệ thống quản trị môi trường) (Bansal và Roth, 2000). Xây dựng và triển khai chiến lược môi trường là một quá trình phức tạp và sự tham gia của các bên liên quan bên ngoài đóng một vai trò ảnh hưởng quan trọng. Triển khai chiến lược môi trường hiệu quả sẽ mang lại sự ổn định và tin tưởng lẫn nhau trong mối quan hệ giữa các bên liên quan.

Cơ sở lý thuyết về các bên liên quan

Thuyết thể chế mới (The neo-Institutional View)

DiMaggio và Powell (1983) cho rằng, tất cả các tổ chức hình thành nên một lĩnh vực nào đó thường bao gồm: nhà cung ứng, khách hàng, cơ quan quản lý và các tổ chức khác cung ứng sản phẩm và dịch vụ. Sự tương tác giữa tổ chức và môi trường trong lĩnh vực đó sẽ tạo thành một quá trình thể chế hóa từ trên xuống dưới, ảnh hưởng tới tổ chức trong lĩnh vực đó qua 3 áp lực thể chế: áp lực cưỡng chế, áp lực chuẩn mực và áp lực bất chước, từ đó tạo ra hiện tượng đồng hình tổ chức. Trong một lĩnh vực nào đó đã phát triển và chịu ảnh hưởng từ áp lực thể chế, các doanh nghiệp phải đáp ứng với yêu cầu của những bên liên quan khác nhau để đạt được tính hợp pháp bằng cách áp dụng những cấu trúc quản trị và hành vi thị trường giống nhau.

Thuyết bên liên quan (Stakeholder-Based View)

Theo học thuyết bên liên quan, nhiều bên liên quan khác nhau sẽ thúc đẩy doanh nghiệp không chỉ quan tâm tới các lợi ích kinh tế ngắn hạn như là mục tiêu ưu tiên, mà cần quan tâm nhiều hơn tới triển khai chiến lược môi trường (Buysse và Verbeke, 2003). Kiểm định mối quan hệ giữa áp lực bên liên quan

và xây dựng/triển khai kế hoạch môi trường cho thấy, áp lực từ khách hàng, cổ đông, cơ quan quản lý và các nhóm cộng đồng có ảnh hưởng tích cực tới kế hoạch môi trường; nhưng dưới áp lực của nhóm hành lang, thì doanh nghiệp lại giảm sự quan tâm tới kế hoạch môi trường hơn.

Cơ chế ảnh hưởng của các bên liên quan

Áp lực bên trong:

Các bên liên quan bên trong (nội bộ) có ảnh hưởng quan trọng đến việc hình thành chiến lược môi trường, những nghiên cứu hiện nay chủ yếu tập trung vào các bên liên quan bên trong là cổ đông, nhà quản trị và người lao động. Henriques và Sadorsky (1999) tin rằng, cổ đông có ảnh hưởng lớn đến phản ứng chiến lược môi trường của doanh nghiệp và hành vi môi trường của doanh nghiệp phản ánh nhận thức môi trường của cổ đông.

Áp lực thị trường:

Áp lực thị trường đến từ các bên liên quan trong thị trường bao gồm các bên liên quan đến cạnh tranh và chuỗi cung ứng. Để đạt được lợi thế cạnh tranh, các chủ thể trong thị trường phải không ngừng nâng cao các công nghệ môi trường, từ đó, đặt ra áp lực lên doanh nghiệp. Trước tiên, cơ chế áp lực từ thị trường đến từ đối thủ cạnh tranh. Ngày càng có nhiều đối thủ cạnh tranh trong ngành không ngừng áp dụng công nghệ môi trường để cải thiện hoạt động sản xuất và kinh doanh, các bên liên quan bên ngoài sẽ có xu hướng nghiêng về phía các đối thủ này để chọn mua sản phẩm và dịch vụ.

Áp lực cưỡng chế:

Áp lực cưỡng chế đến từ chính phủ, cơ quan quản lý và chính sách pháp luật, buộc doanh nghiệp phải thực thi các thực hành xanh bằng cách sử dụng công cụ trừng phạt gây ô nhiễm môi trường hoặc thuế bảo vệ môi trường. Áp lực cưỡng chế dưới dạng các quy định về môi trường được sử dụng để thúc đẩy các thực hành môi trường trong doanh nghiệp bằng quyền lực hành chính, từ đó, buộc doanh nghiệp phải điều chỉnh chiến lược môi trường.

Áp lực xã hội:

Áp lực xã hội đến từ các chuẩn mực và hành động được thể chế hóa, mà qua đó, công chúng và các tổ chức phi chính phủ đóng một vai trò quan trọng trong chiến lược môi trường doanh nghiệp (Jennings và Zandbergen, 1995). Nhận thức về môi trường của công chúng đóng một vai trò quan trọng trong việc ra quyết định của doanh nghiệp liên quan tới trách nhiệm xã hội môi trường, bởi vì, các chuẩn mực xã hội quyết định các hành động của doanh nghiệp có giá trị xã hội hay không.

Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp phân tích tổng hợp (meta-analysis)

Phân tích tổng hợp là một phương pháp phân tích thống kê dựa trên kết quả của các nghiên cứu định lượng trước đó, tích hợp và sáp nhập nhiều nghiên cứu có cùng chủ đề, từ đó, có thể đưa ra một kết luận khái quát hơn từ những nghiên cứu này. Do đó, phân tích tổng hợp là một phương pháp định lượng, cho phép đưa ra một cái nhìn tích hợp về các lý thuyết cùng chủ đề và giảm các sai số chủ quan của các bài tổng quan

BẢNG 1: CÁC TỪ KHÓA SỬ DỤNG ĐỂ TÌM KIẾM NGHIÊN CỨU

Nhóm 1: Đối tượng nghiên cứu	Nhóm 2: Tính bền vững	Nhóm 3: Giải pháp
Corporate Enterprise	Environment*	Strategy
Company	Green	Practice
Firm	Ecol*	Management
	Sustainab*	Proactivity
	Social	Responsibility
		Policy
		Initiative

(biểu tượng * là các tìm kiếm bằng công cụ fuzzy với các từ khóa liên quan)

Nguồn: Đề xuất của tác giả

nghiên cứu định tính truyền thống. Trong những năm gần đây, phân tích meta-analysis đã được sử dụng rộng rãi trong các nghiên cứu về quản trị, làm rõ mối quan hệ giữa quan điểm dựa trên nguồn lực và sự tăng trưởng của doanh nghiệp. Bằng cách kết hợp những kết quả nghiên cứu giống nhau, phân tích meta-analysis có thể giúp đạt được một kết quả nghiên cứu khái quát hơn, nhấn mạnh tới những hạn chế của nghiên cứu hiện tại và đề xuất các định hướng với bên liên quan, cũng như chiến lược môi trường doanh nghiệp.

Phương pháp tìm kiếm dữ liệu

Bước đầu tiên trong phân tích meta-analysis là tìm kiếm các nghiên cứu về chủ đề áp lực bên liên quan và chiến lược môi trường doanh nghiệp. Quá trình này gồm 3 bước: lựa chọn cơ sở dữ liệu, thu thập các nghiên cứu và truy xuất nghiên cứu.

Bước đầu tiên là lựa chọn cơ sở dữ liệu. EBSCO, Elsevier, Emerald, Spinger, Wiley, JSTOR, MDPI, Google Scholar là các cơ sở dữ liệu để tìm kiếm các nghiên cứu uy tín và phù hợp.

Bước tiếp theo là thu thập các nghiên cứu. Để tìm kiếm các nghiên cứu một cách hệ thống và khoa học, tác giả thiết lập 3 nhóm từ khóa: đối tượng nghiên cứu, tính bền vững và giải pháp. Mỗi lần, tác giả sẽ trích xuất 1 từ khóa từ mỗi nhóm và loại bỏ những mẫu trùng lặp. Danh sách các từ khóa ở trong Bảng 1.

Cuối cùng, tác giả loại bỏ bớt những nghiên cứu không phù hợp. Dựa trên các nghiên cứu được thu thập, tác giả đánh giá mức độ liên quan của nghiên cứu với chủ đề áp lực bên liên quan và chiến lược môi trường doanh nghiệp dựa trên tiêu đề nghiên cứu, tóm lược và từ khóa. Tiếp theo, tác giả đánh giá phương pháp nghiên cứu, loại bỏ các bài viết phân tích lý thuyết, tổng quan lý thuyết, nghiên cứu tình huống và chỉ giữ lại các nghiên cứu định lượng thuần túy. Quá trình này được thực hiện bởi 2 tác giả độc lập, những bất đồng trong việc loại bỏ sẽ được thảo luận công khai và đi đến thống nhất. Kết quả thu được 58 nghiên cứu phù hợp trong số 32.001 nghiên cứu được tìm kiếm.

Mã hóa dữ liệu, trích xuất và xử lý các chỉ số

Mã hóa và trích xuất dữ liệu

Dựa trên các nghiên cứu được thu thập, tác giả tiến hành mã hóa thông tin của mẫu. Thông tin mã hóa bao gồm: thông tin xuất bản (tác giả, năm xuất bản, tạp chí), nguồn mẫu (ngành và quốc gia), phân loại bên liên quan và trích xuất dữ liệu mẫu (hệ số tương quan).

Toàn bộ quá trình được thực hiện bởi 2 tác giả độc lập, những bất đồng trong quá trình xử lý được đưa ra thảo luận để đi đến kết luận chung, sau đó quá trình mã hóa được thực hiện đồng nhất.

Tính toán mức độ ảnh hưởng

Trong phân tích tổng hợp (meta-analysis), tác giả thu thập các hệ số tương quan giữa áp lực của bên liên quan và chiến lược môi trường doanh nghiệp. Sau đó, áp dụng phương pháp của L. V. Hedges và Olkin (1986) được biết đến là một trong những phương pháp chủ đạo được sử dụng trong các nghiên cứu quản trị (Zubeltzu-Jaka và cộng sự, 2018). Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng hệ số tương quan bình quân có trọng số (Field và Gillett, 2010).

Trước tiên, tác giả đã chuyển đổi các hệ số tương quan bình quân có trọng số thành hệ số Fisher's z, đây là chỉ số được sử dụng để đánh giá mức độ ảnh hưởng trong phân tích meta-analysis. Hệ số Fisher's z được tính bằng công thức:

$$\text{Fisher}'z_i = \frac{1}{2} \text{Ln} \left(\frac{1 + r_i}{1 - r_i} \right)$$

Trong đó, r_i là hệ số tương quan của áp lực bên liên quan và chiến lược môi trường doanh nghiệp.

Tiếp theo, tác giả tính toán hiệu ứng bình quân có trọng số z_r theo công thức:

$$\bar{z}_r = \frac{\sum_{i=1}^N w_i z_i}{\sum_{i=1}^N w_i}$$

Trong đó, N là tổng số nghiên cứu thu thập được trong phân tích meta-analysis, w_i là giá trị trọng số của nghiên cứu i . Ngoài ra, tác giả cũng tính toán các chỉ số Cocharam's Q và Higgins' I^2 để phân tích tính đồng nhất về số liệu thống kê của hai nghiên cứu khác nhau. Công thức tính các chỉ số này như sau:

$$Q = \sum_{i=1}^N w_i (z_i - \bar{z})^2 \quad I^2 = \frac{Q - (N - 1)}{Q}$$

Sau đó, tác giả đánh giá độ lệch công khai trong phân tích tổng hợp (meta-analysis) có thể ảnh hưởng tới kết quả nghiên cứu. Độ lệch công khai phản ánh thực tế là các nghiên cứu có ý nghĩa thường dễ được chấp nhận hơn là các nghiên cứu không có ý nghĩa. Công thức tính chỉ số này là:

$$N_{fs} = \left[\frac{\sum_{i=1}^N z_i}{1.645} \right]^2 - N$$

Trong đó, N_{fs} là hệ số an toàn thất bại Rosenthal, Z_i là giá trị Z-value của nghiên cứu thứ i . Trong nghiên cứu này, phân tích meta-analysis được thực hiện trên phần mềm Stata 14.0.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Phân tích ảnh hưởng chủ yếu

Bảng 2 chỉ ra những ảnh hưởng chủ yếu từ áp lực bên liên quan lên chiến lược môi trường doanh nghiệp. Tác giả áp dụng chỉ số Cocharam Q và Higgins I² để kiểm định các ảnh hưởng chính và xác định vô hiệu giả thuyết tính đồng nhất bị bác bỏ ở mức ý nghĩa với giá trị Q value dưới mức ảnh hưởng chính (p < 0.01), trong khi giá trị I² > 92%. Do có sự không đồng nhất khi kết hợp các nghiên cứu, nên tác giả sử dụng mô hình hiệu ứng ngẫu nhiên để ước lượng.

Dựa vào kết quả phân tích meta-analysis, có thể thấy, ảnh hưởng kết hợp của áp lực bên liên quan lên chiến lược môi trường doanh nghiệp được ước lượng khoảng 0,249 (với Z-value là 10,97, p < 0,01), 95% khoảng tin cậy của ảnh hưởng là tích cực, điều đó hàm ý, mối quan hệ thuận chiều có ý nghĩa giữa 2 biến. Các chiến lược môi trường được chia làm 2 loại: chiến lược chủ động và chiến lược bị động. Tác giả phát hiện ra rằng, áp lực của bên liên quan lên chiến lược môi trường chủ động có giá trị ảnh hưởng là 0,286 (Z-value là 6,56, p < 0,01) và lên chiến lược môi trường bị động có giá trị ảnh hưởng là 0,230 (Z-value là 3,05, p < 0,05).

Ảnh hưởng từ các bên liên quan khác nhau

Bảng 3 cho thấy, tất cả 4 nhóm bên liên quan: Bên trong; Cường chế; Thị trường và Xã hội đều có ảnh hưởng thuận chiều lên Chiến lược môi trường doanh nghiệp. Trong đó, nhóm bên liên quan bên trong có ảnh hưởng lớn nhất (hệ số Fisher's Z đạt 0,242, p < 0,01), các nhà quản trị bên trong là nguyên nhân chính lý giải ảnh hưởng lớn nhất của nhóm Bên liên quan Bên trong lên Chiến lược môi trường. Mức độ ảnh hưởng tiếp theo thuộc về nhóm Cường chế (hệ số Fisher's Z = 0,214, p < 0,01) và nhóm Thị trường (hệ số Fisher's Z = 0,210, p < 0,01); trong đó, nhóm Cường chế có ảnh hưởng lớn hơn nhóm Thị trường (0,214 > 0,210). Tuy nhiên, áp lực từ người mua (thuộc nhóm Thị trường) lại có ảnh hưởng lớn hơn áp lực từ chính quyền (thuộc nhóm Cường chế). Cuối cùng, nhóm bên liên quan Xã hội có mức độ ảnh hưởng thấp nhất tới Chiến lược môi trường doanh nghiệp với hệ số Fisher's Z đạt 0,089.

BẢNG 2: KẾT QUẢ CÁC ẢNH HƯỞNG CHỦ YẾU

Nhóm bên liên quan	N	Fisher's Z	95% khoảng tin cậy		Q Test	I ² (%)	Z	N _n
			Mức độ thấp hơn	Mức độ cao hơn				
Ảnh hưởng chủ yếu	58	0,249	0,205	0,294	692,97**	91,77	10,97**	18.008,999
Bị động	10	0,230	0,083	0,378	169,13**	94,68	3,05**	544,178
Chủ động	38	0,286	0,200	0,371	903,14**	95,90	6,56**	10.223,476

BẢNG 3: ẢNH HƯỞNG CỦA CÁC BÊN LIÊN QUAN TỚI CHIẾN LƯỢC MÔI TRƯỜNG DOANH NGHIỆP

Nhóm bên liên quan	N	Fisher's Z	95% khoảng tin cậy		Q Test	I ² (%)	Z	N _n
			Mức độ thấp hơn	Mức độ cao hơn				
Nhóm bên trong:	26	0,242	0,185	0,3	89,26**	71,99	8,27**	2369,955
Cổ đông	5	0,253	0,107	0,399	18,66**	78,56	3,39**	97,819
Nhà quản trị	17	0,254	0,197	0,312	38,39**	58,32	8,65**	1152,57
Người l.động	7	0,238	0,135	0,341	16,69**	64,06	4,54**	138,051
Nhóm cường chế:	29	0,214	0,158	0,27	173,99**	83,91	7,46**	3401,429
Chính quyền	29	0,214	0,158	0,27	173,99**	83,91	7,46**	3401,429
Nhóm thị trường:	26	0,21	0,163	0,258	186,79**	86,62	8,77**	3551,594
Người mua	13	0,228	0,171	0,285	30,06**	60,07%	7,83**	707,85
Nhà cung ứng	8	0,189	0,123	0,255	27,57**	74,61	5,60**	335,069
Đối thủ cạnh tranh	9	0,208	0,118	0,299	106,21**	92,57	4,52**	625,38
Hiệp hội	6	0,192	0,095	0,29	6,57	23,91	3,88**	36,111
Nhóm xã hội:	11	0,089	0,051	0,128	18,04†	44,57	5,01**	204,8
ENGOS	7	0,088	0,04	0,135	14,04*	57,27	3,64**	111,78
Cộng đồng	7	0,169	0,095	0,244	16,42*	63,46	4,46**	140,168

BẢNG 4: ẢNH HƯỞNG KIỂM SOÁT CỦA NHÂN TỐ TRÌNH ĐỘ PHÁT TRIỂN KINH TẾ VÀ ĐẶC ĐIỂM NGÀNH

Yếu tố bối cảnh	N	Fisher's Z	95% khoảng tin cậy		Q Test	I ² (%)	Z	N _n
			Mức độ thấp hơn	Mức độ cao hơn				
Ngành sản xuất	32	0,232	0,175	0,289	242,69**	87,23	7,95**	4839,005
Ngành phi sản xuất	8	0,358	0,301	0,416	5,9	0,00	12,21**	372,628

Nguồn: Tổng hợp và phân tích của tác giả

Phân tích mối quan hệ kiểm soát

Trong nghiên cứu này, tác giả cũng xem xét có hay không nhân tố bối cảnh: Đặc điểm ngành có kiểm soát mối quan hệ giữa Áp lực bên liên quan và Chiến lược môi trường doanh nghiệp. Tác giả chia thành các doanh nghiệp trong ngành sản xuất và các doanh nghiệp trong ngành phi sản xuất. Kết quả chỉ ra rằng, những doanh nghiệp trong ngành phi sản xuất bị ảnh hưởng bởi áp lực bên liên quan mạnh hơn. Nguyên nhân có thể là, các doanh nghiệp phi sản xuất trong mẫu bao gồm chủ yếu là các doanh nghiệp dịch vụ, với đặc thù chi phí cho đổi mới công nghệ phục vụ mục đích môi trường và chi phí kiểm soát ô nhiễm không tốn kém. So sánh với những doanh nghiệp sản xuất, rõ ràng, các doanh nghiệp trong ngành phi sản xuất dễ dàng thay đổi chiến lược môi trường hơn để thích ứng với áp lực môi trường của các bên liên quan.

Thảo luận kết quả nghiên cứu

Nghiên cứu đã phân tích áp lực của các bên liên quan đối với chiến lược môi trường doanh nghiệp thông qua sử dụng phương pháp phân tích tổng hợp (meta-analysis), từ đó, đi đến một kết luận khái quát

hơn về mối quan hệ này, cung cấp một góc nhìn đa chiều về vấn đề nghiên cứu và làm phong phú thêm các nghiên cứu có liên quan tới chiến lược môi trường doanh nghiệp. Dựa trên kết quả nghiên cứu, một số vấn đề cần được thảo luận như sau:

Trước tiên là tầm quan trọng của lĩnh vực nghiên cứu về chiến lược môi trường đối với các doanh nghiệp trong những ngành hàng gây ô nhiễm. Kết quả nghiên cứu trên thể hiện, các doanh nghiệp trong những ngành hàng gây ô nhiễm cao dường như không nhạy cảm với áp lực của bên liên quan để thay đổi hành vi, họ vẫn tiếp tục gây ô nhiễm môi trường tự nhiên qua các hoạt động sản xuất. Giải pháp cho vấn đề này là khuyến khích những doanh nghiệp chuyển đổi ngành định hướng xanh. Tuy nhiên, cơ chế chuyển đổi và những nền tảng vi mô về thay đổi chiến lược môi trường cần được làm rõ thêm.

Vấn đề tiếp theo là nhìn nhận môi trường tự nhiên với vai trò là một nguồn lực chung cần được xem xét, khi phân tích áp lực bên liên quan lên chiến lược môi trường doanh nghiệp. Do vậy, chúng ta cần mở rộng phạm vi của khái niệm bên liên quan phải bao gồm những thực thể không phải là con người. Bằng cách xem môi trường tự nhiên, một tài sản chung của xã hội ở một vai trò quan trọng hơn, thì cơ chế ảnh hưởng của

áp lực bên liên quan sẽ rõ ràng hơn trong các nghiên cứu tiếp theo.

KẾT LUẬN

Đóng góp của nghiên cứu thể hiện ở 3 khía cạnh: **Một là**, kiểm định mối quan hệ giữa áp lực bên liên quan và chiến lược môi trường doanh nghiệp dựa trên phương pháp phân tích tổng hợp (meta-analysis) các nghiên cứu có liên quan. **Hai là**, kết luận chung từ nghiên cứu chỉ ra, các áp lực từ bên liên quan bên trong là động lực chính trong triển khai chiến lược môi trường doanh nghiệp. Điều đó có nghĩa rằng, một số lượng lớn nghiên cứu trước đây là mẫu trong nghiên cứu này đồng nhất với kết luận nhóm bên liên quan bên trong là áp lực chính trong triển khai chiến lược môi trường. **Ba là**, kiểm định mối quan hệ giữa áp lực bên liên quan và chiến lược môi trường có hay không bị chi phối bởi các yếu tố bối cảnh: đặc điểm ngành hàng. Kết luận là mối quan hệ này cũng bị chi phối bởi những nhân tố bổ sung. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Alt, E., Díez-de-Castro, E. P., and Lloréns-Montes, F. J. (2015). Linking Employee Stakeholders to Environmental Performance: The Role of Proactive Environmental Strategies and Shared Vision, *Journal of Business Ethics*, 128(1), 167-181, <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2095-x>
2. Antonioli, D., Mancinelli, S., and Mazzanti, M. (2013). Is environmental innovation embedded within high-performance organisational changes? the role of human resource management and complementarity in green business strategies, *Research Policy*, 42(4), 975-988, <https://doi.org/10.1016/j.respol.2012.12.005>
3. Aragón-Correa, J. Alberto, and Sharma, S. (2003). A Contingent Resource-based View of Proactive Corporate Environmental Strategy, *Academy of Management Review*, 28(04), 71-88, <https://doi.org/10.1587/elex.8.1723>
4. Bansal, P., and Roth, K. (2000). Why Companies Go Green: A Model of Ecological Responsiveness, *The Academy of Management Journal*, 43(4), 717-736
5. Buysse, K., and Verbeke, A. (2003). Proactive environmental strategies: A stakeholder management perspective, *Strategic Management Journal*, 24(5), 453-470
6. DiMaggio, P. J., and Powell, W. W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism in Organizational Fields, *American Sociological Review*, 48(2), 147-160
7. Field, A. P., and Gillett, R. (2010). How to do a meta-analysis, *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 63(3), 665-694, <https://doi.org/10.1348/000711010X50273>
8. Henriques, I., and Sadorsky, P. (1999). The relationship between environmental commitment and managerial perceptions of stakeholder importance, *Academy of Management Journal*, 42(1), 87-99, <https://doi.org/10.2307/256876>
9. Hedges, L. V., and Olkin, I. (1986). *Statistical Methods for Meta-Analysis*, In Academic Press, Academic Press., <https://doi.org/10.2307/2531069>
10. Jennings, P. D., and Zandbergen, P. A. (1995). Ecologically Sustainable Organizations: An Institutional Approach, *Academy of Management Review*, 20(4), 1015-1052, <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9512280034>
11. Zubeltzu-Jaka, E., Erauskin-Tolosa, A., and Heras-Saizarbitoria, I. (2018). Shedding light on the determinants of eco-innovation: A meta-analytic study, *Business Strategy and the Environment*, 27(7), 1093-1103. <https://doi.org/10.1002/bse.2054>