

Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi xanh của doanh nghiệp bất động sản tại Thành phố Hồ Chí Minh

Nguyễn Thị Ngọc Duyên^(*)

Ngày nhận bài: 14/12/2022 | Biên tập xong: 02/3/2023 | Duyệt đăng: 10/3/2023

TÓM TẮT: Bài nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng để phát hiện và phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi xanh (HVX) của doanh nghiệp bất động sản (BDS) tại Thành phố Hồ Chí Minh (TP. HCM) bao gồm: Trách nhiệm lãnh đạo ($\beta_5 = 0,291$), Chuẩn mực môi trường cá nhân ($\beta_1 = 0,236$), Trách nhiệm xã hội ($\beta_2 = 0,205$), và Các quy định của pháp luật ($\beta_3 = 0,195$), Tâm lý xanh ($\beta_4 = 0,171$). Dựa vào kết quả nghiên cứu, tác giả đề ra được các giải pháp giúp nâng cao được HVX của doanh nghiệp BDS tại TP. HCM như: (i) Nâng cao trách nhiệm của các cấp lãnh đạo doanh nghiệp; (ii) Cải thiện chuẩn mực môi trường cá nhân của toàn thể nhân viên doanh nghiệp; (iii) Tăng cường các hoạt động nâng cao trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp; (iv) Tuyên truyền và phổ biến các quy định của pháp luật cho toàn doanh nghiệp nắm rõ và chấp hành; (v) Nâng cao việc hình thành tâm lý xanh cho toàn thể nhân viên và toàn doanh nghiệp; và (vi) Khai phá thúc đẩy mặt duy tâm về đạo đức của toàn thể nhân viên doanh nghiệp.

TỪ KHÓA: Hành vi xanh, tâm lý xanh, trách nhiệm xã hội, bất động sản xanh, chuẩn mực môi trường.

Mã phân loại JEL: L22, L26, L30, Q01.

1. Giới thiệu

HVX hoặc thân thiện với môi trường là một chủ đề đang ngày càng phát triển và quan trọng đối với các chính phủ, doanh nghiệp và xã hội trên toàn thế giới (Goldstein, Cialdini, & Griskevicius, 2008; Kronrod, Grinstein, & Wathieu, 2012). Thu hút người tiêu dùng tham gia HVX (mang theo túi mua sắm của riêng mình, phân loại rác thải, và tái chế) là một thách thức lớn đối với các nhà hoạch định chính sách, những người phấn đấu cho sự phát triển bền vững của quốc gia hoặc

doanh nghiệp trong bối cảnh sinh thái tiếp tục suy thoái (Kotler, 2011; Kronrod & ctg, 2012). Để giải quyết thách thức về môi trường, ở khu vực nhà nước và tư nhân phải hiểu được các giá trị, tinh thần, quy định tác động đến người tiêu dùng thực hiện các HVX. Từ đó, các nhà

^(*) Nguyễn Thị Ngọc Duyên - Trường Đại học Lạc Hồng; 10 Huỳnh Văn Nghệ, Phường Bửu Long, TP. Biên Hòa, Tỉnh Đồng Nai; Email: duyenng76@gmail.com.