

MUA SẮM XANH: SỰ KHÁC BIỆT GIỮA CÁC NHÓM DOANH NGHIỆP TẠI VIỆT NAM

Đỗ Hương Giang¹

Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội, Việt Nam

Ngày nhận: 10/04/2020; Ngày hoàn thành biên tập: 23/06/2020; Ngày duyệt đăng: 30/06/2020

Tóm tắt: Mua sắm xanh là quá trình lựa chọn các sản phẩm, dịch vụ và các yếu tố đầu vào của doanh nghiệp (DN) mà không gây hại hoặc ít gây hại tới môi trường và sức khỏe của con người khi so sánh với các sản phẩm và dịch vụ cạnh tranh. Mua sắm xanh có thể đem lại các lợi ích về kinh tế, xã hội và môi trường cho DN và cho cộng đồng. Trên thế giới, đã có nhiều nghiên cứu về hoạt động mua sắm xanh của DN, tuy nhiên, các nghiên cứu về vấn đề này tại Việt Nam còn rất hạn chế. Thông qua khảo sát 427 DN đang hoạt động sản xuất kinh doanh tại Việt Nam và kỹ thuật phân tích thống kê mô tả, nghiên cứu đã xác định các DN tại Việt Nam mới chỉ ở giai đoạn bắt đầu thực hành mua sắm xanh. Bên cạnh đó, kết quả phân tích phương sai (ANOVA) đối với các nhóm DN cũng chỉ ra rằng, có sự khác biệt về thực hiện hoạt động mua sắm xanh theo quy mô DN, loại hình DN và thị trường của DN.

Từ khóa: Mua sắm xanh, Mua xanh, Mua sắm môi trường, Doanh nghiệp tại Việt Nam

GREEN PROCUREMENT: THE DIFFERENCE AMONG ENTERPRISE GROUPS IN VIETNAM

Abstract: Green procurement is the process of selecting products, services and firms' inputs of firms that do not harm or cause less harm to the environment and human health when compared to competing products and services. Green procurement can bring economic, social, and environmental benefits to businesses and the community. Around the world, there have been many studies on green procurement practices of firms, however, studies on this issue in Vietnam are very limited. Through a survey of 427 firms in Vietnam and descriptive statistical analysis technique, the study identified that firms in Vietnam are only at the beginning stage of green procurement practices. In addition, the analysis of variance (ANOVA) also indicates that there are differences in green procurement activities by firm size, type of firms and market of firms.

Keywords: Green procurement, Green purchasing, Environmental purchasing, Firms in Vietnam

¹ Tác giả liên hệ, Email: huonggiang@ftu.edu.vn

1. Giới thiệu

Theo đánh giá của Liên hợp Quốc, ô nhiễm môi trường là một trong những mối đe dọa lớn nhất đối với sự tồn tại và phát triển của xã hội loài người thế kỉ XXI. Sự nóng lên của toàn cầu, biến đổi khí hậu và suy giảm hệ sinh thái đã và đang tác động trực tiếp tới mọi quốc gia, vùng lãnh thổ và đặc biệt là các quốc gia đang phát triển, trong đó có Việt Nam. Một trong những nguyên nhân chính của hiện tượng này đó là do sự gia tăng quá mức hoạt động của con người, trong đó có hoạt động sản xuất và tiêu dùng tạo ra chất thải gây ô nhiễm môi trường dẫn đến nhiệt độ bề mặt trái đất nóng dần lên. Các hoạt động của DN như khai thác tài nguyên thiên nhiên, tìm kiếm, mua sắm nguyên liệu đầu vào, hoạt động sản xuất và logistics đã gây tác động tiêu cực đến môi trường. Các nguồn tài nguyên thiên nhiên không thể tái tạo (than đá, dầu mỏ), tài nguyên đất, nước và khoáng sản (sắt, thép, nhôm, cacbon, silic, kẽm và đồng...) dần bị cạn kiệt do quản lý thiếu đồng bộ, công nghệ khai thác lạc hậu, khai thác quá mức và sử dụng chưa hợp lý. Lượng nước thải, rác thải, đặc biệt là rác thải nhựa và khí thải, như khí CO₂, CO, SO₂, NO_x... từ các nhà máy, các khu công nghiệp và từ hoạt động sinh hoạt hàng ngày nếu không được xử lý tốt cũng gây ô nhiễm nặng nề tới đất, nước và không khí. Phó Giám đốc điều hành chương trình Môi trường của Liên hợp Quốc - bà Joyce Msuya nhấn mạnh: “Các cách giải quyết vấn đề ô nhiễm ở “phần ngọn” không thể giúp trái đất thay đổi. Chúng ta cần xem xét việc chuyển đổi cách thức sản xuất và tiêu thụ trong các lĩnh vực thực phẩm, năng lượng và chất thải để đảm bảo sự phát triển bền vững cho nhân loại”.

Vì vậy, việc triển khai và áp dụng các chính sách tiêu dùng xanh, mua sắm xanh nhằm khuyến khích sản xuất và tiêu dùng bền vững là một nhu cầu bức thiết để khắc phục tình trạng ô nhiễm môi trường. Việt Nam cần thực hiện nhiệm vụ tái cơ cấu nền kinh tế, thực hiện chuyển đổi mô hình tăng trưởng theo chiều sâu và thực hiện xanh hóa nền kinh tế, bao gồm xanh hóa sản xuất, xanh hóa tiêu dùng và xanh hóa lối sống để đảm bảo phát triển bền vững. Năm 2016, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt Chương trình hành động quốc gia về sản xuất và tiêu dùng bền vững đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030. Mục tiêu của Chương trình là từng bước thay đổi mô hình sản xuất và tiêu dùng theo hướng nâng cao hiệu quả sử dụng các nguồn tài nguyên và năng lượng; tăng cường sử dụng các nguyên vật liệu, sản phẩm thân thiện môi trường; giảm thiểu, tái sử dụng và tái chế chất thải; duy trì tính bền vững của hệ sinh thái tại tất cả các khâu trong vòng đời sản phẩm từ khai thác, cung ứng nguyên liệu đến sản xuất, chế biến, phân phối, tiêu dùng và loại bỏ sản phẩm (Lê, 2016).

Tại Việt Nam, đã có một số nghiên cứu về hoạt động sử dụng bao bì thân thiện với môi trường, mua hàng xanh của các cá nhân hay hoạt động quản lý chuỗi cung ứng xanh, logistics xanh của DN. Cụ thể, trong nghiên cứu "Phân tích các nhân tố ảnh hưởng tới hành vi tiêu dùng sản phẩm túi thân thiện với môi trường của siêu thị BigC Huế" (2013), Nguyễn (2013) đã phân tích 4 nhóm nhân tố ảnh hưởng tới hành vi tiêu dùng sản phẩm túi thân thiện với môi trường của các khách hàng tại siêu thị Big C Huế, đó là: nhận thức, thái độ, các nhân tố marketing và các yếu tố nhân khẩu học. Về hoạt động mua sắm công xanh, nghiên cứu của Lưu (2015) về “Kinh nghiệm quốc tế về mua sắm công xanh” đã tập trung xem xét kinh nghiệm chính sách của Nhật Bản và Hàn Quốc, sau đó rút ra một số bài học phát triển hoạt động mua sắm công xanh tại Việt Nam. Tác giả Hồ & cộng sự (2018) cũng “Nghiên cứu thể chế thúc đẩy hoạt động mua sắm công xanh tại Việt Nam” và đưa ra nhận định về tổng quan thể chế mua sắm công xanh, phân tích các rào cản về thể chế cản trở mua sắm công xanh; đồng thời, đề xuất các giải pháp hoàn thiện thể chế để thúc đẩy hoạt động mua sắm công xanh tại Việt Nam trong thời gian tới. Về hoạt động quản lý chuỗi cung ứng xanh, nghiên cứu

“Cơ sở hạ tầng logistics với việc thực hiện chuỗi cung ứng xanh của doanh nghiệp” của Vũ (2015) đã đưa ra khung phân tích và áp dụng để chỉ ra mối quan hệ giữa cơ sở hạ tầng và việc thực thi xanh hóa chuỗi cung ứng của doanh nghiệp. Tác giả đã phân tích thực trạng cơ sở hạ tầng logistics tại Việt Nam và trình bày một số bài học, hàm ý đối với Việt Nam trong việc phát triển cơ sở hạ tầng logistics nhằm góp phần thúc đẩy việc thực thi chuỗi cung ứng xanh của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, nghiên cứu “Chuỗi cung ứng xanh - giải pháp kinh doanh bền vững, thân thiện với môi trường” của Nguyễn (2016) đã đưa ra mô hình chuẩn về chuỗi cung ứng xanh, những lợi ích khi thực hiện xanh hóa chuỗi cung ứng và bài học rút ra từ một số doanh nghiệp trên thế giới. Những nghiên cứu về mua sắm xanh tại Việt Nam còn rất hạn chế và đặc biệt, chưa có nghiên cứu nào đánh giá thực trạng hoạt động mua sắm xanh của các DN. Thực tế hoạt động mua sắm xanh của các DN đang diễn ra ở Việt Nam như thế nào? Có sự khác biệt về thực hành mua sắm xanh theo đặc điểm của các DN tại Việt Nam hay không? Để trả lời các câu hỏi đó, tác giả đã lựa chọn các DN đang hoạt động sản xuất kinh doanh tại Việt Nam để nghiên cứu.

2. Cơ sở lý luận về hoạt động mua sắm xanh

2.1 Khái niệm về hoạt động mua sắm xanh

Khái niệm về hoạt động mua sắm xanh lần đầu tiên xuất hiện trên thế giới trong các nghiên cứu về hoạt động quản lý chuỗi cung ứng xanh của DN vào những năm cuối của thế kỷ XX. Carter & Carter (1998), Min & Galle (2001) định nghĩa mua sắm xanh là hoạt động mua sắm có ý thức về môi trường, cố gắng đảm bảo những sản phẩm hoặc nguyên vật liệu được mua đáp ứng được những mục tiêu về môi trường do công ty đặt ra, ví dụ như giảm lượng rác thải, đẩy mạnh hoạt động tái chế, tái sử dụng, giảm thiểu việc khai thác tài nguyên thiên nhiên và sử dụng các nguyên vật liệu thay thế.

Bên cạnh đó, Zsidisin & Siferd (2001) cũng đưa ra một định nghĩa tổng thể như sau: “Mua sắm xanh trong DN là một chuỗi các hoạt động bao gồm: việc đưa ra các chính sách mua hàng, thực hiện các hoạt động và thiết lập các mối quan hệ để đáp ứng lại các mối lo ngại liên quan đến môi trường tự nhiên. Những mối lo ngại này liên quan đến việc tiếp nhận các nguyên vật liệu thô; sự lựa chọn, đánh giá, phát triển và các hoạt động của nhà cung cấp như phân phối, đóng gói, tái chế, tái sử dụng, giảm thiểu việc sử dụng các nguồn tài nguyên và sự loại bỏ cuối cùng các sản phẩm của DN”.

Mua sắm xanh đảm bảo rằng người quản lý mua hàng hoặc người quản lý chuỗi cung ứng phải xem xét đến yếu tố bền vững trong hoạt động mua sắm các yếu tố đầu vào, bên cạnh các yếu tố mua sắm truyền thống như giá cả, chất lượng và thời gian giao hàng (Jimenez & Lorente, 2001; Kannan & cộng sự, 2008; Lambert & Cooper, 2000). Khi thực hiện mua sắm xanh, yêu cầu sản phẩm được lựa chọn là sản phẩm có thể tái chế được, công khai tính chất về an toàn hay môi trường. Ngoài ra, cần chú ý tới các hoạt động môi trường, hệ thống quản lý môi trường và chứng nhận quản lý môi trường của nhà cung cấp (NCC).

2.2 Vai trò của hoạt động mua sắm xanh đối với doanh nghiệp

2.2.1 Về kinh tế

Nghiên cứu của tổ chức Aberdeen (2008) cho thấy, những tổ chức có chiến lược mua sắm xanh hiệu quả đã tiết kiệm được khoảng 12% chi phí hàng năm. Mua sắm xanh giúp DN giảm thiểu chi phí quản lý nguyên vật liệu nguy hiểm, giảm thiểu năng lượng tiêu thụ, tiết kiệm chi phí xử lý rác thải và chi phí nộp phạt đối với các hành vi vi phạm liên quan tới môi trường. Mua sắm xanh cũng có tác động tích cực đối với hoạt

động của DN về doanh thu ròng cũng như chi phí bán hàng hoá (Rao & Holt, 2005). Zhu & cộng sự (2010) đã kết luận kết quả tài chính là lý do quan trọng để công ty nỗ lực thực hiện các chương trình bảo vệ môi trường. Nó có thể mang lại những cơ hội cạnh tranh giữa các DN và xu hướng mới để gia tăng giá trị trong các hoạt động chính của tổ chức. Tham gia mua sắm xanh, các công ty sẽ có được những lợi thế cạnh tranh nhờ sự đổi mới. Ví dụ, hiệu quả sản xuất của công ty có thể được nâng cao thông qua việc sử dụng các công nghệ sạch hơn, đổi mới quy trình và cắt giảm lãng phí, đồng thời có thể giúp công ty mở rộng thị trường nhờ các sản phẩm mang tính mới và sáng tạo.

2.2.2 Về xã hội

Mua sắm xanh thúc đẩy tiến bộ xã hội nhờ nâng cao chất lượng, môi trường sống của người dân và cộng đồng; kích thích hình thành thị trường mới với vật liệu tái chế và gia tăng việc làm; nâng cao nhận thức về bảo vệ môi trường. Các tổ chức đã tham gia mua sắm xanh có thể cải thiện hình ảnh, thương hiệu và danh tiếng của công ty (Five Winds International, 2003). Thực tế, đã có không ít các DN tạo lập được thương hiệu bền vững và sáng giá bởi họ không chỉ phát triển ngày càng lớn mạnh hơn về quy mô giá trị tài sản và doanh thu sau mỗi năm kinh doanh mà còn nỗ lực đóng góp nhiều hơn cho sự phát triển chung của cộng đồng và xã hội. DN xanh sẽ giúp người tiêu dùng có niềm tin và cách nhìn tích cực hơn về những sản phẩm và dịch vụ mà họ đang cung cấp, DN nhờ đó có thể thu hút khách hàng trong nước và quốc tế đặt hàng thường xuyên hơn, do đó, có thể tăng doanh thu cũng như mở rộng quảng bá hình ảnh và thương hiệu của DN trên toàn thế giới.

2.2.3 Về môi trường

Các kết quả nghiên cứu của Green & cộng sự (1996), Handfield & cộng sự (1997), Min & Galle (2001), Zhu & Sarkis (2004), Zhu & cộng sự (2007), Walker & cộng sự (2008) đều chỉ ra rằng thực hiện mua sắm xanh giúp DN hạn chế khí thải, rác thải và chất độc hại; tiết kiệm năng lượng và tài nguyên thiên nhiên; giảm thiểu tác động tiêu cực tới môi trường. Mua sắm xanh giúp cải thiện chất lượng môi trường nhờ quản lý môi trường tốt hơn và sử dụng tài nguyên hiệu quả hơn. Mỗi quan hệ ngày càng mật thiết giữa bên mua và bên bán được mô tả là có những tác động tới hoạt động bảo vệ môi trường (Zsidisin & Siferd, 2001). Các DN có thể thực hiện được các hoạt động về môi trường nếu NCC có bán các sản phẩm xanh, các sản phẩm được sản xuất bằng công nghệ thân thiện với môi trường. Kiểm soát và đánh giá hoạt động của các NCC cũng là một yêu cầu cần thiết trong quá trình thực hiện mua sắm xanh (Walton và cộng sự, 1998; Lee, 2009). Trong một số trường hợp, các công ty nên thực hiện những bước tiến như mua lại hay sáp nhập, hợp tác để đạt được những chuyển biến tích cực trong hoạt động về môi trường (Lamming & Hampson, 1996).

2.3 Các hoạt động mua sắm xanh của doanh nghiệp

Kết quả đánh giá và điều tra của Lamming & Hanson (1996) với năm công ty lớn tại Anh trong nghiên cứu “Môi trường: vấn đề của quản lý chuỗi cung ứng” đã chỉ ra 5 loại chiến lược cơ bản mà các công ty sử dụng để mua xanh, bao gồm: (i) Sử dụng bảng hỏi đối với NCC, (ii) Sử dụng hệ thống quản lý môi trường (EMS), (iii) Đánh giá vòng đời sản phẩm, (iv) Quản lý sản phẩm và (v) Các mối quan hệ và hợp tác.

Trương tự, nghiên cứu “Mua sắm có liên quan đến môi trường: quan điểm đa quốc gia” của Zsidisin & Hendrick (1998) cũng kết luận có năm yếu tố chính để DN thực hành mua sắm xanh, đó là: (i) Cung cấp thông số kỹ thuật thiết kế cho NCC, bao gồm các yêu cầu về môi trường cho các mặt hàng cần mua, (ii) Yêu cầu chứng nhận môi trường ISO 14001 của NCC, (iii) Hợp tác với các NCC vì mục tiêu môi trường, (iv) Kiểm toán môi trường toàn DN và (v) Kiểm toán môi trường của các NCC.

Năm 2002, Bowen & cộng sự thực hiện nghiên cứu và phân loại chi tiết hơn về các hoạt động mua sắm xanh dựa trên khảo sát 24 đơn vị kinh doanh tại Vương quốc Anh. Thứ nhất, đó là cung ứng xanh dựa trên sản phẩm: DN tham gia vào các sáng kiến tái chế có yêu cầu hợp tác với NCC, phối hợp với các NCC để giảm thiểu việc sử dụng bao bì, nỗ lực cùng với các NCC để giảm thiểu rác thải. Thứ hai, xanh hóa quy trình cung ứng: DN xây dựng tiêu chí môi trường vào quy trình đánh giá NCC, sử dụng hệ thống tính điểm để xếp hạng các NCC về hiệu suất môi trường của họ, sử dụng bảng hỏi đối với các NCC, sử dụng các tiêu chí môi trường trong việc lựa chọn NCC chiến lược, trao các giải thưởng về môi trường cho các NCC, yêu cầu các NCC phải có hệ thống quản lý môi trường (EMS). Thứ ba, cung ứng xanh tiên tiến: DN sử dụng các tiêu chí môi trường để đánh giá hiệu suất của người mua, sử dụng các tiêu chí môi trường trong các thỏa thuận chia sẻ rủi ro và chia sẻ phần thưởng, tham gia vào chương trình công nghệ sạch cùng với NCC.

Cũng trong năm 2006, Hamner chỉ ra các hoạt động mua sắm xanh cơ bản trong DN, tại nghiên cứu “Ảnh hưởng của chiến lược mua sắm xanh tới hành vi của nhà cung cấp”, đó là:

(1) Những yêu cầu về nội dung sản phẩm: DN chỉ định rằng những sản phẩm được mua phải có các thuộc tính xanh như là những sản phẩm đã được tái chế hoặc tái sử dụng.

(2) Những giới hạn về nội dung sản phẩm: DN chỉ định rằng những sản phẩm được mua không được chứa các thuộc tính gây hại cho môi trường như: chì, CFCs, bột nhựa...trong các nguyên vật liệu đóng gói.

(3) Dán nhãn hoặc thông báo về nội dung sản phẩm: DN yêu cầu được thông báo về thuộc tính môi trường hoặc thuộc tính an toàn của những sản phẩm được mua. Việc này NCC có thể thực hiện bằng cách dán nhãn xanh lên sản phẩm và sử dụng các chỉ số về tác động môi trường có liên quan được chứng nhận bởi các tổ chức thương mại.

(4) Sử dụng bảng hỏi: DN gửi bảng hỏi tới NCC để hỏi về những thông tin liên quan đến hệ thống quản lý môi trường và/hoặc hoạt động bảo vệ môi trường của họ.

(5) NCC có EMSs (Environmental Management System - hệ thống quản lý môi trường): DN yêu cầu NCC phát triển và duy trì các chương trình EMS. Tuy nhiên, DN không yêu cầu NCC chứng nhận chương trình đó.

(6) Chứng nhận: DN yêu cầu NCC có hệ thống EMS được chứng nhận là hoàn toàn phù hợp với một trong những tiêu chuẩn quốc tế được công nhận như British Standard 7750 (BS7750), ISO 14001 từ Tổ chức tiêu chuẩn hóa quốc tế và Chương trình đánh giá, kiểm toán và quản lý môi trường của Ủy ban Châu Âu (EMAS).

(7) Kiểm tra sự tuân thủ của NCC: DN tiến hành kiểm tra NCC để xác định mức độ tuân thủ những cam kết về môi trường của NCC.

(8) Giáo dục và hợp tác: DN đào tạo NCC về các vấn đề môi trường và chiến lược quản lý môi trường, làm việc chặt chẽ với các NCC để giải quyết các vấn đề môi trường. Trọng tâm chính của giáo dục các NCC là lợi ích kinh tế của cải thiện hiệu quả môi trường.

Từ việc tổng hợp những nghiên cứu trên cho thấy, hoạt động mua sắm xanh của DN chủ yếu liên quan đến việc kiểm soát hoạt động môi trường của các NCC. Năm ở điểm đầu tiên trong dòng dịch chuyển NVL, hoạt động mua sắm có vị trí thuận lợi và đóng vai trò quan trọng trong việc xanh hóa các sản phẩm và hoạt động trong DN (Carter & Ellram, 1998; Preuss, 2001).

2.4 Sự khác biệt về hoạt động mua sắm xanh theo đặc điểm của doanh nghiệp

2.4.1 Về quy mô doanh nghiệp

Moch & Morse (1997) đã chỉ ra rằng việc áp dụng đổi mới có thể liên quan tích cực đến quy mô DN, vì các DN có quy mô lớn và có tính kinh tế theo quy mô giúp tăng cường tính khả thi của việc áp dụng những sáng kiến này. Thêm vào đó, Stock (1998) cũng nhận định tính kinh tế theo quy mô có ảnh hưởng tích cực tới những chương trình liên quan tới môi trường. Bowen (2002) cũng cho rằng các công ty lớn hơn thường tự nguyện cam kết thực hiện các sáng kiến xanh, vì họ có nhiều nguồn lực hơn và họ thể hiện hình ảnh rõ hơn trong xã hội. Tương tự, Zhu & Sarkis (2004) cũng kết luận các DN lớn có nhiều khả năng thực hiện các hoạt động quản trị chuỗi cung ứng xanh mạnh mẽ hơn so với các DN nhỏ. Do đó, tác giả đề xuất giả thuyết:

H1: Có sự khác biệt về hoạt động mua sắm xanh theo quy mô của DN.

2.4.2 Về loại hình doanh nghiệp

Johnson & cộng sự (2003) nhận thấy rằng có sự khác biệt đáng kể về vai trò và trách nhiệm mua sắm giữa các tổ chức khu vực công và tư nhân, được thể hiện thông qua cơ cấu tổ chức, trách nhiệm chuỗi cung ứng và các hoạt động chính của công ty. Quayle (1998) và Knight & cộng sự (2003) đã nghiên cứu và kết luận rằng việc nhìn nhận chức năng mua sắm là một chức năng quan trọng trong DN còn rất thấp trong khu vực công, tuy nhiên, nhận thức về vai trò chiến lược của hoạt động mua sắm đang bắt đầu tăng lên. Có một số dấu hiệu cho thấy mua sắm công trên phạm vi quốc tế đang hướng tới vai trò chính sách và ít tập trung vào các giao dịch (Knight & cộng sự, 2003). Khi nghiên cứu các nhân tố thúc đẩy tổ chức công và tư nhân tích hợp thực hành thân thiện với môi trường trong hoạt động quản lý chuỗi cung ứng, Walker và cộng sự, (2008) nhận định, áp lực cạnh tranh có tác động đến các tổ chức tư nhân nhưng dường như đây không phải là động lực để các tổ chức công thực hành quản lý chuỗi cung ứng xanh. Do đó, tác giả đề xuất giả thuyết:

H2: Có sự khác biệt về hoạt động mua sắm xanh theo loại hình của DN.

2.4.3 Về lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp

Thông qua một số nghiên cứu tình huống, Foster & cộng sự (2000) quan sát và so sánh thấy một số điểm chung về động lực để thực hiện các hoạt động thân thiện với môi trường trong các DN dịch vụ và các DN sản xuất, đó là các quy định, hệ thống chính trị, pháp luật và đạo đức của nhà quản lý. Tuy nhiên, đối với các DN dịch vụ, Foster & cộng sự (2000) lại chỉ ra rằng, sự tham gia của khách hàng chưa thực sự có tác động đáng kể hoặc thậm chí có thể có ảnh hưởng xấu đến các sáng kiến môi trường của các DN này. Do đó, tác giả đề xuất giả thuyết:

H3: Có sự khác biệt về hoạt động mua sắm xanh theo lĩnh vực hoạt động của DN.

2.4.4 Về thị trường của doanh nghiệp

Rao (2006) đã chỉ ra rằng các công ty ở Đông Nam Á, đặc biệt là các công ty lớn và công ty toàn cầu có hoạt động kinh doanh và có khách hàng trên khắp các quốc gia trên thế giới như ở châu Âu và Hoa Kỳ. Sản phẩm được sản xuất trong khu vực, sau đó được xuất khẩu và bán ở các nước khác. Đôi khi, khách hàng ở những nơi xa xôi, ở các quốc gia khác nhau khiến họ không thể kiểm tra hiệu suất môi trường của công ty sản xuất và nhà cung cấp. Do đó, những khách hàng này yêu cầu các DN là nhà cung cấp hay đối tác kinh doanh của mình phải dán nhãn quốc tế lên sản phẩm hoặc có chứng nhận như chứng nhận ISO14001 để đảm bảo hiệu suất môi trường. Khác với những DN có thị trường nội địa, các DN có thị trường quốc tế (để tránh bị hạn chế xuất khẩu

và đối phó với khách hàng toàn cầu), họ phải đảm bảo hiệu suất môi trường của toàn hệ thống bằng việc triển khai EMS/ ISO 14001 trong các hoạt động và các DN này cũng khuyến khích NCC của họ làm như vậy. Do đó, tác giả đề xuất giả thuyết:

H4: Có sự khác biệt về hoạt động mua sắm xanh theo thị trường của DN.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1 Quy trình nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng kết hợp nghiên cứu định tính và định lượng theo hai giai đoạn, nghiên cứu sơ bộ và chính thức. Nghiên cứu định tính được thực hiện trong giai đoạn nghiên cứu sơ bộ bằng phương pháp phỏng vấn 09 DN tại Việt Nam, bao gồm: 03 DN nhà nước, 03 DN tư nhân và 03 DN FDI. Kết quả phỏng vấn giúp tác giả điều chỉnh lại thang đo các hoạt động mua sắm xanh của DN trước khi tiến hành nghiên cứu chính thức trên diện rộng. Nghiên cứu định lượng sơ bộ được thực hiện trong thời gian tháng 10/2018 với 223 DN thông qua phương pháp khảo sát trực tiếp. Cụ thể, phiếu khảo sát sơ bộ được thiết kế và phát ngẫu nhiên cho hơn 300 DN khu vực duyên hải phía Bắc tham gia Lễ kỷ niệm Ngày doanh nhân Việt Nam tổ chức tại Hải Phòng ngày 04/10/2018. Số phiếu thu về là 252 phiếu trong đó có 223 phiếu hợp lệ, có thể sử dụng để phân tích, đạt 88,5% và số phiếu còn lại không sử dụng được do thiếu thông tin.

Nghiên cứu định lượng chính thức được thực hiện với 427 DN đang hoạt động sản xuất kinh doanh tại Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh (TP. HCM) và một số tỉnh lân cận thông qua phương pháp khảo sát trực tiếp và khảo sát trực tuyến từ tháng 01/2019 đến tháng 06/2019. Dữ liệu thu thập sau khi làm sạch được tiến hành phân tích thống kê mô tả để đánh giá thực trạng hoạt động mua sắm xanh của các DN tại Việt Nam và phân tích phương sai ANOVA để so sánh hoạt động mua sắm xanh theo đặc điểm của các DN với sự hỗ trợ của phần mềm SPSS 22.0.

3.2 Phương pháp thu thập số liệu

Để thực hiện mục tiêu nghiên cứu của đề tài, tác giả sử dụng phương pháp chọn mẫu theo phương pháp chọn theo nhóm kết hợp với phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Với phương pháp khảo sát trực tiếp, 500 phiếu phát đi thu về 394 phiếu hợp lệ; với phương pháp khảo sát trực tuyến qua ứng dụng Google Forms, 150 phiếu phát đi, thu về 33 phiếu hợp lệ; tổng chung hai hình thức là $n = 427$ phiếu. Phương thức điều tra trực tiếp là hỏi các DN đang hoạt động sản xuất kinh doanh tại Hà Nội, TP.HCM và một số tỉnh thành lân cận: Hải Phòng, Hải Dương, Hưng Yên, Bình Dương và Đồng Nai.

Phiếu khảo sát được thiết kế gồm 3 phần. Phần một bao gồm các câu hỏi về thực trạng hoạt động mua sắm xanh của DN được xây dựng dựa vào thông tin đầu vào của các chuyên gia và từ tổng quan nghiên cứu. Các thang đo về hoạt động mua sắm xanh của DN được tác giả kế thừa từ thang đo của Hamner (2006), ElTayeb & cộng sự (2010) và Zsidisin & Hendrick (1998). Phần thứ hai bao gồm các câu hỏi về thông tin và đặc điểm DN. Phần thứ ba là thông tin cá nhân của người được phỏng vấn. Đó là giám đốc điều hành/ giám đốc DN, trưởng/ phó phòng mua hàng, trưởng/ phó phòng cung ứng/ hậu cần trong DN hoặc những nhân viên chuyên trách bộ phận mua hàng trong công ty. Tác giả sử dụng thang đo Likert 5 cấp độ, trong đó: 1 là không thực hiện và 5 là đã thực hiện với tất cả các NCC.

3.3 Phương pháp phân tích dữ liệu

Dữ liệu nghiên cứu sơ bộ sau khi làm sạch được tiến hành đánh giá tính tin cậy của các khái niệm nghiên cứu bằng hệ số Cronbach Alpha và hệ số tương quan biến

tổng. Tiêu chuẩn được lựa chọn là hệ số Cronbach Alpha lớn hơn 0,6 (Hair & cộng sự, 2006) và các hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3 (Nunally & Burstein, 1994). Tiếp theo phân tích khám phá nhân tố (EFA) được sử dụng trong nghiên cứu để đánh giá tính đơn hướng, độ hội tụ và giá trị phân biệt của các nhân tố. Tiêu chuẩn phù hợp với phân tích EFA được lựa chọn là hệ số KMO lớn hơn 0,5; kiểm định Bartlett có p-value nhỏ hơn 0,05; các hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5 và phương sai giải thích lớn hơn 50% (Hair & cộng sự, 2006).

Sau đó, tác giả thực hiện nghiên cứu định lượng chính thức nhằm kiểm định lại giá trị của thang đo bằng phương pháp phân tích nhân tố EFA, đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha. Tiếp theo, tác giả tiến hành thống kê mô tả và sử dụng phương pháp phân tích phương sai một nhân tố xác định (One-way ANOVA) để đánh giá thực trạng và so sánh hoạt động mua sắm xanh của các DN tại Việt Nam.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1 Mẫu nghiên cứu

Trong số 427 DN tham gia khảo sát, có 54,8% DN là DN tư nhân và 67% là các DN sản xuất. Bên cạnh đó, phần lớn các DN được hỏi có quy mô từ 100 đến 300 nhân viên (192 DN), các DN này chủ yếu thành lập từ 5 đến 10 năm (213 DN) và 205 DN chỉ có thị trường nước ngoài (Bảng 1).

Bảng 1. Mô tả mẫu nghiên cứu theo đặc điểm DN

Tiêu chí	Đặc điểm	Số DN	Tỷ lệ (%)
Loại hình DN	DN nhà nước	70	16,4
	DN tư nhân	234	54,8
	DN FDI	123	28,8
	Tổng	427	100
Tổng số lao động	Dưới 100 nhân viên	87	20,4
	Từ 100 đến 300 nhân viên	192	45,0
	Từ 301 đến 500 nhân viên	93	21,8
	Từ 501 đến 700 nhân viên	25	5,8
	Từ 701 đến 1000 nhân viên	18	4,2
	Từ 1000 nhân viên trở lên	(0,374)	(0,389)
	Tổng	12	0,773*
Thị trường	Thị trường trong nước	132	30,9
	Thị trường nước ngoài	205	48,0
	Cả 2	(0,306)	(0,283)
	Tổng	90	-0,319
Lĩnh vực hoạt động	Sản xuất	286	67,0

Tiêu chí	Đặc điểm	Số DN	Tỷ lệ (%)
	Thương mại, dịch vụ	72	16,9
	Cả 2	(0,633)	(0,588)
	Tổng	69	-0,247**
Số năm thành lập	Dưới 3 năm	14	3,3
	Từ 3 đến 5 năm	178	41,7
	Từ 5 đến 10 năm	213	49,9
	Trên 10 năm	22	5,1
	Tổng	427	100
Doanh thu trung bình 3 năm gần đây	Dưới 10 tỷ	42	9,8
	Từ 11 tỷ đến 100 tỷ	104	24,4
	Từ 101 đến 300 tỷ	227	53,2
	Từ 300 tỷ trở lên	54	12,6
	Tổng	427	100

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu điều tra của tác giả

4.2 Kết quả nghiên cứu định lượng sơ bộ

Thang đo hoạt động mua sắm xanh của các DN được cấu thành bởi 09 biến quan sát từ MX1 đến MX9 dựa vào tổng quan nghiên cứu và kết quả phỏng vấn định tính. Sau khi thực hiện phân tích dữ liệu với 223 phiếu hợp lệ, tác giả nhận thấy tương quan biến tổng của 02 biến quan sát MX1 “Công ty mua các sản phẩm có chứa thuộc tính xanh/ hoặc sản phẩm có thể tái chế hoặc tái sử dụng (ví dụ: bao bì tự phân hủy sinh học, bao bì tái chế, ống hút tre, ống hút giấy, túi vải)” là $0,264 < 0,3$ và MX2 “Công ty không mua những sản phẩm có chứa các chất độc hại với môi trường” là $0,260 < 0,3$ (Bảng 2); do đó, tác giả tiến hành loại 2 biến quan sát này. Sau khi loại 2 biến quan sát MX1 và MX2, tương quan biến tổng của các biến quan sát còn lại đều lớn hơn 0,3 và hệ số Cronbach Alpha = $0,871 > 0,6$. Vậy thang đo đạt độ tin cậy cần thiết (Bảng 3).

Bảng 2. Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo hoạt động mua sắm xanh (lần 1)

Biến quan sát	Nội dung	Tương quan với biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Độ tin cậy của thang đo: ALPHA = 0,818			
MX1	Công ty mua các sản phẩm có chứa thuộc tính xanh/ hoặc sản phẩm có thể tái chế hoặc tái sử dụng (ví dụ: bao bì tự phân hủy sinh học, ống hút tre, ống hút giấy, túi vải,...)	0,264	0,833
MX2	Công ty không mua những sản phẩm có chứa các chất độc hại với môi trường (ví dụ: nhựa, chì, thủy ngân...)	0,260	0,833
MX3	Công ty hợp tác với các NCC vì mục tiêu môi trường (cùng nhau giảm thiểu ô nhiễm, đánh giá tác động môi trường...)	0,573	0,793
MX4	Công ty gửi các tiêu chuẩn kỹ thuật thiết kế sản phẩm đầu vào cho các NCC, trong đó có tiêu chuẩn về môi trường	0,609	0,789
MX5	Công ty đánh giá NCC cấp hai (nhà cung cấp của nhà cung cấp) về thực hành thân thiện môi trường	0,552	0,796
MX6	Công ty yêu cầu NCC của mình phải có hệ thống quản lý môi trường (environment management system - EMS)	0,642	0,787
MX7	Công ty yêu cầu NCC của mình phải có chứng nhận hệ thống quản lý môi trường (EMS), như ISO 14001	0,609	0,789
MX8	Công ty khảo sát trực tiếp (hoặc gián tiếp) về các khía cạnh môi trường và hoạt động môi trường của NCC	0,604	0,789
MX9	Công ty đánh giá, lựa chọn NCC dựa trên các tiêu chí môi trường cụ thể	0,654	0,784

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu điều tra của tác giả

Bảng 3. Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo hoạt động mua sắm xanh (lần 2)

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan với biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Độ tin cậy của thang đo: ALPHA = 0,817				
MX3	21,4439	29,140	0,637	0,855
MX4	21,4664	29,178	0,596	0,860
MX5	21,5112	29,305	0,587	0,862
MX6	21,4933	29,485	0,665	0,851
MX7	21,4350	29,085	0,646	0,854
MX8	21,4170	28,154	0,683	0,848
MX9	21,2870	28,106	0,733	0,842

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu điều tra của tác giả

Kết quả phân tích EFA sơ bộ (Bảng 4) cho thấy: với 07 biến quan sát MX3 đến MX9 thì tất cả các biến đều có hệ số tải nhân tố $> 0,5$; hệ số KMO = 0,902 nằm trong khoảng $0,5 \leq KMO \leq 1$, tổng phương sai trích 56,756% ($> 50\%$); mức ý nghĩa kiểm định của Bartlett là $0,000 < 0,05$. Do đó, kết quả phân tích EFA này cho phép rút trích ra một nhân tố đặt tên là mua xanh (MX) với 07 biến quan sát.

Bảng 4. Kết quả phân tích EFA sơ bộ

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		0,902
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	631,626
	df	21
	Sig.	0,000
		Component
MX3		0,742
MX4		0,703
MX5		0,695
MX6		0,769
MX7		0,750
MX8		0,784
MX9		0,824
Tổng phương sai trích		56,756%

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu điều tra của tác giả

4.3 Kết quả nghiên cứu định lượng chính thức

Trong nghiên cứu chính thức, thang đo hoạt động mua sắm xanh của các DN tại Việt Nam được cấu thành bởi 07 biến quan sát, kết quả tương quan biến tổng của các biến quan sát đều lớn hơn 0,3 và hệ số Cronbach Alpha = 0,885 $> 0,6$. Như vậy, thang đo đạt độ tin cậy cần thiết. Kết quả phân tích EFA (nghiên cứu định lượng chính thức) với 427 DN cho thấy, với 7 biến quan sát MX3 đến MX9 thì tất cả các biến đều có hệ số tải nhân tố $> 0,5$; hệ số KMO = 0,921 nằm trong khoảng $0,5 \leq KMO \leq 1$, tổng phương sai trích 59,365% ($> 50\%$); mức ý nghĩa kiểm định của Bartlett là $0,000 < 0,05$. Do đó, kết quả phân tích EFA này cho phép rút trích ra một nhân tố đặt tên là mua xanh (MX) (Bảng 5).

Do vậy, có thể kết luận rằng các hoạt động mua sắm xanh của DN tại Việt Nam khá đa dạng, bao gồm 07 loại hoạt động: (1) Công ty hợp tác với các NCC vì mục tiêu môi trường; (2) Công ty gửi các tiêu chuẩn kỹ thuật thiết kế sản phẩm đầu vào cho các NCC, trong đó có tiêu chuẩn về môi trường; (3) Công ty đánh giá NCC cấp hai (nhà cung cấp của nhà cung cấp) về thực hành thân thiện môi trường; (4) Công ty yêu cầu NCC phải có hệ thống quản lý môi trường (EMS); (5) Công ty yêu cầu NCC của mình phải có chứng nhận hệ thống quản lý môi trường (EMS), như ISO 14001; (6) Công ty khảo sát trực tiếp (hoặc gián tiếp) về các khía cạnh môi trường và hoạt động môi trường của NCC và (7) Công ty đánh giá, lựa chọn nhà cung cấp dựa trên các tiêu chí môi trường cụ thể.

Bảng 5. Kết quả phân tích EFA chính thức

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		0,921
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1325,247
	df	21
	Sig.	0,000
		Component
MX9		0,814
MX6		0,793
MX8		0,787
MX3		0,780
MX7		0,744
MX5		0,742
MX4		0,730
Tổng phương sai trích		59,365%

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu điều tra của tác giả

Kết quả nghiên cứu cho thấy các thang đo hoạt động mua sắm xanh của DN có điểm trung bình từ 3,520 đến 3,703 điểm. Điều đó chứng tỏ hầu hết các DN được khảo sát chỉ mới bắt đầu thực hiện hoạt động mua xanh. Cụ thể, các DN hầu hết mới chỉ đang xem xét thực hiện mua sắm xanh hoặc đã thực hiện hoạt động mua sắm xanh với một số NCC. Trong bảy hoạt động thực hành mua sắm xanh, hoạt động được đánh giá cao nhất liên quan đến việc MX9 “Công ty đánh giá, lựa chọn NCC dựa trên các tiêu chí môi trường cụ thể” với giá trị trung bình tương ứng là 3,703. Sau đó, là hoạt động MX8 “Công ty khảo sát trực tiếp (hoặc gián tiếp) về các khía cạnh môi trường và hoạt động môi trường của NCC” và MX4 “Công ty gửi các tiêu chuẩn kỹ thuật thiết kế sản phẩm đầu vào cho các NCC, trong đó có tiêu chuẩn về môi trường” với giá trị trung bình lần lượt là 3,588 và 3,576. Hoạt động có giá trị trung bình thấp nhất (3,520) là MX5 “Công ty đánh giá nhà cung cấp cấp hai (nhà cung cấp của nhà cung cấp) về thực hành thân thiện môi trường” (Bảng 6).

Bảng 6. Giá trị trung bình thang đo hoạt động mua sắm xanh của doanh nghiệp

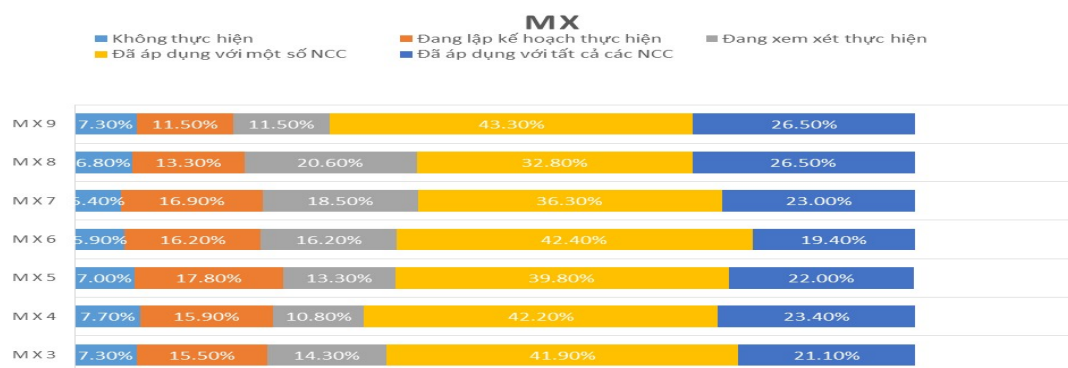
Mã	Thang đo	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
MX3	Công ty hợp tác với các nhà cung cấp vì mục tiêu môi trường	3,541	1,191
MX4	Công ty gửi các tiêu chuẩn kỹ thuật thiết kế sản phẩm đầu vào cho các nhà cung cấp, trong đó có tiêu chuẩn về môi trường	3,576	1,224
MX5	Công ty đánh giá nhà cung cấp cấp hai (nhà cung cấp của nhà cung cấp) về thực hành thân thiện môi trường.	3,520	1,213

Mã	Thang đo	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
MX6	Công ty yêu cầu nhà cung cấp của mình phải có hệ thống quản lý môi trường (environment management system - EMS)	3,534	1,147
MX7	Công ty yêu cầu nhà cung cấp của mình phải có chứng nhận hệ thống quản lý môi trường (EMS), như ISO 14001	3,546	1,171
MX8	Công ty khảo sát trực tiếp (hoặc gián tiếp) về các khía cạnh môi trường và hoạt động môi trường của nhà cung cấp	3,588	1,204
MX9	Công ty đánh giá, lựa chọn nhà cung cấp dựa trên các tiêu chí môi trường cụ thể	3,703	1,186

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu điều tra của tác giả

Trong số 427 DN điều tra thì có khoảng 6% đến 7,7% các DN không thực hiện hoạt động mua sắm xanh và 11,5% đến 17,8% các DN đang lập kế hoạch để thực hiện hoạt động này. Nhìn chung, có 60% đến 75% DN đã và đang thực hiện mua sắm xanh. Cụ thể, 41,9% DN hợp tác với một số nhà cung cấp vì mục tiêu môi trường; 42,2% DN gửi các tiêu chuẩn thiết kế sản phẩm đầu vào cho một số NCC trong đó có tiêu chuẩn về môi trường; 42,4% DN yêu cầu một số NCC phải có hệ thống quản lý môi trường (EMS) và 43,3% DN thực hiện đánh giá, lựa chọn một số NCC dựa trên các tiêu chí môi trường cụ thể (ví dụ: tiêu chí về công nghệ xanh, cam kết quản lý, năng lực xanh, hình ảnh xanh, tiêu thụ tài nguyên và thiết kế sinh thái hay đào tạo nhân lực về vấn đề môi trường).

Cũng theo kết quả thống kê, chỉ có 19,4% DN yêu cầu tất cả các NCC phải có hệ thống quản lý môi trường; 21,1% DN hợp tác với tất cả các NCC vì mục tiêu môi trường; 22% DN đánh giá tất cả NCC cấp 2 của NCC; 23% DN yêu cầu tất cả NCC của mình phải có chứng nhận ISO14001 và nhiều nhất là 26,5% DN đánh giá lựa chọn tất cả các NCC dựa trên tiêu chí môi trường cụ thể (Hình 1).



Hình 1. Mức độ thực hiện hoạt động mua sắm xanh của các doanh nghiệp tại Việt Nam

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu điều tra của tác giả

4.4 Đánh giá sự khác biệt về hoạt động mua sắm xanh theo đặc điểm của doanh nghiệp

Như đã phân tích ở trên, hoạt động mua sắm xanh của các DN có thể chịu ảnh hưởng của các yếu tố liên quan đến đặc điểm của DN như: loại hình DN, thị trường của DN, lĩnh vực hoạt động của DN và quy mô DN. Do đó, trong phần nghiên cứu tiếp theo, để trả lời câu hỏi nghiên cứu: “Có hay không sự khác biệt về hoạt động mua sắm xanh các yếu tố đầu vào theo đặc điểm DN tại Việt Nam?”, tác giả sử dụng phương pháp phân tích phương sai một nhân tố xác định, One-way ANOVA.

Bảng 7. Kết quả đánh giá sự khác biệt về hoạt động mua sắm xanh theo đặc điểm doanh nghiệp

				Giá trị trung bình	p
MX	<---	LHDN	DN nhà nước	3,23	0,000
			DN tư nhân	3,57	
			DN FDI	3,77	
MX	<---	TT	Thị trường trong nước	3,28	0,000
			Thị trường nước ngoài	3,75	
			Cả 2	3,58	
MX	<---	LVHD	Sản xuất	3,59	0,877
			Thương mại, dịch vụ	3,56	
			Cả 2	3,53	
MX	<---	QMDN	DN siêu nhỏ	3,22	0,000
			DN nhỏ	3,51	
			DN vừa	3,57	
			DN lớn	4,01	

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu điều tra của tác giả

Kết quả phân tích (Bảng 7) cho thấy:

- *Loại hình DN*: có sự khác biệt về hoạt động mua sắm xanh giữa DN nhà nước, DN tư nhân và DN FDI, với giá trị $p = 0,000 < 0,05$. Trong đó, hoạt động mua sắm xanh ở DN FDI là cao nhất, tiếp đó là đến DN tư nhân và thấp nhất là ở nhóm DN nhà nước với giá trị trung bình lần lượt là: 3,77; 3,57 và 3,23. Do đó, giả thuyết H1 được chấp nhận.

- *Thị trường hoạt động của DN*: tác động có ý nghĩa thống kê đến MX ($p = 0,000 < 0,05$). Cụ thể, các DN chỉ có thị trường nước ngoài thực hiện hoạt động mua sắm xanh nhiều hơn các DN chỉ có thị trường với giá trị trung bình lần lượt là 3,75 và 3,28. Do đó, giả thuyết H2 được chấp nhận.

- *Lĩnh vực hoạt động của DN*: có tác động chưa rõ ràng đến MX ($p = 0,877 > 0,05$). Các DN sản xuất thực hiện mua sắm xanh nhiều hơn không đáng kể so với các DN thương mại, dịch vụ. Giả thuyết H3 không được chấp nhận.

- *Quy mô DN*: Tác giả căn cứ vào Điều 6 Nghị định số 39/2018/NĐ - CP để phân chia loại hình DN lớn, DN vừa và nhỏ, DN siêu nhỏ dựa trên tiêu chí doanh thu của

DN. Trong đó: DN lớn là các DN có doanh thu trên 300 tỷ đồng/ năm; DN vừa có doanh thu từ 100 đến 300 tỷ đồng/ năm; DN nhỏ có doanh thu từ 10 đến 100 tỷ đồng/ năm và DN siêu nhỏ có doanh thu không quá 10 tỷ đồng/năm. Kết quả nghiên cứu cho thấy quy mô DN tác động có ý nghĩa thống kê đến MX ($p = 0,000 < 0,05$). Các DN lớn thực hiện mua xanh nhiều hơn so với các DN còn lại với giá trị trung bình của hoạt động mua sắm xanh lần lượt là: DN lớn (4,01), DN vừa (3,57), DN nhỏ (3,51) và DN siêu nhỏ (3,22). Do đó, giả thuyết H4 được chấp nhận.

5. Kết luận

Kết quả nghiên cứu đã xác định rằng các hoạt động mua sắm xanh của DN tại Việt Nam khá đa dạng và các DN này mới đang ở giai đoạn đầu trong quá trình thực hiện mua sắm xanh. Bên cạnh đó, có sự khác biệt về thực hành mua sắm xanh theo đặc điểm của DN. Thứ nhất, có sự khác biệt trong thực hiện mua sắm xanh giữa DN FDI với DN nhà nước và DN tư nhân. Thứ hai, có sự khác biệt về hoạt động mua sắm xanh giữa các DN phân theo thị trường hoạt động. Trong đó, các DN cung cấp sản phẩm, dịch vụ cho thị trường nước ngoài thực hiện mua xanh nhiều hơn các DN cung cấp sản phẩm, dịch vụ cho thị trường trong nước. Thứ ba, có sự khác biệt về mua xanh giữa các nhóm phân theo quy mô DN. Trong đó, nhóm DN có quy mô lớn (doanh thu trên 300 tỷ) có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê so với tất cả các nhóm DN có quy mô nhỏ, vừa và siêu nhỏ.

Nghiên cứu này đã đạt được các mục tiêu ban đầu đề ra là đánh giá thực trạng hoạt động mua sắm xanh của các DN tại Việt Nam và tìm hiểu sự khác biệt về hoạt động mua xanh giữa các nhóm DN. Tuy nhiên, nghiên cứu vẫn còn những hạn chế nhất định. Cụ thể, do hạn chế về nguồn lực nên mô hình lý thuyết này chỉ được kiểm định với 427 DN chủ yếu trên địa bàn Hà Nội, TP. HCM và một số tỉnh lân cận. Mô hình cần được kiểm định ở các tỉnh thành khác để gia tăng tính tổng quát hóa của kết quả nghiên cứu. Bên cạnh đó, nghiên cứu mới chỉ thực hiện đánh giá chung về hoạt động mua sắm xanh của các DN tại Việt Nam mà chưa xem xét đến mối quan hệ giữa thực hành mua sắm xanh và kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của DN, cũng như các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động này. Đây có thể là hướng cho các nghiên cứu tiếp theo.

Tài liệu tham khảo

- Aberdeen Group. (2008), *Building a green supply chain: Social responsibility for fun and profit*, March 2008.
- Bowen, F.E. (2002), "Does size matter? Organizational slack and visibility as alternative explanations for environmental responsiveness", *Business and Society*, Vol. 41 No. 1, pp. 118 - 124.
- Bowen, F.E., Cousins, P.D., Lamming, R.C. & Faruk, A.C. (2002), "Horses for Courses: explaining the gap between the theory and practice of green supply", *Greener Management International*, Vol. 35, pp. 41 - 60.
- Carter, C.R. & Carter, J.R. (1998), "Interorganizational determinants of environmental purchasing: Initial evidence from the consumer products industries", *Decision Sciences*, Vol. 29 No. 3, pp. 659 - 684.
- Carter, C.R. & Ellram, L.M. (1998), "Reverse logistics: a review of the literature and framework for future investigation", *Journal of Business Logistics*, Vol. 19 No. 1, pp. 85 - 102..
- Chính phủ. (2016), *Quyết định 76/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình hành động quốc gia về sản xuất và tiêu dùng bền vững đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 do Thủ tướng Chính phủ*, ban hành ngày 11/01/2016.

- ElTayeb, T.K., Zailani, S. & Jayaraman, K. (2010), “The examination on the drivers for green purchasing adoption among EMS 14001 certified companies in Malaysia”, *Journal of Manufacturing Technology Management*, Vol. 21 No. 2, pp. 206 - 225.
- Five Winds International. (2003), “*Green Procurement: Good Environmental Stories for North Americans*”, <http://www.fivewinds.com>, truy cập ngày 16/06/2019.
- Foster, S.T., Sampson S.E. & Dunn S.C. (2000), “The impact of customer contact on environmental initiatives for service firms”, *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 20 No. 2, pp. 187 - 203
- Green, K., Morton, B. & New, S. (1996), “Purchasing and environmental management: interaction, policies and opportunities”, *Business Strategy & the Environment*, Vol. 5 No. 3, pp. 188 - 197.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2006), *Multivariate Data Analysis*, tái bản lần thứ 6, Prentice Hall.
- Hamner, B. (2006), “Effects of Green Purchasing Strategies on Supplier Behaviour”, in Sarkis, J. (Ed.): *Greening the Supply Chain*, Chapter 2, pp. 25 - 37, Springer, London.
- Handfield, R.B., Walton, S.V., Seegers, L.K. & Melnyk, S.A. (1997), “Green value chain practices in the furniture industry”, *Journal of Operations Management*, Vol. 15, pp. 293 - 315.
- Jimenez, J.B. & Lorente, J.J.C. (2001), “Environmental performance as an operations objective”, *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 21 No. 12, pp. 1553 - 1572.
- Johnson, P., Leenders, M. & McCue, C. (2003), “A comparison of purchasing’s organisational roles and responsibilities in the public and private sector”, *Journal of Public Procurement*, Vol. 3 No. 1, pp. 57 - 74.
- Kannan, G., Noorul Haq, A., Sasikumar, P. & Arunachalam, S. (2008), “Analysis and selection of green suppliers using interpretative structural modelling and analytic hierarchy process”, *International Journal of Management and Decision Making*, Vol. 9 No. 2, pp. 163 - 182.
- Knight, L., Caldwell, N.D., Harland, C. & Telgen, J. (2003), “Academic report from the 1st International Research Study on Public Procurement”, *Centre for Research in Strategic Purchasing and Supply*, University of Bath, UK.
- Lambert, D.M. & Cooper, M.C. (2000), “Issues in supply chain management”, *Industrial Marketing Management*, Vol. 29 No. 1, pp. 65 - 83.
- Lamming, R. & Hampson, J. (1996), “The environment as a supply chain management issue”, *British Journal of Management*, Vol.7, pp. 45 - 62.
- Lê, M.A. (2016), “Chương trình hành động quốc gia về sản xuất và tiêu dùng bền vững”, *Tạp chí Môi trường*, số 2/2016, <http://tapchimoitruong.vn>, truy cập ngày 15/06/2019.
- Lee, C.Y. (2009), “Competition favors the prepared firm: firms’ R&D responses to competitive market pressure”, *Research Policy*, Vol. 38 No. 5, pp. 861 - 870.
- Luu, Q.Đ. (2015), “Kinh nghiệm quốc tế về mua sắm công xanh”, *Tạp chí Quản lý Kinh tế*, Số 73, tr. 40 - 45.
- Min, H. & Galle, W.P. (2001), “Green purchasing practices of US firms”, *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 21 No. 9, pp. 1222 - 1238.

- Moch, M.K. & Morse, E.V. (1997), "Size, centralization and organizational adoption of innovation", *American Sociological Review*, Vol. 42 No. 4, pp. 716 - 725.
- Nguyễn, B.M. (2016), "Chuỗi cung ứng xanh - giải pháp kinh doanh bền vững, thân thiện với môi trường", *Tạp chí Môi trường*, Số 2, tr. 38 - 42.
- Nguyễn, T.D.Q. (2013), *Phân tích các nhân tố ảnh hưởng tới hành vi tiêu dùng sản phẩm túi thân thiện với môi trường của siêu thị BigC Huế*, Khóa luận tốt nghiệp, Trường Đại học Kinh tế - Đại học Huế.
- Nunally, I.H. & Burstein, J.C. (1994), *Psychometric Theory*, tái bản lần thứ 3, McGraw-Hill, New York.
- Quayle, M. (1998), "The impact of strategic procurement in the UK government sector", *International Journal of Public Sector Management*, Vol. 11 No. 5, pp. 397 - 413.
- Rao, P. & Holt, D. (2005), "Do green supply chains lead to competitiveness and economic performance?", *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 25 No. 9, pp. 898 - 916.
- Stock, J.R. (1998), "Development and implementation of reverse logistics programs", *Council of Logistics Management*, Oak Brook, IL.
- Vũ, A.D. (2015), "Cơ sở hạ tầng logistics với việc thực hiện chuỗi cung ứng xanh của doanh nghiệp", <http://vnp.edu.vn/images/stories/su%20kien/2015-06-05-seminar-stbi-Co-so-ha-tang-logistic-va-thuc-hien-tang-truong-xanh.pdf>, truy cập ngày 30/12/2019.
- Walker, H., Sisto, L.D. & McBain, D. (2008), "Drivers and barriers to environmental supply chain management: lessons from the public and private sectors", *Journal of Purchasing & Supply Management*, Vol. 14 No. 1, pp. 69 - 85.
- Walton, S.V., Handfield, R.B. & Melnyk, S.A. (1998), "The green supply chain: Integrating suppliers into environmental management processes", *The Journal of Supply Chain Management*, Vol. 34 No. 2, pp. 2 - 11.
- Zhu, Q., Geng, Y. & Lai, K.H. (2010), "Circular economy practices among Chinese manufacturers varying in environmental-oriented supply chain cooperation and the performance implications", *Journal of Environmental Management*, Vol. 91 No. 6, pp. 1324 - 1331.
- Zhu, Q. & Sarkis, J. (2004), "Relationships between operational practices and performance among early adopters of green supply chain management practices in Chinese manufacturing enterprises", *Journal of Operations Management*, Vol. 22 No. 3, pp. 265 - 289.
- Zsidisin, G.A. & Hendrick, T.E. (1998), "Purchasing's involvement in environmental issues: a multi-country perspective", *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 98 No. 7, pp. 313 - 320.
- Zsidisin, G.A. & Siferd S.P. (2001), "Environmental purchasing: a framework for theory development", *European Journal of Purchasing & Supply Management*, Vol. 7 No. 1, pp. 61 - 73.