

# Phát triển dịch vụ theo hướng kinh tế xanh: Nghiên cứu trường hợp tỉnh Trà Vinh

Nguyễn Thị Minh Hòa<sup>1\*</sup>, Hà Tuấn Anh<sup>2</sup>, Lê Hải Yến<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Trường Đại học Lao động - Xã hội, 43 Trần Duy Hưng, phường Yên Hòa, Hà Nội, Việt Nam

<sup>2</sup>Đại học Kinh tế Quốc dân, 207 Giải Phóng, phường Bạch Mai, Hà Nội, Việt Nam

<sup>3</sup>Trường Kinh tế Tài chính, Trường Đại học Thủ Dầu Một, 6 Trần Văn Ôn, phường Phú Lợi, TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam

Ngày nhận bài 21/3/2025; ngày chuyển phân biện 24/3/2025; ngày nhận phân biện 14/4/2025; ngày chấp nhận đăng 18/4/2025

## **Tóm tắt:**

Phát triển dịch vụ theo hướng kinh tế xanh của tỉnh Trà Vinh (trước sáp nhập) được phản ánh từ nghiên cứu thực nghiệm tại 137 doanh nghiệp trong ngành dịch vụ, cùng ý kiến đánh giá của 102 cán bộ trong các cơ quan quản lý nhà nước. Kết quả cho thấy: (1) Các hoạt động kinh doanh chưa thực sự tiến tới phát triển xanh bởi từ khâu sử dụng nguyên liệu đầu vào tới khâu xử lý đầu ra chưa được triển khai một cách thực chất nhằm mục tiêu thân thiện với môi trường; (2) Công tác giám sát, thanh kiểm tra chưa phát huy được sức mạnh, do đó dẫn tới hiệu quả thực thi thân thiện với môi trường chưa cao; (3) Chính sách thuế/phi, hỗ trợ tiếp cận vốn trong phát triển xanh đối với doanh nghiệp dịch vụ chưa được triển khai tốt, vẫn còn nhiều hạn chế, mặc dù đây là công cụ hữu hiệu nhằm thúc đẩy tăng trưởng xanh. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất một số khuyến nghị nhằm thúc đẩy phát triển dịch vụ theo hướng kinh tế xanh tại khu vực này trong tương lai.

**Từ khóa:** doanh nghiệp dịch vụ, hoạt động thân thiện với môi trường, kinh tế xanh.

**Chỉ số phân loại:** 5.2, 5.4, 5.13

## Developing services towards green economy: Case study of Tra Vinh province

Thi Minh Hoa Nguyen<sup>1\*</sup>, Tuan Anh Ha<sup>2</sup>, Hai Yen Le<sup>3</sup>

<sup>1</sup>University of Labour and Social Affairs, 43 Tran Duy Hung Street, Yen Hoa Ward, Hanoi, Vietnam

<sup>2</sup>National Economics University, 207 Giai Phong Street, Bach Mai Ward, Hanoi, Vietnam

<sup>3</sup>School of Economics and Finance, Thu Dau Mot University, 6 Tran Van On Street, Phu Loi Ward, Ho Chi Minh City, Vietnam

Received 21 March 2025; revised 14 April 2025; accepted 18 April 2025

## **Abstract:**

The development of services towards a green economy in Tra Vinh province (prior to the merger) is reflected from empirical research conducted on 137 enterprises in the service sector and evaluation opinions of 102 officials in state management agencies. The results show that: (1) Business activities have not progressed towards green development, as the processes from the use of input materials to output treatment have not been implemented in a substantial way with an environmentally friendly goal; (2) Monitoring, supervision and inspection work have not yet been effectively leveraged, which may lead to low efficiency in implementing environmentally friendly practices; (3) Tax or fee policies, along with support for capital access in green development for service enterprises have not been well implemented, and still have many limitations although these are effective tools to promote green growth. Thereby, several recommendations are proposed to promote the development of services towards a green economy in Tra Vinh province in the future.

**Keywords:** environmentally friendly operations, green economy, service enterprises.

**Classification numbers:** 5.2, 5.4, 5.13

\*Tác giả liên hệ: Email: nguyenthiminhhoa1212@yahoo.com

## 1. Mở đầu

Thời gian qua, sự tương tác giữa thương mại, đặc biệt là thương mại quốc tế và môi trường đã nhận được sự quan tâm của các tổ chức, quốc gia trên toàn thế giới [1-5]. Vấn đề thương mại và môi trường không phải là một vấn đề mới. Theo phân tích của C.F. Bergsten (1973) [6], “các vấn đề môi trường ảnh hưởng đến nền kinh tế thế giới thông qua sự di chuyển của các sản phẩm ô nhiễm trong thương mại quốc tế, sự khác biệt trong các quy tắc quốc gia điều chỉnh (hoặc bỏ qua) nội dung ô nhiễm của quá trình sản xuất và hoạt động của các nước công nghiệp ảnh hưởng đến các nước khác thông qua việc thay đổi chính môi trường”.

Ở tầm vĩ mô, thương mại và môi trường được xem xét trên bình diện giữa các quốc gia, khu vực, tuy nhiên, từ bản chất của thương mại - hoạt động trao đổi, các mối quan hệ giữa thương mại và môi trường cũng có thể áp dụng khá tương đồng ở tầm vi mô (giữa các tỉnh/thành phố, địa phương).

Trà Vinh (trước sáp nhập) là một tỉnh ven biển Đồng bằng sông Cửu Long, sở hữu nhiều tiềm năng phát triển dịch vụ theo hướng kinh tế xanh với 65 km bờ biển, 15 di tích văn hoá - lịch sử và 142 ngôi chùa Khmer. Cơ cấu kinh tế tỉnh đã chuyển dịch tích cực trong giai đoạn 2010-2024: nông nghiệp giảm từ 59,9 xuống 27,3%; công nghiệp - xây dựng tăng từ 14,7 lên 38,6%; dịch vụ tăng từ 25,4 lên 29,0% [7]. Với lợi thế tự nhiên và văn hoá, dịch vụ được định hướng trở thành động lực phát triển bền vững. Mục tiêu đến năm 2030, khu vực dịch vụ chiếm khoảng 35% GRDP, trở thành động lực thúc đẩy kinh tế xanh [8].

Đồng thời, Trà Vinh cũng xác định quan điểm phát triển dịch vụ theo hướng “nhanh, đa dạng, hiện đại và bền vững, bảo đảm chất lượng ngày càng cao phục vụ phát triển kinh tế - xã hội” [9]. Năm 2022, tỉnh đứng đầu cả nước về chỉ số xanh cấp tỉnh PGI (17,67 điểm), nhưng đến năm 2024, dù điểm số tăng lên 25,81 vẫn tụt xuống hạng 23 [10]. Với lợi thế về nông nghiệp, thủy sản, du lịch sinh thái và năng lượng tái tạo, Trà Vinh đã ban hành Kế hoạch hành động tăng trưởng xanh đến năm 2030 [9]. Tuy nhiên, tỉnh vẫn đối mặt các hạn chế như hạ tầng xử lý rác thải chưa đồng bộ, sản phẩm du lịch sinh thái nhỏ lẻ, thiếu cơ chế chứng nhận nông sản xanh và hạn chế năng lực hỗ trợ kỹ thuật cho năng lượng tái tạo [11]. Trong bối cảnh Đồng bằng sông Cửu Long chịu rủi ro lớn từ biến đổi khí hậu và xâm nhập mặn [12], phát triển dịch vụ xanh trở thành yêu cầu cấp thiết để giảm tổn thương, tạo sinh kế mới, thu hút đầu tư và nâng cao năng lực thích ứng.

Bài báo phân tích một số khía cạnh trong việc phát triển dịch vụ theo hướng kinh tế xanh từ góc nhìn của doanh nghiệp và cơ quan quản lý nhà nước tại Trà Vinh (trước khi sáp nhập địa giới hành chính). Qua đó khám phá các vấn đề cần giải quyết, nhằm đề xuất một số khuyến nghị góp phần hoàn thiện/bổ sung cho mục tiêu phát triển xanh của địa phương nói riêng và quốc gia nói chung.

## 2. Tổng quan tình hình nghiên cứu

Trong nghiên cứu phát triển bền vững, dịch vụ được nhìn nhận là hoạt động phi vật chất nhưng tạo giá trị kinh tế - xã hội, đồng thời giữ vai trò trung tâm trong thương mại và kinh tế xanh [13]. Trên cơ sở đó, marketing xanh được xem là công cụ định hướng hành vi tiêu dùng và nâng cao hình ảnh doanh nghiệp thông qua việc gắn kết yếu tố môi trường vào sản phẩm, dịch vụ [14]. Kinh tế xanh, với trọng tâm là tiết kiệm tài nguyên, giảm phát thải và bảo đảm lợi ích cộng đồng, được hiện thực hóa thông qua năng lượng tái tạo, quản lý chất thải và công nghệ xanh [15]. Như vậy, phát triển dịch vụ xanh không chỉ phản ánh xu thế thị trường mà còn là cơ chế thúc đẩy mục tiêu phát triển bền vững.

Thuật ngữ “tiếp thị xanh” được sử dụng để chỉ các nỗ lực của tổ chức trong việc thiết kế, quảng bá, định giá và phân phối sản phẩm theo hướng không gây hại đến môi trường [16]. Doanh nghiệp lựa chọn triển khai các chương trình tiếp thị xanh dựa trên một số trọng tâm, bao gồm: (1) Phát triển các dịch vụ nhằm bảo tồn năng lượng và tài nguyên thiên nhiên trong quá trình sản xuất [17]; (2) Xây dựng quảng cáo và thông điệp truyền thông phản ánh trung thực cam kết bảo vệ môi trường [18]; (3) Định giá sản phẩm xanh theo cách cân bằng giữa khả năng chi trả của người tiêu dùng và mức độ sẵn sàng trả thêm cho lợi ích môi trường [19]; (4) Giảm thiểu chất ô nhiễm và tối ưu hóa việc sử dụng tài nguyên trong khâu vận chuyển [20].

Trong bối cảnh hướng tới nền kinh tế xanh, các doanh nghiệp thường tập trung vào ba nhóm hoạt động chủ yếu: tái sử dụng, tái chế và giảm thiểu (3R - reusing, recycling, reducing). Những thực hành này nhằm kiểm soát lượng chất thải và hạn chế khai thác quá mức tài nguyên thiên nhiên. Cụ thể, tái sử dụng được thể hiện qua việc áp dụng bao bì có thể nạp lại; tái chế thông qua thu hồi vật liệu từ sản phẩm đã qua sử dụng; giảm thiểu bằng cách tiết kiệm năng lượng trong quy trình sản xuất. Đối với lĩnh vực dịch vụ, hoạt động giảm thiểu còn bao gồm việc tái chế hoặc tái thiết kế quy trình nhằm hạn chế tối đa tác động tiêu cực đến môi trường.

“Xanh hóa dịch vụ”: Nếu trong sản xuất vật chất, tác động sinh thái dễ nhận diện do sử dụng nhiều nguyên liệu và tạo ra chất thải, thì ở lĩnh vực dịch vụ, ảnh hưởng đến môi trường thường ít được nhìn thấy rõ ràng. Bản chất của dịch vụ là quá trình vô hình, dễ hỏng, không lưu trữ, không đồng nhất, được sản xuất và tiêu dùng đồng thời [21], đặt ra thách thức cho các tổ chức trong việc thể hiện cam kết xanh.

Tuy quy mô dịch vụ chủ yếu gắn với các sản phẩm vô hình, song những yếu tố hữu hình và đặc biệt là cách thức thiết kế, vận hành quy trình dịch vụ có thể tạo ra tác động sinh thái đáng kể. Tương tự sản xuất công nghiệp, nhiều loại dịch vụ vẫn tiêu tốn tài nguyên và phát sinh chất thải. Do đó, tối ưu hóa quy trình để sử dụng hiệu quả hơn các nguồn lực không chỉ giúp giảm thiểu ô nhiễm mà còn mang lại lợi ích môi trường bền vững.

Kinh tế dịch vụ mang tính đa ngành, đa dạng và phức hợp. Nhiều cách tiếp cận đã được phát triển để phân loại lĩnh vực này, trong đó có các hệ thống phân loại của Hiệp hội Tiếp thị Hoa Kỳ và

SERVMARK [22]. Theo đó, dịch vụ được chia thành 10 nhóm cơ bản: chăm sóc sức khỏe; tài chính; dịch vụ chuyên nghiệp; khách sạn, lữ hành và du lịch; thể thao, nghệ thuật và giải trí; khu vực công, bán công và phi lợi nhuận; phân phối vật chất và cho thuê; giáo dục và nghiên cứu; viễn thông; cùng các dịch vụ cá nhân và bảo trì/sửa chữa. Mỗi nhóm lại bao hàm nhiều dịch vụ chuyên biệt, ví dụ như dịch vụ chuyên nghiệp có thể bao gồm y tế, pháp lý, kiến trúc, nha khoa, kế toán và nhiều ngành nghề khác.

Từ sự đa dạng này có thể thấy, việc áp dụng rộng rãi các thực hành xanh trong khu vực dịch vụ hứa hẹn mang lại những tác động tích cực đáng kể đối với môi trường, góp phần thúc đẩy quá trình chuyển đổi sang nền kinh tế xanh.

Tiếp cận tổng thể về chất lượng/điểm chuẩn môi trường là một phương thức quan trọng để định hướng quá trình “xanh hóa” các dịch vụ. Khi nền kinh tế toàn cầu, bao gồm cả các quốc gia phát triển và đang phát triển, ngày càng chuyên dịch theo hướng dịch vụ, vấn đề tác động môi trường trong quá trình cung ứng dịch vụ ngày càng được quan tâm sâu rộng và đánh giá cần trọng.

Mặc dù khái niệm “dịch vụ xanh” thoạt nhìn có vẻ trừu tượng, song thực chất không hoàn toàn như vậy. Về bản chất, dịch vụ được hiểu là các hoạt động kinh tế tạo ra giá trị và mang lại lợi ích cho khách hàng tại những thời điểm, địa điểm xác định, nhằm tạo ra sự thay đổi mong muốn cho - hoặc thay mặt - người nhận dịch vụ [23]. Mặc dù yếu tố vô hình là đặc tính cốt lõi của dịch vụ, phần lớn các dịch vụ vẫn phụ thuộc ở những mức độ khác nhau vào các thành phần hữu hình để mang lại lợi ích [24]. Điều này cho thấy, dịch vụ luôn gắn bó mật thiết với việc tiêu thụ tài nguyên vật chất và năng lượng. Do đó, phát triển bền vững trong lĩnh vực dịch vụ đòi hỏi phải hạn chế sử dụng những đầu vào tiêu tốn năng lượng, phát thải cao, hoặc tạo ra chất thải khó phân hủy và gây ô nhiễm trong suốt vòng đời cung ứng.

Xét theo một số chỉ báo môi trường, chẳng hạn như khối lượng chất thải nguy hại, có thể thấy các ngành dịch vụ tạo ra những tác động gián tiếp đáng kể đối với toàn bộ nền kinh tế, ngay cả khi mức phát thải trực tiếp của chúng tương đối hạn chế. Một số khảo sát thực nghiệm cho thấy, người tiêu dùng chi tiêu cho hàng hóa có thể cao hơn khoảng 25% so với chi tiêu cho dịch vụ, song tác động môi trường từ sản xuất hàng hóa chỉ chiếm khoảng 2/3 so với các hoạt động dịch vụ [25].

Không chỉ các lĩnh vực có sự gắn kết rõ rệt với vật chất như vận tải, cung ứng năng lượng, vệ sinh môi trường, du lịch, khách sạn hay nhà hàng, mà ngay cả những ngành tương chừng phi vật chất như hành chính, tài chính, bất động sản hay thương mại điện tử cũng tiêu tốn các yếu tố vật lý như giấy, mực in, điện năng và nước trong quá trình vận hành. Điều này cho thấy, tác động môi trường của dịch vụ mang tính đa chiều và khó giới hạn.

Một số hoạt động cơ bản mà ngành dịch vụ có thể ảnh hưởng đến môi trường theo một số phương thức quan trọng, cụ thể: (1) Giảm đầu vào tài nguyên trong hoạt động của doanh nghiệp như thông qua các chương trình tiết kiệm năng lượng; (2) Giảm việc sử dụng tài nguyên từ phía doanh nghiệp cũng như từ phía người tiêu

dùng, bằng cách thay thế các dịch vụ hoặc hoạt động có lợi cho môi trường hơn; (3) Thu gom rác thải sau sử dụng...

Hoạt động quản lý nhà nước để sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng thân thiện với môi trường: Chính sách và kỹ thuật môi trường có xu hướng tập trung vào các quá trình có nồng độ ô nhiễm cao được đo bằng lượng phát thải đến các phương tiện khác nhau hoặc lượng khí thải (quy đổi) trên một đơn vị sản phẩm [26]. Các ngành dịch vụ có xu hướng bị bỏ qua trong việc xây dựng chính sách môi trường vì mức phát thải được cho là tương đối thấp của chúng tại thời điểm phát sinh. Ngoài ra, các ngành dịch vụ thường thiếu một đơn vị sản xuất được xác định rõ ràng, do đó rất khó để đánh giá hoạt động tương đối của chúng theo thời gian hoặc giữa các công ty.

Nhà nước thiết lập những khuôn khổ pháp lý phù hợp nhằm định hướng phát triển kinh tế theo hướng tăng trưởng xanh, thông qua việc ban hành thể chế, cơ chế, chính sách phù hợp sẽ đóng vai trò tạo môi trường khuyến khích xanh hóa nền kinh tế. Khuôn khổ pháp lý này có thể xác định quyền và tạo động lực định hướng hoạt động kinh tế xanh, cũng như loại bỏ rào cản đối với các khoản đầu tư xanh và điều tiết những hành vi thiếu bền vững, có hại tới môi trường, bằng cách tạo ra các tiêu chuẩn tối thiểu hoặc ngăn cấm hoàn toàn một số hoạt động. Hơn nữa, khuôn khổ pháp lý đầy đủ giúp giảm thiểu nguy cơ rủi ro trong kinh doanh, cũng như tăng độ tin cậy của nhà đầu tư vào thị trường.

Những khoản trợ cấp xanh như biện pháp hỗ trợ giá, ưu đãi thuế, trợ cấp trực tiếp và hỗ trợ vay vốn có thể là đòn bẩy mạnh mẽ để chuyển đổi sang nền kinh tế xanh. Bên cạnh những khoản trợ cấp xanh, cần hạn chế chi tiêu và trợ cấp trong những lĩnh vực làm cạn kiệt nguồn vốn tự nhiên.

Việt Nam đã xây dựng khung chính sách toàn diện về kinh tế xanh và tăng trưởng xanh, nổi bật là Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn 2050 hướng tới tái cấu trúc kinh tế theo hướng xanh, giảm phát thải và sử dụng hiệu quả tài nguyên. Để triển khai cụ thể các mục tiêu xanh, Chính phủ đã ban hành các Kế hoạch hành động quốc gia giai đoạn 2014-2020 (Quyết định số 403/QĐ-TTg ngày 20/3/2014) và giai đoạn 2021-2030 (Quyết định số 882/QĐ-TTg ngày 22/7/2022).

Song song với đó, Chính phủ cũng ban hành các chiến lược liên quan như Chiến lược biến đổi khí hậu đến năm 2050 (Quyết định số 896/QĐ-TTg ngày 26/7/2022), Chiến lược bảo vệ môi trường đến 2030 (Quyết định số 450/QĐ-TTg ngày 13/4/2022), Chiến lược phát triển năng lượng tái tạo đến 2030 (Quyết định số 2068/QĐ-TTg ngày 25/11/2015), nhằm thúc đẩy tái cấu trúc kinh tế theo hướng bền vững. Đặc biệt, tại Hội nghị thượng đỉnh về biến đổi khí hậu của Liên hợp quốc năm 2021 (COP26) Việt Nam cam kết đạt phát thải ròng bằng “0” vào năm 2050, thúc đẩy cơ chế huy động nguồn lực tài chính xanh, tín dụng xanh và năng lượng sạch nhằm hỗ trợ chuyển đổi kinh tế xanh.

Bên cạnh việc ban hành và thực thi quy định của pháp luật, ở tầm thực tiễn, Nhà nước sử dụng thuế và các công cụ dựa vào thị trường để thay đổi ưu tiên của người tiêu dùng, thúc đẩy đầu tư

xanh và cải tiến công nghệ. Thuế và các công cụ dựa vào thị trường là một phương thức hiệu quả nhằm kích thích đầu tư. Ngoài ra, để công cuộc phát triển xanh đạt hiệu quả, công tác tuyên truyền, giáo dục, nâng cao nhận thức trong các ngành, các cấp, các tầng lớp nhân dân về tăng trưởng xanh trong xu thế hội nhập hiện nay cần được coi trọng và phải song hành với hoạt động thanh tra, kiểm tra của các cơ quan chức năng, vận động nhân dân tích cực giám sát các doanh nghiệp, các cơ sở sản xuất - kinh doanh trong việc tuân thủ pháp luật về tài nguyên, môi trường [27].

### 3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu phân tích một số hoạt động xanh trong ngành dịch vụ, dựa trên thông tin thu thập từ 137 doanh nghiệp trong ngành dịch vụ và các ý kiến đánh giá của 102 cán bộ trong các cơ quan quản lý nhà nước về kinh doanh, cung cấp dịch vụ thân thiện với môi trường.

Phương pháp chọn mẫu: Thuận tiện, tuy nhiên cần đảm bảo một số tiêu chí, như: cơ cấu về giới tính, địa bàn, vị thế... không quá thiên lệch.

Đối với các doanh nghiệp, yêu cầu người trả lời phải nắm vững thông tin của doanh nghiệp (chủ doanh nghiệp hoặc người quản lý), trong trường hợp không tiếp cận được hoặc không hợp tác, đổi sang doanh nghiệp khác. Đối với các cán bộ quản lý nhà nước, phải đảm bảo cả 3 cấp: xã/phường, quận/huyện và tỉnh.

Tham vấn ý kiến của Sở Kế hoạch và Đầu tư (trước sáp nhập), Sở Lao động - Thương binh và Xã hội (trước sáp nhập) để lập danh sách địa bàn, doanh nghiệp cũng như cơ quan quản lý chính quyền. Người thu thông tin là những cán bộ của Sở Lao động - Thương binh và Xã hội (3 người), sinh viên (10 người) đã qua tập huấn về khảo sát.

**Bảng 1. Đặc điểm của mẫu đại diện doanh nghiệp dịch vụ và cán bộ quản lý nhà nước.**

| Chỉ báo             | Doanh nghiệp dịch vụ          |           | Cán bộ quản lý nhà nước |           |       |
|---------------------|-------------------------------|-----------|-------------------------|-----------|-------|
|                     | Số lượng                      | Tỷ lệ (%) | Số lượng                | Tỷ lệ (%) |       |
| Giới tính           | Nữ                            | 54        | 39,4                    | 47        | 46,1  |
|                     | Nam                           | 83        | 60,6                    | 55        | 53,9  |
| Nhóm tuổi           | Dưới 25                       | 3         | 2,2                     | 1         | 1,0   |
|                     | Từ 25 đến 34                  | 43        | 31,4                    | 30        | 29,4  |
|                     | Từ 35 đến 54                  | 76        | 55,5                    | 66        | 64,7  |
|                     | 55 trở lên                    | 15        | 10,9                    | 5         | 4,9   |
| Chuyên môn kỹ thuật | Trung học phổ thông trở xuống | 23        | 16,8                    | 0         | 0,0   |
|                     | Sơ/trung cấp                  | 6         | 4,4                     | 2         | 2,0   |
|                     | Cao đẳng                      | 10        | 7,3                     | 3         | 2,9   |
|                     | Đại học và sau đại học        | 98        | 71,5                    | 97        | 95,1  |
| Địa bàn             | Thành thị                     | 78        | 56,9                    | 42        | 41,2  |
|                     | Nông thôn                     | 59        | 43,1                    | 60        | 58,8  |
| Tổng                |                               | 137       | 100,0                   | 102       | 100,0 |

Nguồn: Nhóm tác giả.

Trong mẫu khảo sát (bảng 1) có sự tương đồng tỷ lệ theo giới tính, nhưng lại nghịch đảo theo địa bàn của người trả lời giữa doanh nghiệp và cơ quan quản lý nhà nước. Nếu như nam giới đại diện cho doanh nghiệp chiếm 60,6%, thì ở nhóm đại diện cho các cơ quan quản lý nhà nước, tỷ lệ này thấp hơn không nhiều (53,9%). Người đại diện cơ quan quản lý nhà nước hiện sinh sống tại thành thị chiếm 41,2%, trong khi đó con số này ở nhóm doanh nghiệp là 56,9%.

Phần lớn người trả lời thuộc khối doanh nghiệp cũng như cơ quan quản lý nhà nước đều trong độ tuổi 35-54 (tỷ lệ tương ứng 55,5 và 64,7%), tiếp đến là nhóm trẻ hơn, 25-34 tuổi (tỷ lệ tương ứng 31,4 và 29,4%).

Đại đa số cán bộ quản lý có trình độ chuyên môn kỹ thuật “đại học và sau đại học” (95,1%), cao hơn so với nhóm doanh nghiệp có trình độ tương ứng (71,5%). Đặc biệt, tại các doanh nghiệp dịch vụ, vẫn tồn tại tỷ lệ chưa qua đào tạo, có học vấn từ trung học phổ thông trở xuống, chiếm tới 16,8%.

Cho dù có sự khác biệt, sự phân bố của mẫu không hoàn toàn thiên lệch sang một phía (ví dụ quá lệch sang nam hay thành thị và ngược lại), vì vậy các ý kiến vẫn phản ánh thực trạng và có thể cho phép so sánh nhận định từ phía doanh nghiệp, cũng như từ phía cơ quan quản lý nhà nước.

Bộ công cụ hỗ trợ nhằm lượng hóa các giá trị nhân tố được kế thừa từ những kết quả của các nghiên cứu đã được công bố trên những tạp chí khoa học uy tín, đơn cử như từ thang đo Dịch vụ xanh tiếp tục được phát triển. Bộ công cụ sau khi xây dựng được lấy ý kiến của các chuyên gia, nhà nghiên cứu và cán bộ quản lý nhằm hoàn thiện nội dung, đảm bảo phù hợp với bối cảnh cũng như các chiến lược, chính sách của Nhà nước Việt Nam. Các chỉ báo liên quan đến thực hành thân thiện với môi trường (trong đó một số nội dung liên quan tiếp thị xanh và 3R - bảng 2 và 3) trong lĩnh vực dịch vụ được khảo sát từ hai nhóm đối tượng: doanh nghiệp và cán bộ quản lý nhà nước. Thang đo Likert từ 1 đến 5 được sử dụng, trong đó 1 biểu thị “hoàn toàn không đồng ý”, 5 biểu thị “hoàn toàn đồng ý”, và 3 là mức trung lập (không phản đối cũng không đồng ý). Thang đo đánh giá các hoạt động quản lý nhà nước với các biểu thị từ “1 - rất kém”, “2 - kém”, “3 - bình thường”, “4 - tốt” và “5 - rất tốt”.

Nghiên cứu này vận dụng phương pháp kết hợp định tính và định lượng nhằm bảo đảm tính toàn diện, độ tin cậy và giá trị khoa học của kết quả. Trước hết, nghiên cứu tiến hành rà soát tài liệu và nghiên cứu định tính để xây dựng khung lý thuyết, thiết kế công cụ khảo sát, đồng thời hiệu chỉnh công cụ dựa trên ý kiến chuyên gia, nhà nghiên cứu trong lĩnh vực phát triển xanh và cán bộ quản lý ở địa phương. Tiếp đó, phương pháp định lượng được triển khai nhằm kiểm chứng, đo lường và so sánh mức độ đánh giá của cán bộ quản lý nhà nước và doanh nghiệp đối với các hoạt động thân thiện với môi trường. Việc kết hợp hai nhóm đối tượng khảo sát không chỉ giúp đảm bảo tính khách quan trong đánh giá mà còn làm rõ những khác biệt trong nhận thức, từ đó cung cấp cơ sở thực tiễn cho việc hoạch định và phát triển dịch vụ thân thiện với môi trường trên địa bàn tỉnh Trà Vinh.

## 4. Kết quả và bàn luận

### 4.1. Đánh giá về hoạt động thân thiện với môi trường phân theo thành thị, nông thôn

#### 4.1.1. Đánh giá của doanh nghiệp kinh doanh, cung cấp dịch vụ về hoạt động thân thiện với môi trường

Nhìn chung, điểm số về các hoạt động thân thiện với môi trường được phía doanh nghiệp đánh giá chưa thực sự tích cực (bảng 2). Ngoại trừ hoạt động “doanh nghiệp thường sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường”, các hoạt động còn lại có điểm số đánh giá cao nhất chỉ đạt 3,51. Điều này cho thấy, các hoạt động thân thiện với môi trường trong lĩnh vực dịch vụ mới dừng ở mức trung tính, chưa thể hiện sự tích cực rõ rệt. Đặc biệt, có hoạt động bị bản thân các doanh nghiệp đánh giá dưới mức trung bình, như “doanh nghiệp đã ít nhất chuyển đổi sản xuất, kinh doanh một sản phẩm theo hướng xanh”. Điều này phản ánh rằng, doanh nghiệp có nhận thức nhất định nhưng việc triển khai còn hạn chế, thiếu tính đột phá và chưa tạo ra hiệu quả nổi bật.

**Bảng 2. Đánh giá của doanh nghiệp kinh doanh, cung cấp dịch vụ hoạt động thân thiện với môi trường phân theo thành thị/nông thôn.**

| Hoạt động thân thiện với môi trường   | Số lượng  | Trung bình | Độ lệch chuẩn | Sai số chuẩn | T-test P-value |      |
|---|-----------|------------|---------------|--------------|----------------|------|
| 1. Doanh nghiệp thường sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường   | Thành thị | 78         | 4,12          | ,581         | ,066           | ,002 |
|   | Nông thôn | 59         | 3,76          | ,751         | ,098           |      |
| 2. Doanh nghiệp thường sử dụng nguyên liệu tái chế, giảm sử dụng nguyên liệu thô  | Thành thị | 78         | 3,26          | ,653         | ,074           | ,180 |
|   | Nông thôn | 59         | 3,08          | ,836         | ,109           |      |
| 3. Doanh nghiệp hoàn toàn không sử dụng túi ni lông khó phân hủy và các sản phẩm nhựa dùng một lần  | Thành thị | 78         | 3,04          | ,763         | ,086           | ,550 |
|   | Nông thôn | 59         | 3,12          | ,790         | ,103           |      |
| 4. Doanh nghiệp thường có chương trình định hướng, hướng dẫn khách hàng lựa chọn sử dụng sản phẩm thân thiện với môi trường, bảo vệ an toàn cho người sử dụng | Thành thị | 78         | 3,42          | ,861         | ,097           | ,036 |
|   | Nông thôn | 59         | 3,10          | ,904         | ,118           |      |
| 5. Doanh nghiệp đã ít nhất chuyển đổi sản xuất, kinh doanh một sản phẩm theo hướng xanh (thân thiện với môi trường)   | Thành thị | 78         | 2,99          | 1,179        | ,133           | ,223 |
|   | Nông thôn | 59         | 2,75          | 1,092        | ,142           |      |
| 6. Doanh nghiệp thường thu hồi sản phẩm thải bỏ sau sử dụng của khách hàng  | Thành thị | 78         | 3,51          | ,818         | ,093           | ,221 |
|   | Nông thôn | 59         | 3,34          | ,822         | ,107           |      |

Nguồn: Nhóm tác giả.

Để xem xét có hay không tồn tại sự khác biệt về nhận định của bản thân các doanh nghiệp đối với những hoạt động thân thiện với môi trường theo thành thị/nông thôn, các kiểm định được tiến hành. Kết quả cho thấy, các nhận định của người chủ/quản lý doanh nghiệp đối với các hoạt động thân thiện với môi trường trong lĩnh vực dịch vụ có khác biệt khi so sánh theo thành thị/nông thôn với 2/6 nội dung có sự khác biệt đáng kể (P-value của kiểm định T-test < 0,05).

Hơn nữa, dễ dàng nhận thấy, dường như các doanh nghiệp ở thành thị tiến hành các hoạt động thân thiện với môi trường tốt hơn so với ở nông thôn. Đáng chú ý, hai hoạt động là “doanh nghiệp thường sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường” và “doanh nghiệp thường có chương trình định hướng, hướng dẫn khách hàng lựa chọn sử dụng sản phẩm thân thiện với môi trường, bảo vệ an toàn cho người sử dụng” được các doanh nghiệp tại nông thôn đánh giá thấp hơn đáng kể so với doanh nghiệp thành thị.

#### 4.1.2. Đánh giá của cán bộ trong cơ quan quản lý nhà nước về hoạt động thân thiện với môi trường trong ngành dịch vụ

Để có cái nhìn đa dạng hơn đối với việc thực hiện hoạt động thân thiện với môi trường trong lĩnh vực dịch vụ tại Trà Vinh, các đánh giá của cán bộ trong cơ quan quản lý nhà nước cũng được xem xét (bảng 3). Các hoạt động sản xuất, kinh doanh và cung cấp dịch vụ thân thiện với môi trường được cán bộ đánh giá ở mức trên trung bình, song mức độ ghi nhận chưa thật sự cao, với điểm số tối đa chỉ đạt 3,67. Điều này một lần nữa cho thấy rằng, các doanh nghiệp và đơn vị cung ứng dịch vụ đã có những nỗ lực nhất định trong việc áp dụng các biện pháp xanh, tuy nhiên mức độ thực thi còn hạn chế, chưa đạt được đồng thuận cao, thiếu hệ thống và chưa được coi trọng đúng mức. Cá biệt, “doanh nghiệp thường xử lý chất thải” tại các doanh nghiệp ở nông thôn là hoạt động yếu kém nhất, bị đánh giá dưới điểm trung bình (chỉ đạt 2,95 điểm).

**Bảng 3. Đánh giá của cán bộ về kinh doanh, cung cấp dịch vụ thân thiện với môi trường trong lĩnh vực dịch vụ phân theo thành thị/nông thôn.**

| Hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ   | Số lượng  | Trung bình | Độ lệch chuẩn | Sai số chuẩn | T-test P-value |       |
|--|-----------|------------|---------------|--------------|----------------|-------|
| Doanh nghiệp thường sử dụng nguyên nhiên liệu đầu vào thân thiện                         | Thành thị | 42         | 3,64          | ,692         | ,107           | ,841  |
|  | Nông thôn | 60         | 3,62          | ,613         | ,079           |       |
| Doanh nghiệp thường sử dụng công nghệ kinh doanh, cung cấp dịch vụ thân thiện môi trường | Thành thị | 42         | 3,67          | ,687         | ,106           | 1,000 |
|  | Nông thôn | 60         | 3,67          | ,601         | ,078           |       |
| Doanh nghiệp thường đưa ra sản phẩm/ dịch vụ thân thiện môi trường                       | Thành thị | 42         | 3,50          | ,707         | ,109           | ,395  |
|  | Nông thôn | 60         | 3,61          | ,526         | ,068           |       |
| Doanh nghiệp thường giảm thiểu mức độ phát thải chất thải và khí thải                    | Thành thị | 42         | 3,29          | ,750         | ,117           | ,947  |
|  | Nông thôn | 60         | 3,28          | ,640         | ,083           |       |
| Doanh nghiệp thường xử lý chất thải  | Thành thị | 42         | 3,05          | ,697         | ,108           | ,399  |
|  | Nông thôn | 60         | 2,95          | ,467         | ,060           |       |

Nguồn: Nhóm tác giả.

Số liệu cho thấy, các chỉ báo về hoạt động kinh doanh, cung cấp dịch vụ thân thiện với môi trường trong lĩnh vực dịch vụ được các cán bộ đánh giá khá đồng nhất, không có sự khác biệt đáng kể nào giữa các cán bộ ở thành thị và nông thôn (P-value của kiểm định T-test đều > 0,05).

Điều này cho thấy, không giống như ý kiến từ phía doanh nghiệp, các ý kiến của cán bộ trong cơ quan quản lý nhà nước về hoạt động thân thiện với môi trường trong lĩnh vực dịch vụ không phụ thuộc vào vị trí địa lý. Thậm chí, có hoạt động được cả cán bộ hiện ở nông thôn cũng như thành thị đánh giá cùng một giá trị điểm số (thường sử dụng công nghệ kinh doanh, cung cấp dịch vụ thân thiện môi trường với 3,67 điểm).

Hoạt động thân thiện với môi trường được các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh trong lĩnh vực dịch vụ tại thành thị đánh giá tích cực nhất là “doanh nghiệp thường sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường” với điểm số trung bình lên tới 4,12 điểm. Trong khi đó, với nội dung tương tự, cả các cán bộ trong cơ quan quản lý nhà nước ở thành thị cũng như nông thôn đánh giá ở mức độ khiêm tốn hơn, chỉ 3,6 điểm.

#### 4.2. Nhận định về hoạt động quản lý nhà nước để sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng thân thiện với môi trường

Kết quả bảng 4 cho thấy, ý kiến đánh giá của cả người chủ/quản lý doanh nghiệp kinh doanh, dịch vụ và cán bộ về các hoạt động quản lý nhà nước để sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng thân thiện với môi trường ở Trà Vinh đều ở mức độ trên trung bình tới tương đối khá. Điểm số đánh giá của đại diện doanh nghiệp trong lĩnh vực dịch vụ đối với công tác quản lý nhà nước dao động từ 3,0 tới 3,62 (chênh lệch 0,62 điểm). Trong khi đó, đánh giá của các cán bộ trong cơ quan quản lý nhà nước đối với những hoạt động quản lý của chính họ nhằm hỗ trợ hoạt động thân thiện với môi trường cũng có biên độ dao động không nhỏ, ở mức từ 3,14 đến 3,89 (chênh lệch 0,75 điểm). Đáng lưu ý, đối với tất cả các hoạt động của cơ quan quản lý nhà nước nhằm thúc đẩy hoạt động thân thiện với môi trường nói chung, đánh giá của người chủ/quản lý doanh nghiệp trong lĩnh vực dịch vụ đều thấp hơn so với đánh giá của các cán bộ.

**Bảng 4. Đánh giá của doanh nghiệp dịch vụ và cán bộ về hoạt động quản lý nhà nước (từ “1 - rất kém” đến “5 - rất tốt”).**

| Hoạt động   | Điểm trung bình          |                      |                   |
|---|--------------------------|----------------------|-------------------|
|   | Doanh nghiệp dịch vụ (1) | Quản lý nhà nước (2) | Khác biệt (3=2-1) |
| 1. Ban hành và thực thi các quy định của pháp luật liên quan sản xuất và tiêu dùng thân thiện với môi trường                                  | 3,62                     | 3,74                 | 0,12              |
| 2. Công tác tuyên truyền các quy định của pháp luật và chính sách liên quan sản xuất, tiêu dùng thân thiện với môi trường cho người dân và DN | 3,56                     | 3,89                 | 0,33              |
| 3. Giám sát việc thực thi các quy định của pháp luật liên quan sản xuất và tiêu dùng thân thiện với môi trường                                | 3,37                     | 3,38                 | 0,01              |
| 4. Thanh kiểm tra và xử lý vi phạm quy định liên quan sản xuất và tiêu dùng thân thiện với môi trường   | 3,23                     | 3,29                 | 0,06              |
| 5. Hỗ trợ DN tiếp cận và huy động nguồn vốn từ các quỹ tín dụng xanh, các chương trình đầu tư xanh  | 3,35                     | 3,61                 | 0,26              |
| 6. Quy định hạn ngạch tiêu thụ điện, nước, nguồn nguyên liệu tự nhiên   | 3,61                     | 3,76                 | 0,15              |
| 7. Quy định hạn ngạch xả thải (khí thải, nước thải...)  | 3,40                     | 3,61                 | 0,21              |
| 8. Ưu đãi thuế đối với doanh nghiệp xanh  | 3,08                     | 3,35                 | 0,27              |
| 9. Chính sách thuế/phi bảo vệ môi trường  | 3,00                     | 3,16                 | 0,16              |
| 10. Chính sách thuế tài nguyên  | 3,09                     | 3,14                 | 0,05              |
| 11. Thuế nhằm hạn chế sản xuất, tiêu dùng các sản phẩm gây nguy hại đối với môi trường  | 3,09                     | 3,17                 | 0,08              |
| Số lượng  | 137                      | 102                  |                   |

Nguồn: Nhóm tác giả.

Những khác biệt điểm số đánh giá lớn nhất ở hai nhóm doanh nghiệp và cán bộ đối với các hoạt động quản lý nhà nước và nghiêng về phía cán bộ trong việc hỗ trợ doanh nghiệp thúc đẩy thực hành thân thiện với môi trường là “Công tác tuyên truyền các quy định của pháp luật và chính sách liên quan sản xuất và tiêu dùng thân thiện với môi trường cho người dân và doanh nghiệp” (0,36 điểm), “Ưu đãi thuế đối với doanh nghiệp xanh” (0,27 điểm), “Hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận và huy động nguồn vốn từ các quỹ tín dụng xanh, các chương trình đầu tư xanh” (0,26 điểm) và “Quy định hạn ngạch xả thải (khí thải, nước thải...)” (0,21 điểm). Trong khi đó, có nhiều hoạt động có khác biệt này chỉ đạt 0,01 điểm, cho thấy tính đồng nhất trong đánh giá của cả doanh nghiệp và cán bộ đối với công tác quản lý nhà nước trong việc thúc đẩy doanh nghiệp dịch vụ thực hành xanh.

Dễ dàng nhận thấy, những hoạt động có điểm đánh giá thấp nhất liên quan đến chính sách thuế ở cả hai nhóm doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ và cơ quan quản lý nhà nước. Hơn nữa, ở cả hai nhóm cũng có sự thống nhất khá cao, người chủ/quản lý doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ đánh giá khá đồng nhất (3,08 đến 3,09), thì đánh giá của các cán bộ trong cơ quan quản lý nhà nước dù có khác biệt nhưng không lớn (3,14 đến 3,35). Như vậy có thể nói rằng, chính sách thuế, phí đối với các hoạt động liên quan đến môi trường đều được cả các doanh nghiệp và các cán bộ đánh giá khá “hội tụ”, chung quan điểm: chưa mạnh.

Tương tự, mặc dù điểm số đánh giá của hai nhóm đối với các hoạt động “giám sát” và “thanh kiểm tra” có nhỉnh hơn chút ít so với “chính sách thuế”, nhưng mức chênh lệch giữa các nhóm không đáng kể, phản ánh sự tương đồng trong nhận định. Đáng lưu ý, đây vẫn là lĩnh vực được cả hai nhóm xếp hạng thấp thứ hai, với điểm trung bình tương ứng đối với “giám sát” và “thanh kiểm tra” là 3,37 và 3,23 ở nhóm doanh nghiệp và 3,38 và 3,29 ở nhóm cán bộ.

“Hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận và huy động nguồn vốn từ các quỹ tín dụng xanh, các chương trình đầu tư xanh” là hoạt động được cả hai nhóm đánh giá ở mức thấp thứ ba. Điều này cho thấy, hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận vốn trong phát triển xanh cũng chưa được coi trọng đúng mức.

## 5. Kết luận và khuyến nghị

### 5.1. Kết luận

Đánh giá của doanh nghiệp kinh doanh, cung cấp dịch vụ và cán bộ trong cơ quan quản lý nhà nước về hoạt động thân thiện với môi trường cho thấy, các doanh nghiệp và đơn vị cung ứng dịch vụ đã có những nỗ lực nhất định trong việc áp dụng các biện pháp xanh, tuy nhiên mức độ thực thi còn hạn chế, chưa đạt được đồng thuận cao, thiếu hệ thống và chưa được coi trọng đúng mức, nhất là hoạt động thu gom và xử lý rác thải. Bên cạnh đó, công tác giám sát và thanh kiểm tra chưa phát huy hiệu quả; chính sách thuế và phí, mặc dù được xem là công cụ hữu hiệu để thúc đẩy tăng trưởng xanh, nhưng quá trình triển khai còn nhiều hạn chế; các hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp ngành dịch vụ tiếp cận nguồn vốn phục vụ phát triển xanh chưa được chú trọng đúng mức.

## 5.2. Khuyến nghị

Trong tiến trình thực hiện mục tiêu tăng trưởng xanh, phát triển doanh nghiệp dịch vụ “xanh” là yêu cầu cấp bách. Các doanh nghiệp này vừa cung cấp dịch vụ thân thiện môi trường, góp phần giảm phát thải và sử dụng hiệu quả tài nguyên, vừa thúc đẩy đổi mới mô hình kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh và tạo việc làm bền vững. Đồng thời, doanh nghiệp dịch vụ “xanh” còn khẳng định giá trị thương hiệu, kiểm soát chi phí, thu hút khách hàng và phát triển theo hướng kinh doanh có trách nhiệm, qua đó củng cố vị thế trong nền kinh tế địa phương bền vững. Để đạt mục tiêu đó, tỉnh cần ban hành các chính sách hỗ trợ đồng bộ, tập trung vào những nội dung sau:

Khuyến khích doanh nghiệp dịch vụ tăng cường sử dụng nguyên liệu tái chế và giảm dần sự phụ thuộc vào nguyên liệu thô, tiến tới loại bỏ túi ni-lông và nhựa dùng một lần.

Cần có quy định và chế tài đủ mạnh để xử lý vi phạm sử dụng nguyên vật liệu gây ô nhiễm trong cung ứng dịch vụ, đồng thời có chính sách hỗ trợ doanh nghiệp dịch vụ trong việc tìm kiếm và chuyển đổi sang nguyên liệu thân thiện với môi trường.

Tăng cường giám sát, thanh tra, kiểm tra và xử lý nghiêm các vi phạm trong việc triển khai phát triển xanh trong lĩnh vực dịch vụ, nhằm đảm bảo tuân thủ và hiệu quả chính sách.

Điều chỉnh chính sách thuế, phí linh hoạt theo hướng tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp dịch vụ thực hiện phát triển xanh, củng cố niềm tin của các bên liên quan vào định hướng phát triển xanh.

Tăng cường hỗ trợ doanh nghiệp dịch vụ tiếp cận nguồn vốn xanh, đồng thời phân tích sâu các rào cản trong việc giảm phát thải và xử lý chất thải để đưa ra giải pháp phù hợp với điều kiện thực tế và có tính khả thi.

Thúc đẩy công tác tuyên truyền, nâng cao nhận thức xã hội về phát triển xanh; đầu tư cho công tác nghiên cứu khoa học để cung cấp cơ sở khoa học cho quản lý và hoạch định chính sách hiệu quả, hướng tới tăng trưởng xanh.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] U.N. Conference on Trade and Development (1992), *A New Partnership for Development: The Cartagena Commitment*.

[2] L. Patrick (1992), *International Trade and The Environment*, World Bank Discussion Papers, The World Bank.

[3] E. Dohlman (1990), *The Trade Effects of Environmental Regulation*, Organization for Economic Cooperation and Development.

[4] R. Robert (1994), *Trade and Sustainable Development*, United Nations Environment Programme Environment and Trade.

[5] K. Anderson, R. Blackhurst (1992), *The Greening of World Trade Issues*, University of Michigan Press, 456pp.

[6] C.F. Bergsten (1973), *The Future of The International Economic Order: An Agenda for Research*, London, England: D.C. Heath and Co, 357pp.

[7] Tra Vinh Provincial Statistics Office (2024), *Tra Vinh Statistical Yearbook 2010, Socio-Economic Situation Report in The Fourth Quarter and 2024* (in Vietnamese).

[8] People’s Committee of Tra Vinh Province (2021), *Decision No. 1090/QĐ-UBND, on Promulgating The Action Program to Implement The Overall Strategy for Developing Vietnam’s Service Sector for The 2021-2030 Period, with a Vision to 2050 in The Province (Program)* (in Vietnamese).

[9] People’s Committee of Tra Vinh Province (2023), *Summary Report on Tra Vinh Provincial Planning for The Period 2021-2030, Vision to 2050* (in Vietnamese).

[10] Vietnam Chamber of Commerce and Industry (2023, 2025), *Provincial Green Index 2022 and 2024*, [https://pcvietnam.vn/pgi/bang-xep-hang?region\\_id=0&pgi\\_cat\\_id=PGI\\_Score&year=2024](https://pcvietnam.vn/pgi/bang-xep-hang?region_id=0&pgi_cat_id=PGI_Score&year=2024), accessed 10 March 2025 (in Vietnamese).

[11] Tra Vinh Department of Natural Resources and Environment (2024), *Report on The Current Environmental Status of Tra Vinh Province in 2023, Urban Environment Topic* (in Vietnamese).

[12] World Bank & Vietnam Government (2024), *Viet Nam 2045 - Growing Greener: Pathways to a Resilient and Sustainable Future*.

[13] A. Cosbey (2011), *Trade, Sustainable Development and a Green Economy: Benefits, Challenges and Risks*, The Transition to a Green Economy: Benefits, Challenges and Risks from a Sustainable Development Perspective, 29pp.

[14] K. Peattie, M. Charter (2008), “Green marketing”, *The Marketing Book*, 5<sup>th</sup> Ed., Routledge, pp.726-756.

[15] Ministry of Natural Resources and Environment (2021), *Green Economic Development in Vietnam: Current Situation and Solutions* (in Vietnamese).

[16] W.M. Pride, O.C. Ferrell (1993), *Marketing*, 8<sup>th</sup> Ed., Houghton Mifflin, Boston, MA, 381pp.

[17] M.E. Porter (1991), “America’s green strategy”, *Scientific American*, **264**, DOI: 10.1038/scientificamerican0491-168.

[18] N. Kangun, L. Carlson, S.J. Grove (1991), “Environmental advertising claims: A preliminary investigation”, *Journal of Public Policy and Marketing*, **10**, pp.47-58, DOI: 10.1177/074391569101000203.

[19] L. Jay (1990), “Green about the tills: Markets discover the eco-consumer”, *Management Review*, **79**, pp.24-29.

[20] G. Bohlen, A. Diamantopolous, B. Schlegelmilch (1993), “Consumer perceptions of the environmental impact of an industrial service”, *Marketing Intelligence & Planning*, **11(1)**, pp.37-48, DOI: 10.1108/02634509310024155.

[21] V.A. Zeithaml, A. Parasuraman, L.L. Berry (1985), “Problems and strategies in services marketing”, *Journal of Marketing*, **49**, pp.33-46, DOI: 10.2307/1251563.

[22] R.P. Fisk, P. Tansuhaj (1985), *Services Marketing: An Annotated Bibliography*, American Marketing Association, Chicago, 256pp.

[23] C. Lovelock, J. Wirtz, H.T. Keh, et al. (2005), *Services Marketing in Asia 2E*, Prentice Hall, 496pp.

[24] G.L. Shostack (1977), “Breaking free from product marketing”, *Journal of Marketing*, **41**, pp.73-80, DOI: 10.2307/1250637.

[25] J. Rosenblum, A. Horvath, C. Hendrickson (2000), “Environmental implications of service industries”, *Environmental Science & Technology*, **34(22)**, pp.4669-4676, DOI: 10.1021/es9914083.

[26] B.R. Allenby (1999), *Industrial Ecology: Policy Framework and Implementation, Upper Saddle River, NJ*, Prentice-Hall, 320pp.

[27] N. Dong (2016), “Promoting the role of the State in promoting green economic development in Vietnam”, *South Vietnam Economic Studies Center*, <http://svoc.org.vn/index.php/nghien-cuu/Nghien-cuu-Trao-doi/Phat-huy-vai-tro-cua-Nha-nuoc-trong-thuc-day-phat-trien-kinh-te-xanh-o-Viet-Nam-54/>, accessed 12 December 2020 (in Vietnamese).