

“XANH HÓA” CHUỖI CUNG ỨNG – HƯỚNG PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG CHO CÁC DOANH NGHIỆP TRONG THỜI KỲ HỘI NHẬP

Nguyễn Thị Nguyệt Anh*, Lê Phan Hòa**

Đứng trước những biến đổi không ngừng của môi trường kinh doanh, đặc biệt các yếu tố thuộc môi trường tự nhiên như biến đổi khí hậu, sự khan hiếm tài nguyên, ô nhiễm nước, không khí, ... không chỉ Chính phủ mà các doanh nghiệp đã bắt đầu quan tâm tới vấn đề phát triển bền vững. Đây vừa là mục tiêu đặt ra trong tiến trình hội nhập quốc tế của Việt Nam, vừa là biện pháp để các tổ chức khi tham gia vào quá trình kinh doanh có thể đáp ứng cho nhu cầu hiện tại và tương lai lâu dài. Một trong những yếu tố tác động mạnh mẽ tới chiến lược phát triển bền vững của doanh nghiệp là việc hình thành chuỗi cung ứng xanh. Trong bài viết này, tác giả muốn đề cập đến ý nghĩa của việc “xanh hóa” chuỗi cung ứng và tổng quan nội dung cơ bản về “chuỗi cung ứng xanh”, đồng thời cũng đưa ra một số điển hình áp dụng mô hình phát triển bền vững này trên thế giới và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam.

Từ khóa: phát triển bền vững, môi trường kinh doanh, môi trường tự nhiên, chuỗi cung ứng, chuỗi cung ứng xanh và quản trị chuỗi cung ứng xanh.

1. Sự cần thiết của việc hình thành chuỗi cung ứng xanh

Bảo vệ môi trường đang trở thành một trong những vấn đề thuộc về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và được đưa vào hoạt động quản trị của nhiều doanh nghiệp. Sự cam kết về môi trường sẽ tạo ra những lợi thế cạnh tranh nhất định và góp phần thúc đẩy sự phát triển bền vững của mỗi doanh nghiệp trong bối cảnh hiện nay. Trong bối cảnh này, “xanh hóa” là thuật ngữ đang trở nên phổ biến trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Tuy nhiên, để thực hiện được điều đó, các nhà quản trị ở các doanh nghiệp cần biết họ cần thực hiện trách nhiệm với môi trường trong các quá trình hoạt động sản xuất nào của doanh nghiệp.

Trên thị trường hiện nay, phần lớn các doanh nghiệp đều có chuỗi cung ứng của mình. Tùy thuộc vào quy mô và đặc thù của doanh nghiệp, chuỗi cung ứng được hình thành dưới nhiều hình thức khác nhau, nhưng các thành phần cơ bản của một chuỗi cung ứng thường bao gồm: nhà cung ứng, hoạt động sản xuất, phân phối, khách hàng và các liên kết phổ biến giữa các yếu tố này. Hiện nay, nhiều doanh nghiệp nhận thấy rằng một trong những nhân tố quyết định sự phát triển không ngừng đó là

bảo vệ môi trường (Bajdor et al., 2011). Nhiều doanh nghiệp nhận ra rằng khách hàng và các đối tượng hữu quan khác không phải lúc nào cũng phân biệt giữa một công ty và đối tác trong chuỗi cung ứng. Ngoài ra, các công ty dẫn đầu trong một chuỗi cung ứng thường chịu trách nhiệm về các hậu quả môi trường của tất cả các tổ chức trong chuỗi cung ứng của mình (Rao and Holt, 2005; Kovács, 2008). Quản trị chuỗi cung ứng xanh (Green Supply Chain Management - GSCM) là khái niệm đang trở nên ngày một phổ biến, là việc thực hiện các kế hoạch và các hoạt động của một công ty lồng ghép với vấn đề môi trường vào quản lý chuỗi cung ứng (SCM) để cải thiện vấn đề bảo vệ môi trường của nhà cung cấp và khách hàng (Bowen et al., 2001). “Xanh hóa” chuỗi cung ứng là một trong ba vấn đề lớn của hoạt động quản lý chuỗi cung ứng bền vững bên cạnh các thước đo kinh tế và xã hội (Seuring and Müller, 2008). Một câu hỏi đặt ra là liệu các doanh nghiệp sản xuất, đặc biệt tại các nước đang phát triển có đang thực sự áp dụng GSCM vào thực tiễn hay không.

Việt Nam là một trong những nền kinh tế đang phát triển đáng chú ý trong khu vực và trên thế giới. Sau khi gia nhập Tổ chức thương mại thế giới, vấn đề toàn cầu hóa đang gây ra áp lực lớn hơn khiến

các doanh nghiệp Việt Nam phải quan tâm đến vấn đề cải thiện hoạt động bảo vệ môi trường. Đây là một trong những đóng góp đáng kể vào sự phát triển bền vững của doanh nghiệp nói chung và nền kinh tế nói riêng. Trong thực tiễn, các công ty đa quốc gia tại Việt Nam chủ yếu mua nguyên vật liệu và linh kiện từ nước của họ, hoặc các công ty nước ngoài khác đã có trụ sở tại Việt Nam; còn các doanh nghiệp Việt Nam có tương đối ít mối quan hệ cung cấp với các doanh nghiệp nước ngoài. Một trong những lý do chính cho vấn đề này là các sản phẩm từ các doanh nghiệp Việt Nam không thể đáp ứng cả hai yêu cầu về chất lượng và môi trường của các công ty nước ngoài. Mặt khác, mặc dù một số doanh nghiệp tận dụng vùng nguyên liệu có sẵn và thu mua nguyên liệu địa phương, nhưng vấn đề đặt ra hiện nay là đào tạo cho người nông dân về các tiêu chuẩn môi trường của sản phẩm. Thêm vào đó, tình trạng thiếu quan tâm đến quản lý môi trường tại các doanh nghiệp đã dẫn đến sự gia tăng mức độ ô nhiễm của tài nguyên đất, khí, nước tại địa phương, điển hình như trường hợp ô nhiễm sông Thị Vải do nhà máy Vedan gây ra. Tuy nhiên, bên cạnh những tiêu cực, nhiều doanh nghiệp sản xuất tại Việt Nam hiện đang trong quá trình “xanh hóa” như Honda, Samsung, Nokia, Asus. Mặc dù lý thuyết về quản trị chuỗi cung ứng xanh đã phát triển trong thập niên vừa qua và đang được ứng dụng tại các quốc gia đang phát triển nhưng hoạt động này vẫn còn ở giai đoạn khởi động tại Việt Nam.

2. Chuỗi cung ứng xanh và Quản trị chuỗi cung ứng xanh

Các doanh nghiệp sản xuất với mục đích chính là bảo vệ môi trường, đang cố gắng để tham gia vào quy trình cần thiết để chuyển đổi chuỗi cung ứng của họ sang chuỗi cung ứng xanh. Hiện nay, thuật ngữ “chuỗi cung ứng” được định nghĩa bởi nhiều tác giả, nhưng các định nghĩa khá giống nhau. Định nghĩa phổ biến và nổi tiếng được đưa ra bởi M.Christopher: “Chuỗi cung ứng là một mạng lưới của các tổ chức tham gia, thông qua các liên kết với các nhà cung cấp và khách hàng, bằng các quá trình, và các hoạt động khác nhau nhằm tạo ra một giá trị tăng thêm, được hình thành từ các sản phẩm và dịch vụ được tặng /phân phối /cung cấp cho người tiêu dùng cuối cùng” (Christopher, 1998). Trong khi đó, khái niệm đơn giản và ngắn gọn nhất do Lambert, Stock và Ellram đưa ra “chuỗi cung ứng là sự liên kết của các doanh nghiệp cung cấp sản phẩm và dịch vụ ra thị trường” (Lambert, Stock và Ellram, 2001). Mặt khác, một chuỗi cung ứng bao gồm tất cả các giai đoạn liên quan, trực tiếp hoặc gián tiếp, trong việc thực hiện một yêu cầu của khách hàng.

Nó không chỉ bao gồm các nhà sản xuất và nhà cung cấp, vận chuyển, kho bãi, nhà bán lẻ, mà bản thân khách hàng cũng tham gia vào chuỗi (Chopra và Meindl, 2003).

Nhờ nâng cao nhận thức về bảo vệ môi trường cho cả hai phía, (khách hàng và các công ty), số lượng các hoạt động trong chuỗi cung ứng gây hại cho môi trường sẽ giảm. Do đó phát sinh khái niệm gọi là “chuỗi cung ứng xanh”. Ngày nay, thị trường hàng hoá và dịch vụ có tính cạnh tranh cao, nhưng vẫn là một thị trường thu hút nhiều sự chú ý đến các khía cạnh bảo vệ môi trường khác nhau, chính từ quy định của chính phủ thông qua thái độ của người tiêu dùng đến vấn đề đạo đức kinh doanh. Các công ty phải đổi mới với sự cần thiết phải thay đổi triết lý hành động của họ (Beamon, 1999). Việc tạo ra chuỗi cung ứng xanh là một quá trình mà trong đó các khía cạnh môi trường được tính đến trong mọi hoạt động chuỗi cung ứng như: các quyết định liên quan đến tìm nguồn cung ứng nguyên vật liệu và vấn đề tạo ra các mối quan hệ lâu dài với các nhà cung cấp (Gilbert, 2001). Trong trường hợp một tổ chức đơn lẻ, sự hình thành của chuỗi cung ứng “xanh” làm cho nó một lợi thế cạnh tranh đáng kể trong việc giảm chi phí (để tạo ra thị trường mới cho các doanh nghiệp), tạo ra yếu tố hữu cơ nhiều hơn và hợp tác tốt hơn với các nhà cung cấp. Ở cấp quốc gia, chuỗi cung ứng xanh có thể giúp thay đổi khuynh hướng của thị trường trở nên “xanh” hơn, cùng với việc tạo ra các ưu đãi cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ để thực hiện đúng các hoạt động nhằm bảo vệ môi trường (Gilbert, 2001).

Hiện nay có khá nhiều định nghĩa về quản trị chuỗi cung ứng xanh, vào năm 2001, Vachon cùng cộng sự đã định nghĩa quản trị chuỗi cung ứng xanh là sự liên minh và tích hợp giữa quản trị môi trường và quản trị chuỗi cung ứng, hay quản trị chuỗi cung ứng xanh là việc thiết kế để kết hợp các cân nhắc về môi trường vào việc ra quyết định ở từng giai đoạn của quản lý nguyên vật liệu của một doanh nghiệp và chức năng hậu cần thông qua hoạt động xử lý rác thải sau tiêu dùng (Handfield, Sroufe và Walton, 2005). Trong một số trường hợp, quản trị chuỗi cung ứng xanh được định nghĩa như là một mối quan hệ mua bán “xanh” khá đơn giản giữa người mua và nhà cung cấp. Trong các trường hợp khác, khái niệm rộng hơn về “vòng khép kín” của chuỗi cung ứng được xem là một chu kỳ hậu cần không có điểm kết thúc của các vật liệu và các sản phẩm sử dụng lần đầu, tái sử dụng và quản lý từ trong nội bộ tới bên ngoài doanh nghiệp (Simpson và Power, 2005).

Gần đây nhất, nghiên cứu của Emmett và Sood

cho rằng “hoạt động của chuỗi cung ứng xanh đề cập đến bốn lĩnh vực được tìm thấy trong chuỗi cung ứng truyền thống, chẳng hạn như dòng hoạt động bên trên và dòng hoạt động bên dưới (upper and lower flows), và các hoạt động xảy ra trong quá trình tổ chức và hậu cần, tập trung vào các hoạt động như Thiết kế sản phẩm Xanh, Đóng gói và sản xuất Xanh. Các quy trình hậu cần được phân biệt bởi các hoạt động như Just –In –Time và Quản lý chất lượng” (Emmett và Sood, 2010).

Trên cơ sở tổng quan lý thuyết, vấn đề đặt ra là “Làm thế nào để “xanh hóa” chuỗi cung ứng của doanh nghiệp đang hoạt động?”.

3. “Xanh hóa” chuỗi cung ứng

Chuỗi cung ứng truyền thống được xác định như một quá trình sản xuất tích hợp từ khâu cung ứng vật liệu thô đến sản phẩm cuối cùng đến tay khách hàng thông qua hệ thống phân phối của doanh nghiệp. Hình 1 mô tả cấu trúc của một chuỗi cung ứng truyền thống.

Chuỗi cung ứng khi được “xanh hóa” được xem là chuỗi cung ứng mở rộng với sự ảnh hưởng từ các yếu tố môi trường tới sản phẩm và quy trình sản xuất. Hình 2 thể hiện mối quan hệ giữa các thành phần trong chuỗi cung ứng bằng nét liền và mối quan hệ mở rộng được thể hiện bằng nét đứt. Thành phần ký hiệu “W” (Waste) là rác hay chất thải được sản sinh trong quá trình hoạt động của chuỗi. Theo đó, với chuỗi cung ứng xanh, doanh nghiệp cần hình thành hai hoạt động điển hình là tái chế và tái sản xuất hay tái sử dụng. *Tái chế (Recycle)* là quá trình tập hợp các sản phẩm, linh kiện đã qua sử dụng hay các loại phế thải, sau đó tháo rời và phân loại nguyên vật liệu, cuối cùng là quá trình xử lý cho ra các sản phẩm, linh kiện và nguyên liệu đã tái chế. *Tái sử dụng (Re-use)* cũng bắt đầu từ việc thu thập các sản phẩm, linh kiện đã sử dụng nhưng sau đó lại được chọn để phân phối và bán lại. Do vậy, mặc dù toàn bộ giá trị của sản phẩm bị giảm đi so với giá trị ban đầu, xong không cần phải thêm vào quá trình xử

lý nào. *Tái sản xuất (Remanufacturing)* là quá trình bao gồm thu thập sản phẩm và linh kiện đã sử dụng, sau đó kiểm tra tình trạng hoạt động và sẽ thay thế hay làm lại một số bộ phận của các linh kiện đó. Khi đó, định dạng và công năng ban đầu vẫn giữ nguyên. Sản phẩm của quá trình này sẽ được kiểm tra, thử nghiệm với mục tiêu đạt được hay thậm chí vượt tiêu chuẩn so với sản phẩm gốc và cho ra một thương hiệu mới. Ưu điểm khác biệt của quá trình tái sản xuất so với hai quá trình trên là không làm giảm đi tổng giá trị của nguyên vật liệu đã sử dụng.

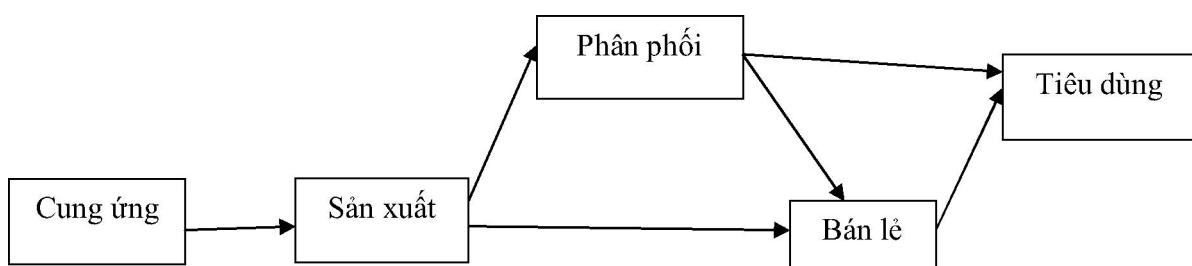
Do tính cấp thiết của vấn đề môi trường hiện nay, các doanh nghiệp đang hướng đến phát triển quản trị môi trường cho chuỗi cung ứng hay người ta còn dùng một cụm thuật ngữ khác đó là xanh hóa chuỗi cung ứng. Liên quan tới vấn đề này, các nghiên cứu đã chỉ ra rằng có nhiều yếu tố tác động vào quá trình xanh hóa chuỗi cung ứng đó là các chính sách về môi trường, sự thống nhất hoạt động thân thiện với môi trường trong các thành viên tham gia chuỗi cung ứng hay phát triển các sáng kiến xanh. Trong bài viết này chúng ta tập trung vào yếu tố chính sách môi trường và chiến lược của doanh nghiệp.

3.1. Về chính sách môi trường

Thứ nhất, đó là cải thiện sức ép từ dư luận. Khách hàng hiện nay phản ánh rằng việc đưa ra quyết định mua hàng bị ảnh hưởng bởi hình ảnh thân thiện với môi trường của doanh nghiệp. Hơn thế nữa, trong một số nghiên cứu thì có những khách hàng sẵn sàng chi trả mức cao hơn cho các sản phẩm thân thiện với môi trường. Như vậy, khách hàng đã ý thức về vấn đề môi trường trong hoạt động kinh doanh và yêu cầu các doanh nghiệp cần cải thiện vấn đề này mặc dù chi phí bỏ ra là rất lớn.

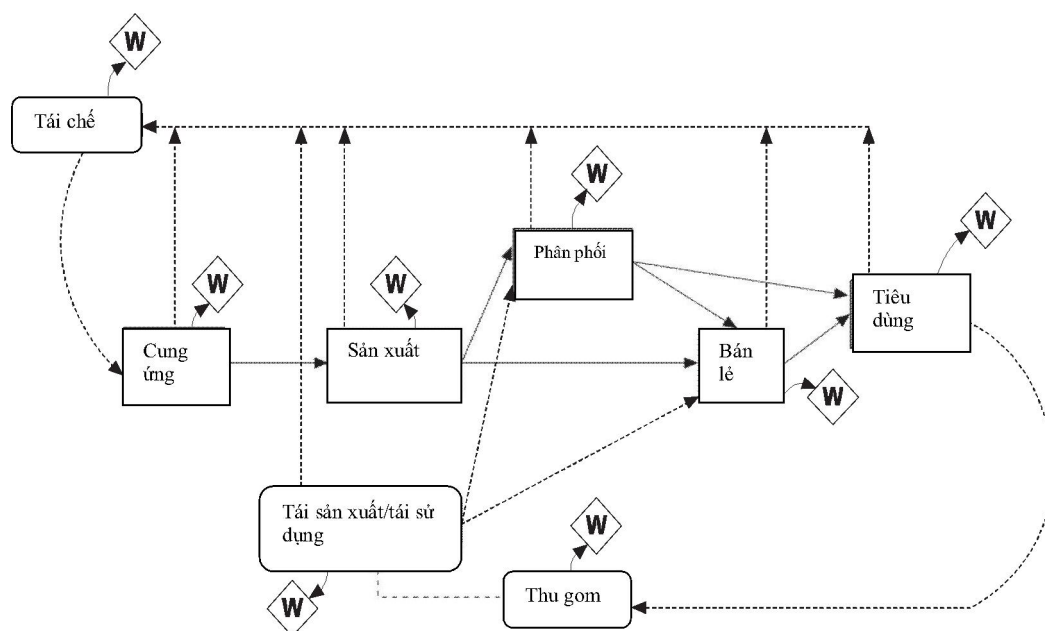
Thứ hai, cam kết thực hiện các văn bản pháp luật liên quan đến môi trường vì các văn bản này ra đời song hành với sự phát triển của nền kinh tế, nó liên quan tới việc các doanh nghiệp cần bảo vệ các nguồn tài nguyên và giảm thiểu ô nhiễm về nước, không khí, tiếng ồn.

Hình 1: Chuỗi cung ứng truyền thống



Nguồn: Benita M. Beamon, *Designing the green supply chain, Logistic Information Management, Vol-umn 12, Number 4, 1999, trg. 332-342*

Hình 2. Chuỗi cung ứng mở rộng



Nguồn: Benita M. Beamon, *Designing the green supply chain*, *Logistic Information Management*, Vol-umn 12, Number 4, 1999, trg. 332-342

Thứ ba, cần xây dựng bộ tiêu chuẩn về quản trị môi trường khi mà môi trường hoạt động kinh doanh luôn biến đổi và có nhiều mối quan tâm liên quan tới vấn đề môi trường. Vấn đề đặt ra ở đây là cần thiết để xây dựng và phát triển các chỉ dẫn và bộ tiêu chuẩn hoàn chỉnh để hướng các doanh nghiệp tới hoạt động kinh doanh bền vững. Hiện nay, trên thế giới, các doanh nghiệp đang được khuyến khích áp dụng bộ tiêu chuẩn về quản lý môi trường (ISO14000) do Tổ chức Tiêu chuẩn hóa quốc tế (ISO) ban hành nhằm giúp các doanh nghiệp giảm thiểu tác động gây tổn hại tới môi trường và thường xuyên cải tiến kết quả hoạt động về môi trường. Thông qua bộ tiêu chuẩn này, doanh nghiệp được khuyến khích tiếp cận các vấn đề về quản trị môi trường, nâng cao năng lực doanh nghiệp trong việc thực hiện các cam kết về môi trường và tháo bỏ rào cản thương mại khi các doanh nghiệp cùng tham gia vào chuỗi cung ứng và hoạt động thân thiện với môi trường.

3.2. Về chiến lược của doanh nghiệp

Thứ nhất, doanh nghiệp cần cân đối việc áp dụng chuỗi cung ứng xanh và mục tiêu của doanh nghiệp nhằm tạo ra giá trị chiến lược. Trước khi doanh nghiệp quyết định hình thành chuỗi cung ứng xanh cần phải xác định vai trò của yếu tố môi trường trong hoạt động kinh doanh của mình. Cụ thể, doanh nghiệp cần định hướng rõ mục tiêu kinh doanh: 1) Doanh nghiệp muốn tạo ra sự khác biệt hóa sản phẩm như sử dụng nguyên vật liệu tự nhiên hay sản phẩm được thiết kế nhằm mục đích giảm thiểu ô

niễm môi trường, 2) Tạo lợi thế cạnh tranh so với đối thủ, 3) Giảm thiểu chi phí, 4) Quản lý rủi ro, 5) Định nghĩa lại thị trường. Khi chương trình chuỗi cung ứng xanh chắc chắn phù hợp với mục tiêu của tổ chức sẽ xuất hiện thêm các chỉ số đánh giá sự thành công của doanh nghiệp, bao gồm: 1) Các chỉ số về môi trường trong Bảng điểm cân bằng, 2) Động lực cho hoạt động đổi mới, 3) Sự ủng hộ của các đối tượng hữu quan.

Thứ hai, doanh nghiệp cần đánh giá chuỗi cung ứng như một hệ thống dẫn đến việc tối ưu hóa chu kỳ sản xuất chịu sự tác động của môi trường: doanh nghiệp cần tối thiểu hóa các yếu tố đầu vào gồm nguyên vật liệu, năng lượng, vốn và yếu tố đầu ra là rác thải. Đồng thời với quá trình này là hoạt động tối đa hóa các yếu tố đầu ra là sản phẩm và lợi nhuận.

Thứ ba, các nhà quản trị cần xem quản trị chuỗi cung ứng xanh là động lực cải thiện quy trình hoạt động của tổ chức và cần tập trung vào mục tiêu giảm chi phí. Có thể nói, ô nhiễm và rác thải là đại diện cho việc sử dụng nguyên vật liệu không hoàn thiện, thiếu hiệu quả. Do vậy, hoạt động phân tích chuỗi cung ứng sẽ tạo ra cơ hội để các nhà quản lý nhìn lại các quy trình sản xuất, sử dụng nguyên vật liệu và những thiết kế quy trình vận hành của tổ chức. Việc ứng dụng chuỗi cung ứng xanh được xem là một dự án lớn đòi hỏi phải được định nghĩa rõ ràng về mặt giá trị kinh doanh đối với tổ chức vì khi đó dự án mới nhận được sự ủng hộ của các nhà quản trị cấp cao, đồng thời, giá trị được nhìn nhận rõ ràng sẽ giúp bảo

mật hoạt động mua... từ các tổ chức khác. Các chương trình về môi trường luôn bị đánh giá là yếu tố trung tâm ảnh hưởng đến chi phí. Bởi lẽ, các nguồn lực thân thiện với môi trường, an toàn, đảm bảo sức khỏe thường khan hiếm trong tổ chức. Bộ phận phụ trách về vấn đề này luôn là mục tiêu của các chương trình cắt giảm chi phí. Hơn nữa, nhiều nhà quản lý vẫn hiểu sai về tác động của chuỗi cung ứng xanh đối với các công việc của họ. Vì vậy, nếu không xác định được giá trị rõ ràng mà chuỗi cung ứng xanh mang lại thì dự án rất khó nhận được sự đồng tình của các cấp quản lý trong doanh nghiệp.

Thứ tư, doanh nghiệp cần cân nhắc mô hình kinh doanh hiện tại khi lập kế hoạch dự án GSC. Nhiều doanh nghiệp gặp phải những rào cản nội bộ cần phải vượt qua để thực hiện bất kỳ sự thay đổi nào của tổ chức, như sự không thống nhất trong chuỗi cung ứng (giữa các đơn vị, khu vực, sản phẩm,...); sự chông lại thay đổi qua việc đánh giá hoạt động kinh doanh hiện tại, chỉ tập trung vào mục tiêu và kết quả ngắn hạn, hạn chế về các mối quan hệ với đối tác đặc biệt là các cơ quan về môi trường. Để vượt qua các rào cản này và thực hiện thành công dự án đòi hỏi các nhà quản trị dự án GSC cần phải:

- Lập kế hoạch truyền thông;
- Xây dựng đội dự án với sự tham gia của các đại diện các bộ phận chức năng ở quy mô rộng;
- Tạo khớp nối rõ ràng với giá trị kinh doanh của tổ chức;
- Sử dụng các chuyên gia bên ngoài khi doanh nghiệp thiếu nhân lực có đủ khả năng.

Ngoài những hướng đi trên, khi triển khai thực tế, doanh nghiệp cần áp dụng các công cụ đo lường và đánh giá các tiêu chuẩn và hiệu quả hoạt động của chuỗi cung ứng xanh dựa trên hệ thống kiểm soát chặt chẽ các thành phần của chuỗi cung ứng.

4. Một số điển hình trong việc hình thành và phát triển chuỗi cung ứng xanh trên thế giới

Hiện nay, nhiều công ty đã và đang kết hợp chiến lược môi trường trong sứ mệnh của mình, điều đó đồng nghĩa họ đang tiến hành làm xanh chuỗi cung ứng.

Nokia với chiến lược phát triển bền vững đã đưa ra các chương trình trọng điểm gồm: thiết kế sản phẩm hướng tới môi trường, quan tâm tới những hoạt động ở giai đoạn cuối của chu kỳ, quản lý mạng lưới nhà cung ứng và xây dựng hệ thống quản trị môi trường. Với sự hỗ trợ của các chương trình này, hiện nay Nokia đã loại bỏ các rủi ro và tác động xấu tới môi trường. Có thể thấy trong các quyết định và hành động của mình, Nokia luôn chú trọng tới vấn đề môi trường, công ty này còn tham gia vào các chương trình nghiên cứu sản phẩm thân thiện

môi trường và nỗ lực giảm tiêu thụ năng lượng trong các hoạt động sản xuất kinh doanh. Ví dụ như trong hoạt động sản xuất và vận tải hàng hóa, việc thay thế các dịch vụ cơ học bằng các dịch vụ được số hóa có thể giảm rất nhiều việc sử dụng nhiên liệu hữu cơ. Hơn thế nữa, Nokia còn hướng tới chu kỳ sống của sản phẩm, bắt đầu từ việc khai thác nguyên vật liệu thô và kết thúc bằng việc tái sản xuất và xử lý chất thải, các khía cạnh môi trường trong sản phẩm của Nokia được liên kết với hoạt động sử dụng nguyên vật liệu và năng lượng tại những giai đoạn khác nhau của vòng đời sản phẩm.

Tập đoàn Ford đã yêu cầu toàn bộ các nhà cung ứng cho hoạt động sản xuất của công ty phải có chứng nhận về hệ thống quản trị môi trường. Hơn thế nữa để giúp đỡ các nhà cung ứng hình thành hệ thống quản trị môi trường của riêng mình Ford cung cấp các buổi trao đổi và đào tạo liên quan tới vấn đề môi trường để các nhà cung ứng đạt được các mục tiêu về môi trường. Nestle Philippines cũng thường xuyên đưa ra các buổi tọa đàm và cung cấp các tư vấn kỹ thuật cho nhà cung ứng và đối tác để giúp họ thực hiện hệ thống quản trị môi trường tương thích với hệ thống quản trị môi trường của Nestle. Công ty hi vọng rằng các nhà cung ứng sẽ có được những bộ quy chuẩn, cách thức sử dụng nguồn nguyên vật liệu thô, vấn đề về nước và năng lượng... để hoạt động thân thiện với môi trường.

Ở Đài Loan, việc áp dụng chuỗi cung ứng xanh và quản trị chuỗi cung ứng xanh một cách sáng tạo rất phổ biến trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Vì những doanh nghiệp này thường thiếu hiểu biết về môi trường và hạn chế về tài chính nên họ thường kết hợp với các công ty lớn tham gia vào chuỗi cung ứng xanh. Trong đó các công ty lớn là trung tâm và với hệ thống đối tác như vậy, các công ty lớn dễ dàng nâng cao lợi thế cạnh tranh trên thị trường. Như vậy, việc hình thành chuỗi cung ứng xanh và quản trị nó một cách hợp lý đã giúp cho các doanh nghiệp Đài Loan có những thành công nhất định trong việc giảm thiểu các chất thải trong các doanh nghiệp.

Ở khu vực Đông Nam Á, quản trị chuỗi cung ứng xanh vẫn còn là một khái niệm khá mới mẻ, và có lẽ mới có một vài doanh nghiệp thực sự thực hiện được vấn đề này. Tuy nhiên thông qua các cuộc điều tra khảo sát thì các doanh nghiệp tại khu vực này dành nhiều quan tâm cho việc làm xanh chuỗi cung ứng và họ cũng tin tưởng rằng để có thể đạt kết quả tốt thì cần xây dựng các mối quan hệ và mạng lưới trong chuỗi.

Tại Việt Nam, với bối cảnh của một nền kinh tế mặc dù đang trong thời kỳ khủng hoảng như hiện

nay, việc thực hiện mục tiêu tăng trưởng xanh là vô cùng khó khăn. Tuy nhiên, nước ta với những điều kiện thuận lợi về ổn định chính trị, chính sách mở cửa và mục tiêu là điểm đến trong khu vực của các nhà đầu tư thì việc xác định phát triển bền vững bằng tăng trưởng xanh sẽ không còn là vấn đề lâu dài mà đó là vấn đề trước mắt và cấp thiết trong tiến

trình hội nhập kinh tế quốc tế. Khi đó, doanh nghiệp phải là lực lượng đi đầu trong chiến lược phát triển của quốc gia. Việc tham gia và hình thành chuỗi cung ứng xanh sẽ không chỉ dừng lại ở giai đoạn khởi động mà cần phải thực sự hành động từ phía các doanh nghiệp tham gia hoạt động sản xuất và kinh doanh tại Việt Nam. □

Tài liệu tham khảo:

- Handfield R, Sroufe R, Walton S. Integrating environmental management and supply chain strategies. *Business Strategy and Environment* 2005, 14(1): 1-19.
- Simpson DF, Power DJ. Use the supply relationship to develop lean and green suppliers. *Supply chain management: An international journal* 2005; 10(1): 60-8.
- Bowen. F., Cousin, P., Lamming, R., Faruk, A., (2001). The role of supply management capabilities in green supply. *Production and Operation Management* 10(2) 174-189.
- Seuring, S. Müller, M., (2008). From the literature review to conceptual framework for sustainable supply chain management. *Journal of Cleaner Production* 16 (15), 1699-1710.
- Rao, P (2002), 'Greening the supply chain: a new initiative in South East Asia', *International journal of operations and production management*, vol 22, 6, 632-655
- Bacallan, J.J. (2000), 'Greening the supply chain', *Business and Environment*, Vol6, 5, 898-916
- Sarkis, J. (2003), 'A strategic decision framework for green supply chain management', *Journal of cleaner production*, Vol 11, 4, 397- 409
- Benita M.Beamon, *Designing the green supply chain*, *Logistic Information Management*, Volumn 12, Number 4, 1999, trg. 332-342.

Greening supply chain – The sustainable development trend for enterprises in integration period

Abstract

Standing before the continuous change of business environment, especially the factors of natural environment such as climate change, limited resources and water pollution, both the government and companies start paying attention to sustainable development. This is not only a goal in the process of international integration of Vietnam but also a solution for enterprises to participate in business process and then create the development in order to meet the current and long term future demand. One of these factors that has a strong effect on the sustainable development strategy of the business is to establish green supply chain. This article emphasizes the mean of "go green" in supply chain and reviews the basical content about green supply chain. Additionally, some practices applying this sustainable development model and experience for Vietnam are mentioned.

Thông tin tác giả:

***Nguyễn Thị Nguyệt Anh**, Thạc sĩ

- Nơi công tác: Khoa Quản trị kinh doanh, Đại học Kinh tế Quốc dân

- Lĩnh vực nghiên cứu chính: Quản trị chuỗi cung ứng

Email: anhnn27@gmail.com

****Lê Phan Hòa**, Thạc sĩ

- Nơi công tác: Khoa Quản trị kinh doanh, Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: phanho88@yahoo.com.vn