

NGHIÊN CỨU GIA TĂNG LỢI THẾ CẠNH TRANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP TỪ CHUỖI CUNG ỨNG XANH

● VŨ VĂN HIỆP - NGUYỄN THỊ BÍCH THỦY

TÓM TẮT:

Bài báo đề cập đến các quan điểm tiếp cận chuỗi cung ứng xanh và thực trạng “xanh hóa” chuỗi cung ứng của các doanh nghiệp (DN) Việt Nam. Sản xuất xanh đang là xu hướng trên toàn cầu, như là một giải pháp tích cực nhằm giảm phát thải khí nhà kính, hướng tới mục tiêu trung hòa các bon, phát triển bền vững. Xanh hóa sản phẩm, xanh hóa quy trình sản xuất là giải pháp của nhiều DN nhằm nâng giá trị thương hiệu trên thương trường. Bên cạnh đó, tăng trưởng xanh, phát triển bền vững cũng được cụ thể hóa bằng nhiều quy định, tiêu chí tại các Hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới song phương và đa phương mà Việt Nam đã ký kết... Trên cơ sở đó, bài báo đề cập tới các khuyến nghị các giải pháp “xanh hóa” chuỗi cung ứng, nâng cao lợi thế cạnh tranh của các DN Việt Nam.

Từ khóa: cạnh tranh, DN, chuỗi cung ứng xanh, gia tăng lợi thế.

1. Đặt vấn đề

Môi trường sống trên toàn cầu hiện nay đang chịu ảnh hưởng trực tiếp từ hoạt động của các cơ sở sản xuất, kinh doanh và chất thải sinh hoạt từ các khu dân cư. Điều này không những ảnh hưởng tới cuộc sống của con người ở thời điểm hiện tại mà còn ảnh hưởng nặng nề tới các thế hệ sau. Đối mặt với tình trạng ô nhiễm môi trường ngày càng gia tăng như hiện nay, có những vấn đề môi trường có thể xử lý được nhưng cũng có những vấn đề môi trường không thể xử lý được. Trong xu hướng chung hướng tới phát triển bền vững, chú trọng các vấn đề liên quan đến biến đổi khí hậu, suy giảm tài nguyên năng lượng, các quốc gia đã ban hành ngày càng nhiều quy định về bảo vệ môi trường. Tăng trưởng xanh, phát triển bền vững cũng được cụ thể hóa bằng nhiều quy định, tiêu chí tại các Hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới song phương và đa phương mà Việt Nam đã ký kết.

Mối quan tâm của Chính phủ Việt Nam về vấn đề môi trường được cụ thể hóa trong Luật Bảo vệ

môi trường 2020 trong đó tại khoản 2 điều 4 đề cập: “Bảo vệ môi trường là điều kiện, nền tảng, yếu tố trung tâm, tiên quyết cho phát triển kinh tế - xã hội bền vững” và giải thích tại khoản 2 Điều 3: “Hoạt động bảo vệ môi trường là hoạt động phòng ngừa, hạn chế tác động xấu đến môi trường; ứng phó sự cố môi trường; khắc phục ô nhiễm, suy thoái môi trường, cải thiện chất lượng môi trường; sử dụng hợp lý tài nguyên thiên nhiên, đa dạng sinh học và ứng phó với biến đổi khí hậu” [6]. Quan điểm về bảo vệ môi trường và phát triển bền vững cũng đã được lồng ghép xuyên suốt trong các chiến lược, kế hoạch như: Chiến lược Phát triển kinh tế - xã hội 2011 - 2020, 2021 - 2030 và Kế hoạch Phát triển kinh tế - xã hội 2011 - 2015, 2016 - 2020, 2021 - 2025. Bên cạnh đó, trên cơ sở 17 mục tiêu phát triển bền vững của thế giới trong giai đoạn 2015 - 2030 được thông qua tại Hội nghị Thượng đỉnh Liên hợp quốc vào tháng 9/2015, ngày 10/5/2017, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 622/QĐ-TTg “Về việc ban hành kế hoạch hành

động quốc gia thực hiện Chương trình Nghị sự 2030 vì sự phát triển bền vững”, xác định 17 mục tiêu phát triển bền vững của Việt Nam đến năm 2030, trong đó có 4 mục tiêu trực tiếp về bảo vệ môi trường [9].

Để phát triển bền vững thì chuyển dịch theo xu hướng xanh là xu thế tất yếu đối với các DN nhằm đáp ứng tốt hơn các yêu cầu, quy định, quy chuẩn, tiêu chuẩn về môi trường, nâng cao sức cạnh tranh của bản thân các DN.

2. Khái niệm về chuỗi cung ứng xanh

Một sản phẩm (kết quả của quá trình sản xuất) phải thông qua nhiều quá trình mới đến được tay người tiêu dùng, những quá trình này đều nằm trong chuỗi cung ứng. Vì thế, chuỗi cung ứng đóng vai trò quan trọng trong việc đưa sản phẩm, dịch vụ tiếp cận khách hàng, người tiêu dùng. Đối với một DN sản xuất, kinh doanh, một chuỗi cung ứng điển hình gồm 2 quá trình: (1) cung cấp các yếu tố đầu vào (inbound); (2) phân phối sản phẩm đầu ra (outbound).

Đề cập đến khái niệm chuỗi cung ứng, có nhiều quan điểm khác nhau:

Chuỗi cung ứng là sự liên kết các DN nhằm đưa sản phẩm hay dịch vụ ra thị trường [4]. Chuỗi cung ứng bao gồm mọi công đoạn có liên quan trực tiếp hay gián tiếp, đến việc đáp ứng nhu cầu khách hàng. Chuỗi cung ứng không chỉ gồm nhà sản xuất và nhà cung cấp, mà còn nhà vận chuyển, kho, người bán lẻ và khách hàng [7]. Chuỗi cung ứng là một mạng lưới các lựa chọn sản xuất và phân phối nhằm thực hiện các chức năng thu mua nguyên liệu, chuyển đổi nguyên liệu thành bán sản phẩm, thành phẩm và phân phối chúng cho khách hàng.

Chuỗi cung ứng còn gọi là chuỗi nhu cầu là một thuật ngữ kinh tế mô tả đơn giản sự liên kết của nhiều công ty để cung ứng một loại hàng hóa hoặc dịch vụ cho khách hàng trên thị trường [1].

Chuỗi cung ứng xanh có thể được coi là cấu trúc hậu cần đảm bảo việc sản xuất và phân phối sản phẩm trên toàn cầu theo cách thân thiện với môi. Việc đưa các mối quan tâm về môi trường vào tài liệu về quản lý chuỗi cung ứng đã dẫn đến thuật ngữ “Quản lý chuỗi cung ứng xanh” (GSCM). GSCM đề cập đến việc tích hợp các vấn đề môi trường vào tất cả các chức năng của chuỗi cung ứng. Về vấn đề này, Srivastava định nghĩa GSCM

là “tích hợp tư duy môi trường vào quản lý chuỗi cung ứng, bao gồm thiết kế sản phẩm, tìm nguồn cung ứng và lựa chọn nguyên liệu, quy trình sản xuất, giao sản phẩm cuối cùng cho người tiêu dùng cũng như quản lý cuối vòng đời của sản phẩm sau thời gian sử dụng hữu ích của nó” [8].

Vậy, chuỗi cung ứng xanh là sự liên kết của các DN nhằm cung ứng hàng hóa hoặc dịch vụ cho khách hàng theo hướng thân thiện với môi trường.

3. Thực trạng “xanh hóa” chuỗi cung ứng của các DN Việt Nam

Tháng 9/2015, Liên hợp quốc đã đưa ra 17 mục tiêu phát triển bền vững cho giai đoạn 2015 - 2030. Các quốc gia thành viên trong đó có Việt Nam đã kêu gọi các DN áp dụng những giải pháp kinh doanh hướng tới mục tiêu phát triển bền vững. 8 năm trở lại đây, tính đến năm 2023, Chương trình đánh giá, công bố DN bền vững tại Việt Nam hàng năm đã ghi nhận, biểu dương các DN thực hiện tốt hoạt động sản xuất, kinh doanh có trách nhiệm trên cả 3 khía cạnh toàn diện là kinh tế - xã hội - môi trường. Bộ chỉ số DN bền vững CSI 2023 được cải tổ toàn diện về mặt cấu trúc với 7 phần, thay vì 3 phần tại phiên bản cũ, bao gồm 130 chỉ số với 63% là các chỉ số tuân thủ, 37% là các chỉ số nâng cao. Mỗi chỉ số được sử dụng để khai báo một nội dung cụ thể, giúp DN liệt kê và cung cấp thông tin dễ dàng hơn.

Đi tiên phong trong vấn đề này, ở Việt Nam hiện nay có các DN như Tập đoàn Hoàng Anh Gia Lai, Saigontourist, Tập đoàn Bảo Việt... Những năm gần đây mỗi năm có tới hàng trăm đơn vị được vinh danh như: Công ty cổ phần Sữa Vinamilk, Công ty Bosch Việt Nam, Công ty cổ phần FPT, Công ty cổ phần Xuất nhập khẩu Bình Tây, Công ty cổ phần Đầu tư Thế giới di động, Công ty cổ phần Vàng bạc Đá quý Phú Nhuận, Công ty cổ phần Chứng khoán SSI, Công ty cổ phần Tập đoàn Thiên Long...[13].

Sản xuất xanh đang là xu hướng trên toàn cầu, như là một giải pháp tích cực nhằm giảm phát thải khí nhà kính, hướng tới mục tiêu trung hòa các bon, phát triển bền vững. Xanh hóa sản phẩm, xanh hóa quy trình sản xuất là giải pháp của nhiều DN nhằm nâng giá trị thương hiệu trên thương trường. Một số DN tập đoàn xanh hóa trong sản xuất cụ thể là:

Công ty cổ phần Cao su Phước Hòa có hơn

15.000 ha vùng nguyên liệu được cấp chứng nhận quản lý rừng bền vững làm cơ sở để thực hiện đồng bộ quy trình sản xuất xanh cho sản xuất mủ cao su, gỗ nội thất. Mủ cao su từ vùng nguyên liệu có chứng chỉ quản lý rừng bền vững sẽ được sản xuất theo quy trình xanh từ xe chuyên dụng chở mủ cao su, khu tiếp nhận... đến dây chuyền sản xuất. Thành phẩm đạt tiêu chuẩn xanh xuất khẩu sang các nước châu Âu, Mỹ, Hàn Quốc... theo yêu cầu của đối tác nhập khẩu. Đây là một trong các quy trình của chuỗi xanh hóa DN đang thực hiện [10].

Công ty cổ phần Đầu tư và Thương mại TNG là một trong những DN tiên phong trong sản xuất xanh, với phương châm “phát triển kinh tế đi đôi với bảo vệ môi trường”. Các dự án nhà máy xanh theo tiêu chuẩn Leed, Lotus của Công ty khi đi vào hoạt động đã tạo hiệu quả “kép” là mang lại giá trị kinh tế và góp phần bảo vệ môi trường. Với quy mô diện tích 10ha, Dự án TNG Võ Nhai là nhà máy đầu tiên của Công ty CP Đầu tư và Thương mại TNG được thiết kế, xây dựng theo tiêu chuẩn nhà máy xanh Leed, với các tiêu chí: tiết kiệm năng lượng và nguồn nước; sử dụng vật liệu thân thiện với môi trường; xây dựng hệ sinh thái xanh; quản lý chất thải và ô nhiễm; trang bị tiện nghi và đảm bảo sức khỏe cho người lao động...[11].

Từ năm 2017, Hiệp hội Dệt May Việt Nam đã thành lập Ủy ban Phát triển Bền vững đồng thời triển khai rất nhiều hoạt động và đã có tác động lan tỏa đến các DN trong ngành. Đã có khoảng 50% DN dệt may thực hiện “xanh hóa sản xuất”. Công ty cổ phần Dệt may - Đầu tư - Thương mại Thành Công (TCM) đã tạo ra những sản phẩm mới có tính năng đặc thù, thân thiện với môi trường; nhiều DN đã chuyển đổi sang hệ thống điện năng lượng mặt trời áp mái, thay thế lò hơi đốt than, đốt dầu bằng lò hơi điện, không chỉ ứng dụng công nghệ trong sản xuất mà còn trong hoạt động quản trị DN, như Tổng công ty May 10, Công ty M2...[12].

Việc ứng dụng logistics xanh trong chuỗi cung ứng được xem là một trong những điều kiện tiên quyết để phát triển, hội nhập, giúp các DN gia tăng khả năng cạnh tranh và tăng trưởng bền vững. Trong DN sản xuất và thương mại, việc xanh hóa hoạt động logistics đã và đang được triển khai ở mức độ thấp và trung bình, vì hoạt động này đòi hỏi sự đầu tư vốn, sự sáng tạo và những công nghệ mới.

Hoạt động xanh hóa rõ nét nhất là: sử dụng năng lượng tái tạo và năng lượng sạch (xăng sinh học, năng lượng mặt trời, năng lượng gió,...); sử dụng hệ thống quản lý vận tải thông minh trong việc tối ưu lộ trình vận tải và giảm thiểu nhiên liệu tiêu thụ; thay thế dần các thiết bị, phương tiện vận tải cũ và chuyển sang dùng các công nghệ mới; giảm tỷ lệ % phương tiện chạy rỗng; thực hiện việc chia sẻ vận tải cho các đơn hàng; sử dụng các bao bì đóng gói có khả năng tái chế [2].

Tiêu dùng bền vững và lối sống “xanh” là một trong những nội dung quan trọng của Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021 - 2030. Chiến lược này nhằm mục tiêu thúc đẩy người dân có nhận thức và hành vi tiêu dùng bền vững, giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường và xã hội, qua đó, góp phần giúp Việt Nam đạt mục tiêu Net Zero vào năm 2050. Đặc biệt, các nhà bán lẻ, với vai trò là cầu nối giữa nhà sản xuất và người tiêu dùng, đóng vai trò quan trọng trong việc định hướng, thúc đẩy hành vi tiêu dùng bền vững của khách hàng [5].

4. Giải pháp “xanh hóa” chuỗi cung ứng, nâng cao lợi thế cạnh tranh của các DN Việt Nam

Bên cạnh chất lượng hàng hóa, nhãn mác, bao bì, giá cả thì khách hàng yêu cầu ngày càng cao hơn đối với hàng hóa dịch vụ liên quan đến hoạt động sản xuất hàng hóa và cung ứng dịch vụ phải thân thiện với môi trường, tiết kiệm nguồn tài nguyên, đảm bảo vệ sinh an toàn lao động. Đây là một trong những lợi thế cạnh tranh của các DN hiện nay, đặc biệt là các DN xuất khẩu hàng hóa, dịch vụ sang thị trường của những nước phát triển.

Quản lý chuỗi cung ứng xanh gắn liền với quản lý từng công đoạn trong chuỗi cung ứng từ thiết kế xanh, vận hành xanh, thu mua xanh, logistics đầu vào đến sản xuất và đầu ra xanh, quản lý chất thải xanh... Khi các công đoạn này đều được “xanh hóa”, DN sẽ có thể nâng cao năng lực sản xuất, năng lực vận hành, đồng thời hình thành nên hệ sinh thái xanh, giúp DN phát triển bền vững. Từ đó góp phần tạo ra lợi thế cạnh tranh và gia tăng khả năng thích ứng, ứng phó với những biến động của thị trường.

Để xây dựng chuỗi cung ứng xanh, bản thân các DN phải có sự thay đổi từ trong tư duy và phương

pháp quản trị DN bền vững. Mô hình ESG tập trung vào các khía cạnh môi trường, xã hội và quản trị của DN cần được thiết kế, xây dựng và phát huy tại các DN. Cụ thể là, E - Environmental: Nhóm tiêu chuẩn liên quan đến các vấn đề về bảo vệ môi trường và tài nguyên thiên nhiên, như: tác động từ biến đổi khí hậu và phát thải carbon, quản lý nước và chất thải gây ô nhiễm, khai thác tài nguyên từ rừng,... S - Social: Nhóm tiêu chuẩn liên quan đến xã hội, từ sự hài lòng của khách hàng đến những vấn đề có tính tổng thể như tính đa dạng, công bằng và hòa nhập, quyền riêng tư, an ninh và bảo mật dữ liệu, quan hệ cộng đồng,... G - Governance: Nhóm tiêu chuẩn liên quan đến hoạt động của tổ chức như vấn đề liên quan đến quản trị công ty, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ,... Song song với mô hình ESG, các DN cũng có thể nghiên cứu áp dụng Bộ chỉ số DN bền vững (CSI) - một công cụ hỗ trợ quản trị DN bền vững dành riêng cho DN Việt Nam cũng như hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn ISO14000 và tiêu chuẩn quản lý trách nhiệm xã hội của DN SA8000. Triển khai ESG giúp DN tăng cường khả năng thu hút vốn đầu tư và những cổ đông quan tâm đến các vấn đề xã hội và môi trường, nâng giá trị thương hiệu cho DN, giúp DN phát triển sản phẩm và dịch vụ mới, thường được yêu cầu bởi các yếu tố xã hội và môi trường.

Từ góc độ vĩ mô, Chính phủ cần đẩy mạnh hơn nữa đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng vận tải đường bộ kết nối tốt từ các vùng nguyên liệu để nông dân, hợp tác xã, DN có cơ hội đưa sản phẩm nông

ng nghiệp đến các thị trường xuất khẩu với chất lượng tốt nhất. Đồng thời, cần quy hoạch xây dựng các trung tâm logistics, đặc biệt là các trung tâm logistics nông sản, bao gồm có kho mát để phân loại, bảo quản, sơ chế, từ đó nâng cao chất lượng, ổn định giá thành. Tăng cường đầu tư hạ tầng logistics cho hàng hóa nông sản, nhất là các vùng sản xuất nông sản tập trung, chủ lực, giảm chi phí logistics.

Đẩy mạnh tuyên truyền về chuyển đổi xanh, sản xuất kinh doanh có trách nhiệm, tiếp tục các hoạt động truyền thông, nâng cao nhận thức, đào tạo để khuyến khích DN chuyển đổi tư duy, nhận thức đến hành động trong thực hành kinh doanh bền vững. Thúc đẩy và nâng cao năng lực cho DN trong 3 lĩnh vực có ý nghĩa chiến lược: chuyển dịch sang mô hình kinh tế tuần hoàn; thực hành khung ESG và quản trị DN bền vững; và xây dựng chuỗi cung ứng bền vững. Với nguồn lực hữu hạn, việc tìm ra và tập trung vào những định hướng có tác động chiến lược, giúp đẩy nhanh hơn tốc độ chuyển dịch của DN Việt Nam trên hành trình của cuộc đua xanh.

5. Kết luận

Chuỗi cung ứng xanh không chỉ là một xu hướng, mà là chiến lược giúp DN tối ưu hóa quy trình, giảm lãng phí, đóng góp tích cực cho môi trường và xã hội và nó cũng là công cụ hữu hiệu giúp tăng khả năng cạnh tranh của DN trên thị trường, đặc biệt là các DN xuất nhập khẩu có thị trường ở các nước phát triển ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. An Thị Thanh Nhân (2021). Giáo trình quản trị chuỗi cung ứng. NXB Thống kê.
2. Bộ Công Thương (2023). Báo cáo Logistics Việt Nam 2023. NXB Công Thương
3. Chaudhery Mustansar Hussain, Juan F. Velasco-Muñoz (2021). Sustainable Resource Management: Modern Approaches and Contexts, Elsevier. ISBN 978-0-12-824342-8, DOI <https://doi.org/10.1016/C2020-0-01655-5>
4. Douglas M. Lambert, James R. Stock and Lisa M. Ellram (1998), Fundamentals of Logistics Management, Irwin/McGraw-Hill
5. Minh Nguyệt (2024). Tiêu dùng xanh trở thành lối sống. Tạp chí Kinh tế Việt Nam số 1 ngày 1/1/2024.
6. Quốc hội (2020), Luật Bảo vệ môi trường.
7. Sunil Chopra and Peter Meindl (2014), Supply Chain Management: strategy, planning and operation. London, England: Pearson
8. Srivastava, Samir (2007), Green Supply Chain Management: A State-of-The-Art Literature Review. International Journal of Management Reviews, 9(1), 53-80.

9. Thủ tướng Chính phủ, (2017). Quyết định số: 622/QĐ-TTg, ngày 10/5/2017 về việc ban hành kế hoạch hành động quốc gia thực hiện chương trình nghị sự 2030 vì sự phát triển bền vững,
10. Lê Phương (2023). Xanh hóa quy trình sản xuất, tăng lợi thế cạnh tranh. Truy cập tại <https://vtv.vn/kinh-te/xanh-hoa-quy-trinh-san-xuat-tang-loi-the-cananh-tranh-20231016122258435.htm>
11. Hồng Tâm (2024). “Xanh hóa” sản xuất công nghiệp. truy cập tại <https://baothainguyen.vn/kinh-te/cong-nghiep/202402/xanh-hoa-san-xuat-cong-nghiep-89002c3/>
12. Đức Dũng (2023). Xanh hóa trong sản xuất - Yếu tố để doanh nghiệp dệt may vươn xa. Truy cập tại <https://www.vietnamplus.vn/xanh-hoa-trong-san-xuat-yeu-to-de-doanh-nghiep-det-may-vuon-xa-post876018.vnp>
13. Mỹ Phương (2023). Vinh danh Top 50 doanh nghiệp phát triển bền vững tiêu biểu 2023. Truy cập tại <https://bnews.vn/vinh-danh-top-50-doanh-nghiep-phat-trien-ben-vung-tieu-bieu-2023/297453.html>

Ngày nhận bài: 6/4/2024

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 25/4/2024

Ngày chấp nhận đăng bài: 8/5/2024

Thông tin tác giả:

1. VŨ VĂN HIỆP

Công ty cổ phần Tập đoàn MKV

2. NGUYỄN THỊ BÍCH THỦY

Trường Đại học Công nghệ giao thông vận tải

INCREASING THE COMPETITIVE ADVANTAGE OF VIETNAMESE BUSINESSES THROUGH GREENING SUPPLY CHAINS

● VU VAN HIEP¹

● NGUYEN THI BICH THUY²

¹MKV Group

²University of Transport Technology

ABSTRACT:

This paper presented perspectives on green supply chain approaches and the current situation of "greening" the supply chain of Vietnamese enterprises. Green production is a global trend as a positive solution to reduce greenhouse gas emissions, aiming for carbon neutrality and sustainable development. Green products and greening production processes is the solution for many businesses to increase brand value in the marketplace. Besides, green growth and sustainable development are also specified by many regulations and commitments in new-generation bilateral and multilateral free trade agreements (FTAs) that Vietnam has signed. Based on the paper's findings, some solutions were proposed to support the supply chain greening process of Vietnamese businesses to enhance their competitive advantage.

Keywords: competition, businesses, green supply chains, increasing advantages.