



NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI ỨNG DỤNG QUẢN TRỊ CHUỖI CUNG ỨNG XANH TẠI CÁC DOANH NGHIỆP DU LỊCH

NGUYỄN QUANG VĨNH, LỤC MẠNH HIỂN, NGÔ THỊ HỒNG HẠNH

Nghiên cứu này đánh giá các nhân tố tác động đến áp dụng mô hình quản trị chuỗi cung ứng xanh (GSCM) tại các doanh nghiệp du lịch, thông qua kết quả khảo sát của 230 nhà quản lý từ cấp bộ phận đến cấp cao tại các doanh nghiệp du lịch. Kết quả cho thấy, GSCM của các doanh nghiệp du lịch chịu tác động nhiều nhất bởi các nhân tố: Hợp tác với các nhà cung cấp; Cam kết với khách hàng; Tuân thủ các quy định về môi trường; Nhận thức từ bên trong doanh nghiệp. Các kết quả thống kê mô tả cũng cho thấy, mức độ đồng ý cao của các nhân tố tác động đến GSCM của các nhà quản trị tại các doanh nghiệp du lịch.

Từ khóa: Doanh nghiệp du lịch, quản trị, chuỗi cung ứng xanh, Hà Nội

FACTORS AFFECTING THE APPLICATION OF GREEN SUPPLY CHAIN AT TOURISM ENTERPRISES

Nguyen Quang Vinh, Luc Manh Hien, Ngo Thi Hong Hanh

This study evaluates the factors affecting the application of green supply chain management model (GSCM) in tourism enterprises, through the survey of 230 mid-level to high-level managers at the tourism enterprises. The research results show that the GSCM of tourism enterprises is most affected by the following factors: Cooperation with suppliers; Commitment to customers; Compliance with environmental regulations; and Internal awareness. The descriptive statistics results also show the high agreement of tourism managers on the impact of these factors on the GSCM.

Keywords: Tourism enterprises, management, green supply chain, Hanoi

Ngày nhận bài: 7/11/2022

Ngày hoàn thiện biên tập: 18/11/2022

Ngày duyệt đăng: 28/11/2022

Cơ sở lý luận

Quản trị chuỗi cung ứng xanh

Trong những năm gần đây, cụm từ “chuỗi cung ứng xanh” được nhắc đến ngày càng nhiều. Liên quan đến nó, nhiều thuật ngữ đã được sử dụng như “chuỗi cung ứng bền vững”, “chuỗi cung ứng xanh bền vững”, “chuỗi cung ứng môi trường”, “chuỗi cung ứng sinh thái. Zhang (2007) đã áp dụng các nguyên tắc quan trọng của quản lý chuỗi cung ứng xanh vào việc phát triển sản phẩm du lịch sinh thái. Zhou và Wang (2013) đề xuất một mô hình chuỗi

cung ứng xanh có thể được sử dụng để chuyển tài nguyên du lịch vào phát triển du lịch nông thôn. Gần đây hơn, Xu và Gursoy (2005) đã đề xuất một chuỗi cung ứng du lịch bền vững, trong đó các nhà cung cấp cấp 1 và cấp 2 được đổi tên thành các nhà cung cấp thượng nguồn, nhà cung cấp trung nguồn và nhà bán lẻ.

Mô hình quản trị chuỗi cung ứng xanh

Chiến lược đơn giản nhất của GSCM liên quan đến phát triển nguồn lực đầu tư liên tổ chức là một trong những mô hình giảm thiểu rủi ro (King và cộng sự, 2005). Melnyk và cộng sự, 2003 đã cho thấy, lợi ích khi sử dụng mô hình Mô hình dựa trên rủi ro (Risk-based strategy - RBS) bao gồm: (a) Các lợi ích về môi trường được thiết lập (Melnyk và cộng sự, 2003), (b) Nâng cao năng suất và hiệu quả quản trị, (c) Tạo ra một hệ thống được các tổ chức khác công nhận trên toàn cầu. Trong khi đó Klassen và Vachon (2003) cho thấy, Mô hình dựa trên hiệu quả (Efficiency-based strategy - EBS) mang lại lợi ích về hiệu quả môi trường cho chuỗi cung ứng hơn mô hình RBS.

Mô hình nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu

Nghiên cứu này dựa trên việc tổng quan tài liệu trước đây của các nhà nghiên cứu về thực hành GSCM của các doanh nghiệp, các thang đo của nghiên cứu này được phát triển từ các nghiên cứu của Zhu và cộng sự (2008) và thông tin thu thập được từ các cuộc phỏng vấn chuyên gia. Nghiên cứu này thực hành khảo sát tại các công ty, các tác giả lựa chọn và xây dựng các biến “Quản lý môi trường nội

bộ” và “môi trường bên ngoài” của Zhu và cộng sự (2008). Đối với biến “Các quy định về môi trường”, nghiên cứu này sử dụng thang đo của Zhu và Sarkis (2006). Trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu, các tác giả đã tự phát triển các thang đo của biến độc lập “Ứng dụng GSCM” từ nghiên cứu của Đỗ Anh Đức và cộng sự (2021).

Từ đó, nhóm tác giả đưa ra các giả thuyết nghiên cứu sau:

H1: Môi trường nội bộ có ảnh hưởng đến việc ứng dụng quản trị chuỗi cung ứng xanh (GSCM) tại các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn Hà Nội.

H2: Áp lực từ nhà cung cấp có ảnh hưởng đến việc ứng dụng GSCM tại các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn Hà Nội.

H3: Áp lực từ khách hàng có ảnh hưởng đến việc ứng dụng GSCM tại các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn Hà Nội.

H4: Áp lực từ các quy định pháp luật có ảnh hưởng đến việc ứng dụng GSCM tại các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn Hà Nội.

H5a: Các loại hình doanh nghiệp khác nhau có ảnh hưởng đến sự tác động của các nhân tố đến ứng dụng GSCM.

H5b: Có sự khác biệt trong việc ứng dụng GSCM giữa các loại hình doanh nghiệp.

Sau khi tổng hợp các nghiên cứu trước đây về ứng dụng GSCM trong doanh nghiệp, nghiên cứu đề xuất mô hình nghiên cứu như Hình 1.

Phương pháp nghiên cứu

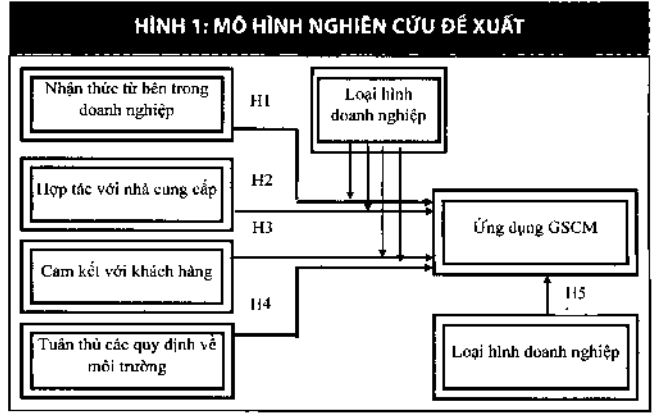
Câu hỏi được thiết kế dành cho đối tượng là người quản lý làm việc tại các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn Hà Nội bao gồm các doanh nghiệp: Nhà hàng, Khách sạn, Lữ hành. Nghiên cứu đã tiến hành khảo sát 300 mẫu, để đảm bảo độ tin cậy và mức độ ổn định khi phân tích. Kết quả thu về 230 mẫu, sau khi loại bỏ các mẫu khảo sát không hợp lệ, cuối cùng có 230 mẫu được sử dụng để phân tích trong nghiên cứu này.

Phân tích hồi quy được sử dụng để đánh giá mối quan hệ và tác động của các biến độc lập tới biến phụ thuộc trong mô hình nghiên cứu. Nghiên cứu sử dụng kỹ thuật phân tích cấu trúc tuyến tính bán phần PLS-SEM để thực hiện phân tích hồi quy các nhân tố.

Kết quả phân tích

Kiểm định các chỉ số phù hợp của mô hình PLS-SEM

Kết quả phân tích nhân tố tài cho thấy, 4 trong số các biến quan sát có giá trị nhân tố tài nhỏ hơn 0,7



Nguồn: Các tác giả tự phát triển

và bị loại bỏ khỏi mô hình bao gồm: IEM4 “Có hệ thống tổ chức quản lý môi trường trong công ty”; ER4 “Tôn trọng các quy định liên quan đến hoạt động của ngành du lịch”; GSCM1 “Quản lý môi trường nội bộ” và GSCM2 “Bán hàng xanh” (Bảng 1).

Sau khi loại bỏ các biến quan sát không phù hợp, kết quả từ Bảng 1 cho thấy, hệ số tải của các thang đo đều lớn hơn 0,7, giá trị Cronbach’s alpha và CR của tất cả các nhân tố cũng lớn hơn 0,7, đảm bảo độ tin cậy và tính nhất quán nội bộ. Bên cạnh đó, giá trị AVE của mỗi nhân tố đều lớn hơn 0,5, đảm bảo các yêu cầu về giá trị hội tụ của các nhân tố.

Từ Bảng 2, tất cả các giá trị Heterotrait-Monotrait đều nhỏ hơn 0,9 cho thấy, giá trị phân biệt được khẳng định đảm bảo độ phù hợp của mô hình.

Kiểm định giả thuyết bằng mô hình PLS-SEM

Giá trị VIF của mô hình phương trình cấu trúc trong nghiên cứu này < 2 cho thấy, không có sự đồng nhất giữa các thang đo trong nghiên cứu, tức là không có hiện tượng đa cộng tuyến.

Phân tích tính đa cộng tuyến và sự phù hợp của mô hình được thể hiện trong Bảng 3. Chỉ số phóng đại phương sai và chỉ số hợp lệ của mô hình.

Giá trị R2 được sử dụng để đánh giá khả năng giải thích của mô hình. Các giá trị R2 nằm trong khoảng từ 0 đến 1. Giá trị R2 càng cao càng cho thấy khả năng giải thích của mô hình.

Kết quả R2 hiệu chỉnh đối với ứng dụng GSCM là 0,574 (57,4%) cho thấy mức độ giải thích của các biến tiềm ẩn ở mức cao. Giá trị hàm f2 thể hiện mức độ ảnh hưởng của cấu trúc (nhân tố) khi loại bỏ khỏi mô hình. Các cấu trúc có giá trị f2 nhỏ (nhỏ hơn 0,02) chứng tỏ có mức độ ảnh hưởng thấp của các liên kết. Trong mô hình này có thể thấy các liên kết có mức độ ảnh hưởng tương đối đến Ứng dụng GSCM của các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn Hà Nội (f2>0,02).

Để kiểm định các giả thuyết đặt ra trong nghiên cứu, sau khi các giá trị về độ tin cậy, sự phù hợp và

BẢNG 1: KẾT QUẢ NHẬN TỐ TÀI, CRONBACH'S A, NHẬN TỐ THÀNH PHẦN VÀ PHƯƠNG SAI TRÍCH TRUNG BÌNH

Nhân tố	Biến quan sát	Nhân tố tài	Cronbach's a	CR	AVE
Nhận thức từ bên trong doanh nghiệp	IEM2	0,803	0,839	0,892	0,675
	IEM3	0,801			
	IEM5	0,835			
	IEM1	0,846			
Hợp tác với nhà cung cấp	CC1	0,856	0,895	0,927	0,761
	CC2	0,888			
	CC3	0,864			
	CC4	0,882			
Cam kết với khách hàng	CS1	0,872	0,889	0,923	0,750
	CS2	0,848			
	CS3	0,864			
	CS4	0,879			
Tuân thủ các quy định về môi trường	ER1	0,735	0,802	0,883	0,718
	ER2	0,895			
	ER3	0,900			
Ứng dụng GSCM	GSCM3	0,783	0,862	0,907	0,709
	GSCM4	0,843			
	GSCM5	0,896			
	GSCM6	0,842			

Nguồn: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu

mức độ giải thích của mô hình được đảm bảo, nghiên cứu tiến hành kiểm định lại với giá trị lặp 3000 lần. Kết quả phân tích các liên kết có giá trị $P < 0,05$ là các liên kết có ý nghĩa đáng kể với độ tin cậy 95% và có giá trị $t > 1,96$.

Kết quả nghiên cứu cho thấy, nhận thức từ bên trong doanh nghiệp có tác động trực tiếp đến ứng dụng GSCM của các doanh nghiệp du lịch ở Việt Nam ($t = 2,086; p < 0,05$), vì vậy, có thể kết luận giả thuyết H1 được chấp nhận.

Kết quả cũng cho thấy mối liên kết mạnh mẽ giữa hợp tác với nhà cung cấp và Ứng dụng GSCM ($t = 5,510; p < 0,05$). Điều này cho thấy giả thuyết H2 được hỗ trợ khi cho rằng Hợp tác với các nhà cung cấp có tác động tới ứng dụng GSCM của doanh nghiệp du lịch tại Việt Nam.

Nghiên cứu cũng chỉ ra rằng có một mối liên kết mạnh giữa

Sức ép từ khách hàng và Ứng dụng GSCM ($t = 2,086; p < 0,05$). Điều này cho thấy giả thuyết H3 được hỗ trợ khi cho rằng sức ép của khách hàng có tác động tới ứng dụng GSCM của doanh nghiệp du lịch tại Hà Nội.

Có một mối liên kết mạnh giữa các quy định về môi trường và Ứng dụng GSCM ($t = 2,322; p < 0,05$). Điều này cho thấy, giả thuyết H4 được hỗ trợ khi cho rằng Các quy định về môi trường có tác động tới ứng dụng GSCM của doanh nghiệp du lịch tại Hà Nội.

Nhân tố hợp tác với nhà cung ứng có tác động mạnh nhất đến sự ứng dụng GSCM ($\beta = 0,379$), xếp thứ hai là nhân tố sức ép từ khách hàng ($\beta = 0,199$) thứ 3 là các quy định về môi trường ($\beta = 0,176$) và cuối cùng, xếp thứ 4 là nhân tố nhận thức từ bên trong doanh nghiệp ($\beta = 0,144$).

Để kiểm định Giả thuyết 5, nghiên cứu sử dụng phương pháp Phân tích cấu trúc đa nhóm (multigroup analysis) giúp đánh giá sự khác biệt các mối tác động trong mô hình SEM giữa các giá trị khác nhau của biến định tính hay nói cách khác là xem mô hình có khác nhau giữa các đối tượng khác nhau hay không. Kết quả nghiên cứu cho thấy, không có sự ảnh hưởng nào giữa đặc điểm các doanh nghiệp: Nhà hàng, khách sạn và lữ hành đến sự tác động của các quy định về môi trường lên Ứng dụng GSCM ($p > 0,05$).

Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu cho thấy với mối quan hệ: Hợp tác với nhà cung cấp -> Ứng dụng GSCM, p-Value ở nhóm lữ hành là $> 0,05$, trong khi đó nhóm nhà hàng và khách sạn giá trị này $< 0,05$. Như vậy, các doanh nghiệp lữ hành không ảnh hưởng đến mối quan hệ giữa hợp tác với nhà cung cấp và ứng dụng GSCM; trong khi đó nhà hàng và khách sạn có ảnh hưởng mạnh đến mối quan hệ giữa hợp tác với nhà cung cấp và ứng dụng GSCM

BẢNG 2: CHỈ SỐ TƯƠNG QUAN HETEROTRAIT-MONOTRAIT (HTMT)

	Các quy định về môi trường	Hợp tác với nhà cung cấp	Nhận thức từ bên trong doanh nghiệp	Sức ép từ khách hàng
Các quy định về môi trường				
Hợp tác với nhà cung cấp	0,612			
Nhận thức từ bên trong doanh nghiệp	0,671	0,657		
Sức ép từ khách hàng	0,685	0,650	0,688	
Ứng dụng GSCM	0,667	0,776	0,669	0,677

Nguồn: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu

BẢNG 3: CHỈ SỐ PHÒNG ĐẠI PHƯƠNG SAI VÀ CÁC CHỈ SỐ HỢP LỆ CỦA MÔ HÌNH

	Ứng dụng GSCM (VIF)	Chỉ số hợp lệ của mô hình (model fit)	
		Chỉ tiêu	Giá trị ước lượng
Các quy định về môi trường	1,770	SRMR	0,061
Hợp tác với nhà cung cấp	1,787	d_uls	0,702
Nhận thức từ bên trong doanh nghiệp	1,849	d_G	0,363
Sức ép từ khách hàng	1,970	Chi-Square	496,783
		NFI	0,831
		rms Theta	0,107

Huynh: Phân tích từ dữ liệu nghiên cứu

với hệ số tác động chuẩn hóa lần lượt là 0,395 với nhà hàng và 0,450 với khách sạn, kết quả này cho thấy, so với nhà hàng, sự tác động lên mối quan hệ Hợp tác với nhà cung cấp và Ứng dụng GSCM của các khách sạn là mạnh hơn ($0,395 < 0,450 = 0,55$). Kết quả nghiên cứu cho thấy, không có sự ảnh hưởng nào giữa các doanh nghiệp lĩnh vực nhà hàng, khách sạn và lữ hành đến sự tác động của môi trường nội bộ đến Ứng dụng GSCM ($p > 0,05$). Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu cho thấy, với mỗi quan hệ: Sức ép từ khách hàng \rightarrow Ứng dụng GSCM, p-Value ở nhóm khách sạn là $< 0,05$, trong khi đó nhóm nhà hàng và lữ hành giá trị này $> 0,05$. Như vậy, các doanh nghiệp lữ hành có ảnh hưởng đến mối quan hệ giữa Sức ép từ khách hàng và Ứng dụng GSCM; trong khi đó nhà hàng và khách sạn không cho thấy sự ảnh hưởng đến mối quan hệ này. Kết luận giả thuyết H5a được hỗ trợ khi cho thấy, các loại hình doanh nghiệp khác nhau có ảnh hưởng đến sự tác động của các nhân tố đến ứng dụng GSCM.


Nghiên cứu sử dụng phân tích phương sai ANOVA để tìm ra sự khác biệt về kết quả đánh giá mức độ quan trọng của các tiêu chí giữa các nhóm đối tượng khảo sát khác nhau về đặc điểm loại hình doanh nghiệp. Giá trị sig = $0,263 > 0,05$, như vậy không có sự khác biệt về giá trị trung bình của ứng dụng GSCM theo loại hình doanh nghiệp (H5) có nghĩa là không có sự khác nhau trong đánh giá về biến qua ứng dụng GSCM của các nhóm khảo sát được chia theo loại hình doanh nghiệp nhà hàng, khách sạn và lữ hành.

Kết luận và hàm ý

Kết quả cho thấy cả 4 nhân tố: Nhận thức từ bên trong doanh nghiệp; Hợp tác với các nhà cung cấp; Cam kết với khách hàng; Tuân thủ các quy định về môi trường đều tác động đến Áp dụng mô hình quản trị chuỗi cung ứng xanh tại các doanh nghiệp du lịch.

Thực hành GSCM của các doanh nghiệp du lịch chịu tác động nhiều nhất bởi nhân tố hợp tác với các nhà cung cấp, thứ 2 là nhân tố cam kết với khách hàng. Thứ 3 là nhân tố tuân thủ các quy định về môi trường và cuối cùng là nhân tố nhận thức từ bên trong doanh nghiệp. Bên cạnh đó, các kết quả thống kê mô tả cũng cho thấy mức độ đồng ý cao của các nhân tố tác động đến GSCM của các nhà quản trị tại các doanh nghiệp du lịch. Thông qua phương pháp Phân tích cấu trúc

đa nhóm (multigroup analysis) các loại hình doanh nghiệp khác nhau có ảnh hưởng đến sự tác động của các nhân tố đến ứng dụng GSCM. Kết quả phân tích ANOVA không cho thấy sự khác biệt nào giữa doanh nghiệp nhà hàng, khách sạn và lữ hành trong ứng dụng GSCM.

Từ các kết quả nghiên cứu nêu trên, hàm ý quản trị đối với các doanh nghiệp du lịch là: Có kế hoạch đào tạo nguồn nhân lực có trình độ chuyên môn về môi trường nhằm áp dụng các quy định và quy chuẩn quốc gia và quốc tế của sản phẩm liên quan đến môi trường; Đầu tư xây dựng tổ chức quản lý môi trường trong doanh nghiệp, chuyên môn hóa cán bộ quản lý môi trường trong doanh nghiệp. 

Tài liệu tham khảo:

1. Thủ tướng Chính phủ (2020), Quyết định số 147/QĐ-TTg Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030;
2. Lục Mạnh Hiến, Nguyễn Quang Vinh, Phan Thành Hưng, Phạm Thị Thúy Vân (2021), Nhân tố ảnh hưởng đến quản trị chuỗi cung ứng xanh tại các khách sạn trên địa bàn Hà Nội, Tạp chí Tài chính kỳ 1 tháng 7/2021;
3. Da, A., Nguyen, Q., Nguyen, D., Le, Q., & Trinh, D. (2020), Green supply chain management practices and destination image: Evidence from Vietnam tourism industry. *Uncertain Supply Chain Management*, 8(2), 371-378;
4. Sundarakani, B., de Souza, R., Goh, M. (2010), A Sustainable Green Supply Chain for Globally Integrated Network, Wang, L., Koh, S.C. (Eds.). *Enterprise Networks and Logistics for Agile Manufacturing*, London, 191- 206;
5. Susanty, A., Sari, D. P., Rinawati, D. I., & Setiawan, L. (2019), The role of internal and external drivers for successful implementation of GSCM practices. *Journal of Manufacturing Technology Management*;
6. Tseng, M.L., (2010), Using linguistic preferences and grey relational analysis to evaluate the environmental knowledge management capacity, *Expert Systems with Applications* 37 (1), 70 – 81.

Thông tin tác giả:

Nguyễn Quang Vinh, Lục Mạnh Hiến, Ngô Thị Hồng Hạnh

Trường Đại học Lao động - Xã hội

Email: quangvinh191081@ulsa.edu.vn, hienlm@ulsa.edu.vn,

hanhtaichinhcaugiay@gmail.com