

---

# TÁC ĐỘNG CỦA NHẬN THỨC MÔI TRƯỜNG TỚI HÀNH VI BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP KHỞI NGHIỆP Ở VIỆT NAM

Nguyễn Thị Thanh Huyền  
Trường Đại học Ngoại thương  
Email: thanhhuyenna@ftu.edu.vn

Mã bài: JED-2011  
Ngày nhận: 22/09/2024  
Ngày nhận bản sửa: 18/11/2024  
Ngày duyệt đăng: 09/12/2024  
DOI: 10.33301/JED.VI.2011

## Tóm tắt:

Nghiên cứu này xem xét ảnh hưởng của nhận thức môi trường đến hành vi thực tế về bảo vệ môi trường của doanh nghiệp khởi nghiệp ở Việt Nam thông qua mô hình lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB). Tác giả thu thập 160 mẫu khảo sát từ các nhà lãnh đạo doanh nghiệp khởi nghiệp trên khắp cả nước Việt Nam. Kết quả cho thấy, nhận thức về môi trường ảnh hưởng đến hành vi thực tế về bảo vệ môi trường của doanh nghiệp khởi nghiệp Việt Nam thông qua ba yếu tố của mô hình TPB. Tuy nhiên, chuẩn chủ quan không có ảnh hưởng đến hành vi thực tế bởi trong bối cảnh kinh tế hiện nay các yếu tố áp lực từ thị trường, nâng cao năng lực cạnh tranh đóng vai trò thứ yếu đối với doanh nghiệp khởi nghiệp. Từ kết quả nghiên cứu này, tác giả đưa ra một số kiến nghị nhằm cải thiện những hạn chế của doanh nghiệp để thúc đẩy hành vi thực tế về bảo vệ môi trường của các doanh nghiệp khởi nghiệp Việt Nam.

**Từ khóa:** Bảo vệ môi trường, doanh nghiệp khởi nghiệp, hành vi, nhận thức môi trường  
**Mã JEL:** D03, M13, Q56, Q59.

## The impact of environmental awareness on environmental protection behavior of start-up in Vietnam

### Abstract:

This research examines the impact of environmental awareness on the actual environmental protection behavior of startups in Vietnam through the Theory of Planned Behavior (TPB) model. 160 survey samples were collected from the leaders of startup businesses across Vietnam. The results reveal that environmental awareness affects the actual environmental protection behavior of Vietnamese businesses through three elements of the TPB model. However, subjective norms do not have an impact on actual behavior because, in the current economic context, pressure factors from the market and improving competitiveness play a secondary role for start-up businesses. Based on the findings, several recommendations are proposed for improving business limitations in order to promote practical behavior on environmental protection among Vietnamese startups.

**Keywords:** Environmental protection, startups, behavior, environmental awareness  
**JEL Codes:** D03, M13, Q56, Q59

---

## 1. Giới thiệu

Với yêu cầu của pháp luật, thị trường và xã hội thì các doanh nghiệp (DN) ngày càng phải nâng cao nhận thức và thực hiện hành vi bảo vệ môi trường (BVMT) để hướng tới mục tiêu phát triển bền vững. Thật vậy, luật pháp yêu cầu các doanh nghiệp phải xây dựng chính sách, áp dụng các chương trình, giải pháp để giảm các tác động do hoạt động sản xuất kinh doanh đến môi trường bao gồm: luật môi trường, các tiêu chuẩn môi trường hiện hành, hệ thống quản lý môi trường... (Simpson & cộng sự, 2004; Hay & cộng sự, 2010). Về phía người tiêu dùng, nhận thức về môi trường của người tiêu dùng ngày càng gia tăng, thể hiện bởi xu thế mua xanh, tiêu dùng và sử dụng sản phẩm thân thiện với môi trường (Adam Butler, 2017; Xu & cộng sự, 2020; Zhuang & cộng sự, 2021). Vì vậy, doanh nghiệp cần nâng cao nhận thức môi trường để đáp ứng yêu cầu của pháp luật, cải thiện thương hiệu, tăng lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp (Bakator & cộng sự, 2019; Maryville University, 2019; Mansur & Djaelani, 2023).

Trong bối cảnh phải thực thi các cam kết, trách nhiệm xã hội về môi trường là nghĩa vụ của các doanh nghiệp. Các Hiệp định tự do thương mại thế hệ mới đều có một chương riêng về môi trường. Hiệp định đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) có Chương 20, Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU có Chương 13.

Để hướng tới mục tiêu phát triển bền vững, nhận thức môi trường cần được hình thành và thực hiện ngay từ khi thành lập doanh nghiệp (Rustam, A & cộng sự, 2020). Vì vậy, các doanh nghiệp khởi nghiệp (DNKN) cần có nhận thức, hành vi bảo vệ môi trường, đó chính là điều kiện cần và đủ để doanh nghiệp phát triển bền vững. Theo Khoản 2 Điều 3 Luật Hỗ trợ doanh nghiệp SMEs năm 2017 đã đưa ra định nghĩa về doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo là doanh nghiệp nhỏ và vừa “được thành lập để thực hiện ý tưởng trên cơ sở khai thác tài sản trí tuệ, công nghệ, mô hình kinh doanh mới và có khả năng tăng trưởng nhanh”. Như vậy, doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo hay start-up có thể được hiểu là một doanh nghiệp bắt đầu hoạt động kinh doanh trên cơ sở khai thác tài sản trí tuệ, công nghệ, mô hình kinh doanh sáng tạo, có hiệu quả kinh tế cao. Theo Lực & cộng sự (2022), doanh nghiệp khởi nghiệp là tất cả những doanh nghiệp đăng ký kinh doanh lần đầu không phân biệt quy mô.

Khởi nghiệp ở Việt Nam đang được kỳ vọng sẽ tạo sự tăng trưởng kinh tế, đóng góp tích cực vào phát triển kinh tế - xã hội, tạo việc làm cho cộng đồng. Hiện nay, Việt Nam đang có khoảng gần 4.000 start-up hoạt động trong các lĩnh vực khác nhau (Báo Nhân dân, 2023). Cũng giống như xu hướng chung trên thế giới, các doanh nghiệp khởi nghiệp ở Việt Nam thường tập trung khai thác các yếu tố truyền thống như: lĩnh vực đầu tư, nguồn vốn, công nghệ, cách thức marketing, tiếp cận khách hàng... (Nguyễn Quang Huy, 2020). Tuy nhiên, tỷ lệ startup thành công chỉ có 3-5% (Thanh An, 2023). Những doanh nghiệp khởi nghiệp hướng đến mục đích bảo vệ môi trường, tận dụng hoặc tái sử dụng thành phẩm dư thừa như: làm giấy từ bã cà phê, chai nhựa tái chế; giày sneaker chống thấm từ rác thải; ống hút từ cỏ... đạt được những kết quả rất khả quan (VCCI, 2022). Thực tế này cho thấy, doanh nghiệp khởi nghiệp có ý thức, mục tiêu hướng tới bảo vệ môi trường sẽ phát triển bền vững hơn, bởi doanh nghiệp đã đáp ứng được yêu cầu của pháp luật, thị trường.

Vì vậy, việc nghiên cứu nhận thức, vai trò về bảo vệ môi trường của các doanh nghiệp khởi nghiệp từ lý luận và thực tiễn là rất cần thiết. Bởi các doanh nghiệp khởi nghiệp còn thiếu cơ sở lý thuyết và bằng chứng thực nghiệm để chứng minh vai trò của bảo vệ môi trường đến thành công của doanh nghiệp. Ngoài ra, nghiên cứu về nhận thức môi trường của doanh nghiệp còn giúp doanh nghiệp khởi nghiệp có những định hướng đúng đắn để xây dựng chiến lược phù hợp, góp phần gia tăng số lượng doanh nghiệp khởi nghiệp và khởi nghiệp thành công ở Việt Nam.

Cấu trúc của bài viết như sau: phần 1 giới thiệu, phần 2 tổng quan nghiên cứu, phần 3 và 4 là dữ liệu, mô hình và kết quả nghiên cứu thực nghiệm về nhận thức môi trường của các doanh nghiệp khởi nghiệp ở Việt Nam. Cuối cùng, bài viết đưa ra một số kiến nghị nhằm thúc đẩy nhận thức, hành vi bảo vệ môi trường của các doanh nghiệp khởi nghiệp Việt Nam.

## 2. Tổng quan nghiên cứu

Xem xét vai trò của nhận thức môi trường tới hành vi bảo vệ môi trường đã được nghiên cứu rộng rãi trên thế giới (Paul & cộng sự, 2016; Xu & cộng sự, 2020; Qing & cộng sự, 2021). Mặc dù, nhận thức về môi trường không ảnh hưởng trực tiếp đến hành vi thực tế về bảo vệ môi trường, nhưng nó có ảnh hưởng lớn thông qua các yếu tố gián tiếp là thái độ hành vi, chuẩn chủ quan, nhận thức kiểm soát hành vi (Xu & cộng sự, 2020).

---

Với doanh nghiệp, nhận thức môi trường của người lãnh đạo doanh nghiệp cũng tác động tích cực đến thái độ, hành vi thể hiện ở hoạt động xây dựng chính sách, chương trình để giảm các tác động đến môi trường, đáp ứng Luật bảo vệ môi trường, các tiêu chuẩn môi trường hiện hành (Simpson & cộng sự, 2004; Williamson & cộng sự, 2006; Darvishmotevali & Altinay, 2022). Vì vậy, có thể cho rằng nhận thức môi trường của doanh nghiệp có tác động tích cực đến ba biến: thái độ, chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi. Như vậy, nghiên cứu nhận thức môi trường của doanh nghiệp khởi nghiệp đến hành vi thực tế về bảo vệ môi trường của doanh nghiệp khởi nghiệp còn hạn chế.

Nghiên cứu về tinh thần khởi nghiệp, tinh thần Quốc gia khởi nghiệp, năm 2016, VCCI đã xuất bản báo cáo “Việt Nam – Đất lành cho Khởi nghiệp: Tại sao không?”. Năm 2016, Chính phủ Việt Nam xác định là “năm quốc gia khởi nghiệp”. Giai đoạn 2017 - 2020 được xem là thời điểm chín muồi cho khởi nghiệp cùng với sự ra đời của rất nhiều công ty khởi nghiệp khác nhau, tuy nhiên, số lượng startup thành công chiếm tỷ lệ nhỏ so với các startup chết yểu. Các doanh nghiệp khởi nghiệp Việt Nam đang tập trung vào các yếu tố cấu thành thành công của doanh nghiệp như vốn, lĩnh vực, công nghệ... Bên cạnh đó, những ý tưởng khởi nghiệp về bảo vệ môi trường thành công như tận dụng nguyên vật liệu, sử dụng phụ phẩm nông nghiệp (Nguyễn Quang Huy, 2020; VCCI, 2022). Điều này cho thấy, ở Việt Nam các nghiên cứu về nhận thức môi trường của doanh nghiệp khởi nghiệp chỉ tập trung vào các ý tưởng khởi nghiệp với các sản phẩm thân thiện môi trường.

Từ tổng quan nghiên cứu, tác giả rút ra một số nhận định sau: Thứ nhất, mặc dù đã có nhiều nghiên cứu về nhận thức môi trường của doanh nghiệp ảnh hưởng đến thái độ, chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi nhưng nghiên cứu về ảnh hưởng của nhận thức môi trường đến hành vi thực tế bảo vệ môi trường của doanh nghiệp khởi nghiệp bằng mô hình TPB còn hạn chế. Thứ hai, nghiên cứu về nhận thức, hành vi bảo vệ môi trường của doanh nghiệp khởi nghiệp ở Việt Nam còn khan hiếm. Vì vậy, nghiên cứu này sẽ nghiên cứu mối quan hệ giữa nhận thức môi trường và hành vi thực tế về bảo vệ môi trường của các doanh nghiệp khởi nghiệp Việt Nam thông qua các nhà lãnh đạo doanh nghiệp khởi nghiệp bằng mô hình TPB.

### **3. Dữ liệu và mô hình nghiên cứu**

#### **3.1. Dữ liệu nghiên cứu**

Để thực hiện nghiên cứu, tác giả sử dụng phương pháp chọn mẫu phi ngẫu nhiên. Việc khảo sát được thực hiện bằng bảng hỏi trên Google form (Vasantharaju & Harinarayana, 2016). Dữ liệu được thu thập từ ngày 18/7/2023 đến 30/11/2023. Đối tượng tham gia phỏng vấn là những lãnh đạo doanh nghiệp khởi nghiệp. Tổng cộng có 166 bảng câu hỏi thu về và có 160 bảng đạt yêu cầu. Theo Hair & cộng sự (1998), số lượng mẫu được chọn phải gấp 5 lần biến quan sát, nghiên cứu có 18 biến quan sát nên số lượng mẫu 160 lãnh đạo doanh nghiệp khởi nghiệp là đủ lớn. Khảo sát được rải đều khắp các khu vực tỉnh thành của Việt Nam, tập trung chủ yếu ở trung tâm kinh tế Hà Nội (32%) và Thành phố Hồ Chí Minh (36%), chia theo các vùng miền thì miền Bắc chiếm 37,5%, miền Nam chiếm 45%. Đối tượng nghiên cứu là các doanh nghiệp khởi nghiệp, vì vậy các doanh nghiệp tham gia khảo sát đều có tuổi đời dưới 10 năm, vốn điều lệ dưới 10 tỷ chiếm 28,5%; doanh thu trên 10 tỷ chiếm 30,5%. Quy mô doanh nghiệp trong các ngành như sau: giáo dục 1,17%; thương mại và dịch vụ 17,96%; sản xuất và kinh doanh 32,04%; xây dựng 12,14%; nông, lâm, ngư nghiệp 23,79%; khác 2,91%. Theo dữ liệu doanh nghiệp của Tổng cục thống kê (2022), tổng số doanh nghiệp khu vực miền Bắc chiếm 36,13%; miền Nam chiếm 47,93%; doanh nghiệp công nghiệp và xây dựng chiếm 38,17%; khu vực dịch vụ chiếm 41,32%; số doanh nghiệp có vốn điều lệ trên 10 tỷ đồng chiếm 30%; start-up Việt Nam chiếm 0,44% với 4.000 doanh nghiệp. Do đó, mẫu khảo sát hoàn toàn phù hợp với phân bổ mẫu doanh nghiệp khởi nghiệp Việt Nam hiện nay.

#### **3.2. Phân tích dữ liệu**

Thang đo sử dụng trong bài viết được tham khảo, kế thừa từ nghiên cứu của Xu & cộng sự (2020). Ngoài ra, chuẩn chủ quan, nhận thức kiểm soát hành vi, hành vi thực tế được khảo sát theo thang đo của Liston-Heyes & cộng sự (2014). Các thang đo đều được điều chỉnh phù hợp với bối cảnh nghiên cứu về hành vi bảo vệ môi trường của doanh nghiệp khởi nghiệp Việt Nam mà đại diện là người lãnh đạo. Các doanh nghiệp khởi nghiệp ở Việt Nam chỉ đang tập trung khai thác các yếu tố truyền thống, lợi thế về ngành nông nghiệp và hạn chế về nguồn vốn, công nghệ nên nghiên cứu sử dụng thang đo Likert 5 cấp độ, trong đó: 1-Rất không đồng ý, 2-Không đồng ý, 3-Trung lập, 4-Đồng ý, 5-Rất đồng ý. Điều này có nghĩa là điểm số càng tăng, yêu

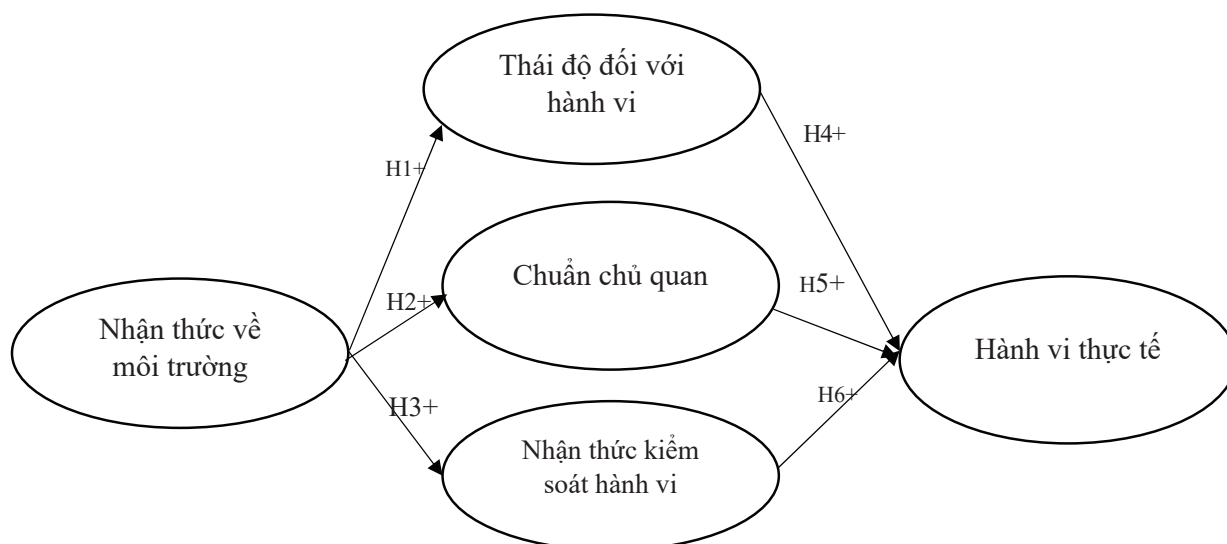
tổ đó càng tích cực trong đo lường.

Phân tích thống kê mô tả và so sánh được sử dụng để mô tả đặc điểm, nhận thức và hành vi bảo vệ môi trường của doanh nghiệp khởi nghiệp. Các thang đo được kiểm định độ tin cậy. Do các thang đo trong nghiên cứu được kế thừa từ các nghiên cứu trước đây nên nghiên cứu sử dụng phân tích nhân tố khẳng định (Confirmatory Factor Analysis- CFA). CFA giúp thiết lập các mô hình đo lường phù hợp nhất để kiểm định mô hình cấu trúc, xác định độ phù hợp của mô hình dựa trên một số chỉ số đánh giá. Chỉ số CFI được tác giả sử dụng để tích hợp so sánh. Ngoài ra, bài viết còn thực hiện các đánh giá khác như đánh giá độ tin cậy thang đo, tính nguyên đơn, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt thang đo. Cuối cùng, mô hình SEM được sử dụng để kiểm chứng sự ảnh hưởng của nhận thức môi trường đến hành vi thực hiện bảo vệ môi trường của các doanh nghiệp khởi nghiệp. Kết quả khảo sát được phân tích bằng phần mềm thống kê Stata 15. Stata là phần mềm hoàn toàn phù hợp trong phân tích SEM, đã được chứng minh trong các nghiên cứu của Meghan Cain (2021).

### 3.3. Mô hình nghiên cứu

Để nghiên cứu về nhận thức môi trường của doanh nghiệp khởi nghiệp tại Việt Nam, dựa trên mô hình lý thuyết TPB của Ajzen (1991), Xu & cộng sự (2020), Darvishmotevali & Altinay (2022), bài viết đề xuất mô hình nghiên cứu như trình bày trong Hình 1.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



Nhận thức bảo vệ môi trường là sự nhận thức hoặc hiểu biết về các vấn đề môi trường, điều này tác động đáng kể đến hành vi của cá nhân để trở nên thân thiện với môi trường hơn (Lin & cộng sự, 2017; Wang & cộng sự, 2018). Các nghiên cứu đã cho thấy, nhận thức về môi trường không ảnh hưởng trực tiếp đến hành vi thân thiện với môi trường, nhưng nó ảnh hưởng gián tiếp thông qua các yếu tố trong mô hình TPB (Xu & cộng sự, 2020). Vì vậy trong nghiên cứu này, tác giả nghiên cứu hành vi bảo vệ môi trường của doanh nghiệp khởi nghiệp thông qua nhận thức môi trường của các nhà lãnh đạo của doanh nghiệp đó. Từ những phân tích trên, tác giả đưa ra các giả thuyết sau:

*H1: Nhận thức môi trường ảnh hưởng tích cực đến thái độ bảo vệ môi trường của doanh nghiệp khởi nghiệp.*

Khi nhận thức môi trường của doanh nghiệp gia tăng thì trách nhiệm xã hội về môi trường, thái độ với khách hàng và thương hiệu của doanh nghiệp khởi nghiệp cũng gia tăng (Xu & cộng sự, 2020);

*H2: Nhận thức môi trường ảnh hưởng tích cực đến chuẩn chủ quan của doanh nghiệp khởi nghiệp.* Theo nghiên cứu của Darvishmotevali & Altinay (2022), khi nhận thức môi trường gia tăng thì doanh nghiệp sẽ thể hiện trách nhiệm xã hội về môi trường, đáp ứng các yêu cầu của pháp luật, khách hàng;

*H3: Nhận thức về môi trường ảnh hưởng tích cực đến nhận thức kiểm soát hành vi của doanh nghiệp khởi nghiệp.* Nhận thức môi trường sẽ giúp doanh nghiệp khởi nghiệp có định hướng, nguồn lực để thực hiện mục tiêu bảo vệ môi trường. Bên cạnh đó, trong bối cảnh hiện tại, các doanh nghiệp khởi nghiệp cần

có nhận thức môi trường thì mới tiếp cận được các nguồn tài chính xanh (Darvishmotevali & Altinay, 2022; Xu & cộng sự, 2020);

*H4: Thái độ ảnh hưởng tích cực đến hành vi thực tế về bảo vệ môi trường của doanh nghiệp khởi nghiệp.*

Nhiều nghiên cứu trên thế giới cho thấy thái độ ảnh hưởng tích cực đến ý định hành vi (Xu & cộng sự, 2020). Trong nghiên cứu này tác giả kỳ vọng rằng, khi doanh nghiệp khởi nghiệp có thái độ tốt tới môi trường thì sẽ có tác động tích cực đến hành vi bảo vệ môi trường của doanh nghiệp.

*H5: Chuẩn mực chủ quan ảnh hưởng tích cực đến hành vi thực tế về bảo vệ môi trường của doanh nghiệp khởi nghiệp.* Trong bối cảnh hiện nay, chuẩn chủ quan đối với doanh nghiệp dưới góc độ về môi trường chính là phải đáp ứng các yêu cầu của pháp luật; từ phía khách hàng, thị trường chính là yêu cầu về các sản phẩm xanh, thân thiện với môi trường; từ xã hội chính là trách nhiệm xã hội về môi trường. Chuẩn chủ quan có thể ảnh hưởng tích cực tới hành vi thực tế (Mansur & Djaelani, 2023).

*H6: Nhận thức kiểm soát hành vi có ảnh hưởng tích cực đến hành vi thực tế về bảo vệ môi trường của doanh nghiệp khởi nghiệp.*

Trong nghiên cứu này, nhận thức kiểm soát hành vi có nghĩa là doanh nghiệp có khả năng về nguồn lực, có định hướng phát triển bền vững, có khả năng tiếp cận các nguồn tài chính xanh để thực hiện hành vi thực tế về bảo vệ môi trường của mình (Xu & cộng sự, 2020).

#### 4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

##### 4.1. Kiểm định độ tin cậy của thang đo Cronbach's Alpha

Trước hết tác giả tiến hành phân tích độ tin cậy của cấu trúc và sau đó tiến hành phân tích các giá trị. Theo Hair & cộng sự (2009), giá trị của hệ số Cronbach's alpha lớn hơn 0,7 thì thang đo được đánh giá là phù hợp và đáng tin cậy. Độ tin cậy của cấu trúc thường được kiểm định bằng cách sử dụng độ tin cậy tổng hợp và các giá trị Cronbach's Alpha. Kết quả chỉ số Cronbach's Alpha để đánh giá mức độ phù hợp của thang đo như trình bày trong Bảng 1.

**Bảng 1: Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo Cronbach's Alpha**

| Biến quan sát  | Các nhân tố  | Hệ số tải nhân tố |
|--|--|-------------------|
| <b>Nhận thức bảo vệ môi trường (EA) Cronbach's Alpha = 0,9588</b>  |  |                   |
| EA1  | Doanh nghiệp cần tuân thủ quy định Pháp luật về bảo vệ môi trường  | 0,9464            |
| EA2  | Doanh nghiệp bảo vệ môi trường để đáp ứng yêu cầu của thị trường, yêu cầu của khách hàng   | 0,9429            |
| EA3  | DN quan tâm đến các vấn đề môi trường hiện tại và hướng tới mục tiêu phát triển bền vững   | 0,9444            |
| EA4  | Doanh nghiệp xây dựng thương hiệu, tăng khả năng cạnh tranh  | 0,9517            |
| EA5  | Doanh nghiệp bảo vệ môi trường để giảm chi phí, tăng lợi ích (đầu tư công nghệ, sử dụng nhiên liệu hiệu quả, tiết kiệm tài nguyên) | 0,9519            |
| <b>Thái độ đối với hành vi (ATT): Cronbach's Alpha = 0,9680</b>    |  |                   |
| ATT1   | Doanh nghiệp bảo vệ môi trường thể hiện trách nhiệm của doanh nghiệp với xã hội  | 0,9678            |
| ATT2   | Doanh nghiệp bảo vệ môi trường thể hiện tác động tích cực đến khách hàng, đối tác  | 0,9432            |
| ATT3   | Doanh nghiệp bảo vệ môi trường tác động tích cực đến thương hiệu   | 0,9470            |
| <b>Chuẩn chủ quan (SJN) Cronbach's Alpha = 0,9035</b>              |  |                   |
| SJN1   | Doanh nghiệp chịu áp lực về bảo vệ môi trường từ pháp luật như: bị phạt, đóng cửa  | 0,8942            |
| SJN2   | DN chịu áp lực từ thị trường như các yêu cầu về sản phẩm xanh, thân thiện môi trường   | 0,8121            |
| SJN3   | Doanh nghiệp chịu áp lực nâng cao năng lực cạnh tranh  | 0,8758            |
| <b>Nhận thức kiểm soát hành vi (PBC) Cronbach's Alpha = 0,8863</b> |  |                   |
| PBC1   | Doanh nghiệp có đủ nguồn lực để bảo vệ môi trường  | 0,8199            |
| PBC2   | Doanh nghiệp có định hướng phát triển theo hướng bền vững  | 0,8254            |
| PBC3   | Doanh nghiệp BVMT để thuận lợi tiếp cận với các nguồn tín dụng xanh, tài chính xanh  | 0,8705            |
| <b>Hành vi thực tế (ACT): Cronbach's Alpha = 0,9471</b>            |  |                   |
| ACT1   | Doanh nghiệp đang áp dụng các hệ thống quản lý môi trường  | 0,9221            |
| ACT2   | Doanh nghiệp đang áp dụng công nghệ thân thiện môi trường  | 0,9258            |
| ACT3   | Doanh nghiệp đánh giá tác động môi trường hàng năm   | 0,9268            |
| ACT4   | Doanh nghiệp đầu tư nghiên cứu và phát triển, sản xuất sản phẩm thân thiện môi trường  | 0,9418            |



Theo kết quả Cronbach's Alpha, các chỉ số đều lớn hơn 0,8. Hệ số tải nhân tố của các biến thành phần đều nhỏ hơn hệ số tải nhân tố của Nhóm nhân tố cũng như không có trường hợp loại bỏ biến quan sát nào có thể làm cho Cronbach's Alpha của từng thang đo lớn hơn nhóm nhân tố. Vì vậy, tất cả các biến quan sát đều được chấp nhận và sẽ được sử dụng trong phân tích tiếp theo.

#### 4.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA và nhân tố khẳng định CFA

Phân tích nhân tố khám phá EFA áp dụng với các biến độc lập, do biến phụ thuộc nghiên cứu trực tiếp hành vi của đối tượng khảo sát. Kết quả phân tích ma trận EFA cho kết quả các hệ số tải nhân tố đều thỏa mãn lớn hơn 0,5 và không có trường hợp biến nào cùng lúc tải lên cả hai nhân tố với hệ số tải gần nhau, cùng lớn hơn 0,5, các nhân tố thỏa mãn được điều kiện giá trị hội tụ và phân biệt trong phân tích EFA, không có sự xáo trộn các nhân tố, đạt kỳ vọng về biến của mô hình (Fornell & Larcker, 1981).

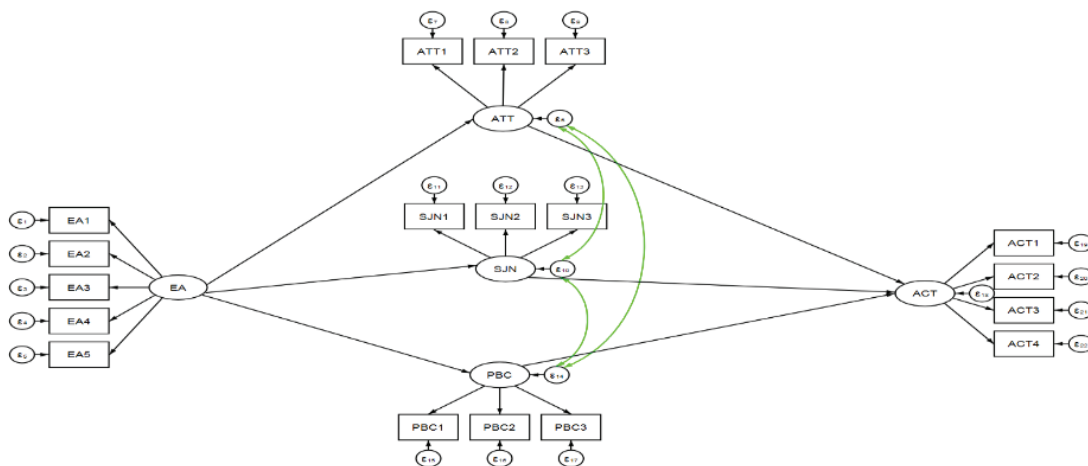
**Bảng 2: Bảng phân tích nhân tố EFA của các biến độc lập**

| Rotated Component Matrix |            |        |        |        |        |
|--------------------------|------------|--------|--------|--------|--------|
|                          | Components |        |        |        |        |
|                          | 1          | 2      | 3      | 4      | 5      |
| EA1                      | 0,8654     |        |        |        |        |
| EA2                      | 0,8434     |        |        |        |        |
| EA3                      | 0,8581     |        |        |        |        |
| EA4                      | 0,7598     |        |        |        |        |
| EA5                      | 0,7445     |        |        |        |        |
| ATT1                     |            | 0,8699 |        |        |        |
| ATT2                     |            | 0,8720 |        |        |        |
| ATT3                     |            | 0,8675 |        |        |        |
| SJN1                     |            |        |        | 0,7702 |        |
| SJN2                     |            |        |        | 0,8151 |        |
| SJN3                     |            |        |        | 0,7527 |        |
| PBC1                     |            |        | 0,5634 |        |        |
| PBC2                     |            |        | 0,5490 |        |        |
| PBC3                     |            |        | 0,5621 |        |        |
| ACT1                     |            |        |        |        | 0,8230 |
| ACT2                     |            |        |        |        | 0,8012 |
| ACT3                     |            |        |        |        | 0,8027 |
| ACT4                     |            |        |        |        | 0,6764 |

Kiểm định KMO cho hệ số KMO = 0,9374 > 0,5, cho nên dữ liệu để phân tích là hoàn toàn phù hợp. Kiểm định Bartlett's Test có p-value = 0,000 nên hoàn toàn thỏa mãn để phân tích.

Sử dụng Stata để diễn tả mô hình nghiên cứu dưới dạng mô hình SEM như trình bày trong Hình 2.

**Hình 2: Mô hình nghiên cứu SEM**



Kết quả phân tích CFA dựa trên cách thức phân tích Model Fit của Hu & Bentler (1999), thông qua phần mềm Stata bao gồm bộ chỉ số lần lượt như sau: p-value=0,000; CFI = 0,972 > 0,8; TLI = 0,953 > 0,9; RMSEA = 0,072 < 0,8 đều đạt yêu cầu nên mô hình phù hợp với dữ liệu nghiên cứu.

### 4.3. Kết quả ước lượng mô hình SEM

Sử dụng mô hình SEM, thông qua phân tích bởi phần mềm Stata, chúng ta có kết quả như trình bày trong Bảng 3.

**Bảng 3: Kết quả ước lượng mô hình SEM**

| Biến phụ thuộc | Biến độc lập | Hệ số hồi quy | Kỳ vọng dấu | Kết quả kiểm định giả thuyết |
|----------------|--------------|---------------|-------------|------------------------------|
| ATT            | EA           | 0.972***      | +           | Phù hợp                      |
| SJN            | EA           | 0.572***      | +           | Phù hợp                      |
| PBC            | EA           | 0.794***      | +           | Phù hợp                      |
| ACT            | ATT          | 0.955***      | +           | Phù hợp                      |
|                | SJN          | 0.119         | +           | Không phù hợp                |
|                | PBC          | 0.657***      | +           | Phù hợp                      |

Ghi chú: \*, \*\* và \*\*\* tương ứng với mức ý nghĩa 10%, 5%, 1%.

Kết quả nghiên cứu cho thấy, Nhận thức môi trường có ảnh hưởng tích cực đến cả Thái độ đối với hành vi, Chuẩn chủ quan và Nhận thức kiểm soát hành vi phù hợp với giả thuyết H1, H2, H3, đồng nhất với quan điểm của Xu & cộng sự (2020), Mansur & Djaelani (2023). Nhận thức về môi trường của lãnh đạo tốt hơn khiến cho thái độ đối với môi trường của doanh nghiệp được cải thiện. Lãnh đạo doanh nghiệp khởi nghiệp có góc nhìn tích cực hơn trước các yếu tố khách quan thì doanh nghiệp có động lực hơn trong việc xây dựng các điều kiện thích hợp cho một nền sản xuất sạch hơn. Thật vậy, các quy chuẩn và đánh giá sự phát triển bền vững của doanh nghiệp ngày càng cao dựa trên mức độ tuân thủ của các doanh nghiệp về trách nhiệm đối với môi trường, xã hội trước khi các sản phẩm được đưa ra tiêu thụ trên thị trường. Thị trường EU đã đưa ra chiến lược mới về sản phẩm như phải có vòng đời cao và có thể tái chế, thậm chí sản phẩm phải đảm bảo một tỷ lệ tái chế nhất định, có thể là tân trang, tái sử dụng để chống ô nhiễm môi trường (Khôi, 2023). Vì vậy, khi nhận thức môi trường được nâng cao thì các doanh nghiệp khởi nghiệp Việt Nam có cơ hội rất lớn với thị trường quốc tế. Thời gian qua, nhiều doanh nghiệp khởi nghiệp đã mạnh dạn đưa các sản phẩm vùng miền, sản phẩm truyền thống có tính chất xanh, sạch và thân thiện với môi trường của các dân tộc Việt Nam đến với bạn bè quốc tế. Năm 2023, Mỹ đã nhập khẩu hơn 300 đặc sản Việt Nam từ các doanh nghiệp khởi nghiệp (Lê Tinh, 2023).

Các nghiên cứu trước đây về hành vi thực tế bảo vệ môi trường của doanh nghiệp thường được đo bằng Chỉ số hoạt động môi trường (EPI - Environmental Performance Index). Vì vậy, nghiên cứu này có tính mới và cần thiết cho doanh nghiệp khởi nghiệp trong bối cảnh hiện nay ở Việt Nam. Thật vậy, các doanh nghiệp khởi nghiệp Việt Nam đang hướng tới những sản phẩm xuất khẩu giảm phát thải CO<sub>2</sub>, sản phẩm thân thiện với môi trường như than củi xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản, giấy từ bã cà phê xuất khẩu sang EU (Ngọc Anh, 2024; Hà Dũng, 2022; Nguyễn Việt, 2023).

Thái độ và Nhận thức kiểm soát hành vi ảnh hưởng đến hành vi thực tế, phù hợp với giả thuyết H4, H6 và đồng nhất với kết quả nghiên cứu của Ru & cộng sự (2019), Mansur & Djaelani (2023). Điều này đã cho thấy hành vi bảo vệ môi trường của doanh nghiệp khởi nghiệp được đẩy mạnh nếu như thái độ của doanh nghiệp đối với bảo vệ môi trường ngày càng cải thiện, cùng với việc có các yếu tố ngày càng thuận lợi để tiến hành bảo vệ môi trường bao gồm vốn, nguồn nhân lực... Sau Hội nghị COP26, Việt Nam đã đẩy mạnh vấn đề bảo vệ môi trường thông qua các hội nghị, hội thảo, huấn luyện và truyền thông. Nhờ đó, nhận thức, thái độ, trách nhiệm về bảo vệ môi trường trong xã hội được nâng cao. Với người lãnh đạo doanh nghiệp, lựa chọn lĩnh vực thông thường để khởi nghiệp trong bối cảnh kinh tế ngày nay đã khó, với khởi nghiệp xanh lại khó trăm bề. Bởi, định hướng của doanh nghiệp xanh không chỉ dừng lại ở con số doanh thu mà còn phải là trách nhiệm đối với xã hội, đóng góp một phần giảm thiểu rác thải cho môi trường tại chính nơi mình đang sinh sống và làm việc. Trước những khó khăn này, Chính phủ Việt Nam đã có chính sách, cơ chế ưu đãi để thúc đẩy, tạo đòn bẩy phát triển các doanh nghiệp khởi nghiệp trong lĩnh vực môi trường (Nguyễn Tấn Lộc, 2024). Điều này cũng được thể hiện rõ qua mục tiêu của Đề án 844 “Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025” là: hoàn thiện hệ thống pháp lý; thiết lập được Cổng thông tin khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia; hỗ trợ 800 dự án, 200 doanh nghiệp khởi nghiệp, trong đó 50 doanh nghiệp gọi

được vốn thành công từ các nhà đầu tư mạo hiểm, thực hiện mua bán và sáp nhập, với tổng giá trị ước tính khoảng 1.000 tỷ đồng.

Chuẩn chủ quan không tác động tới hành vi thực tế, trái ngược với giả thuyết H5 (Mansur & Djaelani, 2023). Kết quả này phù hợp với thực tiễn ở Việt Nam. Thật vậy, thống kê gần đây đều phản ánh một bức tranh khá âm ảm với tình hình phát triển của các startup Việt. Cụ thể, trong số 3% startup được xem là thành công thì độ tuổi trung bình khi người lãnh đạo khởi nghiệp là 28,8; 78% từng làm thuê hoặc khởi nghiệp thất bại ở 2 công ty trước đây; 45% từng học hoặc làm việc tại nước ngoài trước khi về nước khởi nghiệp. Đáng chú ý là các startup thành công hiện nay 100% đều học hỏi ý tưởng và bản địa hóa mô hình tương tự đã thành công ở nước ngoài (Nguyễn Quang Huy, 2020). Với kết quả khảo sát, tác động của đại dịch Covid-19 và các tác động khách quan khác nên các doanh nghiệp khởi nghiệp đang chú trọng đến sự tồn tại, doanh thu. Do vậy, các nhà lãnh đạo đều nhận thức được vấn đề bảo vệ môi trường hiện nay, tuy nhiên từ áp lực xã hội đến hành vi thực tế còn nhiều hạn chế. Hay nói cách khác, những áp lực về bảo vệ môi trường như bị phạt, đóng cửa, yêu cầu về sản phẩm thân thiện môi trường, nâng cao năng lực cạnh tranh chưa phải là yếu tố đóng vai trò quan trọng trong bối cảnh hiện tại của doanh nghiệp khởi nghiệp.

Kết quả nghiên cứu thực nghiệm cho thấy, doanh nghiệp khởi nghiệp Việt Nam hiện nay đều có chiến lược, hành vi thực tế về bảo vệ môi trường như: trồng cây xanh, ứng dụng các hệ thống quản lý môi trường, thực hiện từ thiện về môi trường và có các chiến lược bảo vệ môi trường.

#### 4.4. Phân tích tác động trung gian

Kết quả nghiên cứu cho thấy, nhận thức về môi trường có ảnh hưởng tích cực đến thái độ, chuẩn chủ quan, hành vi. Thái độ, nhận thức kiểm soát hành vi trở thành nhân tố trung gian ảnh hưởng đến hành vi thực tế về bảo vệ môi trường của doanh nghiệp khởi nghiệp. Do vậy, phân tích tác động trung gian của các biến này là vô cùng cần thiết. Thực tiễn thì nhận thức môi trường là cầu nối thúc đẩy doanh nghiệp khởi nghiệp có thái độ, trách nhiệm với xã hội về môi trường cũng như thực thi các quy định pháp luật về môi trường. Từ đó doanh nghiệp khởi nghiệp thực hiện các hành vi thực tế về bảo vệ môi trường.

Để phân tích tác động trung gian, ta sử dụng cách thức phân tích hai bước được đề cập trong nghiên cứu của Xu & cộng sự (2020) bao gồm đánh giá tác động của nhân tố trung gian và biến độc lập tới hành vi thực tế và đánh giá xem tác động trung gian có thực sự tồn tại hay không thông qua tác động đã được phân tích ở bước 1.

Kết quả phân tích hồi quy giữa các biến được trình bày trong Bảng 4.

**Bảng 4: Kết quả phân tích hồi quy giữa các biến**

| IV | M   | DV  | IV-DV    | IV-M     | M-DV     | Tác động trung gian |
|----|-----|-----|----------|----------|----------|---------------------|
| EA | ATT | ACT | 0,711*** | 0,961*** | 0,334*** | Phù hợp             |
| EA | SJN | ACT | 0,711*** | 0,547*** | 0,108    | Phù hợp             |
| EA | PBC | ACT | 0,711*** | 0,774*** | 0,321*** | Phù hợp             |

Chú thích: \*, \*\* và \*\*\* tương ứng với mức ý nghĩa 10%, 5%, 1%; IV: Biến độc lập, M: Nhân tố trung gian, DV: Biến phụ thuộc

Kết quả nghiên cứu cho thấy cả biến độc lập là nhận thức bảo vệ môi trường và biến trung gian đều chứng minh được ảnh hưởng đến hành vi bảo vệ môi trường của doanh nghiệp khởi nghiệp. Nên có thể nói nâng cao nhận thức về bảo vệ môi trường của doanh nghiệp khởi nghiệp là yếu tố quan trọng nhưng không trực tiếp làm tăng hành vi bảo vệ môi trường của doanh nghiệp. Thực tế, khi nhận thức môi trường được nâng cao thì nhà lãnh đạo doanh nghiệp sẽ thực hiện hành vi bảo vệ môi trường thông qua trách nhiệm, định hướng, đầu tư nhân lực...

#### 5. Kết luận và hàm ý chính sách

Nghiên cứu này mô tả tương đối đầy đủ về thực trạng và các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi bảo vệ môi trường của doanh nghiệp khởi nghiệp ở Việt Nam. Đặc biệt, nhận thức môi trường ảnh hưởng đến hành vi bảo vệ môi trường của doanh nghiệp khởi nghiệp qua ba biến trung gian của mô hình TPB. Như vậy, sự gia tăng nhận thức môi trường có thể không ảnh hưởng trực tiếp đến hành vi thực tế của doanh nghiệp khởi nghiệp, nhưng để gia tăng hành vi thực tế về bảo vệ môi trường của doanh nghiệp khởi nghiệp thì cần gia



---

tăng nhận thức môi trường. Đặc biệt là trong bối cảnh hiện nay, doanh nghiệp khởi nghiệp đã nhận thức đầy đủ trách nhiệm xã hội, định hướng và nguồn lực của mình để hướng tới mục tiêu phát triển bền vững.

Kết quả nghiên cứu cho phép rút ra một số gợi ý chính sách nhằm thúc đẩy hành vi bảo vệ môi trường của doanh nghiệp khởi nghiệp gồm:

- Với sự cam kết của Chính phủ nước ta tại hội nghị COP26, thì các chính sách nâng cao nhận thức môi trường, các chiến lược về phát triển bền vững của doanh nghiệp khởi nghiệp như chính sách thuế, chính sách ưu đãi, hỗ trợ kinh phí nghiên cứu, thử nghiệm, đào tạo nhân lực cần được đẩy mạnh.

- Do bối cảnh hiện tại, start-up gặp nhiều khó khăn, vì vậy doanh nghiệp khởi nghiệp cần các chính sách hỗ trợ như tài chính xanh, chính sách giá thuê đất đặc biệt để tạo điều kiện mở rộng quy mô sản xuất, chính sách công nghệ xanh;

- Chuẩn chủ quan không ảnh hưởng đến hành vi bảo vệ môi trường của doanh nghiệp khởi nghiệp, vì vậy bên cạnh áp dụng các chính sách pháp luật, thị trường cũng cần có các chính sách khen thưởng, thi đua, cạnh tranh giữa các doanh nghiệp khởi nghiệp.

- Cuối cùng, với kết quả khảo sát thực tế, nhiều doanh nghiệp khởi nghiệp đang thực hiện hành vi thực tế về bảo vệ môi trường ngoài các yếu tố trên như trồng cây xanh, tham gia các hoạt động tình nguyện bảo vệ môi trường, tái sử dụng nhiên liệu, tiết kiệm điện.... Nhưng doanh nghiệp khởi nghiệp ít có cơ hội tham gia các gian hàng triển lãm, hội chợ trong và ngoài nước. Những hoạt động thực tế này cần được khuyến khích và trở thành hoạt động nghiêm túc của doanh nghiệp khởi nghiệp.

Mặc dù rất nỗ lực trong việc thu thập và xử lý thông tin, nghiên cứu này vẫn còn một số hạn chế, như dữ liệu chưa có con số cụ thể cho chi phí đầu tư, áp dụng hệ thống bảo vệ môi trường cụ thể của doanh nghiệp khởi nghiệp. Các nghiên cứu trong tương lai cần xem xét thêm các yếu tố đó và các yếu tố khác quan, cũng như áp dụng phương pháp nghiên cứu khác để rõ hơn đối tượng nghiên cứu là doanh nghiệp khởi nghiệp.

#### **Lời thừa nhận/cảm ơn:**

Bài báo là sản phẩm của đề tài cấp cơ sở: “Nghiên cứu nhận thức của các doanh nghiệp khởi nghiệp Việt Nam về bảo vệ môi trường”, mã số: NTCS2021-65.

#### **Tài liệu tham khảo**

- Adam Butler (2017), ‘Do customers Really care about your environmental impact?’, *Forbes*, <https://www.forbes.com/sites/forbesnycouncil/2018/11/21/do-customers-really-care-about-your-environmental-impact/?sh=60ac9596240d>.
- Ngọc Anh (2024), ‘Người tiên phong khởi nghiệp đưa than củi Việt Nam vào thị trường Nhật Bản’, *VOV5*, truy cập ngày 22/04/2024, từ <https://vovworld.vn/vi-VN/viet-nam-quoc-gia-khoi-nghiep/nguoi-tien-phong-khoi-nghiep-dua-than-cui-viet-nam-vao-thi-truong-nhat-ban-1265301>.
- Ajzen, I. (1991), ‘The theory of planned behavior’, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Báo nhân dân (2023), ‘Trụ cột của “tam giác vàng” khởi nghiệp Đông Nam Á’, truy cập ngày 15/3/2024, từ <https://nhandan.vn/tru-cot-cua-tam-giac-vang-khoi-nghiep-dong-nam-a-post777011.html>.
- Bakator, M., Đorđević, D., & Čočkalović, D. (2019), ‘Developing a model for improving business and competitiveness of domestic enterprises’, *Journal of Engineering Management and Competitiveness*, (2), 87-96.
- Darvishmotevali, M., & Altinay, L. (2022), ‘Green HRM, environmental awareness and green behaviors: The moderating role of servant leadership’, *Tourism Management*, 88, 104401.
- Nguyễn Việt Dũng (2023), ‘Đẩy mạnh vai trò của doanh nghiệp trong bảo vệ môi trường’, *Tạp chí Kinh tế & Đô thị*, truy cập ngày 20/02/2024, từ <https://kinhtedothi.vn/day-manh-vai-tro-cua-doanh-nghiep-trong-bao-ve-moi>

---

truong.htmlF.

- Hà Dũng (2022), ‘Độc đáo ý tưởng sản xuất giày từ bã cà phê và nhựa của hai chàng du học sinh Việt’, *Báo pháp luật điện tử*, truy cập ngày 30/3/2024, từ <https://baophapluat.vn/doc-dao-y-tuong-san-xuat-giay-tu-ba-ca-phe-va-nhua-cua-hai-chang-du-hoc-sinh-viet-post434686.html>.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981), ‘Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error’, *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50, DOI: 10.2307/3151312.
- Hair, J.R., Anderson, R.E., Tatham, R.L. & Black, W.C. (1998), *Multivariate Data Analysis with Reading*, Prentice-Hall International.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R. (2009), *Multivariate Data Analysis*, 7th edition, Prentice Hall, New York, NY.
- Hay, B. L., Stavins, R. N., & Vietor, R. H. (2010), *Environmental protection and the social responsibility of firms: perspectives from law, economics, and business*, Routledge.
- Hu, L.T. & Bentler, P.M. (1999), ‘Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives’, *Structural Equation Modeling*, 6 (1), 1-55.
- Nguyễn Quang Huy (2020), ‘Thực trạng hoạt động khởi nghiệp ở Việt Nam hiện nay’, *Tạp chí Công thương*, truy cập ngày 20/5/2024, từ <https://tapchicongthuong.vn/thuc-trang-hoat-dong-khoi-nghiep-o-viet-nam-hien-nay-71047.html>.
- Nguyễn Khôi (2023), ‘Nâng cao nhận thức pháp luật về môi trường trong SMEs, truy cập 20/6/2024 từ <https://vov2.vov.vn/phap-luat/nang-cao-nhan-thuc-phap-luat-ve-moi-truong-trong-doanh-nghiep-vua-va-nho-45999.vov2>.
- Liston-Heyes, C., & Vazquez Brust, D. A. (2014), ‘Environmental Protection in Environmentally Reactive Firms: Lessons from Corporate Argentina’, *Journal of Business Ethics*, 135(2), 361–379, DOI: 10.1007/s10551-014-2473-4.
- Lin, S., Wang, S., Marinova, D., Zhao, D., & Hong, J. (2017), ‘Impacts of urbanization and real economic development on CO2 emissions in non-high income countries: Empirical research based on the extended STIRPAT model’, *Journal of Cleaner Production*, 166, 952-966.
- Nguyễn Tấn Lộc (2024), ‘Đề doanh nghiệp khởi nghiệp xanh phát triển, Báo người lao động’, truy cập 29/01/2024, từ <https://nld.com.vn/de-doanh-nghiep-khoi-nghiep-xanh-phat-trien-196240128194559301.html>.
- Trần Tự Lực, Lê Khắc Hoài Thanh & Nguyễn Thị Kim Phụng (2022), *Một số vấn đề về doanh nghiệp khởi nghiệp, đánh giá sự thành công của doanh nghiệp khởi nghiệp trên địa bàn tỉnh Quảng Bình*, Sách chuyên khảo, Nhà xuất bản Đại học Huế.
- Mansur, M., & Djaelani, A. K. (2023), ‘Business strategy approach to informal small businesses in increasing productivity and competitiveness’, *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 3(1), 01-19.
- Meghan Cain (2021), ‘Structural Equation Modeling using Stata’, *Journal of Behavioral Data Science*, 1(2), 156-177, DOI: 10.35566/jbds/v1n2/p7.
- Maryville University (2019), *The Importance of Environmental Awareness When Running a Business*, <https://online.maryville.edu/blog/importance-of-environmental-awareness-when-running-a-business>.
- Paul, J., Modi, A., & Patel, J. (2016), ‘Predicting green product consumption using theory of planned behavior and reasoned action’, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 29, 123-134.
- Qing, C., Guo, S., Deng, X., & Xu, D. (2021), ‘Farmers’ awareness of environmental protection and rural residential environment improvement: A case study of Sichuan province, China’, *Environment, Development and Sustainability*, 24, 11301–11319 .
- Ru, X., Qin, H., & Wang, S. (2019), ‘Young people’s behavior intentions towards reducing PM2. 5 in China: Extending the theory of planned behavior’, *Resources, Conservation and Recycling*, 141, 99-108.
- Rustam, A., Wang, Y., & Zameer, H. (2020), ‘Environmental awareness, firm sustainability exposure and green consumption behaviors’, *Journal of Cleaner Production*, 268, 122016.
- Simpson, M., N. Taylor & K. Barker (2004), ‘Environmental Responsibility in SMEs: Does It Deliver Competitive Advantage?’, *Business Strategy and the Environment*, 13(3), 156–171.

---

Tổng cục thống kê (2022), *Sách trắng doanh nghiệp Việt Nam 2022*.

Lê Tinh (2023), 'Cơ hội cho doanh nghiệp khởi nghiệp xuất khẩu', truy cập 15/5/2024, từ <https://nld.com.vn/kinh-te/co-hoi-cho-doanh-nghiep-khoi-nghiep-xuat-khau-20231115210633102.html>.

Vasantharaju, N. N. S. H., & Harinarayana, N. S. (2016), 'Online survey tools: A case study of Google Forms', In *National conference on scientific, computational & information research trends in engineering*, GSSS-IETW, Mysore.

VCCI (2022), 'Chương trình Khởi nghiệp Quốc gia hướng đến những mô hình bền vững', Chương trình Khởi nghiệp Quốc gia.

Wang, S., Li, J., & Zhao, D. (2018), 'Institutional pressures and environmental management practices: The moderating effects of environmental commitment and resource availability', *Business Strategy and the Environment*, 27(1), 52-69.

Williamson, D., G. Lynch-Wood & J. Ramsay (2006), 'Drivers of Environmental Behaviour in Manufacturing SMEs and the Implications for CSR', *Journal of Business Ethics*, 67, 317-330.

Xu, X., Wang, S. & Yu, Y. (2020), 'Consumer's intention to purchase green furniture: Do health consciousness and environmental awareness matter?', *Science of the Total Environment*, 704, 135275.

Zhuang, W., Luo, X., & Riaz, M. U. (2021), 'On the factors influencing green purchase intention: A meta-analysis approach', *Frontiers in Psychology*, 12, 644020.

Thanh An (2023), 'Chỉ 3-5% người trẻ Việt Nam khởi nghiệp thành công', *Doanh nhân Sài Gòn*, truy cập ngày 25/4/2024, từ <https://doanhnhansaigon.vn/chi-3-5-nguoi-tre-viet-nam-khoi-nghiep-thanh-cong-305349.html>.