

Số: 1279 /GM-ĐHTCM

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 13 tháng 5 năm 2024

GIẤY MỜI

Về việc tham gia viết bài hội thảo khoa học
Chủ đề: “**Quản trị bán hàng trong nền kinh tế xanh:
Các doanh nghiệp ngành bán lẻ cần chuẩn bị gì?**”

Kính gửi:..... *Quý nhà khoa học, chuyên gia, nhà quản lý*.....

Thuật ngữ kinh tế xanh được sử dụng rộng rãi từ năm 2008 trong bối cảnh cuộc khủng hoảng tài chính và sự cần thiết kích thích kinh tế xanh với nhiều định nghĩa và cách hiểu khác nhau về kinh tế xanh. Ý nghĩa cốt lõi của kinh tế xanh là tăng trưởng kinh tế đảm bảo đồng thời hai mục tiêu là bảo vệ môi trường sống trong sạch và bền vững. Ngân hàng Thế giới đưa ra định nghĩa kinh tế xanh là “*phát triển kinh tế đảm bảo sử dụng hiệu quả các nguồn tài nguyên thiên nhiên, trong đó giảm thiểu ô nhiễm và tác động đến môi trường, tăng cường khả năng phục hồi trước biến đổi tự nhiên, đẩy mạnh vai trò của quản lý nhà nước về môi trường và nguồn lực tự nhiên trong việc ngăn ngừa các thảm họa từ thiên nhiên*”. Hiện nay, kinh tế xanh được hiểu là sự kết hợp giữa ba yếu tố: **kinh tế** (xóa đói giảm nghèo, nâng cao chất lượng chăm sóc sức khỏe cộng đồng, phát triển năng lượng sạch, đáp ứng nhu cầu việc làm của người dân và thúc đẩy tăng trưởng...), **môi trường** (đảm bảo sản xuất và tiêu dùng bền vững, bảo tồn tài nguyên biển, bảo vệ, tái tạo và khuyến khích sử dụng bền vững các hệ sinh thái trên cạn...) và **xã hội** (nâng cao chất lượng giáo dục, thu hẹp khoảng cách bất bình đẳng giới và giảm thiểu bất bình đẳng xã hội...). Kinh tế xanh có tính chất bền vững, có nghĩa là những hoạt động trong nền kinh tế tạo ra lợi nhuận hoặc giá trị có ích lợi, hướng đến phát triển cuộc sống của cộng đồng xã hội con người; đồng thời, những hoạt động này thân thiện với môi trường: 3 yếu tố này được cân bằng sẽ thỏa mãn tính bền vững.

Kinh tế xanh là một nền kinh tế cần thiết bởi nó tạo ra việc làm, bảo đảm tăng trưởng kinh tế bền vững và ngăn chặn ô nhiễm môi trường, nóng lên toàn cầu, cạn kiệt nguồn tài nguyên và suy thoái môi trường. Trong nền kinh tế xanh, tài nguyên môi trường là yếu tố quan trọng mang tính chất quyết định đến sự phát triển kinh tế, cải thiện chuỗi giá trị, đem lại sự ổn định và thịnh vượng lâu dài. Bảo vệ môi trường, quản lý và sử dụng bền vững tài nguyên thiên nhiên, ứng phó với biến đổi khí hậu được xem là vấn đề then chốt của kinh tế xanh. Nhà nước và khu vực tư nhân tập trung ưu tiên đầu tư vào các hoạt động kinh tế, cơ sở hạ tầng, công trình có tác dụng đảm bảo mục tiêu giảm thiểu ô nhiễm và phát thải carbon; nâng cao hiệu quả sử dụng tài nguyên, năng lượng; ngăn ngừa mất đa dạng sinh học và các dịch vụ của hệ sinh thái.

Do đó, nhằm góp phần phát triển nền kinh tế xanh tại Việt Nam và thúc đẩy tiêu dùng xanh, cũng như tăng cường hiệu quả công tác quản trị bán hàng trong nền kinh tế xanh, đồng thời, nhằm tạo diễn đàn khoa học cho các nhà nghiên cứu, chuyên gia kinh tế và các nhà quản lý giao lưu và trao đổi quan điểm, Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Tài chính – Marketing tổ chức Hội thảo khoa học với chủ đề “**Quản trị bán hàng trong nền kinh tế**” ✓

xanh: Các doanh nghiệp ngành bán lẻ cần chuẩn bị gì? ”. Hội thảo nhằm mục đích làm rõ nội hàm về kinh tế xanh, mức độ hiểu biết của doanh nghiệp và khách hàng về kinh tế xanh, thực trạng tiêu dùng xanh tại Việt Nam; Cơ hội và thách thức cho phát triển kinh tế xanh ở các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam; Quản trị xanh và quản trị bán hàng trong nền kinh tế xanh; Kinh nghiệm phát triển mô hình kinh tế xanh và xu hướng tiêu dùng xanh; Vai trò của chuyển đổi số trong việc thúc đẩy các doanh nghiệp bán lẻ triển khai sản xuất kinh doanh hướng đến kinh tế xanh; Đề xuất đổi mới mô hình kinh doanh theo hướng tiêu dùng xanh và phát triển bền vững; Phát triển thị trường hàng hóa xanh ở Việt Nam, ...

1. NỘI DUNG HỘI THẢO

Hội thảo tập trung vào các nhóm vấn đề sau:

- Kinh tế xanh là gì? Nguyên tắc, thực trạng và tác động.
- Mức độ hiểu biết của doanh nghiệp, khách hàng về kinh tế xanh và các sản phẩm thân thiện môi trường.
- Cơ hội và thách thức cho phát triển kinh tế xanh ở các doanh nghiệp Việt Nam.
- Quản trị xanh và quản trị bán hàng trong nền kinh tế xanh.
- Các doanh nghiệp ngành bán lẻ cần chuẩn bị gì trong nền kinh tế xanh.
- Thực trạng tiêu dùng xanh tại Việt Nam.
- Xu hướng tiêu dùng xanh và phát triển bền vững.
- Phát triển thị trường hàng hóa xanh ở Việt Nam.
- Kinh nghiệm phát triển mô hình kinh tế xanh tại một số quốc gia.
- Đổi mới mô hình sản xuất kinh doanh theo hướng xanh, bền vững.
- Kinh doanh trên nền tảng số, khởi nghiệp xanh.
- Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong nền kinh tế xanh.
- Hành vi tiêu dùng xanh, marketing xanh.
- Vai trò của chuyển đổi số trong việc thúc đẩy các doanh nghiệp bán lẻ triển khai sản xuất kinh doanh hướng đến kinh tế xanh.
- Các vấn đề khác liên quan.

2. THỜI GIAN, ĐỊA ĐIỂM

- Thời gian: dự kiến tháng 11/2024
- Địa điểm: Trường Đại học Tài chính – Marketing

3. THẺ LỆ GỬI BÀI HỘI THẢO

- Thời gian nhận bài viết đến hết ngày **30/9/2024**
- Địa chỉ email gửi bài: **tranthenam@ufm.edu.vn**
- Quy định chi tiết về bài viết hội thảo: file đính kèm
- Bài viết được phản biện, có chất lượng sẽ được đăng trong kỷ yếu Hội thảo có chỉ số ISBN
- Mọi thông tin chi tiết xin liên hệ: TS. Trần Thế Nam; Email: **tranthenam@ufm.edu.vn**; Điện thoại: 0366919293.

Ban Tổ chức Hội thảo rất mong nhận được sự quan tâm của Quý vị.

Trân trọng cảm ơn././✓

Nơi nhận:

- Như trên;
- Lưu: VT, QLKH, QTKD. ✓





QUY ĐỊNH CHI TIẾT VỀ BÀI VIẾT HỘI THẢO

1. Quy định chung

Ngôn ngữ bài viết: Tiếng Việt.
 Bài viết có độ dài tối thiểu 3000 từ, tối đa 5000 từ (không bao gồm tài liệu tham khảo, phụ lục). Bài viết được soạn thảo trên Microsoft Word, khổ giấy A4. Font chữ: Times New Roman, cỡ chữ 13. Dẫn dòng: 1,5 line. Cỡ chữ cho phần Tài liệu tham khảo 11.

Tuân thủ các quy định về trích dẫn và chống đạo văn trong nghiên cứu khoa học (tham luận được kiểm tra bằng phần mềm Turnitin)

2. Quy định bài viết

2.1. Tên bài tham luận

Tên bài viết ngắn gọn, rõ ràng, không quá 20 từ, phản ánh nội dung chính của bài viết

2.2. Tên tác giả và cơ quan

Tên tác giả, học hàm, học vị; tên cơ quan công tác; email; số điện thoại

2.3. Tóm tắt bài viết

Phần tóm tắt phải viết ngắn gọn thành một đoạn văn (từ 150 đến 200 từ). Phần tóm tắt phản ánh được 1) mục tiêu của bài viết, 2) phương pháp nghiên cứu, 3) cỡ mẫu và dữ liệu nghiên cứu và 4) kết quả chính.

2.4. Từ khóa (keywords)

Tác giả cần đưa ra 3 đến 5 từ khóa của bài viết theo thứ tự alphabet và thể hiện đặc trưng cho chủ đề của bài viết.

2.5. Cấu trúc của bài viết

2.5.1. Giới thiệu hoặc đặt vấn đề

Phần giới thiệu (hoặc đặt vấn đề) cần thể hiện: (i) Lý do thực hiện nghiên cứu này và tầm quan trọng của chủ đề nghiên cứu (có ý nghĩa như thế nào về mặt lý luận và thực tiễn); (ii) Xác định vấn đề nghiên cứu; (iii) Nội dung chính mà bài viết sẽ tập trung giải quyết.

2.5.2. Tổng quan nghiên cứu, cơ sở lý thuyết

(i) Trình bày rõ tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý thuyết liên quan; (ii) Khung lý thuyết hoặc khung phân tích sử dụng trong bài viết;

2.5.3. Phương pháp nghiên cứu

Tác giả có thể lựa chọn phương pháp nghiên cứu định tính hoặc định lượng, hoặc cả hai tùy theo cách tiếp cận mà mình lựa chọn, trong đó cần thể hiện mô hình và các giả thuyết nghiên cứu (nghiên cứu định lượng) và/hoặc thiết kế nghiên cứu định tính, cũng như các phương pháp thu thập dữ liệu.

2.5.4. Kết quả và thảo luận

Phần này cần: (i) Diễn giải, phân tích các kết quả phát hiện mới; (ii) Rút ra mối quan hệ chung, mối liên hệ giữa kết quả nghiên cứu của tác giả với những phát hiện khác trong các nghiên cứu trước đó. Đối với một số dạng bài viết mang tính chất tư vấn, phản biện chính sách, ý kiến chuyên gia... phần này có thể chỉ tập trung vào đánh giá thực trạng vấn đề nghiên cứu (đánh giá thành tựu, hạn chế và nguyên nhân...).

2.5.5. Kết luận hoặc (và) khuyến nghị giải pháp

Tùy theo mục tiêu nghiên cứu, các bài viết cần có kết luận và đưa ra giải pháp, khuyến nghị cho các nhà quản lý doanh nghiệp và/hoặc các nhà hoạch định chính sách xuất phát từ kết quả nghiên cứu.

2.5.6. Trích dẫn và tài liệu tham khảo

Các trích dẫn và tài liệu tham khảo trong bài viết thực hiện theo chuẩn APA.

- Họ và tên tác giả (Năm xuất bản). *Tên tài liệu*. Nhà xuất bản
- Họ và tên tác giả (Năm xuất bản). Tên bài báo. *Tên tạp chí, tập*(số phát hành), trang số. DOI: xx.xxxxxxxxxx (nếu có)

Moses, J. W., & Knutsen, T. L. (2019). *Ways of knowing: Competing methodologies in social and political research* (3rd ed.). Red Globe Press

Nguyễn Thị Cảnh (2019). Đo lường lợi thế cạnh tranh, sản phẩm trọng yếu (chủ lực) và một số kết quả tính toán cho các sản phẩm công nghiệp chế biến TP.HCM. *Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ – Kinh tế-Luật và Quản lý*, 3(3), 176 - 189. <https://doi.org/10.32508/-stdjelm.v3i3.558> ✓

