
THỰC HÀNH XANH HÓA CHUỖI CUNG ỨNG THỦY SẢN XUẤT KHẨU TẠI VIỆT NAM

Tạ Văn Lợi

Viện Thương mại và Kinh tế Quốc tế, Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: loitv@neu.edu.vn

Mã bài: JED-777

Ngày nhận: 07/07/2022

Ngày nhận bản sửa: 04/08/2022

Ngày duyệt đăng: 10/08/2022

Tóm tắt:

Gần đây, nhiều mặt hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam đã có sự liên kết thành chuỗi trong nuôi trồng, đánh bắt, chế biến và xuất khẩu. Sự tham gia mạnh mẽ của các doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác... đã thúc đẩy các chuỗi liên kết chặt chẽ giữa các chủ thể tham gia với vai trò chủ chốt của các doanh nghiệp đầu ngành như chuỗi thực phẩm sạch của CP, Mavin, Dabaco, ... Tuy nhiên, riêng lĩnh vực thủy sản xuất khẩu dường như còn có sự cản trở trong liên kết chuỗi nên việc đáp ứng tiêu chuẩn xanh hóa còn hạn chế. Thậm chí, việc xanh hóa chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu mới tập trung nhiều tới sản phẩm đạt chuẩn theo chiều thuận nhưng chưa chú trọng tới chiều ngược lại như phế thải, tác hại môi trường... trong suốt quá trình nuôi trồng, đánh bắt, chế biến để xuất khẩu. Do đó, vấn đề xanh hóa chuỗi cung ứng hàng thủy sản xuất khẩu tại Việt Nam là xu hướng tất yếu và bền vững trong tương lai. Xanh hóa chuỗi cung ứng được tập trung nghiên cứu cho nhóm hàng thủy sản xuất khẩu chủ lực cấp quốc gia và cấp địa phương. Nhà nước có nhiều chính sách hỗ trợ xanh hóa chuỗi cung ứng đặc, biệt ưu đãi vốn, hỗ trợ lãi suất vốn cho các dự án nông, lâm và thủy sản, thậm chí cả vốn cho xử lý môi trường cho các dự án đó. Mặc dù vậy, thực trạng xanh hóa chuỗi thủy sản xuất khẩu tại nước ta tồn tại vấn đề vi phạm quy định đánh bắt cá tự nhiên và vi phạm sử dụng chất cấm, cũng như tiêu chuẩn phát thải quá quy định... Vì vậy, bài viết này đã phân tích sâu về các hạn chế đó và đề xuất một số giải pháp tăng cường xanh hóa chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam.

Từ khóa: Xanh hóa chuỗi cung ứng, thực hành xanh, chuỗi cung ứng xanh thủy sản xuất khẩu.
Mã JEL: F1, Q22.

Implementation of greenizing seafood export supply chain in Vietnam

Abstract:

Nowadays, a lot of seafood exports of Vietnam made by a supply chain from catching or feeding, processing for export. Participation of Vietnamese firms, cooperative units or group made a strong link in green supply chain with the leaders of CP, Mavin, Dabaco. However, with seafood exportation, it seems to have a constraint in intergrating a supply chain for meeting greenization. Evently, the greenization seafood export supply chain just focuses on export products but not for reverse side such as waste, pollution in the process from catching, feeding, processing for export. So the greenization seafood export supply chain issues are absolutely key problems for sustainable development in the future. This study emphasizes on national and local main export products so the government launches much more incentive policies special for capital, interest on forest, agriculture and seafood sectors. Especially the government helps all projects on protection environment. However, the situation of greenization seafood export supply chain still has many problems such as illegal unreported and unregulated fishing (IUU) and maximum residue level (MRL). So this research analyzes constraints and proposes some solutions for greenizing seafood export supply chain of Vietnam.

Keywords: Greenization supply chain, green implementation, implementation of greenizing seafood export.

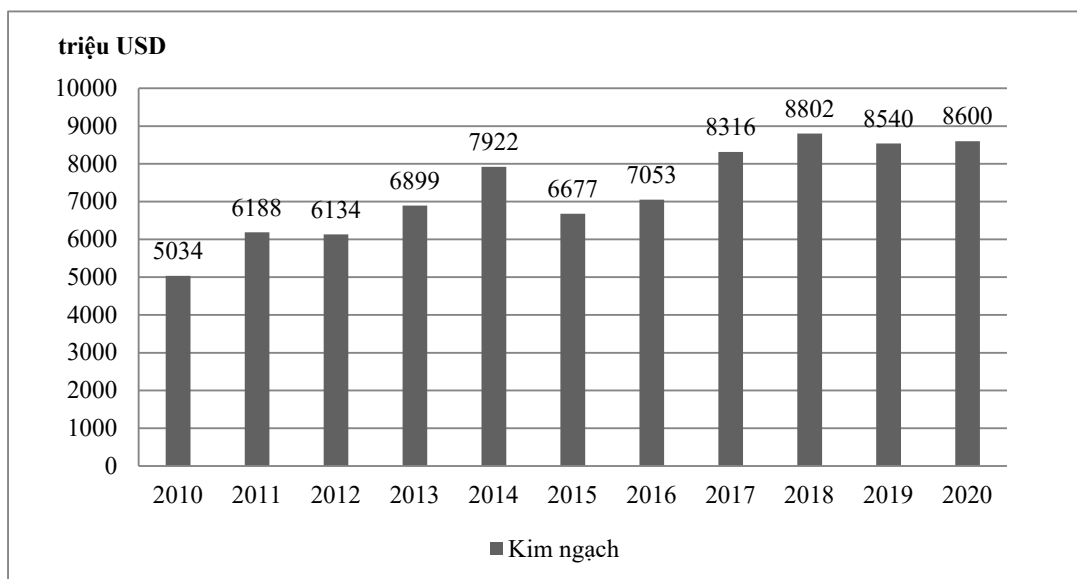
JEL Code: F1, Q22.

1. Thực trạng thực hành xanh hóa chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam

1.1. Kết quả xuất khẩu thủy sản của Việt Nam thời gian qua

Xuất khẩu thủy sản Việt Nam cũng trải qua sự cố đứt gãy chuỗi cung ứng toàn cầu năm 2019 đạt trị giá xuất khẩu 8,54 tỷ USD, giảm 2,3% so với năm 2018. Năm 2020 đạt 8,6 tỷ USD, tăng nhẹ so với 2019 với tổng sản lượng đạt khoảng 8,15 triệu tấn, trong đó sản lượng khai thác đạt 3,77 triệu tấn, tăng 4,5%, nuôi trồng đạt 4,38 triệu tấn, tăng 5,2%. Do năm 2020, xảy ra dịch Covid 19 nên các thị trường đều suy giảm, kể cả hàng khai thác hay nuôi trồng nhưng do có sự chuyển đổi số kịp thời nên đã tăng nhẹ 0,07%. Kim ngạch xuất khẩu thủy sản ước đạt 8,6 tỷ USD. Cụ thể như trình bày trong Hình 1.

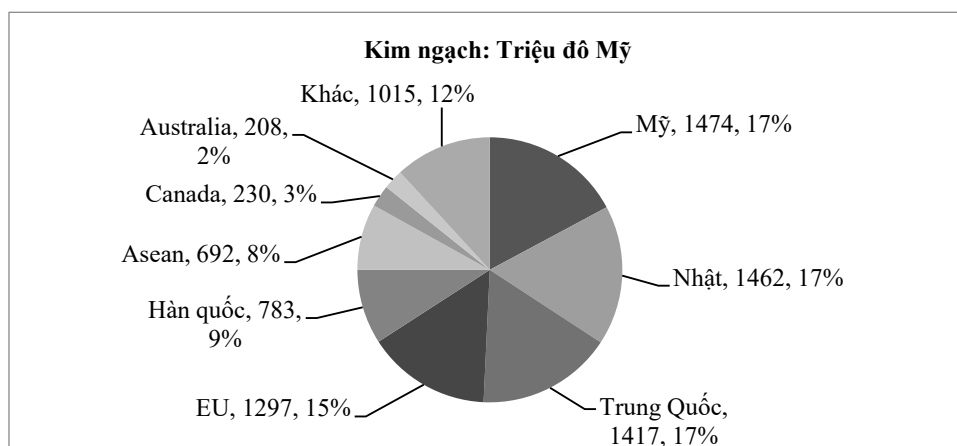
Hình 1: Sản lượng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam



Nguồn: Tổng cục thủy sản - Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và Hiệp hội chế biến và xuất khẩu thủy sản Việt Nam (VASEP) 2021.

Thực trạng thị trường xuất khẩu thủy sản Việt Nam trong những năm qua cho thấy 4 thị trường lớn nhất là Mỹ, Nhật, EU và Trung Quốc. Trong đó, EU có tiềm năng mới khi Hiệp định EVFTA đã được Quốc hội Việt Nam thông qua ngày 08/06/2020. Hiệp định này đã mở ra nhiều cơ hội cho xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam sang EU. Cụ thể các thị trường và kim ngạch xuất khẩu năm 2020 như sau trình bày ở Hình 2.

Hình 2: Thị trường xuất khẩu thủy sản của Việt Nam năm 2020



Nguồn: Hiệp hội chế biến và xuất khẩu thủy sản Việt Nam (VASEP) 2021.

Tuy nhiên, kể cả hàng khai thác hay nuôi trồng đều có những vụ việc liên quan đến vi phạm quy định của một số quốc gia là thị trường xuất khẩu lớn của Việt Nam. Thủy sản Việt Nam bị phạt “thẻ vàng” của EU khi không rõ nguồn gốc đánh bắt, nuôi trồng..., quá trình chế biến cũng có nhiều hạn chế, nguồn nguyên

liệu từ trong và ngoài nước cũng bất ổn trong khi đó các nhà nhập khẩu như Úc cấm nhập khẩu tôm chưa nấu chín, Mỹ đưa ra thuế chống bán phá giá cá tra quá cao. Nếu tiếp tục bị phạt nguy cơ các thị trường nhập khẩu khác cũng áp dụng các biện pháp tương tự thì rất khó khăn cho hàng thủy sản Việt Nam xuất khẩu. Chỉ khi thực hiện xanh hóa chuỗi cung ứng hàng thủy sản thì Việt Nam mới duy trì và tăng trưởng xuất khẩu thủy sản bền vững.

1.2. Thực trạng thực hành xanh hóa chuỗi cung ứng hàng thủy sản xuất khẩu Việt Nam

Thủy sản Việt Nam đang là một thương hiệu khá uy tín đối với khu vực và thế giới. Vấn đề đặt ra xung quanh việc xây dựng bộ tiêu chuẩn của thương hiệu thủy sản Việt Nam được nhiều nhà nghiên cứu và các chuyên gia kinh tế, chuyên gia về thủy sản quan tâm. Theo đó, bộ tiêu chuẩn gồm tiêu chuẩn “cần phải có” (còn gọi là tiêu chuẩn “cứng”) là độ tin cậy của vệ sinh an toàn thực phẩm được bảo đảm, độ tin cậy của khách hàng về chất lượng được bảo đảm (dinh dưỡng, màu sắc, kích cỡ, mùi, vị...) và xu hướng “muốn có” (còn gọi tiêu chuẩn “mềm”) là đạo đức, phúc lợi xã hội (cộng đồng, bảo vệ trẻ em) và đặc biệt là bảo vệ môi trường.

Với việc nhiều chính sách hỗ trợ, khuyến khích doanh nghiệp, hợp tác xã liên kết trong sản xuất và tiêu thụ được ban hành, nên ngày càng nhiều chuỗi giá trị nông sản được hình thành theo các hình thức liên kết khác nhau, như liên kết tiêu thụ sản phẩm, dịch vụ đầu ra; liên kết góp vốn đầu tư sản xuất... Đây là hình thức liên kết chặt chẽ, có sự chia sẻ lợi ích và rủi ro giữa doanh nghiệp và người nông dân. Đồng thời, trong thời gian qua, đã có một số chuỗi cung ứng nông sản ứng dụng thành công công nghệ mới như công nghệ thông tin, blockchain (cơ sở dữ liệu phân cấp lưu trữ thông tin trong các khối thông tin được liên kết với nhau bằng mã hóa và mở rộng theo thời gian) trong quản lý chuỗi cung ứng để kết nối sản xuất và tiêu dùng, truy xuất nguồn gốc sản phẩm nông sản nhằm gia tăng giá trị.

Điểm đáng chú ý, trong vài năm trở lại đây, ở nước ta đã và đang hình thành các chuỗi phát triển theo 3 cấp độ: sản phẩm chủ lực quốc gia, sản phẩm cấp tỉnh và sản phẩm địa phương. Kết quả bước đầu về phát triển sản phẩm OCOP, để đẩy mạnh chương trình này, ngày 07/5/2018, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định 490/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình quốc gia mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2018-2020 (Chương trình OCOP). Theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, mục tiêu cụ thể đến năm 2020, tiêu chuẩn hóa ít nhất 50% số sản phẩm hiện có, tương ứng khoảng 2.400 sản phẩm; củng cố, hoàn thiện tổ chức sản xuất theo hướng liên kết giữa hộ sản xuất với hợp tác xã và doanh nghiệp...

Như vậy, phần lớn hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam đều đạt yêu cầu xuất khẩu sang 4 nước thị trường chính là Mỹ, EU, Nhật Bản và Trung Quốc. Tỷ trọng hàng xuất khẩu đạt tiêu chuẩn “xanh” tự đánh giá rất cao, đạt trên 95% và có xu hướng tăng. Chứng tỏ các doanh nghiệp, các nhà nuôi trồng và đánh bắt hải sản đã từng bước điều chỉnh hoạt động của mình cho hợp lý với yêu cầu “xanh” của tất cả 4 thị trường xuất khẩu lớn. Trong 3 năm qua chỉ tiêu đạt tiêu chuẩn xanh được thống kê như trong Bảng 1.

Bảng 1: Bảng tổng hợp kết quả xanh hóa chuỗi cung ứng hàng thủy sản xuất khẩu Việt Nam

TT	Chi tiêu	Đơn vị tính	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019
1	Tỷ trọng hàng hóa xuất khẩu đạt chuẩn ‘xanh’ tự đánh giá	%	95	95,6	96,2
2	Tỷ trọng đáp ứng tiêu chuẩn TBT/SPS hàng xuất khẩu	%	93	92,3	94
3	Tỷ trọng số lượng sản phẩm xuất khẩu đạt nhãn hiệu xanh.	%	84	85	87,8
4	Số vụ vi phạm an toàn vệ sinh thực phẩm	Vụ	14	12	9

Nguồn: Báo cáo xuất khẩu thủy sản Việt Nam -2018,2019, 2020 và tổng hợp của tác giả.

Mặc dù vậy, khi có bất kỳ sự vụ liên quan đến vi phạm thì việc EU vẫn duy trì thẻ vàng và một số yêu cầu chặt chẽ về tiêu chuẩn xanh được áp dụng vẫn là rào cản lớn cho hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam. Để nhận diện chính xác các nhân tố nào cản trở thực hành xanh hóa chuỗi cung ứng hàng thủy sản xuất khẩu Việt Nam cần nghiên cứu rõ hơn về yêu cầu xanh hóa, điều kiện tham gia chuỗi cung ứng xanh đối với hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam. Đó cũng là vấn đề quan trọng trong chiến lược duy trì và phát triển kinh tế Việt Nam đến năm 2030 khi xuất khẩu thủy sản vẫn là một trong 10 mặt hàng xuất khẩu lớn nhất của Việt

Nam, góp phần cân bằng cán cân thương mại quốc tế của nước ta.

2. Tổng quan các công trình nghiên cứu liên quan

2.1. Các nghiên cứu nước ngoài về chuỗi cung ứng và xanh hóa chuỗi cung ứng

Quản trị chuỗi cung ứng được đề cập từ những năm 1984 nên có những tranh luận xung quanh việc những hạn chế của chuỗi cung ứng, đến năm 1995 (Wu & Dunn, 1995) có những nghiên cứu về sự thay đổi môi trường của chuỗi cung ứng. Nghiên cứu của Wu và Dunn và nghiên cứu sau đó cũng tập trung vào giảm chi phí và tăng lợi nhuận với ảnh hưởng tới môi trường chứ chưa đặt ra vấn đề xanh hóa chuỗi cung ứng. Johnson (1998) và Beamon (1999) tranh luận rằng logistics ngược không liên quan đến vấn đề môi trường mà là do hệ thống kinh tế đòi hỏi. Sau đó, Van Hock & Erasmus (2000) *đề xuất rằng logistics ngược chỉ nhằm đem lại lợi nhuận gia tăng, giảm phế phẩm và đôi khi do cạnh tranh dịch vụ nhà cung cấp phải làm*. Zhu & Sarkis (2004) cho thêm ý tưởng vấn đề chủ yếu của tham gia chuỗi cung ứng toàn cầu là giải pháp hợp tác cùng có lợi (win-win) dựa trên hoạt động kinh tế và môi trường. Trách nhiệm xã hội và đạo đức kinh doanh không chỉ của một bên mà là trách nhiệm của mọi thành viên trong chuỗi, do đó không chỉ nên quan tâm tới khía cạnh kinh tế của chuỗi cung ứng toàn cầu mà có cả khía cạnh môi trường của chuỗi cung ứng toàn cầu. Vấn đề môi trường toàn cầu như khí hậu nóng lên, hiệu ứng nhà kính, khí thải... cũng là những vấn đề của chuỗi cung ứng toàn cầu. Nagorney & Toyasaki (2005) cho rằng lợi ích doanh nghiệp ẩn sau nhiều vấn đề chuỗi cung ứng và logistics ngược, những vấn đề môi trường và trách nhiệm cũng cần quan tâm nhưng theo giác độ tiết kiệm hơn là mục tiêu xanh hóa vì môi trường. Nhiều công ty chấp nhận logistics ngược nhằm thu hồi một phần phế phẩm tái sử dụng được sẽ rẻ hơn mua nguyên liệu mới. Tuy nhiên, Jayaraman & Luo (2007) lại cho rằng binh quân khách hàng trả lại hàng khoảng 6% số lượng họ đặt mua, đặc biệt là những sản phẩm nhựa và hộp sẽ tái chế được nên có thể tiết kiệm chi phí nhưng lớn hơn hoặc sản phẩm khó tái chế thì lại gia tăng chi phí. Từ những nghiên cứu đó và thực tế do sức ép từ xã hội và các chính phủ về việc xả thải và tái chế, Srivastara (2007) *đã đưa ra khái niệm quản trị chuỗi cung ứng xanh (Green supply chain management)*. Ý tưởng tái chế ở khâu cuối cùng hay sản phẩm được thiết kế để tái chế từ khâu đầu của chu kỳ sống sản phẩm đã được bàn luận rõ hơn. Không chỉ lĩnh vực sản xuất mà cả lĩnh vực dịch vụ, giáo dục và chính phủ cũng cần phải xanh hóa. Xanh hóa chuỗi cung ứng từ khâu thiết kế, cung ứng nguyên liệu, sản xuất, chế biến, giao nhận đến tiêu dùng của khách hàng đến cuối chu kỳ sống sản phẩm đều phải xanh hóa. Hơn nữa, chu kỳ sống sản phẩm được nghiên cứu sâu hơn về sự khác biệt giữa sản xuất và dịch vụ theo nghiên cứu của Gilbert (2000) xanh hóa chuỗi cung ứng là quá trình kết hợp với tiêu chí môi trường với các quyết định đặt hàng và mối quan hệ dài hạn của tổ chức. Có ba nhân tố của chuỗi cung ứng xanh là chiến lược, môi trường và logistics. Nguyên tắc xanh hóa thể hiện xu thế phát triển bền vững cân bằng giữa lợi nhuận - chất lượng - môi trường. Phối kết hợp từ mục tiêu chiến lược trong dài hạn về chuỗi cung ứng và logistics từ thủ tục, giao nhận nguyên vật liệu, phân phối, lưu trữ, tái chế phế liệu và phục vụ sản phẩm. Nhiều hãng và tập đoàn làm chủ chuỗi thường có những tiêu chí khắt khe đối với nguyên liệu và sản phẩm họ sử dụng, đặc biệt với tiêu chí về môi trường. Nghiên cứu sâu hơn về các lĩnh vực xanh hóa chuỗi cung ứng cần có những ứng dụng khác biệt nhau. Lĩnh vực sản xuất phát sinh không chỉ phế phẩm mà còn phế thải, trong khi đó lĩnh vực dịch vụ chỉ quan tâm tới logistics ngược phế phẩm hơn là phế thải. Điều đó cần phải có nhiều nghiên cứu cụ thể hơn cho các ngành nghề lĩnh vực và sản phẩm. Xu thế này hiện nay đang trở thành vấn đề nghiên cứu chính của nhiều nhà khoa học như ngoài tiêu chuẩn ISO và các phiên bản nâng cấp còn có các tiêu chuẩn riêng về nhóm sản phẩm thực phẩm (Tiêu chuẩn nhập khẩu thực phẩm của Mỹ) hay quy trình sản xuất tốt cho được phẩm (GMP)... Nghiên cứu chuỗi cung ứng xanh đặt ra vấn đề bảo vệ môi trường, sức khỏe và an sinh xã hội. *Vì vậy, những rào cản kỹ thuật về hàng thủy sản luôn luôn chặt chẽ của các nước phát triển đối với các nước xuất khẩu. Thậm chí, những tiêu chí kiểm dịch phải báo cáo chi tiết từng khâu, từng quá trình khai thác, nuôi trồng, đánh bắt thủy sản xuất khẩu...* Các nghiên cứu về báo cáo xanh hóa chuỗi cung ứng của các tập đoàn này thường lưu hành nội bộ nên có những bài bình luận về những tiêu chuẩn giao nhận hàng hóa của Toyota. Năm 2007, Toyota đã chuyển hướng sản xuất động cơ xanh hybrid với 8 dòng sản phẩm tại Chicago, Mỹ. Châu Âu cũng cắt giảm 339.000 tấn khí thải xuống 261.000 tấn (tương đương 23%). Vì vậy, tiêu chí của Toyota đặt ra là kiểm soát mạng sản xuất của mình với các nhà cung ứng phải cùng thực hiện mục tiêu chiến lược và cam kết về môi trường.

2.2. Những nghiên cứu trong nước về chuỗi cung ứng và xanh hóa chuỗi cung ứng

Trong cuốn “Chuỗi cung ứng xanh, 2015” của ban quản lý dự án “ Tăng cường năng lực lồng ghép phát

triển bền vững và biến đổi khí hậu trong công tác lập kế hoạch” do UNDP tài trợ đã hệ thống hóa rất rõ nét về cơ sở lý luận về chuỗi cung ứng xanh, nội hàm mua sắm công và mua sắm công xanh, ý nghĩa vai trò và nội dung chuỗi cung ứng xanh và mua sắm công xanh. Trình bày các kinh nghiệm quốc tế và phân tích thực trạng chuỗi cung ứng xanh và mua sắm công xanh ở Việt Nam. Nghiên cứu báo cáo rõ 3 trường hợp điển hình về chuỗi cà phê, xi măng và dệt may của Việt Nam. Nghiên cứu cũng đưa ra nhiều giải pháp hữu ích cho thực hiện chuỗi cung ứng xanh và mua sắm công xanh. Tuy nhiên, nghiên cứu tập trung vào kết hợp cả hai giác độ vĩ mô và vi mô, đặc biệt là trong vấn đề mua sắm công xanh là chủ đạo.

Ngọc Nguyen & John Marson, 2016 trong bài “Chuỗi cung ứng xanh là gì?” cho rằng xanh hóa chuỗi cung ứng tập trung vào các yếu tố xanh hóa nguồn cung ứng, xanh hóa sản xuất, đóng gói, vận chuyển, điểm tiếp xúc bán hàng, sử dụng của khách hàng và kết thúc chu kỳ sống sản phẩm...

Nguyễn Bình Minh (2016) phân tích rõ lợi ích của chuỗi cung ứng xanh và các nghiệp vụ quản trị chuỗi cung ứng xanh. Nghiên cứu chỉ rõ các tiêu chuẩn của chuỗi cung ứng xanh toàn cầu và mức độ tham gia của các doanh nghiệp Việt Nam. Ví dụ về minh chứng năm 2015, WalMart yêu cầu báo cáo các thực phẩm sử dụng 10 loại hóa chất bị hạn chế trước khi cung ứng vào siêu thị, hoặc HP yêu cầu giảm 20% khí thải carbon của các nhà cung cấp linh kiện, Fujitsu cũng áp dụng chính sách “thu mua xanh” trong toàn bộ chuỗi cung ứng của công ty.

Nguyễn Thị Nguyệt Anh & Lê Phan Hòa (2013) cho rằng chuỗi cung ứng xanh đang ngày càng phổ biến và các doanh nghiệp Việt Nam cũng cần chuyển mình đáp ứng các tiêu chuẩn đó nếu muốn tham gia chuỗi cung ứng của các tập đoàn nước ngoài, đồng thời nêu rõ cách quản trị chuỗi cung ứng xanh nhằm đáp ứng tiêu chuẩn môi trường tự nhiên, môi trường kinh doanh và phát triển bền vững.

Nguyễn Thị Yên & Nguyễn Hồng Trà Mỹ (2016) cũng chỉ rõ tính cấp thiết của tác động môi trường của ngành thủy sản, đặc biệt là tác động gây ra biến đổi khí hậu và phát thải khí nhà kính. Tác giả cho rằng phải thay đổi từ nhận thức tới hành động nhằm thay đổi chuỗi cung ứng hàng thủy sản Việt Nam. Từ đó, đưa ra các giải pháp giảm tác động xấu tới môi trường trong các hoạt động chuỗi cung ứng bao gồm hoạch định nguồn cung ứng, sản xuất, phân phối và trả lại. Kiến nghị áp dụng mô hình chuỗi cung ứng xanh và thực trạng xanh hóa chuỗi cung ứng hàng thủy sản Việt Nam.

Tuy có nhiều nghiên cứu về chuỗi cung ứng xanh nhưng chưa có nhiều nghiên cứu cụ thể về cách thức quản trị xanh hóa chuỗi cung ứng hàng thủy sản xuất khẩu Việt Nam. Các nghiên cứu chung về chuỗi cung ứng xanh mới nghiên cứu về cấp vĩ mô và mua sắm công, các nghiên cứu vi mô chủ yếu về các khâu của quá trình liên kết chuỗi cung ứng xanh. Còn nghiên cứu gần nhất về chuỗi cung ứng xanh hàng thủy sản Việt Nam nói chung chưa đi sâu vào hàng thủy sản xuất khẩu và cách thức quản trị xanh hóa chuỗi cung ứng hàng thủy sản xuất khẩu Việt Nam.

3. Phương pháp nghiên cứu, mô hình nghiên cứu, phân tích và kết quả

3.1. Phương pháp và mô hình nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu tiếp cận từ tổng quát đến cụ thể, các vấn đề về mục tiêu chung của xanh hóa chuỗi cung ứng hàng thủy sản xuất khẩu Việt Nam làm cơ bản và trọng tâm, phân tán tới các mục tiêu cụ thể của từng khâu và quá trình; và liên kết từ các khâu của chuỗi tới các công việc cụ thể của các thành viên. Tiếp cận từ vấn đề chung, tiêu chuẩn chung của chuỗi đến vấn đề riêng trong quản trị của từng thành viên chuỗi. Mỗi khâu và chuỗi được coi là một chủ thể khi hoạt động độc lập. Những công việc của cùng một doanh nghiệp dù làm nhiều khâu của công đoạn chỉ được khảo sát theo chuỗi của sản phẩm xuất khẩu mà đơn vị đó tham gia.

Toàn bộ quá trình nghiên cứu được khái quát như trong Hình 3.

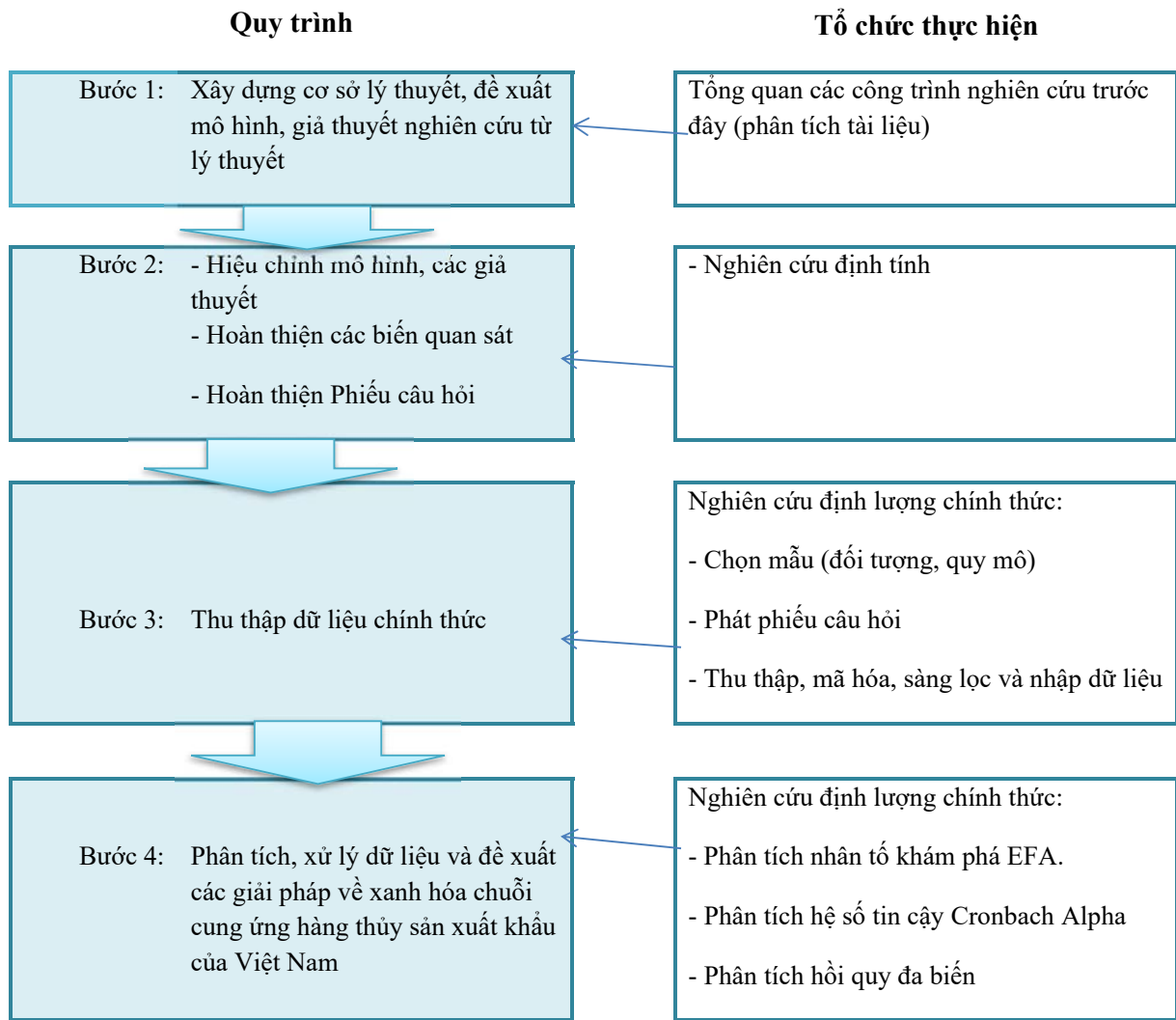
Phương pháp nghiên cứu sẽ thực hiện trên cơ sở phương pháp thu thập và phương pháp xử lý số liệu.

Số liệu thứ cấp được thực hiện trong nhiều bước khác nhau của quy trình nghiên cứu. Việc thu thập dữ liệu nhằm đạt được các mục tiêu: Tìm ra cơ sở lý luận chung; Tổng quan các công trình nghiên cứu trước đây có liên quan xanh hóa chuỗi cung ứng hàng thủy sản xuất khẩu, tìm ra khoảng trống nghiên cứu.

Số liệu sơ cấp sẽ điều tra 240 doanh nghiệp, ở tất cả các khâu của chuỗi cung ứng với tỷ lệ đều nhau. Tập trung nhiều vào các tỉnh có xuất khẩu thủy sản của Việt Nam.

Tổng hợp và lựa chọn các biến quan sát đã được sử dụng trong các nghiên cứu trước đây về xanh hóa

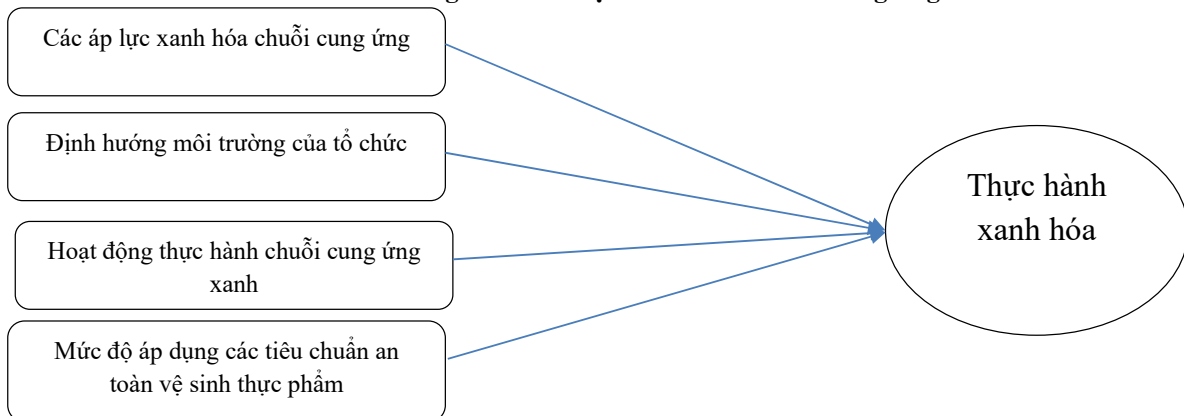
Hình 3: Khái quát quá trình nghiên cứu



chuỗi cung ứng hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam, nhằm đo lường được đầy đủ các khía cạnh khác nhau của biến phụ thuộc cũng như biến độc lập đã được đề xuất trong mô hình.

Sau khi kiểm chứng các nhân tố bắt buộc doanh nghiệp phải thực hành xanh hóa chuỗi cung ứng cho thấy 4 nhóm nhân tố về các áp lực xanh hóa chuỗi cung ứng, định hướng xanh hóa của tổ chức, hoạt động thực hành chuỗi cung ứng xanh và mức độ áp dụng các tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm là có tác

Hình 4: Mô hình nghiên cứu thực hành xanh chuỗi cung ứng



Nguồn: Agarwal & cộng sự (2018) và Kirchoff & cộng sự (2016) và tổng hợp của tác giả.

động tới thực hành xanh hóa chuỗi cung ứng tại Việt Nam. Do đó, mô hình thực hành xanh hóa chuỗi cung ứng của Agarwal & cộng sự (2018) và Kirchoff & cộng sự, 2016) là phù hợp và có thể mô hình hóa như trình bày trong Hình 4.

Diễn giải các biến nhân tố ảnh hưởng như sau:

Nhóm 1: Các áp lực xanh hóa chuỗi cung ứng

Nhóm chỉ tiêu này được công bố bởi Agarwal & cộng sự (2018). Các áp lực này được chia thành các nhóm chính như sau: áp lực từ các quy định về pháp luật của môi trường, các áp lực từ thị trường (áp lực từ khách hàng và áp lực từ công chúng), và các áp lực từ các nhà cung cấp. Để đánh giá thực trạng các áp lực này, đại diện các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh được thể hiện ở Bảng 2.

Bảng 2: Các tiêu chí đánh giá áp lực thực hành chuỗi cung ứng xanh

MS	Các nhóm áp lực
	<i>Áp lực từ quy định về môi trường của luật pháp</i>
R1	Quy định có tính bắt buộc về môi trường của Nhà nước
R2	Quy định có tính bắt buộc về môi trường của Tỉnh
R3	Quy định có tính bắt buộc về môi trường của Huyện hoặc xã
	<i>Áp lực từ yêu cầu về môi trường từ khách hàng</i>
M1	Các yêu cầu về môi trường của các khách hàng Nước ngoài
M2	Các yêu cầu về môi trường của các khách hàng Trong nước
	<i>Áp lực từ cộng đồng</i>
M3	Áp lực tạo dựng hình ảnh Xanh cho công ty
M4	Áp lực từ các phương tiện truyền thông đang theo dõi ngành thủy sản
	<i>Áp lực từ các nhà cung cấp</i>
S1	Những tiến bộ trong việc phát triển các hàng hóa thân thiện về mặt môi trường của các nhà cung cấp
S2	Hợp tác về môi trường với các nhà cung cấp
S3	Những tiến bộ trong việc phát triển các loại bao bì thân thiện về mặt môi trường của các nhà cung cấp
S4	Đảm bảo rằng các nhà cung cấp vẫn hoạt động (kinh doanh liên tục)

Nhóm 2: Định hướng môi trường của tổ chức.

Nhóm chỉ tiêu này được công bố bởi Kirchoff & cộng sự (2016). Để đánh giá thực trạng định hướng môi trường tại doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh, đại diện các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh như bảng 3.

Bảng 3: Các tiêu chí đánh giá định hướng môi trường ở doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh

	Nhận định
O1	Nhân viên trong đơn vị kinh doanh của chúng tôi hiểu tầm quan trọng của trách nhiệm môi trường
O2	Đơn vị kinh doanh của chúng tôi nỗ lực phối hợp để thúc đẩy giá trị của trách nhiệm môi trường trên tất cả các bộ phận
O3	Đơn vị kinh doanh của chúng tôi kêu gọi nhận thức về môi trường trong hoạt động của chúng tôi
O4	Trách nhiệm môi trường là quan trọng đối với đơn vị của chúng tôi
O5	Đơn vị kinh doanh của chúng tôi tin rằng điều quan trọng là phải cân bằng trách nhiệm với khách hàng, cổ đông, nhân viên của chúng tôi và môi trường
O6	Trách nhiệm với môi trường được coi là một phần quan trọng trong chiến lược hoạt động dài hạn của đơn vị kinh doanh của chúng tôi
O7	Khả năng của đơn vị kinh doanh của chúng tôi để tạo ra một hình ảnh tích cực về trách nhiệm môi trường là rất quan trọng
O8	Trách nhiệm với môi trường của chúng tôi ảnh hưởng đến hiệu suất tài chính của đơn vị kinh doanh của chúng tôi

Nhóm 3: Các tiêu chí thực hành chuỗi cung ứng xanh

Nhóm chỉ tiêu này được chia thành các nhóm sau: thiết kế xanh, hợp tác với khách hàng, mua sắm xanh, quản lý môi trường nội bộ và phục hồi đầu tư.

Nhóm 4: Các tiêu chí phản ánh mức độ áp dụng các tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm.

Bảng 4: Các tiêu chí thực hành chuỗi cung ứng xanh

Thực hành chuỗi cung ứng xanh	
	<i>Thiết kế xanh</i>
EC1	Công ty chúng tôi nhấn mạnh thiết kế các sản phẩm để giảm tiêu thụ vật liệu / năng lượng
EC2	Công ty chúng tôi coi trọng thiết kế các sản phẩm có thể được tái sử dụng, tái chế và thu hồi bộ phận cấu thành
EC3	Công ty chúng tôi coi trọng thiết kế các sản phẩm để giảm sử dụng vật liệu có hại / độc hại
EC4	Công ty chúng tôi nỗ lực tối ưu hóa quy trình thiết kế để giảm phát thải không khí và tiếng ồn
EC5	Công ty chúng tôi nỗ lực tối ưu hóa quy trình thiết kế để giảm chất thải rắn và lỏng
	<i>Hợp tác với khách hàng</i>
CC1	Công ty chúng tôi hợp tác với khách hàng để sản xuất theo các thiết kế sinh thái
CC2	Công ty chúng tôi hợp tác với khách hàng để thiết kế quy trình sản xuất sạch hơn
CC3	Công ty chúng tôi hợp tác với khách hàng sử dụng bao bì xanh
CC4	Công ty chúng tôi có cấu trúc chia sẻ thông tin với khách hàng
CC5	Công ty chúng tôi hợp tác với khách hàng để sử dụng ít năng lượng hơn trong quá trình vận chuyển sản phẩm
	<i>Mua sắm xanh</i>
GP1	Công ty chúng tôi hợp tác với các nhà cung cấp để đáp ứng các mục tiêu môi trường
GP2	Công ty chúng tôi nhấn mạnh việc mua vật liệu thân thiện với môi trường
GP3	Công ty chúng tôi đánh giá các nhà cung cấp dựa trên các tiêu chí môi trường cụ thể
GP4	Công ty chúng tôi hợp tác với các nhà cung cấp có chứng nhận môi trường như ISO 14001
GP5	Công ty chúng tôi có quan hệ đối tác với các nhà cung cấp nhằm hướng đến các giải pháp môi trường và / hoặc phát triển các sản phẩm thân thiện với môi trường
	<i>Quản lý môi trường nội bộ</i>
IE1	Các nhà quản lý cấp cao trong công ty chúng tôi cam kết quản lý chuỗi cung ứng xanh
IE2	Công ty chúng tôi coi trọng hợp tác đa chức năng để cải thiện môi trường
IE3	Công ty chúng tôi coi trọng việc tuân thủ các quy định về môi trường và các chương trình kiểm toán môi trường
IE4	Công ty chúng tôi có kế hoạch ngăn ngừa ô nhiễm
IE5	Công ty chúng tôi có một hệ thống để theo dõi các luật và quy định về môi trường
	<i>Phục hồi đầu tư</i>
IR1	Bán hàng tồn kho / vật liệu dư thừa
IR2	Bán phế liệu và vật liệu đã qua sử dụng
IR3	Bán thiết bị thừa vốn
IR4	Có hệ thống tái chế cho các sản phẩm đã qua sử dụng và bị lỗi

Để đánh giá mức độ áp dụng các tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm, đại diện các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh gồm các tiêu chí: ACCP, GlobalGap, SQF (Safe Quality Food), ASC (Aquaculture Stewaship Council), BRC (British Retail Consortium), Chứng chỉ đánh bắt (catch certificate), ISO14001, Nhãn hiệu sinh thái Eco, Tiêu chuẩn/chứng chỉ khác.

Thu thập dữ liệu theo mẫu nghiên cứu

Để phục vụ cho việc đánh giá thực trạng xanh hóa chuỗi cung ứng, nhóm nghiên cứu đã tiến hành khảo sát: Phát ra 240 phiếu nhưng thu về được 220 phiếu, trong đó có 04 phiếu chưa hợp lệ do thiếu hoặc lẫn vai trò tham gia trong chuỗi, Còn 216 phiếu hợp lệ của 216 doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh tại 16 tỉnh/thành phố trong cả nước. Sử dụng theo thang linkert điểm từ 1 đến 5 (1 = không bao giờ; 2 = hiếm khi; 3 = thỉnh thoảng; 4 = nhiều theo định kỳ; 5= thường xuyên).

Mẫu được khảo sát chia theo hoạt động kinh doanh chính có 7,9% doanh nghiệp/cơ sở kinh khẩu thủy sản; 28,2% doanh nghiệp/cơ sở đánh bắt thủy sản; và 63,9% là doanh nghiệp/cơ sở nuôi trồng thủy sản. Còn theo mức độ tham gia vào chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản, có 38,4% doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh có tham gia vào các chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu; và 61,6% là doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh không tham gia vào các chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu.

3.2. Kết quả nghiên cứu định lượng và phân tích

3.2.1. Các áp lực thúc đẩy doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh thực hành chuỗi cung ứng xanh

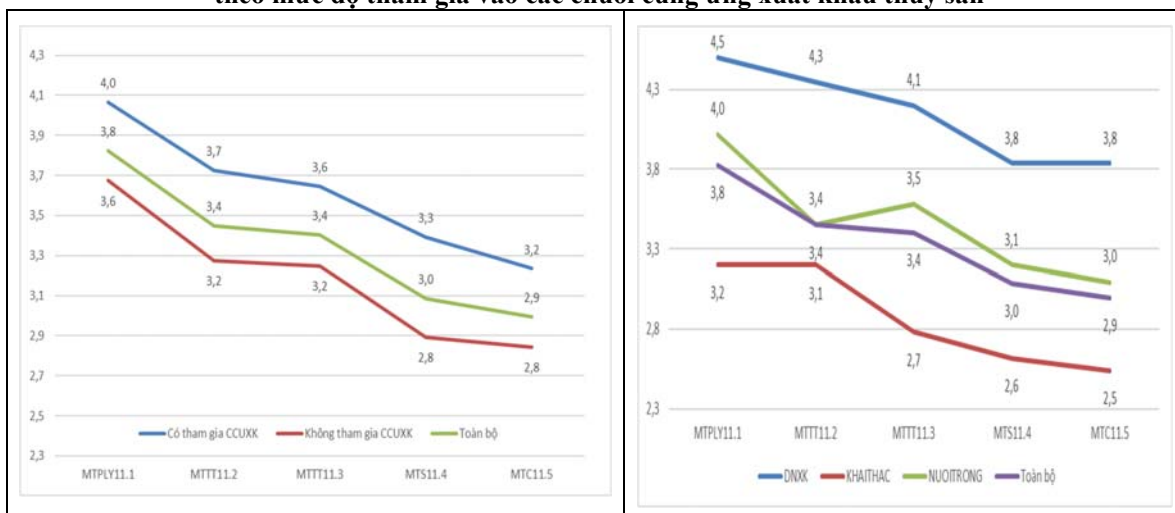
Bảng 5: Đặc điểm mẫu nghiên cứu theo địa bàn mẫu phiếu điều tra

Tỉnh/Thành phố	Tần suất	Tỷ lệ (%)
1. An Giang	11	5,1
2. Bạc Liêu	9	4,2
3. Bến Tre	25	11,6
4. Bình Định	10	4,6
5. Bình Thuận	11	5,1
6. Cà Mau	21	9,7
7. Cần Thơ	1	0,5
8. Đồng Tháp	9	4,2
9. Hải Phòng	1	0,5
10. Hậu Giang	15	6,9
11. Khánh Hòa	12	5,6
12. Kiên Giang	21	9,7
13. Long An	26	12,0
14. Sóc Trăng	19	8,8
15. Tiền Giang	15	6,9
16. Vũng Tàu	10	4,6
Toàn bộ	216	100,0

Nguồn: Tạ Văn Lợi và cộng sự (2020).

Kết quả nghiên cứu cho thấy các quy định của Chính phủ, chính quyền tỉnh và chính quyền huyện/thị về môi trường (MTPV11.1) là những áp lực quan trọng nhất thúc đẩy các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh thực hành chuỗi cung ứng xanh (Hình 5). Áp lực của yếu tố này là khá cao. Tuy nhiên, Áp lực từ khách hàng (MTTT11.2) và áp lực từ cộng đồng (MTTT11.3) là yếu tố quan trọng thứ hai và thứ ba trong thúc đẩy các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh thực hành chuỗi cung ứng xanh. Áp lực của các yếu tố này chỉ ở mức độ trung bình. Áp lực từ các nhà cung cấp (MTS11.4) và các động lực bên trong (MTC) có vai trò quan trọng thứ tư và thứ năm trong thúc đẩy các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh thực hành chuỗi cung ứng xanh. Tầm quan trọng của hai yếu tố này là tương đối thấp.

Hình 5: Áp lực thúc đẩy thực hành chuỗi cung ứng xanh theo mức độ tham gia vào các chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản



Nguồn: Tạ Văn Lợi & cộng sự (2020).

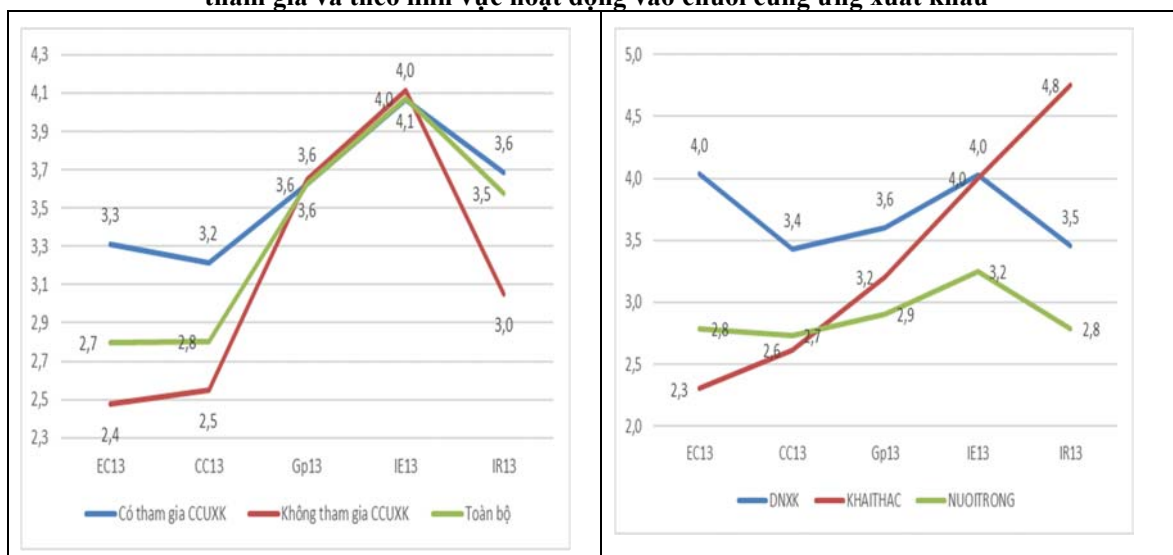
3.2.2. Thực trạng định hướng môi trường của tổ chức

Kết quả cho thấy các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh có tham gia vào các chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu có định hướng môi trường cao hơn so với các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh không tham gia vào các chuỗi cung ứng xuất khẩu. Tương tự theo lĩnh vực hoạt động, các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh xuất khẩu có định hướng môi trường cao hơn khá nhiều so với các doanh nghiệp/cơ sở nuôi trồng thủy sản và các doanh nghiệp/cơ sở khai thác thủy sản.

3.2.3. Thực trạng thực hành chuỗi cung ứng xanh

Kết quả phản ánh mức độ thực hành chuỗi cung ứng xanh ở các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh. Các số liệu cho thấy các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh tham gia vào chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản thực hành chuỗi cung ứng xanh tích cực hơn so với các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh không tham gia, đặc biệt là ở các tiêu chí thiết kế sinh thái (EC13), hợp tác với khách hàng (CC13) và phục hồi đầu tư (IR13). Các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh tham gia chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu và các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh không tham gia có mức độ thực hành chuỗi cung ứng xanh tương đương nhau ở hai tiêu chí mua sắm xanh (GR13) và quản lý môi trường nội bộ.

Hình 6: Thực hành chuỗi cung ứng xanh theo mức độ tham gia và theo lĩnh vực hoạt động vào chuỗi cung ứng xuất khẩu



Nguồn: Tạ Văn Lợi & cộng sự (2020).

3.2.4. Thực trạng áp dụng các tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm

Kết quả cho thấy việc áp dụng các tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm chủ yếu tập trung ở các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh có tham gia vào các chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu (chiếm 75%) mặc dù các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh này chỉ chiếm chưa đến 40% toàn bộ mẫu nghiên cứu. Cụ thể, các doanh nghiệp/cơ sở có tham gia vào chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản chiếm 82% tổng số doanh nghiệp/cơ sở áp dụng tiêu chuẩn HACCP, 50% tổng số doanh nghiệp/cơ sở áp dụng tiêu chuẩn BRC; 79% tổng số doanh nghiệp/cơ sở áp dụng tiêu chuẩn GlobalGap; 100% tổng số doanh nghiệp/cơ sở áp dụng tiêu chuẩn SQF; 82% tổng số doanh nghiệp/cơ sở áp dụng tiêu chuẩn ASC; và 81% tổng số doanh nghiệp/cơ sở áp dụng các tiêu chuẩn khác.

3.2.5. Ảnh hưởng của các áp lực đối với thực hành chuỗi cung ứng xanh

Kết quả ở bảng 6 cho thấy áp lực cộng đồng là yếu tố quan trọng nhất thúc đẩy các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh thực hành chuỗi cung ứng xanh. Áp lực cộng đồng (MTTT11.3) có tác động thuận chiều đến cả thiết kế sinh thái (EC13), hợp tác với khách hàng (CC13), mua sắm xanh (GP13) và phục hồi đầu tư (IR13). Định hướng môi trường (O12) là yếu tố quan trọng thứ hai thúc đẩy thực hành chuỗi cung ứng xanh có tác động tích cực lên cả 2 yếu tố là thiết kế xanh (EC13) và hợp tác với khách hàng (CC13). Áp lực từ các quy định về môi trường của chính phủ và chính quyền tỉnh/thành phố có ảnh hưởng tích cực đến thực hành môi trường nội bộ. Trong khi đó áp lực của khách hàng về môi trường ảnh hưởng tích cực đến hợp tác với khách hàng.

Bảng 6: Tác động của các áp lực đến thực hành chuỗi cung ứng xanh

	Mô hình 1 EC13	Mô hình 2 CC13	Mô hình 3 IE13	Mô hình 4 IR13	Mô hình 5 GP13
(Constant)	-1,213	-0,017	2,473	0,771	1,981
MTPLY11.1	-0,030	-0,236	0,346*		
MTTT11.2	-0,077	0,493*			
MTTT11.3	0,581*	0,289*		0,666*	0,386*
MTS11.4	0,212	-0,079			
MTC11.5	-0,345	-0,240			
O12	0,796*	0,566*			
R2	0,600	0,526	0,520	0,241	0,512

Chú thích: * = $\alpha < 0.05$

Nguồn: Tạ Văn Lợi & cộng sự (2020).

Từ kết quả khảo sát, có thể nhận thấy rõ các đánh giá sau đây:

Kết luận 1: Mức độ xanh hóa trong các chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu còn thấp. Cụ thể, tỷ trọng các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh áp dụng các tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm còn khá thấp (chỉ chiếm xấp xỉ 30% tổng số doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh được khảo sát).

Kết luận 2: Quá trình xanh hóa diễn ra thiếu đồng bộ trong chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản. Các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh ở các công đoạn hạ nguồn thường tích cực hơn các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh thượng nguồn. Các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh liên quan trực tiếp hơn vào các chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản tích cực hơn so với các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh khác trong áp dụng các tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm.

Kết luận 3: Các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh tham gia vào chuỗi cung ứng xuất khẩu thủy sản thực hành chuỗi cung ứng xanh tích cực hơn so với các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh không tham gia, đặc biệt là ở hoạt động thiết kế sinh thái (EC13), hợp tác với khách hàng (CC13) và phục hồi đầu tư (IR13). Các doanh nghiệp tham gia và không tham gia các chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu có mức độ thực hành tương đương nhau ở mua sắm xanh (GR13) và quản lý môi trường nội bộ.

Kết luận 4: Các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh trực tiếp xuất khẩu thủy sản và các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh tham gia vào các chuỗi cung ứng cảm nhận áp lực thực hành chuỗi cung ứng mạnh mẽ hơn từ các quy định về môi trường, khách hàng, cộng đồng, các nhà cung cấp về xanh hóa chuỗi cung ứng mạnh mẽ hơn các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh khác.

Kết luận 5: Áp lực từ cộng đồng và định hướng môi trường của doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh đang có tác động nhiều nhất đến thực hành chuỗi cung ứng xanh. Áp lực cộng đồng (MTTT11.3) có tác động thuận chiều đến 4/5 hoạt động, trong khi đó định hướng môi trường của doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh có ảnh hưởng khá mạnh 2/5 hoạt động xanh hóa chuỗi cung ứng, tuy nhiên cảm nhận của các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh về áp lực cộng đồng đối với việc thực hành chuỗi cung ứng xanh đang ở mức trên trung bình và động lực xanh hóa từ bên trong doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh chỉ ở mức trung bình.

Trên cơ sở đó cho thấy những hạn chế thực hành xanh hóa chuỗi cung ứng hàng thủy sản xuất khẩu như sau:

- Xanh hóa chuỗi cung ứng hàng thủy sản xuất khẩu Việt Nam thiếu một chiến lược tổng thể, vẫn mang tính bị động. Các tiêu chí, tiêu chuẩn đều xuất phát từ các nước nhập khẩu. Khi bị phạt, bị cấm hay hạn chế mới thay đổi và với tư thế đối phó làm cho đạt mà chưa thấy rõ trách nhiệm nghĩa vụ hay tầm nhìn trước khi thực thi các cam kết quốc tế.

- Xanh hóa chuỗi cung ứng hàng thủy sản xuất khẩu Việt Nam mang tính địa phương, các cách kiểm soát chưa đạt chuẩn quốc gia hoặc bộ tiêu chí quốc gia. Những thay đổi cách làm như hình thành các tổ đội, các hợp tác xã, doanh nghiệp liên kết vv... mới chỉ dừng ở các tiêu biểu điển hình mà chưa thành mô hình chuẩn để phổ biến và áp dụng rộng rãi. Các phương án và bố trí sản xuất vẫn manh mún và thiếu đồng bộ cho nên nếu phát triển mạnh sẽ có mâu thuẫn về nguồn lợi và cạnh tranh thiếu lành mạnh. Những vùng ven biển, ven

bờ, khu vực hóa hay địa phương hóa thường do các đầu nậu chi phối và giảm sự phối hợp trong chuỗi cung ứng hàng thủy sản xuất khẩu Việt Nam.

- Xanh hóa chuỗi cung ứng hàng thủy sản xuất khẩu Việt Nam vẫn chưa được tuyên truyền và thông tin nhất quán tới các chủ thể tham gia, các chủ thể chỉ thay đổi khi có áp lực về kinh tế nên các doanh nghiệp ở cuối chuỗi có áp lực cao hơn, đôi khi nguyên nhân của các vi phạm lại ngay từ khâu đầu như nuôi có dư lượng kháng sinh cao, đánh bắt có biện pháp bảo quản không tốt... nhưng các ngư dân và người nuôi trồng lại cảm nhận về áp lực ít hơn. Tuy nhiên, thiệt hại kinh tế thì người nuôi trồng lại chịu rủi ro cao hơn do tập quán mua bán chịu vẫn diễn ra trong chuỗi. Trách nhiệm pháp lý và trách nhiệm kinh tế thiếu đồng bộ gây ra nhiều vụ đổ vỡ dây chuyền cản trở tình thân hợp tác trong xanh hóa chuỗi cung ứng hàng thủy sản xuất khẩu Việt Nam.

- Xanh hóa chuỗi cung ứng hàng thủy sản xuất khẩu Việt Nam chưa gắn với mua sắm xanh hay bộ tiêu chí sản phẩm xanh quốc gia nên các chủ thể tham gia chuỗi cung ứng hàng hóa chưa bị áp lực thực hiện xanh hóa hoạt động của mình. Các mặt hàng thủy sản xuất khẩu luôn có chất lượng cao đáp ứng theo từng hợp đồng xuất nhưng không phải tuân thủ theo các tiêu chí mua sắm xanh dẫn đến sự lộn xộn trong quản lý từ nguồn.

- Xanh hóa chuỗi cung ứng hàng thủy sản xuất khẩu Việt Nam thiếu các ứng dụng công nghệ và kỹ thuật mới. Từ các nghiên cứu công nghệ nuôi và đánh bắt tới chế biến đều có áp dụng từ nhiều nơi nên việc triển khai thiếu đồng bộ. Những công nghệ và kỹ thuật mới có số lượng hạn chế, chi phí cao nên các ngư dân và người nuôi trồng thường không thể thay đổi và ứng dụng nếu không có sự hỗ trợ từ các cơ quan hữu quan.

4. Một số giải pháp thực hành xanh trong chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản tại Việt Nam

Theo định hướng phát triển ngành thủy sản Việt Nam và phát triển bền vững chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản xanh tại Việt Nam đến 2030 đã xác định:

- Tổng sản lượng dự kiến đạt 9 triệu tấn;
- Giá trị xuất khẩu ước đạt 20 tỷ đô, trong đó giá trị gia tăng lên 60%;

Như vậy, để phát triển bền vững chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng thủy sản xanh tại Việt Nam cần thực hiện ngay một số giải pháp cơ bản sau:

4.1. Nhà nước cần ban hành tiêu chuẩn mua sắm xanh và tiêu chuẩn chuỗi cung ứng xanh

Cần tăng cường kiểm soát việc tuân thủ các tiêu chuẩn mua sắm xanh và chuỗi cung ứng xanh nhằm tạo động lực triển khai thực hành xanh hóa chuỗi cung ứng ở các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh trong các chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu. Các chính sách cụ thể có thể áp dụng như ban hành các quy định về chuỗi cung ứng xanh và công nhận sản phẩm xanh cho các sản phẩm này được sản xuất và phân phối qua các chuỗi cung ứng phù hợp với các quy định này. Bên cạnh đó Nhà nước cũng có thể hỗ trợ các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh về mặt kỹ thuật và đào tạo nhân lực để giúp các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh trong ngành thủy sản xanh hóa chuỗi cung ứng. Đồng thời ban hành quy chế mua sắm xanh các nguồn vốn từ ngân sách nhằm thúc đẩy chuỗi cung ứng xanh trong xã hội.

Các quy định về mua sắm xanh không chồng chéo hay không mâu thuẫn với các quy định về tạo việc làm xanh, về tín dụng xanh, về đầu tư xanh, về công nghệ sạch, về năng lượng xanh... Cần phải đưa ra và cụ thể hoá các tiêu chuẩn về xanh cho các doanh nghiệp trong việc thực hành chuỗi cung ứng xanh. Nên xây dựng các tiêu chí để xác định chuẩn mực đó và yêu cầu các doanh nghiệp phải tuân theo. Trong các chuẩn mực này có các yêu cầu tiêu chuẩn về sử dụng hiệu quả, tiết kiệm năng lượng và giảm phát thải khí nhà kính, tiêu chuẩn về xả thải môi trường, xử lý rác thải, tỉ lệ sử dụng lại phế phẩm và bán thành phẩm, tỉ lệ tái chế rác thải, tạo việc làm xanh, phát huy trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp...

4.2. Đổi mới tổ chức sản xuất nhằm nâng cao năng lực triển khai thực hành xanh hóa chuỗi cung ứng

Chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam gồm nhiều chủ thể khác nhau như các hộ nuôi trồng, khai thác thủy sản, các tổ chức xuất khẩu, các tổ chức hỗ trợ (tạo giống, phòng bệnh, hỗ trợ kỹ thuật). Trong số đó, nhiều chủ thể có quy mô nhỏ, năng lực hạn chế nên việc áp dụng xanh hóa chuỗi cung ứng sẽ gặp khó khăn. Vì vậy, để nâng cao năng lực áp dụng xanh hóa chuỗi cung ứng các chủ thể trong chuỗi cung ứng thủy sản cần hợp tác chặt chẽ với nhau theo mô hình liên kết các hộ sản xuất nhỏ thành các nhóm liên kết. Ngoài ra, các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh lớn (hạ nguồn trong chuỗi cung ứng) cần phát huy được vai trò lãnh

đạo và điều phối để hỗ trợ các chủ thể nhỏ trong chuỗi cung ứng triển khai xanh hóa chuỗi cung ứng. Theo cơ chế tác động này, việc áp dụng xanh hóa chuỗi cung ứng trong các chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu sẽ được khuyến khích ít nhất là ở các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh thượng nguồn.

4.3. Xây dựng các mô hình liên kết để phát triển và hình thành các sáng kiến xanh hóa chuỗi cung ứng nhằm cắt giảm chi phí xanh hóa

Việc xanh hóa các công đoạn của chuỗi cung ứng là tương đối tốn kém, đòi hỏi các doanh nghiệp/cơ sở kinh doanh (chủ thể liên quan) phải có năng lực quản lý, năng lực công nghệ, có nguồn nhân lực phù hợp. Nếu triển khai riêng lẻ, các thành viên trong các chuỗi cung ứng khó có thể xanh hóa được các công đoạn do mình đảm nhiệm. Vì vậy, việc liên kết để chia sẻ các nguồn lực về quản lý, công nghệ và nhân lực sẽ góp phần giảm các cản trở áp dụng xanh hóa chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu.

4.4. Chuyển đổi số trong xanh hóa chuỗi cung ứng hàng thủy sản xuất khẩu Việt Nam

Các doanh nghiệp tham gia chuỗi từ khâu đầu tới khâu cuối cần thông suốt thông tin và rút ngắn thời gian thông tin trên cơ sở nền tảng số hóa. Khi các công ty thực hiện chuyển đổi số sẽ tiết kiệm thời gian và nhân lực nên có thể giảm chi phí thực hành xanh hóa chuỗi cung ứng hàng thủy sản xuất khẩu. Chuyển đổi số trong chuỗi cung ứng hàng thủy sản xuất khẩu cũng giúp cho luồng thông tin được thông suốt, xử lý tình huống kịp thời đáp ứng nhu cầu khách hàng nước ngoài tốt hơn.

4.5. Tăng cường tuyên truyền nâng cao ý thức của người tiêu dùng trong nước trong việc sử dụng các sản phẩm thủy sản xanh

Hiện nay người tiêu dùng trong nước chưa thật sự quan tâm đến các tiêu chuẩn về sản phẩm xanh. Điều này chưa tạo ra áp lực đủ mạnh để thúc đẩy các chủ thể trong chuỗi cung ứng thủy sản áp dụng xanh hóa chuỗi cung ứng và khuyến khích họ tiếp tục áp dụng mô hình chuỗi cung ứng truyền thống. Để thúc đẩy áp dụng xanh hóa chuỗi cung ứng trong các chuỗi cung ứng thủy sản xuất khẩu, Nhà nước cần tuyên truyền về lợi ích cá nhân và lợi ích xã hội đối với việc sử dụng các sản phẩm xanh của người tiêu dùng. Áp lực xanh hóa chuỗi cung ứng thủy sản từ các khách hàng trong nước sẽ thúc đẩy áp dụng xanh hóa chuỗi cung ứng hàng thủy sản xuất khẩu ở Việt Nam.

Tài liệu tham khảo

- Agarwal M, Jin H, McClain M, Fan J, Koch BA, Jaspersen SL, Yu HG (2018), ‘Dynamical behaviours of food-chain model with stage structure and time delays’, *Advances in Difference Equations*, 10.1186/s13662-018-1589-8.
- Beamon, B. M. (1999), ‘Designing the green supply chain’, *Logistics Information Management*, 12(4), 332 – 342.
- Gilbert, S (2000), *Greening supply chain: Enhancing competitiveness through green productivity*, Report of the Top forum on Enhancing competitiveness through green productivity held in China, 25-27, May, 2000, ISBN 92-833-2290-8.
- Jayaraman & Luo (2007), ‘Creating Competitive Advantages Through New Value Creation: A Reverse Logistics Perspective’, *Academy of Management Perspectives* 21(2):56-73, DOI:10.5465/AMP.2007.25356512
- Johnson, P. F. (1998), ‘Managing value in reverse logistics system. *Logistics and Transportation Review*’, 34, 217-227.
- Kirchoff, Wendy L Tate, Diane A Mollenkopf ., (2016), “ *The impact of strategic organizational orientations on green supply chain management and firm performance*” *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* ISSN: 0960-0035, 2016.
- Nagorney, A., & Toyasaki, F. (2005), ‘Reverse supply chain management and electronic waste recycling: A multi-tiered network equilibrium framework for e-cycling’, *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 41, 1-28.
- Ngoc Nguyen & John Marson (2016), *Chuỗi cung ứng xanh là gì?*, <http://www.gxs.co.uk/resources/green-supply-chain> và <http://logistics4vn.com/chuoi-cung-ung-xanh-green-supply-chain-la-gi/>
- Nguyễn Bình Minh (2016), ‘Chuỗi cung ứng xanh- giải pháp kinh doanh bền vững, thân thiện với môi trường’, *Tạp chí Môi trường*, số 2/2016.

-
- Nguyễn Thị Nguyệt Anh, Lê Phan Hòa (2013), 'Xanh hóa chuỗi cung ứng – hướng phát triển bền vững cho các doanh nghiệp trong thời kỳ hội nhập', *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 193 (II), 49-54.
- Nguyễn Thị Yên & Nguyễn Hồng Trà Mỹ (2016), 'Chuỗi cung ứng xanh thủy sản Việt Nam: thực trạng và giải pháp', *Tạp chí Kinh tế đối ngoại*, 85, 33-36.
- Srivastava, S. (2007), 'Green supply-chain management: A state-of-the-art literature review', *International Journal of Management Reviews*, 9(1), 53-80.
- Tạ Văn Lợi, Bùi Thị Lành, Nguyễn Thị Xuân Hương, Trần Trọng Đức, Nguyễn Thu Nga, Mai Thế Cường, Nguyễn Bích Ngọc và Phạm Khánh Chi (2020), *Báo cáo xanh hóa chuỗi cung ứng hàng thủy sản Việt Nam xuất khẩu đến năm 2030, đề tài KX445*.
- Tibben-Lembke, R. & Rogers, D. S., (2001). An Examination of Reverse Logistics Practices. *Journal of Business Logistics*, 22, 129-148. <https://doi.org/10.1002/j.2158-1592.2001.tb00007.x>
- Van Hock, R., & Erasmus, I. (2000), 'From reversed logistics to green supply chains', *Logistics Solutions*, 2, 28-33.
- Wu, H. J., & Dunn, S. C. (1995), 'Environmentally responsible logistics system', *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 25, 20-39.
- Zhu, Q., & Sarkis, J. (2004), 'Relationships between operational practices and performance among early adopters of green supply chain management practices in Chinese manufacturing enterprises', *Journal of Operations Management*, 22, 265-289.