

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

- 1. Nguyễn Việt Thái và Bùi Thị Thanh** - Phân tích tác động không gian của ngành du lịch đến tăng trưởng kinh tế Việt Nam. *Mã số: 137+138.1 TRMg.11* 3
An Analysis of the Spatial Impact of Tourism on Vietnam's Economic Growth
- 2. Nguyễn Mạnh Hùng và Nguyễn Thị Xuân Hồng** - Nghiên cứu hoạt động phát triển nguồn nhân lực du lịch của các tỉnh Trung Du, miền núi Bắc Bộ. *Mã số: 137+138. 1HRMg.11* 10
A Study on Tourism Human Resource Development in Northern Mountainous and Mid-land Provinces
- 3. Đặng Thị Việt Đức** - Cấu trúc cung cầu và các yếu tố ảnh hưởng tới gia tăng sản lượng ngành tài chính ngân hàng Việt Nam giai đoạn 2007-2016. *Mã số: 137+138.1FiBa.11* 28
Input - output structure and sources of output growth of vietnam's banking and finance sector in 2007-2016
- 4. Hoàng Khắc Lịch** - Phân nhóm quốc gia theo tiềm năng và thực tế chi tiêu công. *Mã số: 137+138.1MEco.11* 40
Classifying Countries according to State Spending Potential and Reality
- 5. Nguyễn Thị Cẩm Vân** - Tác động của toàn cầu hóa đến sự phát triển công nghiệp và dịch vụ ở Việt Nam. *Mã số: 137+138.1IIEM.11* 50
The Impact of Globalization on the Development of Industry and Service in Vietnam

QUẢN TRỊ KINH DOANH

- 6. Đỗ Thị Bình** - Nghiên cứu mức độ chủ động trong chiến lược kinh doanh thân thiện với môi trường của các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản Việt Nam. *Mã số: 137+138.2BMkt.21* 61
A Study on the Activeness in the Environment-Friendly Business Strategy of Vietnam's Aquatic Product Processing and Exporting Enterprises
- 7. Ngô Mỹ Trân và Dương Trọng Nhân** - Các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng thành lập các tiểu ban trực thuộc hội đồng quản trị của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. *Mã số: 137+138.2OMIS.21* 75
The Factors Affecting the Formation of Subcommittees under Boards of Directors of Listed Companies on Vietnam Stock Market

- 8. Lê Thị Mỹ Phương và Cao Thi Hà Thương** - Phân tích tác động của quản trị tài chính với hiệu quả tài chính tại các doanh nghiệp sản xuất niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Mã số: 137+138.2FiBa.21 86
An Analysis on the Impact of Financial Administration on Financial Performance at Listed Manufacturing Enterprises on Vietnam Stock Market
- 9. Vũ Thị Thu Hương, Tạ Quang Bình, Hồ Thị Mai Sương và Lương Thị Ngân** - Ảnh hưởng của các công ty zombie đến hiệu quả hoạt động tài chính: Kết quả nghiên cứu thực nghiệm trên các công ty niêm yết nhóm ngành vật liệu xây dựng tại Việt Nam. Mã số: 137+138.2FiBa.21 100
The Impact of Zombie Companies on Financial Performance: Results of Experimental Research at Listed Construction Materials Companies in Vietnam
- 10. Đinh Công Thành, Lê Tấn Nghiêm và Nguyễn Hồng Gấm** - Ảnh hưởng của thuê ngoài dịch vụ đến hiệu quả phi tài chính của doanh nghiệp - nghiên cứu trường hợp các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Đồng bằng Sông Cửu Long. Mã số: 137+138.2BAdm.21 109
The effect of outsourcing on the non-financial performance of smes in the mekong delta

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

- 11. Hervé B. BOISMERY** - Entrepreneurship and Credit Crunch in Vietnam: A Recurring Reality? 119
Doanh nghiệp và thắt chặt tín dụng ở Việt Nam: thực trạng tái xuất hiện? Mã số: 137+138.3FiBa.31
- 12. YU-HUI LIN and JIA-CHING JUO** - Risk-Adjusted Productivity Change of Taiwan's Banks in The Financial Holding Companies 133
Thay đổi năng suất điều chỉnh rủi ro của các ngân hàng Đài Loan trong các công ty cổ phần tài chính. Mã số: 137+138.3FiBa.31

NGHIÊN CỨU MỨC ĐỘ CHỦ ĐỘNG TRONG CHIẾN LƯỢC KINH DOANH THÂN THIỆN VỚI MÔI TRƯỜNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP CHẾ BIẾN XUẤT KHẨU THỦY SẢN VIỆT NAM

Đỗ Thị Bình

Đại học Thương mại

Email: binhdt@gmail.com

Ngày nhận: 26/11/2019

Ngày nhận lại: 12/12/2019

Ngày duyệt đăng: 17/12/2019

Sự xuất hiện liên tục của các quy định và tiêu chuẩn mới về môi trường, áp lực của các bên liên quan và sự đổi mới của công nghệ... tạo nên nhiều kịch bản cạnh tranh khác nhau xoay quanh các vấn đề môi trường. Đối phó với các áp lực đó, theo đuổi chiến lược kinh doanh thân thiện với môi trường (CLKDTTMT) là lựa chọn của nhiều doanh nghiệp hiện nay. Với mục đích nghiên cứu mức độ chủ động trong theo đuổi CLKDTTMT của các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản Việt Nam, tác giả đã phân tích dữ liệu thứ cấp của 32 công ty niêm yết và phỏng vấn 44 nhà quản lý của 28 doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu. Kết quả nghiên cứu cho thấy bức tranh toàn cảnh của mức độ áp dụng chiến lược kinh doanh thân thiện môi trường của các doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu hiện nay khi CLKDTTMT thụ động đứng đầu, sau đó lần lượt là CLKDTTMT cơ hội, CLKDTTMT tập trung và cuối cùng là CLKDTTMT chủ động. Kết quả nghiên cứu tạo nên một số hàm ý đối với các nhà xây dựng chính sách và các nhà quản lý.

Từ khóa: Chiến lược kinh doanh, chủ động, thân thiện với môi trường, thủy sản xuất khẩu

1. Tổng quan về chiến lược kinh doanh thân thiện với môi trường

Sự xuất hiện liên tục của các quy định và tiêu chuẩn mới về môi trường, áp lực của các bên liên quan và sự đổi mới của công nghệ... tạo nên nhiều kịch bản cạnh tranh khác nhau xoay quanh các vấn đề môi trường. Đối phó với các áp lực đó, theo đuổi chiến lược kinh doanh thân thiện với môi trường là lựa chọn của nhiều doanh nghiệp hiện nay.

Chiến lược kinh doanh thân thiện với môi trường (CLKDTTMT) còn được gọi với nhiều tên khác nhau như chiến lược kinh doanh xanh, chiến lược sinh thái, chiến lược môi trường (Leonidou, Fotiadis, Christodoulides, Spyropoulou, & Katsikeas, 2015).

Theo Das và các cộng sự, “CLKDTTMT đại diện cho một chiến lược của doanh nghiệp hướng tới cả kết quả kinh doanh và môi trường tự nhiên bền

vững” (Das, Biswas, Abdul Kader Jilani, & Uddin, 2019). Theo đó, một công ty theo đuổi chiến lược này sẽ đặt nỗ lực hạn chế ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường từ việc sản xuất và sử dụng sản phẩm hoặc các dịch vụ của họ để đáp ứng các yêu cầu từ các bên liên quan khác nhau như chính phủ, người tiêu dùng, cộng đồng và nhiều cá nhân và nhóm liên quan khác (Banerjee, 2001; Das et al., 2019). Bên cạnh mục tiêu trách nhiệm xã hội này, việc sử dụng CLKDTTMT phần nào cũng được chứng minh là mang lại một số lợi ích để cải thiện lợi thế cạnh tranh và hiệu suất doanh nghiệp. Vì thế, tăng cường áp dụng CLKDTTMT không chỉ là một phản ứng đối với yêu cầu từ các bên liên quan mà còn là động lực của công ty trong việc tăng cường lợi thế cạnh tranh và hiệu suất của họ.

Có nhiều cách phân loại, tiếp cận khác nhau về CLKDTTMT. Cụ thể, Hart (1997) cho rằng có 03

chiến lược giải quyết thách thức môi trường bền vững, đó là CL phòng ngừa ô nhiễm, CL quản lý sản phẩm sạch và CL công nghệ sạch. Gần đây, Orsato (2006) lại phân loại các loại chiến lược môi trường cạnh tranh tổng quát như: CL hiệu quả sinh thái, CL dẫn đạo vượt mức tuân thủ quy định, CL thương hiệu sinh thái và CL dẫn đạo chi phí môi trường. Tập trung sự chú ý vào các phản ứng kinh doanh đối với sự biến đổi khí hậu, Nikol và Pinkse (2005) xác định các chiến lược mới nổi về môi trường khi cân nhắc hai khía cạnh, đó là cấp độ tổ chức và mục tiêu chính của chiến lược. Trên cơ sở đó, ông cho rằng các CLKD TTMT là CL cải tiến quy trình, CL phát triển sản phẩm, CL kết hợp sản phẩm/thị trường mới, CL chuyên giao nội bộ giảm phát thải, CL mua lại tín dụng phát thải và CL kiểm soát chuỗi cung ứng. Trong đó, CLKD TTMT và hiệu quả kinh doanh có thể được xem xét cùng với các CL kể trên.

Mặc dù các cách tiếp cận khác nhau cho ra các phân loại khác nhau về CLKD TTMT, chúng ta vẫn thấy có sự tương đồng trong các CL này: cách tiếp cận về CLKD TTMT có thể được nhóm lại thành cách tiếp cận định hướng quy trình và cách tiếp cận định hướng tổ chức.

Tiếp cận định hướng quy trình:

CL sản xuất sạch hơn được sử dụng để đạt được sự bền vững môi trường trong các quy trình sản xuất (Baas, 1995; Kjaer-heim, 2005), và nó đã cho phép sản xuất công nghiệp tạo ra một vị trí trong tầm nhìn môi trường bền vững, nêu bật tiềm năng của công nghệ trong việc bảo tồn vật liệu, sử dụng năng lượng hiệu quả, không gây ô nhiễm và giảm tải lãng phí (Hart, 1997; Geiser, 2001). Với cách tiếp cận này, sử dụng vật liệu sinh thái hiệu quả được coi là cách tiếp cận chiến lược trọng điểm (Von Weizsäcker và cộng sự 1997; Ryan, 2004; Orsato, 2006). Đặc biệt, Porter và van der Linde (1995) nhấn mạnh vai trò của tiết kiệm nguyên liệu và tận dụng các sản phẩm phụ tốt hơn để thúc đẩy hiệu suất nguồn lực, để từ đó đạt được đồng thời là sự hiệu quả về chi phí và thời gian. Tương tự như vậy, sử dụng năng lượng hiệu

quả cũng là một cách tiếp cận chiến lược trọng điểm khác. Trên thực tế, Sách xanh về Hiệu suất năng lượng (EU's Director-General for Transport and Energy, 2005) tuyên bố rằng nó có thể là một trong những cách nhanh nhất để đạt được các mục tiêu bền vững về môi trường, trong các mục tiêu Kyoto. Ngoài ra, một số nghiên cứu khác cho rằng công nghệ năng lượng tái tạo và tận dụng năng lượng hiệu quả là những giải pháp tiềm năng hiệu quả nhất cho các vấn đề hiện tại về môi trường (Lee et al., 1992; Hollander và Schneider, 1996; Dincer, 1999).

Tiếp cận định hướng tổ chức

Cách tiếp cận CLKD TTMT thứ hai tập trung nhiều hơn vào khía cạnh tổ chức (cả nội bộ tổ chức và liên tổ chức). Điển hình, Florida và Davidson (2001) nhấn mạnh tầm quan trọng của hệ thống quản lý môi trường (EMS) trong quản lý các mục tiêu kinh doanh và hiệu quả môi trường để có thể theo đuổi CLKD TTMT. Hơn nữa, các chiến lược môi trường có thể được mở rộng cho chuỗi cung ứng (Hall, 2000; Hagelaar và van der Vorst, 2002; Sarkis, 2003; Ravi et al., 2005). Cụ thể, Beamon (1999) điều tra các yếu tố môi trường dẫn đến sự phát triển của chuỗi cung ứng môi trường mở rộng nhằm theo đuổi CLKD TTMT.

Các cách tiếp cận khác về CLKD TTMT cũng đã được nghiên cứu để phân tích các công ty thuộc các lĩnh vực kinh tế và khu vực địa lý khác nhau (ví dụ, Buil-Carrasco và cộng sự, 2008; Epstein và Roy, 2006; Frondel et al., 2007). Tuy nhiên, cơ sở lý luận về CLKD TTMT dường như bị hạn chế trong một số nghiên cứu liên quan đến các lĩnh vực kinh tế hoặc khu vực địa lý cụ thể.

2. Mức độ chủ động trong chiến lược kinh doanh định hướng thân thiện với môi trường

Lee & Rhee (2007) khẳng định rằng sự khác biệt của nhà quản lý trong nhận thức về các vấn đề môi trường và lựa chọn về thực hành môi trường của doanh nghiệp tạo nên các CLKD TTMT khác nhau. Do đó các doanh nghiệp coi CLKD TTMT như “một lựa chọn về độ rộng và sâu của các hoạt động và

thực hành thân thiện với môi trường của doanh nghiệp”. Trong đó độ rộng của CLKDTTMT làm rõ các loại vấn đề môi trường mà doanh nghiệp quan tâm, còn độ sâu của CLKDTTMT là mức độ mà doanh nghiệp chấp nhận giải quyết các vấn đề môi trường này. Một doanh nghiệp có thể lựa chọn rất nhiều lĩnh vực để quan tâm đến vấn đề môi trường như sản phẩm, hệ thống và tổ chức, quá trình, chuỗi giá trị và tái chế và các mối quan hệ với đối tác bên ngoài (Lee & Rhee, 2007). Độ rộng của một CLKDTTMT được đo lường bằng mức độ nỗ lực cũng như nguồn lực đầu tư của doanh nghiệp cho việc quản lý môi trường nói chung và quản lý các vấn đề môi trường mà doanh nghiệp đã lựa chọn. Như vậy, độ sâu của CLKDTTMT phản ánh độ sâu mà một doanh nghiệp giải quyết với các vấn đề môi trường nhằm thỏa mãn nhu cầu khác nhau của các bên liên quan.

Để xác định các mức độ khác nhau của CLKDTTMT phản ánh độ rộng và sâu khác nhau, các nghiên cứu trước đây đưa ra khá nhiều loại hình CLKDTTMT khác nhau từ mức độ thụ động đến mức độ chủ động liên quan đến nhận thức của các nhà quản lý về vấn đề môi trường. Những công ty áp dụng CLKDTTMT thụ động là những doanh nghiệp dường như không quan tâm đến các vấn đề môi trường. Loại CLKDTTMT này phản ánh mức độ đáp ứng thấp của doanh nghiệp cả về các lĩnh vực lựa chọn giải quyết lẫn mức độ giải quyết. Và do đó, CLKDTTMT thụ động được coi là chiến lược có hiệu suất môi trường thấp nhất theo nghiên cứu của Kim (2018). Những doanh nghiệp ứng dụng CLKDTTMT tập trung là những doanh nghiệp tập trung vào việc tuân thủ các quy định và kiểm soát ô nhiễm môi trường. Những doanh nghiệp này thường xuyên triển khai các giải pháp triệt để nhằm tuân thủ mọi quy định về môi trường ở mức rủi ro và chi phí thấp nhất (Do, Nguyen, Nguyen, & Johnson, 2019; Lee & Rhee, 2007). Ngoài ra, CLKDTTMT tập trung chỉ quan tâm đến giải quyết một số vấn đề môi trường nhất định đồng thời cũng chỉ giành nguồn

lực và nỗ lực ở mức độ nhất định, không giành toàn bộ nỗ lực để có thể đạt lợi thế trong quản lý môi trường tại tất cả lĩnh vực môi trường mà doanh nghiệp lựa chọn. CLKDTTMT cơ hội là CLKDTTMT giải quyết các vấn đề môi trường cao hơn mức trung bình ở tất cả các lĩnh vực doanh nghiệp lựa chọn giải quyết như sản phẩm, hệ thống và tổ chức, quá trình, chuỗi giá trị và tái chế và các mối quan hệ với đối tác bên ngoài (Do et al., 2019; Lee & Rhee, 2007). CLKDTTMT cuối cùng là CLKDTTMT chủ động. Đây là chiến lược tìm kiếm lợi thế cạnh tranh và vị thế dẫn đạo thị trường bằng việc khởi xướng các hoạt động quản lý môi trường chặt chẽ hướng tới việc giảm thiểu chi phí và chớp lấy các cơ hội do yếu tố môi trường đem lại. CLKDTTMT này có các thực hành môi trường ở mức độ cao nhất khi doanh nghiệp coi vấn đề môi trường là quan trọng trong mọi quyết định quản lý. Nhiều nghiên cứu để chỉ ra rằng CLKDTTMT chủ động giúp doanh nghiệp đạt được hiệu suất tài chính cao hơn (Ryszko, 2016), hiệu suất môi trường cao hơn (Kim, 2018) và hiệu suất doanh nghiệp cao hơn (Jiang, Xue, & Xue, 2018).

3. Tổng quan về ngành chế biến thủy sản xuất khẩu Việt Nam

Việt Nam có bờ biển dài và hệ thống sông ngòi dày đặc nên từ lâu thủy sản đã trở thành một trong những ngành nghề truyền thống. Trong thời đại hội nhập kinh tế quốc tế, ngành thủy sản Việt Nam đã trở thành một ngành kinh tế hàng hóa lớn, tham gia mạnh mẽ vào thị trường quốc tế. Xuất khẩu thủy sản mang về một nguồn ngoại tệ lớn, tạo nhiều việc làm cho người lao động, đóng góp quan trọng cho sự tăng trưởng, ổn định của nền kinh tế, góp phần giữ gìn chủ quyền quốc gia trên biển, đảo của Tổ quốc. Theo thống kê của Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam, sản lượng thủy sản Việt Nam đã duy trì tăng trưởng liên tục trong 17 năm qua với mức tăng bình quân là 9,07%/năm. Với chủ trương thúc đẩy phát triển của chính phủ, hoạt động nuôi trồng thủy sản đã có những bước phát triển

manh, sản lượng liên tục tăng cao trong các năm qua, bình quân đạt 12,77%/năm, đóng góp đáng kể vào tăng trưởng tổng sản lượng thủy sản của cả nước. Trong khi đó, trước sự cạn kiệt dần của nguồn thủy sản tự nhiên và trình độ của hoạt động khai thác đánh bắt chưa được cải thiện, sản lượng thủy sản từ hoạt động khai thác tăng khá thấp trong các năm qua, với mức tăng bình quân 6,42%/năm (Bộ Công Thương, 2019).

Hội nhập kinh tế quốc tế đã mang lại cho ngành thủy sản nhiều cơ hội nhưng cũng không ít thách thức để phát triển bền vững. Phương tiện tàu thuyền khai thác còn lạc hậu, chưa đảm bảo an toàn, kỹ thuật khai thác chưa tiên tiến dẫn đến chất lượng và sản lượng khai thác còn thấp. Số tàu thuyền khai thác gần bờ gia tăng mạnh làm cho nguồn thủy sản gần bờ suy giảm mạnh. Ngư dân khai thác trên biển gặp nhiều rủi ro. Hàng loạt yêu cầu của các nước nhập khẩu đã và đang đặt ra, thách thức ngành thủy sản như kiểm soát hàm lượng kháng sinh tồn dư trong thủy sản xuất khẩu, thông tin về truy xuất nguồn gốc xuất xứ thủy sản xuất khẩu...

Theo số liệu của VietData, năm 2018, tổng sản lượng thủy sản Việt Nam đạt 7,757 nghìn tấn, tăng 6.1% so với năm 2017. Theo đó, giá trị sản xuất toàn ngành thủy sản ước đạt khoảng 228.14 nghìn tỷ đồng, tăng 7.7%. Xuất khẩu cá tra và tôm đạt kỷ lục. Các thị trường xuất khẩu chủ lực là Hoa Kỳ (18,5%), Nhật Bản (15,8%), Trung Quốc (11,5%) (Bộ Công Thương, 2019; VASEP, 2018). Năm 2018 có 1.402 nghìn doanh nghiệp và chi nhánh của doanh nghiệp có các đơn hàng thủy sản xuất khẩu, đây là số lượng doanh nghiệp tham gia xuất khẩu thủy sản trong một năm lớn nhất từ trước tới nay. Trong đó có 11 doanh nghiệp có trị giá xuất khẩu trên 100 triệu USD, có 164 doanh nghiệp xuất khẩu đạt trị giá từ 10 đến 100 triệu USD, có 421 doanh nghiệp đạt trị giá xuất khẩu từ 10 đến 100 doanh nghiệp... (Bộ Công Thương, 2018).

4. Phương pháp nghiên cứu

4.1. Cách xác định mức độ chủ động trong CLKDTTMT của các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản Việt Nam

Bài nghiên cứu này kết hợp cách xác định các CLKDTTMT của (Lee & Rhee, 2007) và các yêu cầu trong Thông tư số 155/2015/TT-BTC của Bộ Tài chính (Bộ Tài chính, 2015) làm cơ sở để khám phá mức độ chủ động trong CLKDTTMT của các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản Việt Nam. Theo (Lee & Rhee, 2007), có 04 loại hình CLKDTTMT là CLKDTTMT thụ động, CLKDTTMT tập trung, CLKDTTMT cơ hội và CLKDTTMT chủ động. Các CLKDTTMT này phản ánh độ rộng và sâu khác nhau của doanh nghiệp trong giải quyết các vấn đề về môi trường, phụ thuộc nhận thức về môi trường của các nhà quản lý. Tại Việt Nam, Thông tư số 155/2015/TT-BTC của Bộ Tài chính là văn bản pháp lý đầu tiên yêu cầu các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam công bố thông tin về phát triển bền vững. Công ty niêm yết có thể lập riêng báo cáo phát triển bền vững hoặc trình bày tích hợp trong báo cáo thường niên. Nội dung doanh nghiệp phải báo cáo tác động đến môi trường và xã hội, cụ thể bao gồm 6 vấn đề: (1) Quản lý nguồn nguyên liệu; (2) Tiêu thụ năng lượng, tiêu thụ nước; (3) Tuân thủ pháp luật về bảo vệ môi trường; (4) Chính sách liên quan đến người lao động; (5) Báo cáo liên quan đến trách nhiệm với cộng đồng địa phương; (6) Báo cáo liên quan đến thị trường vốn xanh.

Kết hợp những yêu cầu của Thông tư số 155/2015/TT-BTC và nhận diện các loại CLKDTTMT của Lee & Rhee (2007), tác giả tổng hợp cách phân chia mức độ chủ động trong CLKDTTMT của các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản Việt Nam như trong Bảng 1.

4.2. Thu thập dữ liệu

Nhằm tạo nên một bức tranh tổng thể về mức độ chủ động trong CLKDTTMT của các doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu Việt Nam, tác giả đã

Bảng 1: Mô tả mức độ chủ động trong CLKDTTMT của các doanh nghiệp

Loại CLKDTTMT	Mô tả
<p>CLKDTTMT thụ động</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mục tiêu môi trường của công ty bạn chỉ bao gồm việc tuân thủ các luật lệ về môi trường. - Công ty của bạn chỉ dành thời gian và nguồn tài chính cần thiết để tuân thủ các luật lệ về tuân thủ môi trường. - Công ty của bạn không áp dụng công nghệ sản xuất sạch hơn trong các quy trình sản xuất. - Các biện pháp môi trường của công ty bạn không liên quan đến bất kỳ thay đổi đáng kể nào trong cơ cấu tổ chức của bạn. - Các biện pháp môi trường công ty của bạn không được chứng nhận. - Các vấn đề môi trường của công ty bạn được giải quyết bởi nhân viên nội bộ, chứ không có nhân viên chuyên trách về vấn đề môi trường. - Công ty của bạn không hợp tác với các nhà cung cấp để đảm bảo sự thân thiện với môi trường của sản phẩm. - Công ty của bạn không có quan hệ đối tác với nhiều bên liên quan, ví dụ: chính phủ, tổ chức phi chính phủ và địa phương, cộng đồng... để giải quyết các vấn đề môi trường
<p>CLKDTTMT tập trung</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mục tiêu môi trường của công ty bạn được đề cập trong báo cáo thường niên của công ty và báo cáo bền vững được tích hợp trong báo cáo thường niên. - Công ty của bạn dành thời gian và nguồn lực cần thiết cho các hoạt động môi trường nhằm tuân thủ các luật lệ về môi trường và đối phó với áp lực môi trường từ các bên liên quan khác. - Công nghệ sản xuất sạch hơn đã được áp dụng trong các quy trình sản xuất của công ty bạn. - Các biện pháp môi trường của công ty bạn đã yêu cầu sửa đổi phương pháp làm việc và/hoặc cơ cấu tổ chức của công ty. - Một số biện pháp môi trường công ty của bạn được chứng nhận hoặc đang trong quá trình được chứng nhận. - Các vấn đề môi trường của công ty bạn được giải quyết bởi nhân viên nội bộ có trình độ, những người chuyên trách về các vấn đề môi trường và/hoặc các chuyên gia môi trường bên ngoài một cách thường xuyên. - Công ty của bạn không hợp tác với các nhà cung cấp để đảm bảo sự thân thiện với môi trường của sản phẩm. - Công ty của bạn không có quan hệ đối tác với nhiều bên liên quan, ví dụ: chính phủ, tổ chức phi chính phủ và địa phương, cộng đồng... để giải quyết các vấn đề môi trường

<p>CLKDTTMT cơ hội</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mục tiêu môi trường của công ty bạn được nêu rõ trong báo cáo thường niên của công ty; trong đó báo cáo bền vững được tích hợp và tuân theo các yêu cầu của Thông tư số 155/2015 / TT-BTC của Bộ Tài chính. - Công ty của bạn dành thời gian và nguồn lực đáng kể cho các hoạt động môi trường để tuân thủ các luật lệ về môi trường và đối phó với áp lực môi trường từ các bên liên quan khác. - Công ty của bạn đã phát triển và áp dụng các công nghệ sản xuất sạch hơn trong các quy trình sản xuất. - Các vấn đề môi trường của công ty bạn khiến cho phương pháp làm việc và/hoặc cơ cấu tổ chức có sự thay đổi đáng kể. - Hầu hết các biện pháp môi trường công ty của bạn được chứng nhận. - Các vấn đề môi trường của công ty bạn được giải quyết bởi nhân viên nội bộ có trình độ, những người chuyên trách về vấn đề môi trường và/hoặc các chuyên gia môi trường bên ngoài thường xuyên. - Công ty của bạn có sự hợp tác tốt với các nhà cung cấp để đảm bảo sự thân thiện với môi trường của sản phẩm. - Công ty của bạn có quan hệ đối tác với nhiều bên liên quan, ví dụ: chính phủ, tổ chức phi chính phủ và cộng đồng, địa phương... cho việc xử lý các vấn đề môi trường.
<p>CLKDTTMT chủ động</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mục tiêu môi trường là một trong những mục tiêu ưu tiên của công ty bạn và báo cáo thường niên của công ty bạn có một phần của báo cáo bền vững, tuân theo các yêu cầu của Thông tư số 155/2015/TT-BTC của Bộ Tài chính. - Công ty của bạn dành ngân sách quan trọng cho các hoạt động môi trường vượt ra ngoài việc tuân thủ các luật lệ về môi trường và áp lực từ các bên liên quan khác. - Công ty của bạn áp dụng các công nghệ sản xuất sạch hơn trong tất cả các quy trình sản xuất. - Các vấn đề môi trường của công ty bạn có ảnh hưởng lớn đến cả phương pháp làm việc và cơ cấu tổ chức. - Tất cả các biện pháp môi trường công ty của bạn được chứng nhận. - Công ty của bạn có một bộ phận môi trường được tổ chức để đối phó với các vấn đề môi trường của công ty. - Công ty của bạn có sự hợp tác tốt với các nhà cung cấp để đảm bảo sự thân thiện với môi trường của sản phẩm. - Công ty của bạn có quan hệ đối tác tốt với nhiều bên liên quan, ví dụ: chính phủ, tổ chức phi chính phủ và cộng đồng, địa phương... để xử lý các vấn đề về môi trường.

dùng dữ liệu thứ cấp là các Báo cáo thường niên, và/hoặc các Báo cáo bền vững các năm 2017, 2018 của 32 công ty chế biến thủy sản xuất khẩu được niêm yết trên cả hai sàn chứng khoán Việt Nam là sàn HNX và HOSE. Tại Việt Nam một công ty niêm yết có thể lập Báo cáo bền vững của riêng mình hoặc trình bày tích hợp Báo cáo bền vững trong Báo cáo thường niên và phải công bố thông tin phát triển bền vững theo yêu cầu của Thông tư số 155/2015/TT-BTC của Bộ Tài chính. Như trên đã đề cập trước đó, nội dung mà một công ty niêm yết phải báo cáo về các tác động của môi trường và xã hội bao gồm 06 vấn đề: 1) Quản lý nguồn nguyên liệu; (2) Tiêu thụ năng lượng, tiêu thụ nước; (3) Tuân thủ pháp luật về bảo vệ môi trường; (4) Chính sách liên quan đến người lao động; (5) Báo cáo liên quan đến trách nhiệm với cộng đồng địa phương; (6) Báo cáo liên quan đến thị trường vốn xanh (Bộ Tài Chính, 2015). Do đó, trong Báo cáo thường niên 2017, 2018 và/hoặc Báo cáo bền vững năm 2018, 2018 của 32 công ty chế biến thủy sản xuất khẩu được điều tra, 06 vấn đề trên cùng với các thông tin về mục tiêu của công ty, quá trình sản xuất, hệ thống tổ chức, chuỗi cung ứng, mối quan hệ bên ngoài liên quan đến môi trường bền vững, xã hội và cộng đồng đã được điều tra.

Bên cạnh việc thu thập dữ liệu thứ cấp, tác giả cũng tiến hành thu thập dữ liệu sơ cấp qua phỏng vấn. Khu vực đồng bằng sông Cửu Long - trung tâm nuôi trồng thủy sản và là nơi tập trung nhiều nhất các doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu và Quảng Ninh, Hải Phòng đại diện cho phía Bắc Việt Nam - được chọn làm địa bàn nghiên cứu. Với sự giới thiệu của cán bộ Bộ Công Thương, tác giả đã có các buổi làm việc với Sở Công Thương của 05 tỉnh/thành khu vực đồng bằng sông Cửu Long là Cần Thơ, Tiền Giang, Hậu Giang, An Giang, Đồng Tháp và 02 tỉnh phía Bắc là Quảng Ninh và Hải Phòng. Các buổi làm việc này giúp tác giả có danh sách các doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu của các tỉnh. Nhờ sự giúp đỡ của Sở công thương 07

tỉnh/thành trên, tác giả đã sàng lọc, chỉ giữ lại danh sách các doanh nghiệp có các hoạt động sản xuất kinh doanh thân thiện với môi trường. Cuối cùng, tác giả hẹn phỏng vấn được 44 nhà lãnh đạo đến từ 28 doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu Việt Nam từ 07 tỉnh/thành này. Các buổi phỏng vấn kéo dài từ tháng 11/2018 đến tháng 3/2019 tại khu vực đồng bằng sông Cửu Long và diễn ra trong tháng 4/2019 tại Hải Phòng và Quảng Ninh. Mỗi buổi phỏng vấn một nhà quản lý thường kéo dài trong vòng 1 giờ xoay quanh việc mô tả CLKDTTMT mà doanh nghiệp đó đang áp dụng. Một số doanh nghiệp được phỏng vấn 2 nhà quản lý một cách độc lập nhằm khẳng định chính xác mức độ chủ động của CLKDTTMT của doanh nghiệp đó.

4.3. Xử lý dữ liệu

Tất cả các cuộc phỏng vấn đều được ghi âm lại và xử lý thông qua phân tích nội dung gồm 3 bước riêng biệt. Bước đầu tiên (mã hóa) được bắt đầu bằng việc xác định các khái niệm sơ bộ về CLKDTTMT và các loại hình CLKDTTMT. Bước thứ hai phân loại các loại hình CLKDTTMT thành các danh mục như Bảng 1. Bước cuối cùng được xử lý bằng cách tìm kiếm các liên kết giữa các danh mục để phân loại mức độ chủ động của CLKDTTMT của các doanh nghiệp được điều tra. Phần mềm NVivo 10.0.638 (QSR International, Úc) được sử dụng trong bước này để hỗ trợ mã hóa văn bản theo chủ đề được phân cấp.

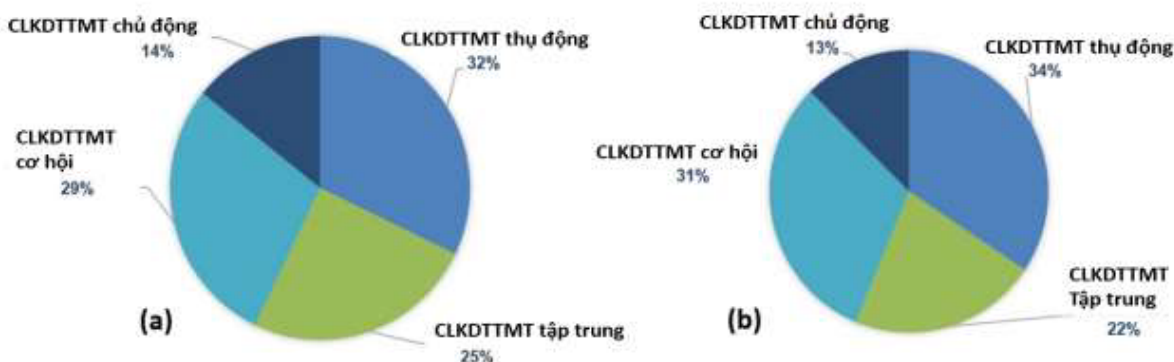
Đối với dữ liệu thứ cấp sau khi thu thập cũng được tổng hợp, phân tích qua đánh giá đáp ứng với mô tả từng loại hình CLKDTTMT được trình bày trong Bảng 1. Theo đó, việc xác định loại hình CLKDTTMT mà doanh nghiệp theo đuổi phải đảm bảo doanh nghiệp đó đáp ứng trên 7/8 tiêu chí trong mô tả CLKDTTMT (Lee & Rhee, 2007). Tác giả làm bảng phân tích, tổng hợp và kiểm tra đối với từng doanh nghiệp để đối sánh, chọn lựa loại hình CLKDTTMT phù hợp nhất với doanh nghiệp và việc phân tích này được xác nhận lại với doanh nghiệp có lãnh đạo tham gia phỏng vấn.

5. Kết quả nghiên cứu

Tại thời điểm phân tích, hầu hết các công ty được điều tra đã tích hợp báo cáo bền vững trong Báo cáo thường niên của họ và tuân theo các nội dung bắt buộc của Thông tư số 155/2015/TT-BTC của Bộ Tài chính. Không có công ty nào trong danh sách điều tra trình bày Báo cáo bền vững của riêng mình theo tiêu chuẩn GRI - tiêu chuẩn toàn cầu đầu tiên về báo cáo phát triển bền vững, và báo cáo năm 2018 của một số doanh nghiệp được điều tra không được cải thiện đáng kể so với báo cáo của chính họ vào năm 2017. Kết quả phân tích dữ liệu thứ cấp từ phần Báo cáo bền vững trong Báo cáo thường niên của 32 công ty niêm yết và kết quả phân tích dữ liệu sơ cấp từ phỏng vấn 44 nhà quản lý của 28 doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu cho thấy mức độ chủ động của CLKDĐTMT của các doanh nghiệp này như trong Hình 1 (a) và (b).

động là ít nhất (14%). Thứ tự kết quả này cũng khá tương đồng với kết quả khi phân tích 32 doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu Việt Nam được niêm yết trên sàn chứng khoán. Theo đó, trong số 32 doanh nghiệp niêm yết, các doanh nghiệp áp dụng CLKDĐTMT thụ động cũng chiếm số đông nhất (34%), đứng thứ nhì là các doanh nghiệp theo đuổi CLKDĐTMT cơ hội (31%); đứng thứ ba là các doanh nghiệp áp dụng CLKDĐTMT tập trung (22%) và cuối cùng là các doanh nghiệp theo đuổi CLKDĐTMT (13%).

Hợp nhất kết quả phân tích từ 2 nguồn dữ liệu thứ cấp và sơ cấp thấy rằng: số lượng doanh nghiệp áp dụng CLKDĐTMT thụ động đứng đầu (33%), đứng thứ nhì là CLKDĐTMT cơ hội (30%); đứng thứ ba là CLKDĐTMT tập trung (24%) và cuối cùng là CLKDĐTMT chủ động (13%).



Hình 1: *Mức độ chủ động của CLKDĐTMT của các DN chế biến xuất khẩu thủy sản Việt Nam (a) theo kết quả phỏng vấn và (b) theo kết quả phân tích các DN niêm yết*

Kết quả nghiên cứu dựa trên phỏng vấn 44 nhà quản lý thuộc 28 doanh nghiệp cho thấy lượng doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu hiện áp dụng CLKDĐTMT thụ động chiếm nhiều nhất (32%), sau đó là các doanh nghiệp theo đuổi CLKDĐTMT cơ hội (29%); số lượng doanh nghiệp áp dụng CLKDĐTMT tập trung đứng thứ 3 (25%) và các doanh nghiệp theo đuổi CLKDĐTMT chủ

Các mức độ chủ động khác nhau trong ứng dụng CLKDĐTMT của các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam được khám phá rõ hơn qua kết quả phỏng vấn. Theo đó, CLKDĐTMT thụ động được xây dựng để tuân thủ các quy định, luật lệ về môi trường, nhấn mạnh vào việc giảm thiểu rủi ro, nợ phải trả và chi phí là lựa chọn chiến lược của hầu hết các doanh nghiệp được điều tra. Các doanh

nghiệp theo đuổi chiến lược này thực hành môi trường ở mức độ thấp như trả lời của một số nhà quản lý:

“Cải tiến chất lượng sản phẩm để phù hợp với yêu cầu về môi trường của thị trường quốc tế là nhiệm vụ quan trọng để chúng tôi tiếp cận thị trường quốc tế. Chúng tôi cân nhắc tuân thủ các hoạt động môi trường nhằm tránh bị các nhà nhập khẩu lớn cảnh cáo”. - 12A.

“Do áp lực từ phía các nhà nhập khẩu lớn và do sức ép từ các quy định về môi trường của chính Việt Nam, chúng ta lựa chọn việc tuân thủ các quy định, luật lệ về môi trường. Tuy nhiên, để làm được điều này đòi hỏi phải đầu tư ban đầu lớn nên chúng tôi mới dừng lại ở mức “tuân thủ quy định”, thụ động đáp ứng. Trong tương lai, chúng ta sẽ đầu tư hơn nữa” - 15B.

“Chi phí trực tiếp và gián tiếp để có được chứng chỉ ISO 14001 là những cân nhắc của chúng tôi khi theo đuổi CLKDĐTMT vì quy mô doanh nghiệp của chúng tôi khá nhỏ. Gánh nặng tài chính thực sự là trở ngại khiến chúng tôi chỉ có thể theo đuổi CLKDĐTMT thụ động”. - 17A.

Các CLKDĐTMT tập trung là các chiến lược tập trung vào mức độ cam kết hẹp về các vấn đề môi trường trong sản xuất sản phẩm, hệ thống tổ chức, chuỗi cung ứng và các mối quan hệ bên ngoài khác. Điều tra cho thấy: 24% các doanh nghiệp được điều tra đang theo đuổi CLKDĐTMT tập trung. Nhóm doanh nghiệp theo đuổi chiến lược này thực hiện các hoạt động môi trường trong nội bộ công ty và ít quan tâm đến việc thực hiện các hoạt động môi trường bên ngoài doanh nghiệp với các kết nối với các đối tác và các bên liên quan bên ngoài (Lee & Rhee, 2007). Một số nhà quản lý của các doanh nghiệp trong nhóm chiến lược này đã nhấn mạnh: *“Doanh nghiệp chúng tôi đang ngày càng chú trọng đến việc xây dựng môi trường văn hóa “xanh” tại*

các phòng/ban. Lãnh đạo đầu tư cho nhân viên theo học các khóa học về môi trường. Các sáng kiến hướng tới bảo vệ môi trường đã được ứng dụng trong doanh nghiệp và đặc biệt một số giải pháp về môi trường của doanh nghiệp tôi đã được chứng nhận” - 1A.

“Nhằm vượt qua rào cản môi trường để tiếp cận các thị trường nhập khẩu nhạy cảm, chúng tôi đã sử dụng công nghệ sản xuất sạch hơn trong quy trình sản xuất của mình và có nhiều chương trình đào tạo về các vấn đề môi trường cho đội ngũ nhân viên. Tuy nhiên, chúng tôi hiện chưa phát triển được các quan hệ đối tác tốt với các nhà cung cấp, các tổ chức phi chính phủ, cộng đồng địa phương để thúc đẩy CLKDĐTMT của mình” - 25B.

CLKDĐTMT cơ hội chiếm 30% trong số các doanh nghiệp được điều tra. Những doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản Việt Nam theo đuổi CLKDĐTMT này tập trung vào phát triển các hoạt động môi trường bên ngoài ranh giới công ty. Họ dành nỗ lực cao hơn trong việc xây dựng mối quan hệ với các bên liên quan bên ngoài doanh nghiệp như các nhà cung cấp, chính phủ, các tổ chức phi chính phủ, cộng đồng địa phương như trong nghiên cứu của Lee & Rhee (2007) về loại hình chiến lược này. Do chuỗi giá trị thủy sản Việt Nam có sự liên kết chặt chẽ giữa 4 “nhà” - nhà cung cấp đầu vào, nhà nông, thương nhân và nhà chế biến/xuất khẩu (Tran, Bailey, Wilson, & Phillips, 2013) nên CLKDĐTMT của các công ty chế biến thủy sản xuất khẩu - nhà khai thác cuối cùng trong chuỗi - sẽ phụ thuộc nhiều vào việc thực hiện hoạt động môi trường của các “nhà” khác. Do đó, một nhà quản lý doanh nghiệp thuộc nhóm chiến lược này đã giải thích: *“Quyết định theo đuổi CLKDĐTMT chúng tôi tập trung vào việc kiểm soát tính “xanh” trong chuỗi cung ứng của chúng tôi. Xây dựng một chuỗi cung ứng khép kín, đảm bảo thân thiện với môi trường từ khâu chọn*

giống, nuôi trồng và chế biến là mục tiêu của doanh nghiệp chúng tôi. Chúng tôi thiết lập mối quan hệ tốt và khuyến khích các thành viên khác trong chuỗi cùng đảm bảo tính thân thiện với môi trường trong các hoạt động của họ. Có như vậy sản phẩm của chúng tôi mới thực sự là sản phẩm thân thiện với môi trường và được chào đón bởi nhiều thị trường khó tính. Dù sao sự hỗ trợ từ các nhà quản lý cấp cao vẫn là chìa khóa cho sự thành công khi chúng tôi theo đuổi CLKDTTMT” - 13A.

CLKDTTMT chủ động là cấp CLKDTTMT cao nhất bao gồm nhiều cam kết môi trường trong sản xuất sản phẩm, hệ thống tổ chức, chuỗi cung ứng và các mối quan hệ bên ngoài khác (Lee & Rhee, 2007). Mục tiêu chính của CLKDTTMT chủ động là vượt xa các đối thủ cạnh tranh bằng cách đưa ra các sáng kiến về thực hành/sản phẩm mới, nắm bắt các cơ hội liên quan đến môi trường hoặc đạt được lợi thế cạnh tranh xanh (Roome, 1992). Số lượng các công ty chế biến thủy sản xuất khẩu Việt Nam theo đuổi CLKDTTMT chủ động còn khá khiêm tốn (13%). Họ là những doanh nghiệp theo đuổi loại hình CLKDTTMT này là những doanh nghiệp có quy mô lớn hơn với lịch sử hoạt động lâu dài và là những doanh nghiệp tiên phong trong việc áp dụng CLKDTTMT.

“Vượt qua đối thủ trong đổi mới xanh trở thành tiêu chuẩn của công ty chúng tôi. Doanh nghiệp tôi trích một phần lợi nhuận để đầu tư vào các doanh nghiệp xã hội - nơi tập trung các hộ nuôi tôm - để đảm bảo toàn bộ quy trình nuôi tôm đều thân thiện với môi trường, đồng thời đảm bảo thu mua tất cả tôm của các hộ gia đình này với giá cao hơn giá thị trường - 6B”.

“Triển khai CLKDTTMT là tầm nhìn chính của công ty chúng tôi. Các nhà quản lý cấp cao của doanh nghiệp tôi cho rằng nhân sinh thái trên tất cả các dòng sản phẩm xuất khẩu của doanh nghiệp là trách nhiệm của chúng tôi nhằm tăng hình ảnh của công ty trên thị trường quốc tế - 1A”.

6. Kết luận và hàm ý, kiến nghị

Mục tiêu chính của bài viết là nghiên cứu mức độ chủ động trong CLKDTTMT của các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản Việt Nam. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra: số lượng doanh nghiệp áp dụng CLKDTTMT thụ động đứng đầu (33%), đứng thứ nhì là CLKDTTMT cơ hội (30%); đứng thứ ba là CLKDTTMT tập trung (24%) và cuối cùng là CLKDTTMT chủ động (13%).

Phát hiện này cho thấy sự khác biệt trong mức độ giải quyết các vấn đề về môi trường của các doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu Việt Nam. Dựa trên kết quả phỏng vấn trong bối cảnh cùng một ngành - các doanh nghiệp chịu tác động như nhau trước các quy định, luật lệ - tác giả đã phát hiện ra điểm khác biệt của từng nhóm doanh nghiệp theo đuổi các nhóm CLKDTTMT khác nhau. Trong số những yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn loại hình CLKDTTMT khác nhau của các doanh nghiệp, hỗ trợ từ các nhà quản lý cấp cao là yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến mức độ chủ động trong CLKDTTMT mà doanh nghiệp theo đuổi. Điều này phù hợp với kết quả nghiên cứu trước đây của Aragón-Correa & A. Rubio-López (2007). Các nhà quản lý cấp cao có trách nhiệm lớn trong việc kết hợp các nguồn lực, năng lực của công ty để thích ứng với các thách thức của môi trường bên ngoài. Do đó, mức độ chủ động của các CLKDTTMT phụ thuộc vào sự hỗ trợ, ủng hộ của lãnh đạo quản lý cấp cao của doanh nghiệp. Ngoài ra, quy mô doanh nghiệp và số tuổi của công ty cũng là những yếu tố ảnh hưởng đến mức độ chủ động chiến lược này. Theo đó các doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu có quy mô lớn, hoạt động lâu năm thường là những doanh nghiệp có mức chủ động cao hơn khi theo đuổi CLKDTTMT và lựa chọn loại hình CLKDTTMT chủ động; những doanh nghiệp quy mô nhỏ, tuổi đời trẻ là những doanh nghiệp bị động

phản ứng lại với yêu cầu về môi trường từ thị trường và do đó chỉ ứng dụng loại hình CLKD TTMT thụ động. Kết quả nghiên cứu này phù hợp với nghiên cứu trước đó của (Sharma & Vredenburg, 1998).

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy mặc dù sức ép tuân thủ các quy định về tiêu chuẩn an toàn thực phẩm nói chung và các tiêu chuẩn về môi trường nói riêng trên các thị trường, đặc biệt là thị trường nhập khẩu của các doanh nghiệp chế biến thủy sản xuất khẩu Việt Nam ngày càng gia tăng (Agrotrade, 2018; Van Thi Nguyen & Wilson, 2009); số lượng hàng thủy sản bị trả về do không áp ứng các yêu cầu này trên thị trường nhập khẩu mặc dù có giảm nhưng còn rất lớn (Bộ Công Thương, 2019) và mức độ chủ động trong theo đuổi CLKD TTMT của các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản Việt Nam còn khá thấp. Điều này đặt ra yêu cầu đối với các nhà hoạch định chính sách trong việc bổ sung các chính sách khuyến khích các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thủy sản Việt Nam chủ động hơn trong theo đuổi CLKD TTMT để đáp ứng yêu cầu của các thị trường nhập khẩu.

Do giới hạn về nguồn lực và thời gian nghiên cứu, bài nghiên cứu mới chỉ dừng lại ở một số lượng doanh nghiệp nhất định trong ngành chế biến thủy sản xuất khẩu. Hướng nghiên cứu này có thể mở rộng tiếp theo khi nghiên cứu ở các ngành khác; và/hoặc nghiên cứu liên ngành để tìm ra điểm khác biệt giữa mức độ chủ động trong áp dụng CLKD TTMT của các doanh nghiệp thuộc các ngành khác nhau. ♦

Tài liệu tham khảo:

1. Agrotrade. (2018), *Báo cáo tình hình thương mại thủy sản 2018*.
 2. Aragón-Correa, J. A., & A. Rubio-López, E. (2007), *Proactive Corporate Environmental*

Strategies: Myths and Misunderstandings, Long Range Planning, 40(3), 357–381. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2007.02.008>

3. Banerjee, S. B. (2001), *Environmentalism : Interpretations From Industry and*. Journal of Management Studies, 38(4), 489–515. <https://doi.org/10.1111/1467-6486.00246>

4. Bộ Công Thương, T. tâm thông tin công nghiệp và thương mại (2019), *Bản tin Thông tin thương mại*.

5. Bộ Tài Chính, (2015), *Thông tư số 155/2015/TT-BTC*.

6. Das, A. K., Biswas, S. R., Abdul Kader Jilani, M. M., & Uddin, M. A. (2019), *Corporate Environmental Strategy and Voluntary Environmental Behavior-Mediating Effect of Psychological Green Climate*, Sustainability, 11(11), 3123. <https://doi.org/10.3390/su11113123>

7. Do, B., Nguyen, U., Nguyen, N., & Johnson, L. W. (2019), *Exploring the Proactivity Levels and Drivers of Environmental Strategies Adopted by Vietnamese Seafood Export Processing Firms: A Qualitative Approach*, Sustainability, 11(14), 3964. <https://doi.org/10.3390/su11143964>

8. Jiang, Y., Xue, X., & Xue, W. (2018), *Proactive corporate environmental responsibility and financial performance: Evidence from Chinese energy enterprises*. Sustainability (Switzerland), 10 (4). <https://doi.org/10.3390/su10040964>

9. Kim, K. (2018), *Proactive versus reactive corporate environmental practices and environmental performance*, Sustainability (Switzerland), 10(1). <https://doi.org/10.3390/su10010097>

10. Lee, S. Y., & Rhee, S. K. (2007), *The change in corporate environmental strategies: A longitudinal empirical study*, Management Decision, 45(2), 196–216. <https://doi.org/10.1108/00251740710727241>

11. Leonidou, L. C., Fotiadis, T. A., Christodoulides, P., Spyropoulou, S., & Katsikeas, C. S. (2015), *Environmentally friendly export business strategy: Its determinants and effects on competitive advantage and performance*, *International Business Review*, Vol. 24, pp. 798-811. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2015.02.001>

12. Mcewin, A., & McNally, R. (2014), *Organic Shrimp Certification and Carbon Financing: An Assessment for the Mangroves and Markets Project in Ca Mau Province, Vietnam*. In REAP Project GiZ.

13. Ministry of Finance, (2015), *Circular No, 155/2015/TT-BTC* (pp. 2-79). pp. 2-79.

14. Roome, N. (1992), *Developing environmental management strategies, Business Strategy and the Environment*, 1(1), 11-24. <https://doi.org/10.1002/bse.3280010104>

15. Ryszko, A. (2016), *Proactive environmental strategy, technological eco-innovation and firm performance-case of Poland*, *Sustainability* (Switzerland), 8(2). <https://doi.org/10.3390/su8020156>

16. Sharma, S., & Vredenburg, H. (1998), *Proactive corporate environmental strategy and the development of competitively valuable organizational capabilities*. *Strategic Management Journal*, 19(8), 729–753. [https://doi.org/10.1002/\(sici\)1097-0266\(199808\)19:8<729::aid-smj967>3.0.co;2-4](https://doi.org/10.1002/(sici)1097-0266(199808)19:8<729::aid-smj967>3.0.co;2-4)

17. Tran, N., Bailey, C., Wilson, N., & Phillips, M. (2013), *Governance of Global Value Chains in Response to Food Safety and Certification Standards: The Case of Shrimp from Vietnam*, *World Development*, 45, 325–336. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2013.01.025>

18. Van Thi Nguyen, A., & Wilson, N. L. W. (2009), *Effects of Food Safety Standards on Seafood Exports to US, EU and Japan*, *Southern Agricultural*

Economics Association Annual Meeting, Atlanta, Georgia, January 31-February 3, 1-22. Retrieved from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.576.2403&rep=rep1&type=pdf>

19. VASEP. (2018). *Report on Seafood Industry 2018*. 1-39.

Summary

The continuing appearance of new regulations and standards on environment, pressure from the stakeholders, and technological innovation have led to different competition scenarios centering on environmental issues. Facing the pressures, adopting the environment-friendly business strategy is a top priority of a number of enterprises. With the aim to investigate the activeness in applying the environment-friendly business strategy (EFBS) of Vietnam's aquatic product processing and exporting enterprises, the researcher analyzed secondary data of 32 listed companies and interviewed 44 managers from 28 exported aquatic product processing enterprises. The research results reflect the panorama of the implementation of EFBS of exported aquatic processing enterprises at present in which the passive EFBS takes the lead followed by opportunistic EFBS, focused EFBS, and active EFBS, respectively. The research results make several implications for policy makers and managers.

PHỤ LỤC A: *Danh sách các công ty thủy sản trong phân tích dữ liệu thứ cấp*

TT	Mã chứng khoán	Tên thương mại	Báo cáo bền vững	Báo cáo thường niên	Hợp nhất báo cáo bền vững trong Báo cáo thường niên
1	AAM	MEKONG FISH	Không	Có	Có
2	ABT	AQUATEX BENTRE	Không	Có	Có
3	ACL	CL-FISH Corp	Không	Có	Có
4	AGF	AGIFISH Co.	Không	Có	Có
5	ANV	NAVICO	Không	Có	Có
6	AVF	ANVIFISH Co.	Không	Có	Có
7	BLF	BACLIEUFIS.,JSC	Không	Có	Có
7	CAD	CADOVIMEX	Không	Có	Có
8	CAT	SEAPROMEXCO	Không	Có	Có
9	CASES	CAMAU SEAFOOD PROCESSING., JS	Không	Có	Có
10	CASEAMEX	CANTHO SEAMEX	Không	Có	Có
11	CLP	CUULONG SEAPRO	Không	Có	Có
12	CMX	CAMIMEX GROUP	Không	Có	Có
13	DAT	TRISEDCO	Không	Có	Có
14	FBT	FAQUIMEX	Không	Có	Có
15	FMC	FIMEX VN	Không	Có	Có
16	FSO	FISHIP CO	Không	Có	Không
17	KSE	KHASPEXCO	Không	Có	Không
18	ICF	INCOMFISH	Không	Có	Có
19	IDI	I.D.I	Không	Có	Có
20	IDC	IDICO	Không	Có	Không
21	TS4	Seapriexco No.4	Không	Có	Có
22	VHC	VINH HOAN CORP	Không	Có	Có
23	CAN	Halong Cafoco	Không	Có	Không
24	NGC	NGO PREXCO	Không	Có	Có
25	VNH	WISEA CORP	Không	Có	Có
26	SJ1	Hung Hau Agriculture Corp.	Không	Có	Có
27	JOS	Minh Hai Jostoco	Không	Có	Có
28	MPC	MINH PHÚ	Không	Có	Có
29	HUNGCA	Hùng Cá	Không	Có	Không
30	VTF	VTFEED	Không	Có	Không
31	HVG	HV GROUP	Không	Có	Có
32	APT	APT Co.	Không	Có	Không

PHỤ LỤC B: *Danh sách các doanh nghiệp tiến hành hành phòng vấn*

TT	Tên Công ty	Mã phỏng vấn
1	Công ty TNHH Thủy Sản Biển Đông	1A – Export Manager 1B – General Manager
2	Công ty CP Thủy Sản NTSF	2A – Export Manager 2B – General Manager
3	Công ty CP Seavina	3A – Export Manager
4	Công ty TNHH XNK TS Cần Thơ - CAFISH	4A – Export Manager 4B – HMR Manager
5	Cty TNHH CN thực phẩm PATAYA	5A –General Manager
6	Công ty TNHH hải sản Thanh Thế	6A – Export Manager 6B – General Manager
7	Công ty CP Thủy Sản Cổ Chiên	7A – Export Manager
8	Cty TNHH thực phẩm xuất khẩu Nam Hải	8A – Export Manager 8B – Operation Manager
9	Công ty TNHH Thủy sản Đông Hải	9A – Export Manager 9B – General Manager
10	Công ty TNHH CN Thủy Sản Miền Nam	10A – Marketing Manager 10B – General Manager
11	Công ty CP CB Thủy hải sản Hiệp Thanh	11A – Export Manager
12	Công ty Cổ Phần Thủy Sản Mekong	12A – HMR Manager
13	Công ty CP Thủy Sản Hà Nội - Cần Thơ	13A – Export Manager 13B – General Manager
14	Công ty CP Thủy Sản Hải Sáng	14A – Export Manager
15	Công ty TNHH MTV Ấn Độ Dương	15A – HMR Manager 15B – Marketing Manager
16	Công ty TNHH Thủy Sản Quang Minh	16A – Marketing Manager
17	Công ty TNHH Hai Thành Viên Hải Sản 404	17A –General Manager
18	Công Ty CP XNK Thủy Sản Cần Thơ - CASEAMEX	18A – Export Manager 18B – Operation Manager
19	Công Ty TNHH Thủy Sản Phương Đông	19A – Chairman of the Board 19B – General Manager
20	Công Ty TNHH Thuận Hưng	20A – Chairman of the Board
21	Công Ty TNHH Thủy Sản Nam Phương	21A – Marketing Manager 21B – Operation Manager
22	Công ty TNHH MTV Kaneshiro Việt Nam	22A – Chairman of the Board
23	Công Ty TNHH Thủy Sản Đông Phương	23A – Export Manager 23B – General Manager
24	Công Ty TNHH XNK TS Thiên Mã	24A – Chairman of the Board
25	Công Ty TNHH T- Thái	25A –General Manager 25B – Operation Manager
26	Công Ty CP CB TP Sông Hậu	26A – General Manager 26B – Marketing Manager
27	Công Ty TNHH Thủy Sản Trường Nguyên	27A - Export Manager 27B – HMR Manager
28	Công Ty TNHH XNK Thủy Sản Phan Gia	28A –General Manager