

BỘ KẾ HOẠCH VÀ ĐẦU TƯ

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

VIỆN NGHIÊN CỨU QUẢN LÝ KINH TẾ TRUNG ƯƠNG

NGUYỄN GIA THỌ

CHÍNH SÁCH TIÊU DÙNG XANH Ở VIỆT NAM

LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ

Hà Nội – Năm 2019

BỘ KẾ HOẠCH VÀ ĐẦU TƯ

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

VIỆN NGHIÊN CỨU QUẢN LÝ KINH TẾ TRUNG ƯƠNG

NGUYỄN GIA THỌ

CHÍNH SÁCH TIÊU DÙNG XANH Ở VIỆT NAM

Chuyên ngành : Quản lý Kinh tế

Mã số : 9 31 01 10

LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC

1. PGS.TS TRẦN CÔNG SÁCH

2. TS. TRẦN MẠNH HÙNG

Hà Nội - Năm 2019

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của cá nhân tôi. Ngoài những thông tin liên quan đến nghiên cứu đã được trích dẫn nguồn, toàn bộ kết quả trình bày trong Luận án được rút ra từ việc phân tích nguồn dữ liệu thu được do tôi thực hiện. Tất cả các dữ liệu được sử dụng là trung thực và nội dung Luận án chưa từng được công bố trong bất cứ công trình nghiên cứu nào khác.

Người cam đoan

Nguyễn Gia Thọ

LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình học tập và hoàn thành luận án, tôi đã nhận được rất nhiều sự quan tâm, giúp đỡ, động viên của gia đình, đồng nghiệp, quý thầy cô, và Ban lãnh đạo Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương; Trung tâm tư vấn, đào tạo và thông tin tư liệu.

Tác giả xin trân trọng cảm ơn sự hướng dẫn khoa học sâu sắc của hai thầy hướng dẫn PGS, TS. Trần Công Sách và TS. Trần Mạnh Hùng, xin cảm ơn các nhà khoa học tại Viện nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương, bộ môn Quản lý kinh tế và các cán bộ Trung tâm tư vấn, đào tạo và thông tin tư liệu đã tạo một môi trường nghiên cứu đầy tính khoa học và thuận lợi để Nghiên cứu sinh (NCS) thực hiện luận án của mình.

Tác giả cũng xin trân trọng cảm ơn Bộ Kế hoạch - Đầu tư, các cán bộ tại các Bộ, Sở ban ngành địa phương và các doanh nghiệp đã tạo điều kiện thuận lợi cho tác giả trong quá trình điều tra, thu thập số liệu để thực hiện các nội dung của đề tài luận án.

Xin cảm ơn gia đình và đồng nghiệp, Thư viện quốc gia Việt Nam, Thư viện Viện nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương, Thư viện trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội đã giúp đỡ tác giả trong quá trình thu thập tư liệu để thực hiện đề tài luận án của mình.

Hà Nội, ngày tháng năm 2019

Tác giả

Nguyễn Gia Thọ

MỤC LỤC

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT	iv
DANH MỤC BẢNG.....	v
DANH MỤC HÌNH, BIỂU ĐỒ	vi
MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của nghiên cứu đề tài luận án.....	1
2. Mục đích và ý nghĩa nghiên cứu đề tài luận án	3
3. Kết cấu luận án.....	4
Chương 1. TỔNG QUAN CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN CHÍNH SÁCH TIÊU DÙNG XANH.....	5
1.1 Tổng quan tình hình nghiên cứu đã công bố liên quan đến chính sách tiêu dùng xanh.....	5
1.1.1 Tổng quan tình hình nghiên cứu đã công bố ở ngoài nước liên quan đến chính sách tiêu dùng xanh	5
1.1.2 Tổng quan tình hình nghiên cứu trong nước liên quan đến chính sách tiêu dùng xanh.....	9
1.1.3 Những vấn đề thuộc đề tài luận án chưa được các công trình đã công bố nghiên cứu giải quyết	14
1.1.4 Những vấn đề trọng tâm luận án sẽ tập trung nghiên cứu giải quyết.....	16
1.2. Phương hướng giải quyết các vấn đề của luận án.....	16
1.2.1. Mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu đề tài.....	16
1.2.2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	17
1.2.3 Cách tiếp cận, phương pháp nghiên cứu và khung phân tích của luận án.....	17
Chương 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHÍNH SÁCH TIÊU DÙNG XANH TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ XANH.....	22
2.1 Tiêu dùng xanh trong phát triển kinh tế xanh	22
2.1.1 Kinh tế xanh và các bên liên quan trong phát triển kinh tế xanh	22
2.1.2 Tiêu dùng xanh và vai trò của tiêu dùng xanh đối với phát triển kinh tế xanh	29
2.2 Chính sách tiêu dùng xanh trong phát triển kinh tế xanh.....	35
2.2.1 Khái quát khung chính sách tiêu dùng xanh và vai trò của chính sách tiêu dùng xanh trong phát triển kinh tế xanh	35

2.2.2 Bản chất, nội dung và tiêu chí đánh giá chính sách tiêu dùng xanh	43
2.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạch định, thực thi chính sách tiêu dùng xanh ..	55
2.3.1. Nhóm yếu tố khách quan	55
2.3.2. Nhóm yếu tố chủ quan	57
2.4. Kinh nghiệm của một số nước trên thế giới về hoạch định và thực thi chính sách tiêu dùng xanh trong phát triển kinh tế xanh và bài học cho Việt Nam	60
2.4.1 Kinh nghiệm của các nước	60
2.4.2. Bài học rút ra cho Việt Nam	67
CHƯƠNG 3. THỰC TRẠNG CHÍNH SÁCH TIÊU DÙNG XANH Ở VIỆT NAM...	70
3.1. Khái quát thực trạng tiêu dùng xanh ở Việt Nam	70
3.1.1. Thực trạng tiêu dùng, mua sắm ở Việt Nam	70
3.1.2. Thực trạng tiêu dùng xanh ở Việt Nam	77
3.2. Thực trạng chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam	81
3.2.1. Thực trạng chủ trương, chính sách chung của Đảng và Nhà nước về tiêu dùng xanh ở Việt Nam	81
3.2.2. Nhóm chính sách nhằm hạn chế tiêu dùng sản phẩm “nâu”	84
3.2.3. Nhóm chính sách nhằm ràng buộc người tiêu dùng thực hiện tiêu dùng xanh	94
3.2.4. Nhóm chính sách nhằm khuyến khích, kích thích và hỗ trợ tiêu dùng xanh ..	97
3.2.5 Nhóm chính sách bảo vệ người tiêu dùng xanh	106
3.3 Đánh giá chung thực trạng chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam	109
3.3.1. Những thành quả bước đầu	109
3.3.2. Những hạn chế, yếu kém và nguyên nhân	116
CHƯƠNG 4: GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CHÍNH SÁCH TIÊU DÙNG XANH Ở VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2030	119
4.1 Bối cảnh và triển vọng phát triển kinh tế xanh, tiêu dùng xanh ở Việt Nam thời kỳ tới năm 2030	119
4.1.1 Bối cảnh phát triển kinh tế xanh, tiêu dùng xanh ở Việt Nam thời kỳ tới năm 2030	119
4.1.2 Triển vọng phát triển kinh tế xanh, tiêu dùng xanh ở Việt Nam thời kỳ tới năm 2030	120

4.2. Quan điểm và những phương hướng hoàn thiện chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam thời kỳ tới năm 2030.....	124
4.2.1 Quan điểm hoàn thiện chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam đến năm 2030	124
4.2.2 Phương hướng hoàn thiện chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam đến năm 2030.....	124
4.3 Một số giải pháp hoàn thiện chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam đến năm 2030	126
4.3.1 Rà soát lại toàn bộ chính sách liên quan đến tiêu dùng xanh	126
4.3.2 Hoàn thiện khung thể chế, chính sách cho tiêu dùng xanh.....	127
4.3.3 Nâng cao hiệu quả quá trình thực thi chính sách tiêu dùng xanh	136
4.4. Một số khuyến nghị.....	148
KẾT LUẬN	149
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	152
PHỤ LỤC	

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

Từ viết tắt	Nghĩa đầy đủ
BGTVT	Bộ Giao thông vận tải
BTNMT	Bộ Tài nguyên môi trường
CNH, HĐH	Công nghiệp hoá, hiện đại hoá
CSC	Chính sách công
DN	Doanh nghiệp
DVX	Dịch vụ xanh
KT-XH	Kinh tế xã hội
KTX	Kinh tế xanh
NHNN	Ngân hàng nhà nước
PTBV	Phát triển bền vững
TDBV	Tiêu dùng bền vững
TDX	Tiêu dùng xanh
TTX	Tăng trưởng xanh
UBCKNN	Ủy ban Chứng khoán Nhà nước
XHCN	Xã hội chủ nghĩa

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT TIẾNG ANH

Từ viết tắt	Cụm từ tiếng anh	Cụm từ tiếng việt
IFC	International Finance Corporation	Tổ chức Tài chính quốc tế
FTA	Free trade agreement	Hiệp định thương mại tự do
GRI	Global Reporting Initiative	Tổ chức báo cáo sáng kiến toàn cầu

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1 Các nhân tố chính của nền kinh tế xanh.....	25
Bảng 2.2 Các nguyên tắc phát triển bền vững của Liên Hợp Quốc.....	26
Bảng 2.3 Các tiêu chí tiêu dùng xanh trong nghiên cứu	54
Bảng 2.4 Khung chính sách chung và các lĩnh vực chính sách môi trường ..	61
Bảng 3.1 Tiêu dùng cuối cùng của nền kinh tế Việt Nam giai đoạn 2014-2017.....	71
Bảng 3.2 Thực hiện hoạt động đầu thầu của Việt Nam giai đoạn 2014-2017.....	73
Bảng 3.3 Các loại thực phẩm hàng hóa thường tiêu dùng trong các hộ gia đình ..	74
Bảng 3.4 Số lượng đơn vị kinh tế, hành chính sự nghiệp ở Việt Nam	76
Bảng 3.5 Danh mục các sản phẩm xanh của Việt Nam	79
Bảng 3.6 Biểu khung thuế bảo vệ môi trường	85
Bảng 3.7 Mức thu thuế bảo vệ môi trường hiện hành.....	86
Bảng 3.8 Biểu thuế tiêu thụ đặc biệt	87
Bảng 3.9 Biểu mức thuế suất đối với dầu thô và khí thiên nhiên, khí than: .	90
Bảng 3.10 Các mục tiêu các-bon thấp của nền kinh tế từ các văn bản chính sách hiện hành	92
Bảng 3.11 Các chính sách tín dụng, chính sách giá cả và các chính sách tài chính khác cho phát triển kinh tế xanh của Việt Nam	100
Bảng 3.12 Hệ thống các chính sách thúc đẩy tái chế tại Việt Nam	103
Bảng 3.13 Hệ thống các chính sách thúc đẩy tái chế tại Việt Nam	105
Bảng 3.14 Kế hoạch xây dựng và ban hành tiêu chí nhãn xanh cho các sản phẩm .	107
Bảng 3.15 Danh sách sản phẩm và đơn vị được cấp nhãn nhãn xanh.....	108

DANH MỤC HÌNH

Hình 1.1. Khung lý thuyết nghiên cứu đề tài luận án	19
Hình 2.1. Khung phân tích cho hệ thống tiêu chí phát triển xanh	28
Hình 2.2. Diễn biến từ tiêu dùng nâu sang “tiêu dùng xanh” hướng tới tiêu dùng bền vững	34
Hình 2.3. Khung chính sách tiêu dùng xanh	41
Hình 3.1. Tỷ trọng tiêu dùng cuối cùng của nền kinh tế Việt Nam giai đoạn 2015-2017	71
Hình 3.2. Logo được chọn làm biểu trưng cho nhãn sinh thái Việt Nam	106

DANH MỤC BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 3.1: Biến động dân số Việt Nam theo thời gian	75
Biểu đồ 3.2: Đặc điểm giới và tuổi của người tiêu dùng	76
Biểu đồ 3.3: Đặc điểm giới và tuổi của người tiêu dùng	77
Biểu đồ 3.4: Các nguồn thông tin về chính sách tiêu dùng xanh	113

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của nghiên cứu đề tài luận án

Tiêu dùng xanh hiện được xem là xu hướng tiêu dùng của thế kỷ khi môi trường trở thành mối quan tâm lớn của nhiều quốc gia trên thế giới. Trong thập kỷ qua, các chính sách và chương trình đã được nỗ lực thực hiện nhằm chuyển đổi thành công cơ cấu công nghiệp, làm quy trình sản xuất sạch và hiệu quả hơn. Tuy nhiên, các doanh nghiệp chỉ có thể làm giảm các tác động đến môi trường liên quan đến việc sản xuất chứ không giải quyết được các tác động đến môi trường liên quan đến việc lựa chọn, sử dụng và thải loại sản phẩm của người tiêu dùng. Chính vì thế, tiêu dùng ngày càng đóng vai trò quan trọng trong việc giải quyết các vấn đề về môi trường; sự hợp tác giữa các nhà sản xuất, người tiêu dùng và các bên liên quan khác có thể mang lại các giải pháp bền vững hơn trong hệ thống sản xuất - tiêu thụ. Trong bối cảnh đó, tích hợp nỗ lực của các bên liên quan là vấn đề then chốt để thúc đẩy tiêu dùng xanh trên thế giới nói chung và ở Việt Nam nói riêng. Hiện nay, tiêu dùng xanh khá phổ biến ở các nước phát triển và đã có những bước tiến ban đầu ở các nước đang phát triển, khi thu nhập cá nhân và ý thức tiêu dùng ngày càng tăng. tiêu dùng xanh đã được nhiều quốc gia thực hiện và đang trở thành một xu thế tất yếu trên thế giới để hướng tới mục tiêu phát triển bền vững. Tại Hội nghị Rio 20+ diễn ra tại Brazil vào 6/2012, sáng kiến mua sắm xanh trong khu vực công đã được nhiều Chính phủ và tổ chức trên thế giới đã tự nguyện ký kết thực hiện. Sáng kiến này được UNEP đưa ra và yêu cầu chính phủ các nước tham gia ủng hộ đưa các nguyên tắc mua sắm xanh vào các hoạt động chi tiêu của Chính phủ. Qua đó, chúng ta thấy rằng sự thay đổi phương thức tiêu dùng theo hướng xanh là chủ đề được quan tâm rộng rãi hiện nay, bởi nó liên quan đến nhiều chủ thể khác nhau trong xã hội (cá nhân, gia đình, tổ chức, nhóm xã hội, doanh nghiệp, nhà nước), nhiều cấp độ khác nhau (địa phương, quốc gia, vùng lãnh thổ, quốc tế), nhiều khía cạnh (kinh tế, xã hội và môi trường). Chính sách tiêu dùng xanh đã và đang sẽ

trở thành những vấn đề trung tâm trong các chính sách phát triển kinh tế - xã hội được các quốc gia quan tâm.

Việt Nam đang đứng trước thực trạng là tăng trưởng kinh tế nhưng sự sụt giảm mạnh về tài nguyên thiên nhiên và gia tăng ô nhiễm môi trường. Vì thế, Việt Nam cũng đang triển khai một số hoạt động liên quan đến sản xuất và tiêu dùng bền vững, trong đó TDX đã bắt đầu được nhắc đến nhiều hơn. Nhiều văn bản liên quan đã được ký kết như: Tuyên ngôn quốc tế và Kế hoạch hành động quốc gia về sản xuất và tiêu dùng bền vững (1999), các văn bản pháp luật liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; Luật sử dụng năng lượng tiết kiệm, hiệu quả. Tiêu dùng xanh được Chính phủ đề cập lần đầu tiên trong Chiến lược về tăng trưởng xanh vào tháng 9/2012. Chiến lược này xác định ba mục tiêu cụ thể, trong đó mục tiêu thứ ba là nâng cao đời sống của nhân dân, xây dựng lối sống thân thiện với môi trường thông qua tạo nhiều việc làm từ các ngành công nghiệp, nông nghiệp và dịch vụ xanh, đầu tư vào vốn tự nhiên, phát triển hạ tầng xanh. Để đạt được các mục tiêu của chiến lược, một trong ba nhiệm vụ quan trọng cần phải thực hiện gồm có xanh hóa lối sống và thúc đẩy tiêu dùng bền vững. Ngoài ra, Việt Nam cũng đang xây dựng chương trình phát triển sản phẩm xanh tầm nhìn đến năm 2020. Việt Nam cũng đang triển khai một số hoạt động liên quan đến sản xuất và tiêu dùng bền vững, trong đó tiêu dùng xanh đã bắt đầu được nhắc đến nhiều hơn. Nhiều văn bản liên quan đã được ký kết như: Tuyên ngôn quốc tế và Kế hoạch hành động quốc gia về sản xuất và tiêu dùng bền vững (1999), các văn bản pháp luật liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; Luật sử dụng năng lượng tiết kiệm, hiệu quả. Các hoạt động sản xuất và tiêu dùng bền vững cũng được triển khai tại Việt Nam trong hơn 10 năm qua [112]. Các chương trình liên quan đến sản phẩm xanh như chương trình cấp Nhãn sinh thái (Bộ Tài nguyên và Môi trường), Nhãn tiết kiệm năng lượng (Bộ Công Thương), Nhãn sinh thái cho ngành du lịch cũng được triển khai.

Chính sách TDX hiện nay vẫn còn là một chủ đề mới ở Việt Nam, đặc biệt

là đối với các nhà làm chính sách; hơn nữa việc thay đổi một thói quan trong sinh hoạt, trong hoạt động tiêu dùng của một chủ thể trong xã hội không phải dễ; hơn nữa khi thực hiện các hành vi TDX, các chủ thể sẽ chịu một khoản chi phí nhất định, điều này cũng làm ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh; v.v.. Mặt khác, chính sách chi tiêu, mua sắm công của Chính phủ hiện nay vẫn chưa đảm bảo sự đồng bộ theo xu hướng mua sắm xanh, chưa có chính sách khuyến khích mua sắm các sản phẩm tái chế, thân thiện với môi trường trong hoạt động chi tiêu công của Chính phủ; việc chi tiêu và mua sắm của doanh nghiệp Việt Nam, phần lớn vẫn chuộng máy móc, dây chuyền sản xuất rẻ, với công nghệ lạc hậu, tiêu tốn năng lượng, gây ảnh hưởng đến môi trường sinh thái (Vũ Văn Hiên, 2014); v.v.. chính những rào cản này đã và đang làm ảnh hưởng đến việc thực thi chính sách TDX ở Việt Nam.

Đã có nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước về tiêu dùng xanh từ góc độ quốc gia, ngành kinh tế, và các doanh nghiệp. Tuy nhiên các công trình nghiên cứu đó hầu hết đề cập tiêu dùng xanh từ góc độ vi mô, hoặc góc độ hành vi của người tiêu dùng, mà có ít công trình đề cập tới tiêu dùng xanh từ góc độ quản lý, chính sách của Nhà nước, đây là một trong những khoảng trống cho nghiên cứu về tiêu dùng xanh ở Việt Nam, do vậy tác giả tập trung nghiên cứu trong luận án. Xuất phát từ những lý do trên, việc nghiên cứu đề tài ***“Chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam”*** có ý nghĩa cả về phương diện lý luận và thực tiễn ở nước ta hiện nay.

2. Mục đích và ý nghĩa nghiên cứu đề tài luận án

**** Mục đích nghiên cứu***

Luận án luận giải rõ các vấn đề lý luận và thực tiễn về chính sách tiêu dùng xanh dưới góc độ quản lý kinh tế nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển nền kinh tế xanh và chuyển đổi mô hình tăng trưởng xanh hiện nay. Kết quả nghiên cứu đề tài cung cấp các luận cứ khoa học góp phần giúp Chính phủ Việt Nam xây

dựng, thực thi, nâng cao hiệu lực, hiệu quả thực hiện chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam.

**** Ý nghĩa nghiên cứu đề tài luận án***

Về lý luận: Luận án nghiên cứu bổ sung và hoàn thiện những vấn đề lý luận liên quan đến chính sách tiêu dùng xanh: khái niệm tiêu dùng xanh, chính sách tiêu dùng xanh; Nội dung của chính sách tiêu dùng xanh; Công cụ sử dụng khi thực hiện chính sách tiêu dùng xanh; Các yếu tố ảnh hưởng chính sách tiêu dùng xanh; Kinh nghiệm quốc tế về xây dựng và thực thi chính sách tiêu dùng xanh ở các nước và bài học cho Việt Nam.

Về thực tiễn:

- Trên cơ sở lý luận đó, luận án phân tích, đánh giá chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam, qua đó chỉ ra những chỉ ra những khó khăn, bất cập trong chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam và nguyên nhân của những khó khăn, bất cập đó.

- Luận án đề xuất giải pháp hữu hiệu nhằm hoàn thiện chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển nền kinh tế xanh và chuyển đổi mô hình tăng trưởng xanh hiện nay.

3. Kết cấu luận án

Ngoài phần mở đầu, kết luận, luận án gồm 4 chương, cụ thể như sau:

Chương 1: Tổng quan các công trình nghiên cứu liên quan đến chính sách tiêu dùng xanh.

Chương 2: Cơ sở lý luận về chính sách tiêu dùng xanh trong phát triển kinh tế xanh.

Chương 3: Thực trạng chính sách tiêu dùng xanh trong quá trình phát triển kinh tế xanh ở Việt Nam.

Chương 4: Giải pháp hoàn thiện chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam đến năm 2030.

CHƯƠNG 1

TỔNG QUAN CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN CHÍNH SÁCH TIÊU DÙNG XANH

1.1 Tổng quan tình hình nghiên cứu đã công bố liên quan đến chính sách tiêu dùng xanh

1.1.1 Tổng quan tình hình nghiên cứu đã công bố ở ngoài nước liên quan đến chính sách tiêu dùng xanh

1.1.1.1 Các công trình đề cập đến tăng trưởng xanh, kinh tế xanh

Đến nay, nội hàm về tăng trưởng xanh, nền kinh tế xanh đã được nhiều tổ chức quốc tế như: Ủy ban Liên Hợp quốc về kinh tế và xã hội khu vực châu Á - Thái Bình Dương (UN-ESCAP), Chương trình Môi trường Liên Hợp quốc (UNEP), Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế (OECD), Cộng đồng châu Âu (EU) và nhiều quốc gia trên thế giới đề cập và được hiểu ở những khía cạnh khác nhau. Nhưng có một quan điểm chung nhất là tăng trưởng xanh là quá trình tái cơ cấu hoạt động kinh tế và kết cấu hạ tầng để thu được kết quả tốt hơn từ các khoản đầu tư cho tài nguyên, nhân lực và tài chính, đồng thời giảm phát thải khí nhà kính, khai thác và sử dụng ít tài nguyên thiên nhiên, tạo ra ít chất thải hơn và giảm sự mất công bằng trong xã hội (Kim Ngọc và Nguyễn Thị Kim Thu, năm 2015).

Xu hướng quốc tế trên đây cho thấy rằng, tăng trưởng xanh đang là xu hướng chủ đạo trong chính sách phát triển kinh tế của các nước trên thế giới nhằm vượt qua khủng hoảng kinh tế, giảm sự lệ thuộc vào các nguồn tài nguyên đang ngày một cạn kiệt, đồng thời thích ứng và góp phần giảm thiểu biến đổi khí hậu hướng tới sự phát triển bền vững.

Để phục vụ cho hướng nghiên cứu này, trong thời gian qua, nhiều học giả trên thế giới đã có các công trình nghiên cứu tiêu biểu sau:

- Công trình “*Inclusive Green Growth: The Pathway to Sustainable Development*” của Ngân hàng thế giới (2012). Công trình nghiên cứu đã khái

lược sự cần thiết, tính khả thi và hiệu quả thực tế của mô hình tăng trưởng xanh, trong đó các tác giả khẳng định rằng: “Tăng trưởng xanh là công cụ rất cần thiết để đạt được mục tiêu phát triển bền vững. Các chính sách tăng trưởng xanh phải được hoạch định đảm bảo tính khả thi nhằm tối đa hoá lợi ích, giảm thiểu tối đa chi phí cho người nghèo và các đối tượng dễ bị tổn thương”. Bên cạnh đó, công trình nghiên cứu đã xây dựng khung phân tích tăng trưởng xanh để chỉ ra các tác nhân tác động quá trình tăng trưởng theo mô hình tăng trưởng xanh và cơ chế tác động của tăng trưởng xanh đến chiến lược hoạt động của các công ty, người tiêu dùng, người hoạch định chính sách.

- Công trình *“Advanced Analytics for Green and Sustainable Economic Development: Supply Chain Models and Financial Technologies”* của tác giả Zongwei Luo (2012). Công trình nghiên cứu này là những nghiên cứu chuyên sâu về phát triển xanh và bền vững trong nền kinh tế, thông qua việc phân tích các mô hình chuỗi cung ứng và các kỹ thuật tài chính trong việc giải quyết các vấn đề hóc búa trong xu thế phát triển bền vững nền kinh tế hiện nay.

Với cách tiếp cận tương tự có các công trình sau: *“The green Industrial Revolution: Energy, Engineering and Economics”* của tác giả Woodrow W. Clark II, Grant Cooke (2015), công trình *“Green Energy and Efficiency: An Economic Perspective”* của các tác giả Alberto Ansuategi, Juan Delgado và Ibon Galarraga (2015), công trình *“The Architecture of Green Economic Policies”* của tác giả P.K. Rao (2010), công trình *“The Blue Economy”* (Nền kinh tế xanh) của tác giả Gunter Pauli (2010).

1.1.1.2 Công trình đề cập đến hành vi, chính sách tiêu dùng xanh

Hiện nay trên thế giới có nhiều công trình nghiên cứu hành vi tiêu dùng, các nhân tố tác động đến hành vi tiêu dùng trong đó có tiêu dùng xanh. Nghiên cứu tham khảo mô hình hành vi tiêu dùng của người tiêu dùng quan tâm tới môi trường được giới thiệu bởi Rylander và Allen (2001) của Hiệp hội Marketing Mỹ (American Marketing Association). Mô hình này mô tả tổng thể hành vi tiêu dùng

của người tiêu dùng quan tâm tới môi trường. Trong đó ý định ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng, các nhân tố bên trong và bên ngoài có thể ảnh hưởng đến mối quan hệ giữa ý định và hành vi tiêu dùng xanh. Đây được xem là mô hình tổng hợp phần lớn các nhân tố được đề xuất bởi các nhà nghiên cứu trước đây về các nhân tố có thể ảnh hưởng tới tác động của ý định đến hành vi tiêu dùng xanh. Căn cứ vào mối quan hệ nhân quả giữa ý định và hành vi tiêu dùng trong lý thuyết hành vi có kế hoạch của Ajzen và mô hình hành vi tiêu dùng vì môi trường của Rylander và Allen. Dựa vào các nghiên cứu trước đây của Hui-hui Zhao a, Quian Gao b, Yao- ping (2014) và Qinghua Zhu, Ying Li, Yong Geng, Yu Qi (2013), các nhân tố có tác động tới mối quan hệ giữa ý định và hành vi tiêu dùng xanh gồm có các nhóm nhân tố: quan tâm tới môi trường, nhận thức về tính hiệu quả của sản phẩm, xúc tiến của Chính phủ, xúc tiến của doanh nghiệp, tính sẵn có của sản phẩm và các yếu tố tình huống và nhân tố giới. Mặc dù đã có nhiều nỗ lực đầu tư cho nhãn xanh nhưng thị phần của sản phẩm xanh vẫn thấp (Rex và Baumann, 2007). Khoảng 30% người tiêu dùng Anh nói rằng họ có quan tâm tới môi trường nhưng không chuyển mối quan tâm đó thành hành động mua sản phẩm xanh thực tế (Young et al., 2009). Nhiều người khẳng định thái độ và hành vi ủng hộ môi trường nhưng thất bại trong việc thực hiện chúng do các nhân tố bên trong và bên ngoài (Rylander and Allen, 2001). Trong đó nhân tố bên trong chủ yếu bao gồm mối quan tâm về môi trường và nhận thức của người tiêu dùng về tính hiệu quả. Mối quan tâm về môi trường biểu thị định hướng của cá nhân đối với môi trường và mức độ quan tâm của họ với vấn đề môi trường (Kim and Choi, 2005). Trong nghiên cứu thực nghiệm của Hui-hui Zhao và các đồng nghiệp, yếu tố điều tiết bên trong chủ yếu bao gồm các mối quan tâm về môi trường và nhận thức hiệu quả của người tiêu dùng. Các nhân tố bên ngoài cũng có thể ảnh hưởng đến quá trình ra quyết định của người tiêu dùng. Kollmuss và Agyeman (2002) nhấn mạnh rằng hành vi ủng hộ môi trường có nhiều khả năng xảy ra nếu các Chính phủ và các tập đoàn thúc đẩy một lối sống bền vững. Bonini và Oppenheim (2008) cho

rằng sự hạn chế của sản phẩm xanh có thể ngăn cản hành vi tiêu dùng xanh. Trên cơ sở nghiên cứu này, nhiều công trình nghiên cứu đã làm rõ thêm lý thuyết và thực tiễn tiêu dùng xanh, cụ thể là:

- Công trình “*Understanding Green Consumer Behaviour: A qualitative cognitive approach*” (Tìm hiểu về hành vi người tiêu dùng xanh: Một cách nhận thức về chất lượng) của tác giả Sigmund A. Wagner (1997). Thông qua một phương pháp tiếp cận liên ngành và những am hiểu sâu sắc từ tâm lý học và nhân học cũng như nghiên cứu chuyên sâu của chính tác giả, công trình nghiên cứu đã nghiên cứu sâu về hành vi người tiêu dùng, xã hội học về hoạt động tiêu dùng và tâm lý học hành vi. Trong công trình nghiên cứu này, tác giả sẽ làm rõ các câu hỏi: (1) Làm thế nào để người tiêu dùng nhận thức đầy đủ vai trò về các sản phẩm xanh? (2) Các quá trình nhận thức được cấu trúc dưới tác động tiềm ẩn bởi các hoạt động nhận thức như thế nào? (3) Làm thế nào người tiêu dùng có thể thành công trong việc đánh giá các thuộc tính thân thiện với môi trường của sản phẩm trong cuộc sống hàng ngày?

- Công trình “Policy Instruments to Promote Sustainable Consumption” (Công cụ chính sách để thúc đẩy tiêu dùng bền vững) của ASCEE team (2008) đã cho rằng: Các ưu tiên can thiệp hiện tại của chính phủ nhằm để phát triển bền vững đang mới giải quyết phía cung, từ đó đòi hỏi cần thêm những biện pháp về phía cầu ngoài các giải pháp như nhãn sinh thái và chiến dịch nâng cao nhận thức của người tiêu dùng. nhóm lập luận phân tích và đưa ra một số kiến nghị xây dựng, bổ sung hoàn thiện chính sách tiêu dùng bền vững cụ thể là: 1) Đảm nhận nhiều vai trò như thiết kế và thực hiện chính sách thúc đẩy tiêu dùng bền vững 2) Thiết kế và hỗ trợ tiêu dùng bền vững về các hoạt động của các bên trong kinh doanh và xã hội dân sự. 3) Tìm các hình thức thể chế hóa phù hợp cho chính sách tiêu dùng bền vững. 4) Cố gắng khai thác hơn nữa toàn bộ tiềm năng của các mô hình tiêu dùng bền vững 5) Phát triển, hỗ trợ và sử dụng các công cụ có khả năng thích ứng tích hợp cao trong lĩnh vực phát triển tiến bộ công nghệ 6)

Thiết kế một công cụ tìm kiếm quy định về ý thức cộng đồng, phản hồi của xã hội và các giải pháp thực tế 7) Tạo cơ sở bằng chứng hợp lý thiết kế chính sách kết nối vòng đời và dữ liệu thị trường với dữ liệu kinh tế xã hội về hành vi của người tiêu dùng 8) Giám sát và đánh giá tác động của chính sách như một phần liên tiếp của quá trình cải tiến liên tục.

1.1.2 Tổng quan tình hình nghiên cứu trong nước liên quan đến chính sách tiêu dùng xanh

Trong quá trình đổi mới mô hình tăng trưởng, tái cấu trúc nền kinh tế, Đảng và Nhà nước ta đã chủ trương phát triển kinh tế xanh, thân thiện với môi trường: “chú trọng phát triển kinh tế xanh, thân thiện với môi trường, từng bước phát triển năng lượng sạch, sản xuất sạch, tiêu dùng sạch” (Nghị quyết Đại hội lần thứ XI, 2011). Trên tinh thần đó, Đảng ta đã ban hành Nghị quyết về chủ động ứng phó với biến đổi khí hậu, tăng cường quản lý tài nguyên và bảo vệ môi trường, trong đó khẳng định: “Đầu tư cho bảo vệ môi trường là đầu tư cho phát triển bền vững”. Để thực hiện được chủ trương này, Đảng ta đã xác định “Thúc đẩy chuyển đổi mô hình tăng trưởng gắn với cơ cấu lại nền kinh tế theo hướng tăng trưởng xanh và phát triển bền vững, thí điểm phát triển mô hình kinh tế xanh, công nghiệp xanh, đô thị xanh, nông thôn xanh”. Theo đó, tại Đại hội XII của Đảng, Đảng ta xác định đến năm 2020, hoạt động kinh tế - xã hội có những bước chuyển cơ bản trong khai thác, sử dụng tài nguyên theo hướng hợp lý, hiệu quả và bền vững, kiểm chế mức độ gia tăng ô nhiễm môi trường, suy giảm đa dạng sinh học nhằm bảo đảm chất lượng môi trường sống, duy trì cân bằng sinh thái, hướng tới nền kinh tế xanh, thân thiện với môi trường, trong đó chú trọng đến việc sử dụng năng lượng tiết kiệm, hiệu quả, giảm mức phát thải khí nhà kính.

Nhằm phục vụ cho đường lối của Đảng và chính sách của Nhà nước về phát triển KT-XH theo hướng thân thiện với môi trường, khai thác và sử dụng tài nguyên hiệu quả, hợp lý, nhiều công trình nghiên cứu trong nước đã tiến hành và góp phần quan trọng vào việc cung cấp những cơ sở khoa học, kinh nghiệm thực

tiền và triển vọng thực hiện chính sách TDX ở Việt Nam. Các công trình nghiên cứu này được chia thành các nhóm sau: nhóm nghiên cứu về tăng trưởng xanh, kinh tế xanh, nhóm nghiên cứu về tiêu dùng bền vững, nhóm nghiên cứu về tiêu dùng xanh.

1.1.2.1 Nhóm các công trình nghiên cứu đến tăng trưởng xanh, kinh tế xanh

Xây dựng nền kinh tế gắn với mô hình tăng trưởng thân thiện với môi trường, phục vụ cho yêu cầu phát triển bền vững là xu hướng chủ đạo trong các chiến lược kinh tế - xã hội mỗi quốc gia. Ở Việt Nam trong nhiều năm vấn đề tăng trưởng xanh, kinh tế xanh đã được các nhà nghiên cứu kinh tế, các nhà hoạch định chính sách thực sự quan tâm, nhiều công trình nghiên cứu về vấn đề này đã được công bố, trong đó tiêu biểu những công trình sau:

Thứ nhất, các công trình nghiên cứu về kinh tế xanh:

Theo Chương trình môi trường Liên hợp quốc (2010), kinh tế xanh (*Green Economy*) là một nền kinh tế nhằm cải thiện đời sống con người và tài sản xã hội đồng thời chú trọng giảm thiểu những hiểm họa môi trường và sự khan hiếm tài nguyên [52]. Trên tinh thần đó, nhiều tác giả đã nghiên cứu vấn đề này:

- Kỷ yếu hội thảo khoa học “Hướng đến nền kinh tế xanh trong bối cảnh biến đổi khí hậu toàn cầu và vai trò của tuổi trẻ khối các cơ quan trung ương” của nhóm tác giả Đoàn Thanh niên cộng sản Hồ Chí Minh khối Cơ quan trung ương (2014). Đây là tập hợp các bài nghiên cứu về các vấn đề về biến đổi khí hậu và tác động của biến đổi khí hậu đến phát triển bền vững ở Việt Nam, những thuận lợi và khó khăn đối với Việt Nam trong việc chuyển đổi mô hình tăng trưởng theo hướng nền kinh tế xanh.

- Cuốn sách “Tái cấu trúc kinh tế theo mô hình tăng trưởng xanh: Kinh nghiệm quốc tế và gợi ý cho Việt Nam” của Viện Khoa học xã hội Việt Nam (2012). Công trình nghiên cứu tập hợp các bài viết về tái cấu trúc nền kinh tế trong bối cảnh hiện nay, kinh nghiệm của các nước về xây dựng nền kinh tế xanh và đưa ra những khuyến nghị về xây dựng nền kinh tế xanh ở Việt Nam. Công

trình nghiên cứu đã rút ra những kết luận quan trọng, đó là: “chuyển đổi mô hình tăng trưởng theo hướng kinh tế xanh” đã và đang được nhiều tổ chức quốc tế, các định chế kinh tế toàn cầu và nhiều chính phủ ưu tiên thực hiện, bởi tăng trưởng xanh không chỉ là động lực thúc đẩy phục hồi kinh tế toàn cầu, mà còn là mô hình công cụ thực hiện phát triển bền vững: (1) Phát triển kinh tế, (2) Đảm bảo an sinh, phúc lợi xã hội, (3) Bảo vệ môi trường”.

Ngoài ra còn các công trình như bài báo: “Phát triển kinh tế xanh trên thế giới và hàm ý chính sách cho Việt Nam” của tác giả Trần Văn Nghĩa (2016), bài báo “Xây dựng nền tảng cho Kinh tế xanh” của tác giả Hải Nam (2013), cuốn sách “Quản lý nhà nước đối với tài nguyên và môi trường vì sự phát triển bền vững dưới góc nhìn xã hội và nhân văn” của tác giả Phạm Thị Ngọc Trâm (2006).

Thứ hai, các công trình tiêu biểu về tăng trưởng xanh

- Cuốn sách “*Chính sách tăng trưởng xanh ở một số nước ASEAN trong bối cảnh tái cấu trúc nền kinh tế và ứng phó với biến đổi khí hậu*”, của tác giả Nguyễn Huy Hoàng chủ biên (2015). Với cách tiếp cận so sánh, tác giả của công trình đã phân tích chính sách tăng trưởng xanh của các nước Indonesia, Malaysia, Phillippines và Thái Lan. Thông qua đó, tác giả nhận thấy rằng để “xanh hoá” nền kinh tế cần phải tiến hành đồng bộ các giải pháp, đó là: (i) Đảm bảo tính hiệu quả về kinh tế và môi trường của nhóm các chỉ số về môi trường và tài nguyên của nền kinh tế, (ii) Đảm bảo tính bền vững về nhóm các chỉ số về kinh tế và môi trường, (iii) Tăng trưởng phải bảo đảm duy trì chất lượng môi trường sống, (iv) Tăng trưởng phải biết vận dụng vào các cơ hội kinh tế và phản ứng của chính sách tăng trưởng, (v) tăng trưởng xanh phải được đặt trong bối cảnh kinh tế - xã hội và đặc điểm của tăng trưởng truyền thống, (vi) Việc thực hiện chiến lược tăng trưởng xanh không đơn giản cho các nước Asean nói chung và các nước Indonesia, Malaysia, Phillippines và Thái Lan nói riêng đang phải đối mặt với một số khó khăn nhất định là sự bất cân đối về cơ cấu kinh tế, biến đổi khí hậu đang ngày càng hiện hữu và thách thức các nước, thiếu hụt nguồn

nhân lực và tài lực.

Ngoài ra còn một số công trình khác: bài viết *“Tăng trưởng xanh ở các nước ASEAN”* của tác giả Lê Văn Chiến (2016), bài viết đã đưa ra khung phân tích tăng trưởng xanh của OECD, trong đó tập trung vào các nhân tố: (1) năng suất của tài nguyên và môi trường, (2) tài nguyên thiên nhiên, (3) chất lượng môi trường sống, (4) cơ hội kinh tế và lựa chọn chính sách hướng đến tăng trưởng xanh, bài viết *“Tăng trưởng xanh ở Việt Nam”* của tác giả Lê Văn Chiến (2016), bài viết *“Mô hình tăng trưởng xanh: Cơ hội và thách thức cho Việt Nam”* của tác giả Đào Khánh Hùng (2016), bài viết *“Tăng trưởng xanh: Kinh nghiệm quốc tế và hàm ý chính sách cho Việt Nam”* của các giả Nguyễn Thị Tuệ Anh và Đặng Thị Thu Hoài (2015), trong đó, bài viết đã đưa ra nội hàm của tăng trưởng xanh và chính sách, các công cụ chính sách thúc đẩy tăng trưởng xanh, bài viết *“Mô hình tăng trưởng xanh: Khung phân tích và lựa chọn chính sách cho Việt Nam”* của tác giả Nguyễn Trọng Hoài (2012).

1.1.2.2 Nhóm các công trình nghiên cứu đến tiêu dùng, tiêu dùng bền vững và tiêu dùng xanh

Trong thời gian gần đây vấn đề tiêu dùng xanh đã được một số tác giả nghiên cứu, tuy vậy, chủ yếu các công trình này mới tiếp cận từ nội hàm của tiêu dùng xanh và hành vi tiêu dùng xanh của người tiêu dùng. Tiêu biểu cho cách tiếp cận này có một số công trình sau:

- Luận án tiến sĩ *“Nghiên cứu những nhân tố tác động tới mối quan hệ giữa ý định và hành vi tiêu dùng xanh của người tiêu dùng Việt Nam”*, của tác giả Hoàng Thị Bảo Thoa (2017). Công trình này tập trung trả lời cho câu hỏi tại sao nhiều người tiêu dùng dù có ý định nhưng không có hành vi tiêu dùng xanh thực tế hay tại sao trong trường hợp này ý định tác động mạnh mẽ đến hành vi tiêu dùng xanh. Thông qua việc tìm ra các nhân tố có thể thúc đẩy hoặc cản trở mối quan hệ giữa ý định và hành vi tiêu dùng xanh của người tiêu dùng Việt Nam, nghiên cứu sẽ đề xuất cho các nhà hoạch định chính sách cũng như các DN các chương trình, chính

sách để người tiêu dùng Việt Nam biến ý định thành hành vi tiêu dùng xanh thực tế. Tác giả cho rằng, ý định và hành vi tiêu dùng xanh của người tiêu dùng đã có những cải thiện đáng kể.

Ngoài ra còn một số công trình nghiên cứu tương tự như: “Xu hướng tiêu dùng xanh trên thế giới và Việt Nam” của tác giả Hoàng Thị Bảo Thoa (2015); bài viết “Kiểm định mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh” của tác giả Vũ Anh Dũng, Nguyễn Thị Ngọc Ánh và Nguyễn Thu Huyền (2012); bài viết “Thực trạng và đánh giá về chính sách mua sắm công xanh Việt Nam” của tác giả Lương Thị Ngọc Hà (2017), bài viết “Định hướng và một số giải pháp chính sách thực hiện mua sắm công xanh và chuỗi cung ứng xanh” của tác giả Minh Nguyên (2016), Bài viết “Xu hướng quản lý tài sản công và mua sắm xanh tại một số nước trên thế giới” của tác giả Phạm Thị Phương Hoa (2016), bài viết “Phát triển mô hình giả định các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh” của các tác giả Vũ Anh Dũng, Nguyễn Thu Huyền và Nguyễn Thị Ngọc Ánh (2012), trong đó các tác giả đã đưa ra các khái niệm về tiêu dùng xanh, tiêu dùng bền vững, sản phẩm xanh, nhãn sinh thái và các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh, Bài viết “Tiêu dùng xanh tài nguyên thiên nhiên - một cách thực hiện Chiến lược tăng trưởng xanh ở Việt Nam” của tác giả Nguyễn Danh Sơn (2014).

1.1.2.3 Nhóm công trình nghiên cứu về chính sách tiêu dùng xanh

Nghiên cứu về chính sách tiêu dùng xanh đã được nhiều nhà khoa học chuyên ngành kinh tế, chính trị, hành chính công, quản lý công và chính sách công đã nghiên cứu trong thời gian qua, trong đó các công trình nghiên cứu sau:

Các công trình nghiên cứu về thực tiễn chính sách công ở Việt Nam và một số nước trên thế giới hướng tới phát triển kinh tế xanh nói chung và tiêu dùng xanh nói riêng.

- Cuốn sách “*Chính sách công và phát triển bền vững: cân cân thanh toán, nợ công và đầu tư công*” của tập thể tác giả Trường Đại học kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội (2012). Công trình nghiên cứu là tập hợp các bài nghiên

cứu chuyên sâu về chính sách tài chính, tiền tệ, đầu tư công ở Việt Nam và một số nước trên thế giới nhằm góp phần chỉ rõ sự thiếu bền vững trong chính sách kinh tế Việt Nam hiện nay.

Ngoài công trình nghiên cứu trên, còn các công trình nghiên cứu: Đề tài cấp bộ *“Đánh giá tác động của tiêu dùng xanh trong phát triển bền vững ở Việt Nam hiện nay”* của tác giả Trần Ngọc Ngoạn (2015). Công trình đã nghiên cứu cơ sở lý luận về xây dựng chính sách tiêu dùng xanh và kinh nghiệm một số nước trên thế giới về xây dựng chính sách liên quan đến tiêu dùng xanh. Trên cơ sở đó, tác giả đánh giá thực trạng tiêu dùng xanh ở Việt Nam và đề xuất các giải pháp nhằm thúc đẩy tiêu dùng xanh ở Việt Nam. Với cách tiếp cận từ mô hình lý thuyết hành vi tiêu dùng và mô hình lý thuyết hành vi kế hoạch, tác giả công trình đã đưa ra các khái niệm như: sản phẩm xanh, công nghệ xanh, mua sắm công xanh và tiêu dùng xanh: “tiêu dùng xanh là một chuỗi các hành vi: (i) Mua sắm một sản phẩm hoặc dịch vụ xanh, (ii) Sử dụng xanh: tiết kiệm, tái sử dụng, tái chế, sử dụng bao bì xanh, xử lý rác xanh, (iii) Tuyên truyền và tác động đến cộng đồng thực hiện mua sản phẩm xanh và sử dụng xanh”. Trên cơ sở đó, tác giả cũng chỉ ra các nhân tố ảnh hưởng tới tiêu dùng xanh: Nhân tố tài chính, nhân tố thể chế, nhân tố thị trường, nhân tố công nghệ, nhân tố quản trị, thông tin - tuyên truyền và hội nhập. Để có cơ sở đối chiếu và hoàn thiện chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam, công trình đã khái quát kinh nghiệm của Mỹ, Liên minh Châu Âu, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc và Thái Lan về xây dựng chính sách liên quan đến tiêu dùng xanh. Trên cơ sở lý luận đó, tác giả đã phân tích, đánh giá thực trạng và xu hướng tiêu dùng xanh ở Việt Nam giai đoạn 2001-2013, trong đó, tác giả đã khái quát hệ thống cơ chế, chính sách và pháp luật Việt Nam liên quan đến tiêu dùng xanh Việt Nam.

1.1.3 Những vấn đề thuộc đề tài luận án chưa được các công trình đã công bố nghiên cứu giải quyết

Các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước liên quan đến chính sách tiêu dùng xanh đã xây dựng được khung phân tích hành vi tiêu dùng xanh, xu

hướng tất yếu chuyển đổi từ nền kinh tế “nâu” sang nền kinh tế “xanh”, trong đó bao hàm cả quá trình thay đổi hành vi tiêu dùng (của các chủ thể trong xã hội) từ hành vi tiêu dùng truyền thống sang hành vi tiêu dùng thân thiện với môi trường. Các công trình đã nghiên cứu tương đối toàn diện về hành vi tiêu dùng xanh và đưa ra mô hình phân tích hành vi tiêu dùng xanh để qua đó thấy rõ được những yếu tố tác động đến hành vi tiêu dùng xanh. Để thay đổi hành vi tiêu dùng, đòi hỏi sự điều chỉnh hệ thống chính sách công ở nhiều nước trên thế giới, đặc biệt là các chính sách về kinh tế, thông qua đó làm thay đổi chiến lược sản xuất, kinh doanh của nhà sản xuất, thay đổi hình thức mua sắm của chính phủ và của người dân.

Kết quả nghiên cứu trên sẽ là nền tảng quan trọng để tác giả xây dựng cơ sở lý luận cho luận án, tuy nhiên, nghiên cứu về chính sách tiêu dùng xanh, các công trình nghiên cứu trên vẫn còn những hạn chế cần phải tiếp tục được nghiên cứu tiếp, đó là:

- Các công trình nghiên cứu chưa phân tích rõ mối tương quan giữa chính sách tiêu dùng xanh với các chính sách khác trong hệ thống chính sách công, đặc biệt là chính sách kinh tế. Thực tế, các công trình trên chủ yếu nghiên cứu vấn đề tiêu dùng xanh từ góc độ hành vi của chủ thể tiêu dùng, thay vì nhìn từ tiến trình chính sách công.

- Mối quan hệ giữa Chính phủ-chủ thể quản lý nhà nước, các doanh nghiệp-nhà sản xuất, người dân-người tiêu dùng) trong chính thể một chính sách công chưa được các công trình nghiên cứu phân tích rõ. Việc phân tích kỹ mối quan hệ này sẽ đánh giá đúng đắn được chất lượng của chính sách và tác động của chúng đối với thực tiễn.

- Các công trình chủ yếu tập trung nghiên cứu lý thuyết về tiêu dùng xanh, chưa có một công trình nghiên cứu chuyên biệt về chính sách tiêu dùng xanh cụ thể để chỉ ra những khó khăn trong quá trình hoạch định và thực thi chính sách tiêu dùng xanh.

Như vậy, đến thời điểm hiện tại các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước vẫn chưa có một công trình nghiên cứu một cách đầy đủ, trọn vẹn vấn đề chính sách tiêu dùng xanh dưới góc độ chính sách công. Các kết quả nghiên cứu trên mới chủ yếu tập trung vào phân tích hành vi tiêu dùng, do đó những kết quả nghiên cứu này chỉ giúp tác giả làm rõ thêm tác động của chính sách tiêu dùng xanh trong thực tiễn thông qua việc phân tích, đánh giá sự thay đổi hành vi tiêu dùng.

1.1.4 Những vấn đề trọng tâm luận án sẽ tập trung nghiên cứu giải quyết

Từ những hạn chế trên, để tiếp tục nghiên cứu sâu sắc về chính sách tiêu dùng xanh cần phải tiếp tục tập trung vào các nội dung sau:

- Nghiên cứu chính sách tiêu dùng xanh với tư cách là một chính thể chính sách, do đó cần phải tập trung vào từng công đoạn của chính sách: hoạch định, thực thi, phân tích, đánh giá chính sách.
- Nghiên cứu so sánh chính sách tiêu dùng xanh ở một số nước phát triển trên thế giới, các quốc gia để rút ra những bài học kinh nghiệm trong hoạch định và thực thi chính sách tiêu dùng xanh.
- Nghiên cứu thực tiễn hoạch định và thực thi chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam, để chỉ ra những mặt thuận lợi, khó khăn và nguyên nhân của nó.
- Đề xuất những cách thức, biện pháp để hoàn thiện chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam trong bối cảnh hiện nay.

1.2. Phương hướng giải quyết các vấn đề của luận án

1.2.1. Mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu đề tài

a. Mục tiêu nghiên cứu đề tài

* *Mục tiêu tổng quát:* Hệ thống hóa, bổ sung và luận giải rõ cơ sở lý luận và thực tiễn về chính sách tiêu dùng xanh để đề xuất phương hướng giải pháp xây dựng, hoàn thiện và thực hiện chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển nền kinh tế xanh thời kỳ đến năm 2030.

****Mục tiêu cụ thể***

- Hệ thống hóa, bổ sung và luận giải rõ cơ sở lý luận về chính sách TDX.

- Đánh giá khách quan thực trạng chính sách và thực thi chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam, xác định đúng những kết quả, hạn chế và nguyên nhân.

- Đề xuất phương hướng, giải pháp xây dựng và hoàn thiện chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam thời kỳ đến năm 2030.

b. Câu hỏi nghiên cứu

Thứ nhất, Tiêu dùng xanh là gì và Nhà nước cần phải làm gì để thúc đẩy tiêu dùng xanh trong phát triển nền kinh tế xanh, tăng trưởng xanh?

Thứ hai, Khung khổ và nội dung chính sách tiêu dùng xanh trong phát triển kinh tế xanh ở một quốc gia như thế nào?

Thứ ba, Những chính sách nào đang có hiệu lực điều chỉnh việc tiêu dùng xanh ở Việt Nam?

Thứ tư, Để thúc đẩy tiêu dùng xanh ở Việt Nam thời kỳ đến năm 2030 cần có những chính sách gì của Nhà nước?

1.2.2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

a. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận án là các vấn đề lý luận và thực tiễn về chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển nền kinh tế xanh.

b. Phạm vi nghiên cứu

- *Về nội dung*: luận án tập trung nghiên cứu chính sách tiêu dùng xanh, bao gồm cả chính sách chi tiêu công xanh (tiêu dùng của chính phủ) và chính sách tiêu dùng xanh của dân cư (tiêu dùng cuối cùng của dân cư) nhưng không nghiên cứu chính sách tiêu dùng xanh trong sản xuất (tiêu dùng trung gian).

- *Về không gian*: Việt Nam.

- *Về thời gian*: luận án tập trung nghiên cứu, khảo sát, đánh giá chính sách TDX ở Việt Nam từ 2012 và đề xuất chính sách TDX ở Việt Nam đến năm 2030.

1.2.3 Cách tiếp cận, phương pháp nghiên cứu và khung phân tích của luận án

a. Cơ sở lý thuyết và cách tiếp cận nghiên cứu

Luận án sử dụng cơ sở lý thuyết về tiêu dùng xanh trong phát triển kinh tế

xanh, thực hiện phát triển bền vững và vai trò của Nhà nước đối với thúc đẩy tiêu dùng xanh để nghiên cứu và giải quyết các vấn đề chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam.

Đề tài được thực hiện với cách tiếp cận cụ thể như sau:

- *Cách tiếp cận tổng thể, toàn diện:* tác giả nghiên cứu và giải quyết các vấn đề một cách tổng thể và toàn diện về chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam.

- *Cách tiếp cận thực tiễn:* Tác giả tiếp cận và giải quyết các vấn đề liên quan đến việc hoạch định và thực thi chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam trong thời gian qua, đề xuất những giải pháp phù hợp với điều kiện thực tế của nước ta.

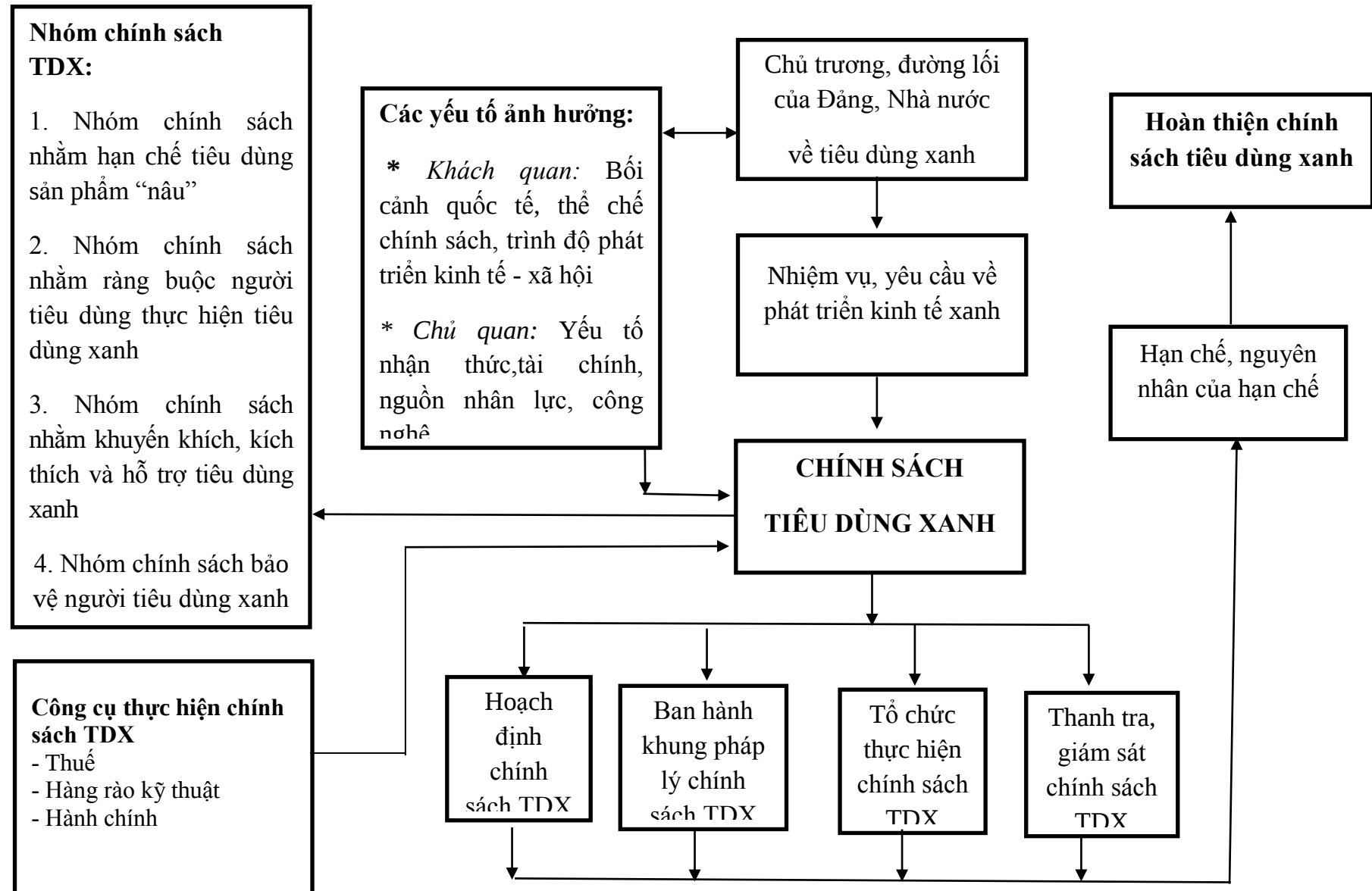
- *Cách tiếp cận hệ thống:* việc nghiên cứu chính sách tiêu dùng xanh phải được đặt trong chính sách phát triển KT-XH, đặc biệt trong bối cảnh Việt Nam đang thực hiện chính sách phát triển bền vững với ưu tiên chuyển đổi sang mô hình tăng trưởng xanh.

- *Cách tiếp cận động, liên ngành và dựa trên những nguyên lý cơ bản của chính sách công:* Các giải pháp đưa ra nhằm hoàn thiện chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam không chỉ được nghiên cứu và xây dựng trên cơ sở lý thuyết mà còn tính đến cả cơ chế bảo đảm thực hiện chính sách này trên thực tế hiện nay và thời gian sắp tới.

Với các cách tiếp cận đó, nghiên cứu đưa ra khung phân tích của nghiên cứu:

Nghiên cứu sẽ tiếp cận từ 2 phía: Người tiêu dùng (doanh nghiệp, cơ quan/tổ chức, cá nhân/hộ gia đình) và từ phía các chính sách tiêu dùng xanh (bao gồm công cụ, thuế, hàng rào kỹ thuật, hành chính, 4 nhóm chính sách chủ yếu)

Quá trình thực thi chính sách sẽ bao gồm các nhà thực thi và quá trình này sẽ bị ảnh hưởng bởi các yếu tố nội tại và các yếu tố bên ngoài. Quá trình thực thi chính sách tiêu dùng xanh sẽ đưa lại những kết quả và hiệu quả của chính sách (kết quả về nhận thức, lợi ích kinh tế, môi trường, cung cầu hàng hóa và phát triển bền vững, ứng xử/hành vi trong tiêu dùng), điều này sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến xã hội.



Hình 1.1. Khung lý thuyết nghiên cứu đề tài luận án

(Nguồn: tác giả xây dựng, năm 2018)

b. Phương pháp nghiên cứu

** Phương pháp thu thập dữ liệu*

- Phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp

Nghiên cứu tiến hành thu thập các dữ liệu về chính sách tiêu dùng xanh, báo cáo tình hình thực thi chính sách thông qua các sách, tạp chí và các nghiên cứu trước đây. Nghiên cứu đã thu thập dữ liệu trên các trang website điện tử, các thư viện. Điều này cho phép nghiên cứu có một cách nhìn tổng thể về chính sách tiêu dùng xanh, thực trạng thực thi chính sách tiêu dùng xanh, các thành tựu và hạn chế cũng như kết quả và hiệu quả thực thi chính sách tiêu dùng xanh.

- Phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp

+ *Phương pháp phỏng vấn sâu cá nhân*: Tác giả tiến hành phỏng vấn sâu đại diện của các công ty, DN đang hoạt động trong lĩnh vực sản xuất và phân phối sản phẩm xanh cũng như các sản phẩm thông thường khác ở Việt Nam. Tác giả cũng tiến hành phỏng vấn sâu người dân với tư cách là những người tiêu dùng hàng hóa đồng thời phỏng vấn các công chức, viên chức, người lao động trong các cơ quan hành chính nhà nước với tư cách là những người tham gia vào quá trình hoạch định và thực thi chính sách tiêu dùng xanh. Mục đích của việc phỏng vấn sâu những cá nhân này là nhằm tìm hiểu sâu hơn quan điểm của họ về những chính sách tiêu dùng xanh hiện đang được thực thi, những thuận lợi và khó khăn mà bản thân họ gặp phải trong việc thực thi những chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về tiêu dùng xanh cũng như hiện trạng và xu hướng tiêu dùng xanh của gia đình/cơ quan/ công ty họ.

+ *Phương pháp điều tra bằng phiếu hỏi*: Tác giả tiến hành điều tra thu thập thông tin bằng phiếu hỏi với ba đối tượng chính là: Đại diện của các công ty, DN đang hoạt động sản xuất, cung cấp dịch vụ hàng hóa ở Việt Nam. Thứ hai là người dân với tư cách là người tiêu dùng và thứ ba là các cán bộ trong các cơ quan hành chính nhà nước các cấp với tư cách là người tham gia vào quá trình hoạch định và thực thi chính sách tiêu dùng xanh. Với mỗi khách thể nghiên cứu

tác giả có một bảng hỏi riêng với câu hỏi được chuẩn bị sẵn để khách thể nghiên cứu điền phiếu hỏi theo ý kiến của cá nhân họ. Số lượng mẫu điều tra cụ thể như sau: Đối với người dân: 480 phiếu, đối với các cán bộ trong các doanh nghiệp: 205 phiếu, đối với cán bộ công chức Nhà nước: 320 phiếu.

+ *Phương pháp quan sát có sự tham gia và quan sát không có sự tham gia*: Tác giả tiến hành quan sát các điểm bán hàng như chợ, siêu thị, các cửa hàng bán đồ chuyên dụng, các gian hàng; quầy hàng bán sản phẩm xanh và các cửa hàng quầy hàng bán đồ thông thường khác để tìm hiểu về hành vi tiêu dùng của khách hàng. Việc quan sát các không gian và địa điểm này giúp tác giả tìm hiểu các nhân tố tác động đến hành vi tiêu dùng của người dân DN và cơ quan.

** Công cụ xử lý dữ liệu*

Nghiên cứu sử dụng excel và phần mềm SPSS để xử lý và phân tích dữ liệu. Đây là những phần mềm thông kê thông dụng và có những đặc tính thống kê trong phân tích kinh tế.

** Phương pháp phân tích dữ liệu, phương pháp so sánh*: phương pháp này dùng để so sánh chính sách tiêu dùng xanh của một số nước tiên tiến trên thế giới, qua đó rút ra bài học kinh cho Việt Nam hiện nay.

CHƯƠNG 2

CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHÍNH SÁCH TIÊU DÙNG XANH TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ XANH

2.1 Tiêu dùng xanh trong phát triển kinh tế xanh

2.1.1 Kinh tế xanh và các bên liên quan trong phát triển kinh tế xanh

2.1.1.1 Kinh tế xanh, tăng trưởng xanh trong phát triển bền vững

* Kinh tế xanh

Khái niệm “kinh tế xanh” gần đây nhận được sự quan tâm nhiều do sự thay đổi đa chiều của nền kinh tế toàn cầu, đặc biệt sau cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới năm 2008. Tại hội thảo của Liên Hợp Quốc về PTBV được tổ chức ở Rio, Brazil 2012, đại hội đồng Liên Hợp Quốc đã lựa chọn “Nền kinh tế xanh trong điều kiện PTBV và xóa đói giảm nghèo” là chủ đề chính của Đại hội.

Các cuộc thảo luận gần đây đi đến một nhận thức chung về lập trường và nguyên tắc ứng xử đối với vấn đề kinh tế xanh: “Là một bộ chính sách chung để thúc đẩy đầu tư vào các ngành/lĩnh vực có ý nghĩa về môi trường, đồng thời đóng góp tới mục tiêu PTBV và xóa đói giảm nghèo”. Đây là khái niệm được xuất phát từ một loạt các tiếp cận chính sách kinh tế, những khái niệm, ý tưởng, nguyên tắc đã được tiếp nối trong 20 năm qua” (UNEP, 2010. First Meeting of the Issue Management Group on Green Economy 23-24 March 2010, Washington). Tuy nhiên Ủy ban của UNCSD họp vào tháng 5 năm 2010 cho rằng vẫn chưa có một sự đồng thuận chung về những gì là cần thiết cho một nền kinh tế xanh và mối quan hệ của nó với khái niệm rộng hơn đó là PTBV (First Preparatory Committee Meeting for the UN Conference on Sustainable Development 2012.CoChairs’Summary, 19 May 2010).

Nền kinh tế xanh trước đây được hiểu như một hệ thống kinh tế tương thích với môi trường tự nhiên và thân thiện với môi trường. Ngày nay thì khái niệm về nền kinh tế xanh đã được phát triển và cũng đã xem xét đến các vấn đề

xã hội. Với việc sử dụng công nghệ sạch và năng lượng sạch, nền kinh tế xanh được kỳ vọng để cung cấp một môi trường an toàn và lành mạnh hơn, sáng tạo ra những công việc xanh thay thế (các công việc xanh được định nghĩa như các công việc trong nông nghiệp, sản xuất, nghiên cứu và phát triển, quản lý và các hoạt động dịch vụ đóng góp bền vững tới việc bảo đảm hay lưu trữ chất lượng môi trường (UNEP, 2008). Kinh tế xanh nên xem xét ở một ngữ cảnh rộng lớn hơn về PTBV và xóa đói giảm nghèo. Thực hiện trên một nền KTX bao gồm 27 nguyên tắc PTBV đã được xác định tại hội nghị Thượng đỉnh Trái đất năm 1992.

Một số quan niệm khác nhau về kinh tế xanh:

Theo Chương trình Môi trường LHQ (UNEP), “Nền kinh tế xanh là nền kinh tế nâng cao đời sống của con người và cải thiện công bằng xã hội, đồng thời giảm thiểu đáng kể những rủi ro môi trường và những thiếu hụt sinh thái”. Nói cách khác, nền kinh tế xanh là nền kinh tế có mức phát thải thấp, sử dụng hiệu quả tài nguyên và hướng tới công bằng xã hội.

Theo Chương trình phát triển LHQ (UNDP), “Nền kinh tế xanh là nền kinh tế trong đó có tính đến sự liên kết sống còn giữa kinh tế, xã hội và môi trường, có sự chuyển đổi của quá trình sản xuất và mẫu hình tiêu dùng, trong đó góp phần làm giảm ô nhiễm và rác thải sử dụng tài nguyên, nguyên liệu và năng lượng một cách hiệu quả để tái sinh và đa dạng hóa nền kinh tế, tạo thêm cơ hội việc làm, đẩy mạnh thương mại bền vững, giảm đói nghèo, cải thiện công bằng và phân phối thu nhập”.

Theo Tổ chức hợp tác phát triển kinh tế (OECD): “Nền kinh tế xanh là nền kinh tế tạo ra, phân phối sản phẩm và dịch vụ thân thiện môi trường, năng lượng tái tạo, giao thông và nhiên liệu sạch và công trình xanh, giảm mức tiêu thụ năng lượng, nguyên liệu, nước thông qua chiến lược hiệu quả năng lượng và tài nguyên và chuyển đổi từ các cấu phần các-bon sang không các-bon”.

Theo Ủy ban Kinh tế - Xã hội khu vực châu Á - Thái Bình Dương (ESCAP), “Kinh tế xanh là cách tiếp cận để đạt được tăng trưởng kinh tế, với

mục đích phát triển kinh tế đồng thời đảm bảo sự bền vững về môi trường”.

Từ các quan niệm trên về KTX, có thể rút ra đặc điểm của nền KTX như sau:

Thứ nhất, là nền kinh tế thân thiện với môi trường, giảm phát thải khí nhà kính, qua đó giảm thiểu gây BĐKH.

Thứ hai, là nền kinh tế tăng trưởng theo chiều sâu, hao tổn ít nhiên liệu, tăng cường các ngành công nghiệp sinh thái, đổi mới công nghệ.

Thứ ba, là nền kinh tế tăng trưởng bền vững, hướng đến xóa đói giảm nghèo và phát triển công bằng.

Các nước đi đầu trong phát triển kinh tế xanh đã có nhiều giải pháp hiệu quả nhằm phát triển kinh tế xanh, trong đó có các biện pháp chủ yếu như: xây dựng cơ sở hạ tầng bền vững, tiêu thụ bền vững, xanh hóa kinh doanh và cải cách thuế sinh thái.

** Tăng trưởng xanh*

Khái niệm kinh tế xanh thường liên quan đến các ý tưởng như “tăng trưởng với lượng các-bon thấp” hay “tăng trưởng xanh”. Trong ngữ cảnh nền kinh tế xanh thuật ngữ “phát triển” không đơn giản là phát triển đầu ra của nền kinh tế mà còn ám chỉ đến “quy trình kinh tế bền vững”.

“Tăng trưởng với lượng các bon thấp” và “tăng trưởng xanh” là các cách khác nhau để nhấn mạnh mô hình chuyển đổi nó không phải là “xanh” chống lại sự “phát triển” mà nó tìm kiếm cách để PTBV. Mỗi đất nước sẽ phải có những đánh giá riêng của chính nước đó và sẽ thiết kế những chính sách riêng của chính họ, cấu trúc thể chế và các biện pháp thực hiện, phụ thuộc vào nguồn lực tài nguyên quốc gia, những thách thức, những nhu cầu và các ưu tiên (UNEP, 2009. Global Green New Deal. An Update for the G20 Pittsburgh Summit).

Mặc dù hiện nay thuật ngữ “*tăng trưởng xanh*” được sử dụng một cách rộng rãi, nhưng một định nghĩa thống nhất về thuật ngữ này vẫn chưa rõ ràng, mặc dù có sự đồng thuận về bản chất “tăng trưởng xanh” nghĩa là gì. Nó thường được xem như một thuật ngữ đồng nghĩa với một khía cạnh của PTBV. Ngân

hàng thế giới WB cho rằng “tăng trưởng xanh” là “hiệu quả trong việc sử dụng tài nguyên thiên nhiên, tối thiểu ô nhiễm và tác động tới môi trường, khả năng ứng phó với các thảm họa tự nhiên và vai trò của quản lý môi trường và nguồn vốn tự nhiên trong việc ngăn chặn các thảm họa vật lý”.

** Các nguyên tắc và thành phần chính của phát triển kinh tế xanh*

Tầm nhìn của nền kinh tế xanh là cố gắng để định hướng phát triển kinh tế theo hướng của PTBV. Theo quan điểm hiện nay về nền kinh tế xanh có 5 nhân tố chính ủng hộ việc chuyển dịch sang hướng sản xuất và tiêu dùng bền vững hơn.

Bảng 2.1: Các nhân tố chính của nền kinh tế xanh

TT	Các nhân tố chính	Nội dung của các nhân tố
1	Các thể hệ và việc sử dụng nguồn năng lượng có khả năng tái tạo	Ám chỉ tới tất cả các nguồn năng lượng có thể sử dụng và tái sử dụng nhằm thay thế nguồn nguyên liệu hóa thạch mà không gây ra các kết quả không mong muốn về khí gas gây hiệu ứng nhà kính và ô nhiễm khác xuất phát từ việc đốt cháy nguyên liệu hóa thạch.
2	Hiệu quả năng lượng	Tìm kiếm những phương pháp thích ứng và công nghệ hiệu quả hơn nhằm sử dụng ít năng lượng những vẫn cung cấp một mức tương tự về dịch vụ năng lượng.
3	Quản lý và tối thiểu hóa rác thải	Xem xét các tiếp cận khác nhau từ việc phòng ngừa, tối thiểu hóa, giảm thiểu, tái sử dụng, tái chế, chuyển đổi và xử lý rác thải để đảm bảo việc sử dụng nguyên liệu và việc phát ra rác thải duy trì trong khả năng hấp thụ của hành tinh.
4	Bảo tồn và sử dụng bền vững các nguồn TNTN đang tồn tại	Thừa nhận tầm quan trọng và giá trị kinh tế của tài nguyên thiên nhiên như nước ngọt, rừng, đất, san hô và dịch vụ hệ sinh thái cung cấp bởi hệ sinh thái giàu có và đa dạng.
5	Sáng tạo ra công việc xanh	Cung cấp những cấp việc phù hợp đảm bảo mức sống, điều kiện lao động an toàn, đảm bảo an ninh nghề nghiệp, sự tôn trọng và quyền của người lao động.

(Nguồn: FAO, 2010. *Payments for environmental services within the context of the green economy*)

Sự thay đổi của 5 nhân tố này có thể được thực hiện trong tất cả các lĩnh vực của nền kinh tế: Lĩnh vực chính nơi chuyển đổi tài nguyên vào những sản phẩm quan trọng bao gồm: nông nghiệp, thủy sản, tất cả các ngành công nghiệp dầu mỏ và khai thác đá. Lĩnh vực thứ hai nơi mà sử dụng đầu ra của lĩnh vực thứ nhất và sản xuất ra những hàng hóa cuối cùng. Các đơn vị là các trường đại học cung cấp thông tin và dịch vụ. Cho tất cả các lĩnh vực để thiết lập đối với phạm vi có thể, chu kỳ năng lượng và ít nhất là tối thiểu hóa rác thải và thúc đẩy tái chế.

Vì vậy, sự chuyển dịch và tái chuyển đổi đối với nền kinh tế xanh được kỳ vọng sẽ tạo ra một sự chuyển dịch nghề nghiệp. Trong tất cả các lĩnh vực kinh tế, có thể tạo ra những nghề nghiệp xanh thay thế, một vài công việc sẽ được thay thế, một số nghề nghiệp nhất định có thể bị loại bỏ hẳn mà không có sự thay thế trực tiếp, nhiều nghề nghiệp đang tồn tại sẽ xác định lại hoặc các lĩnh vực có thể được xanh hóa. Sự lo ngại về thất nghiệp trong suốt quá trình chuyển dịch nền kinh tế xanh và nhu cầu để giải quyết chi phí cho người lao động bao gồm cả việc đầu tư lại và bảo vệ xã hội.

Một số nguyên tắc đã được xác định bao gồm việc giải quyết các khía cạnh của kinh tế tài nguyên và môi trường. Các nguyên tắc này chủ yếu dựa trên các nguyên tắc của PTBV của liên hợp quốc.

Bảng 2.2: Các nguyên tắc phát triển bền vững của Liên Hợp Quốc

Tiêu chí	Nguyên tắc
Kinh tế	Thừa nhận giá trị và nguồn vốn tự nhiên Tích hợp phát triển kinh tế và mô hình phát triển Nhận thức được những ngoại ứng Thúc đẩy hiệu quả nguồn lực và năng lượng Tạo công việc phù hợp và nghề nghiệp xanh
Môi trường	Bảo vệ đa dạng sinh học và hệ sinh thái Đầu tư và duy trì nguồn vốn tự nhiên Thừa nhận và tôn trọng những giới hạn của hành tinh và giới hạn hệ

Tiêu chí	Nguyên tắc
	sinh thái Nâng cao các mục tiêu PTBV về môi trường toàn cầu
Xã hội	Giảm nghèo đói, đời sống, sinh kế, bảo vệ xã hội và truy cập vào các dịch vụ cần thiết Xã hội dân chủ, minh bạch, trách nhiệm, tham gia và ổn định Sự công bằng và khách quan giữa các nước và giữa các thế hệ

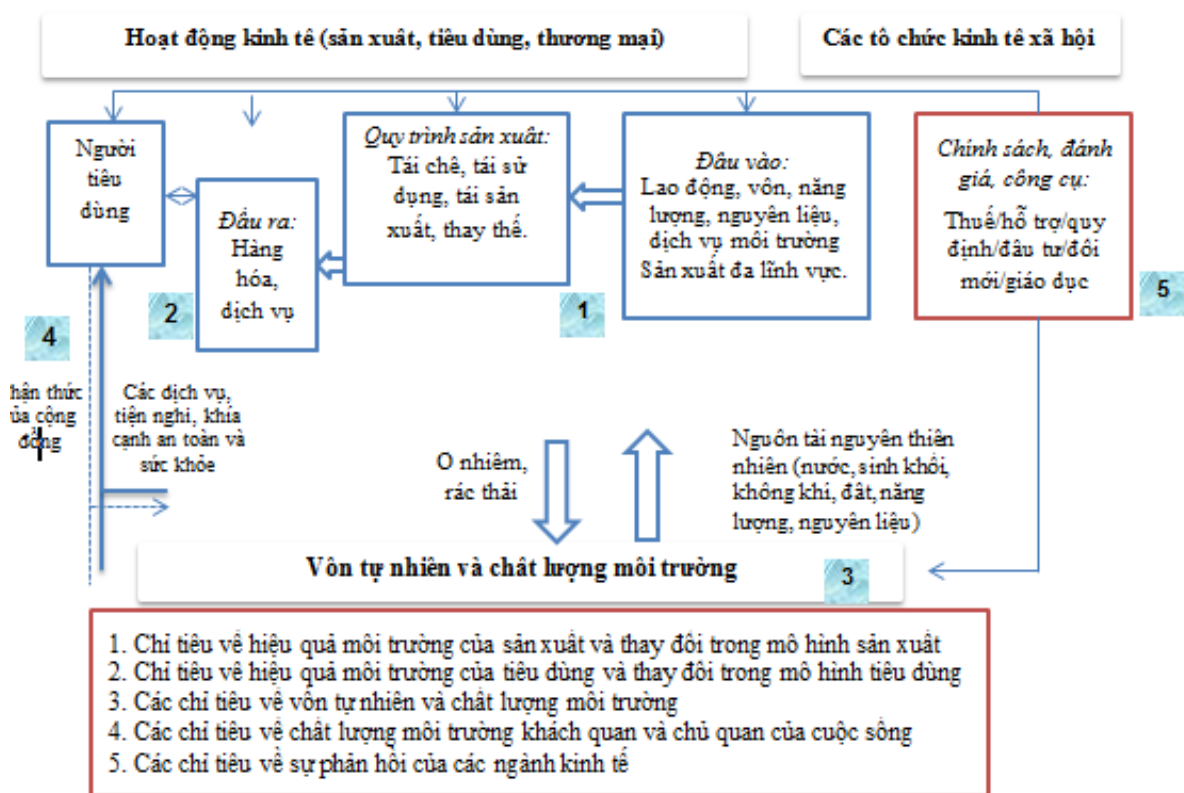
(Nguồn: UN Department of Economic and Social Affairs (UNDESA),
A Guidebook to the Green Economy: Issue 1, 2012, p. 60)

2.1.1.2 Các bên liên quan trong phát triển kinh tế xanh

Mô hình kinh tế xanh không chỉ bao gồm Nhà nước và các bên liên quan trực tiếp tới quá trình sản xuất kinh doanh và thải bỏ chất thải ra môi trường mà còn gồm các tổ chức xã hội, tổ chức chính trị xã hội và cả cộng đồng. Do vậy, trong mô hình kinh tế xanh, các bên liên quan bao gồm các chủ thể chính: Nhà nước, doanh nghiệp, tổ chức xã hội đoàn thể và cộng đồng dân cư. Trong đó: Nhà nước vừa với vai trò như người “Nhạc trưởng” phối hợp các bên liên quan trong phát triển KTX, quản lý vĩ mô và kiến tạo quá trình chuyển đổi xanh và phát triển nền KTX, vừa trực tiếp tham gia đầu tư phát triển KTX, đồng thời Nhà nước cũng là một chủ thể tham gia thị trường sản phẩm xanh với vai trò là người mua tiêu dùng sản phẩm xanh thông qua hoạt động mua sắm công xanh. Các doanh nghiệp ở vị trí trung tâm, giữ vai trò chính yếu trong phát triển KTX thông qua hoạt động đầu tư phát triển sản xuất kinh doanh sản phẩm xanh, cạnh tranh trên thị trường sản phẩm xanh, đồng thời cũng là một bên tiêu dùng sản phẩm xanh (tiêu dùng trung gian hay tiêu dùng trong sản xuất kinh doanh). Cộng đồng dân cư và các tổ chức xã hội vừa là các bên tham gia hoạt động kiến tạo nền kinh tế xanh (tham gia đầu tư phát triển sản phẩm xanh, thực hiện xanh hóa sản xuất, xanh hóa lối sống, xây dựng đô thị xanh, nông thôn xanh, công trình xanh...) vừa là những nhóm chủ thể chính tham gia thị trường sản phẩm xanh với vai trò là người mua tiêu dùng sản phẩm xanh (tiêu dùng cuối cùng của dân cư, hộ gia đình)

** Bộ tiêu chí đo lường nền kinh tế xanh*

Phân tích các chỉ tiêu đo lường nền kinh tế xanh của FAO (2010) cho thấy hoạt động của bất kỳ một nền kinh tế nào bao gồm những nhà sản xuất, tiêu dùng và nhà thương mại thương gia. Đây là những đơn vị cung cấp đầu vào (lao động, vốn, năng lượng, nguyên liệu...) cho quá trình sản xuất (quá trình tái chế, tái sử dụng, sản xuất hay thay thế). Qua quá trình sản xuất là hàng hóa và dịch vụ đầu ra cho người tiêu dùng.



Hình 2.1. Khung phân tích cho hệ thống tiêu chí phát triển xanh

(Nguồn: FAO, 2010)

Quá trình sản xuất sẽ được cung cấp các nguyên liệu đầu vào từ thiên nhiên như nước, sinh khối, nguyên liệu... và quá trình sản xuất thải ra sự ô nhiễm và rác thải. Vốn tự nhiên và chất lượng môi trường có chức năng như các dịch vụ tiện nghi, sự an toàn và sức khỏe cho NTD, NTD cần có các nhận thức cộng đồng đối với vốn tự nhiên và chất lượng môi trường.

Đối với các tổ chức kinh tế xã hội sẽ hoạch định và thực thi các chính sách và công cụ môi trường và tự nhiên như thuế, hỗ trợ, đầu tư, đổi mới, giáo dục.

Như vậy, bản chất PTBV nhấn mạnh quá trình phát triển có sự kết hợp chặt chẽ, hợp lý và hài hòa giữa ba mặt: phát triển kinh tế, phát triển xã hội và bảo vệ môi trường. Trong khi đó KTX nhấn mạnh đến sự chuyển đổi của quá trình sản xuất và mẫu hình tiêu dùng theo hướng xanh hóa. Nghĩa là sản xuất và tiêu dùng các sản phẩm và dịch vụ thân thiện với môi trường như: sản xuất và sử dụng năng lượng tái tạo, giao thông và nhiên liệu sạch, xây dựng công trình xanh bằng việc sử dụng các nguyên vật liệu thân thiện với môi trường hay xây dựng các công trình đạt được hiệu quả cao trong sử dụng năng lượng và vật liệu, giảm thiểu các tác động xấu tới môi trường, đồng thời được thiết kế để có thể hạn chế tối đa những tác động không tốt của môi trường xây dựng tới sức khỏe con người và môi trường tự nhiên. Khái niệm kinh tế xanh cũng hướng các cá nhân và tổ chức giảm mức tiêu thụ năng lượng, nguyên liệu, nước thông qua chiến lược sử dụng hiệu quả năng lượng và tài nguyên, chuyển đổi từ các cấu phần các-bon sang không các-bon. Như vậy xét về mục tiêu thì khái niệm PTBV và kinh tế xanh có cùng mục tiêu là tạo ra sự phát triển không làm ảnh hưởng tới môi trường. Theo đó phát triển kinh tế xanh là một hướng đi nhằm hướng tới PTBV ở nhiều quốc gia trên thế giới.

2.1.2 Tiêu dùng xanh và vai trò của tiêu dùng xanh đối với phát triển kinh tế xanh

**** Lý thuyết về tiêu dùng và phân loại tiêu dùng***

Lịch sử tiêu dùng và chủ nghĩa tiêu dùng có nguồn gốc trong những sự biến đổi về kinh tế, xã hội, văn hóa và địa chính trị, nó phát triển thông qua lịch sử. Cùng với sự biến đổi này trên mức độ vĩ mô là những yêu cầu tiên quyết quan trọng cho sự thay đổi mức độ tiêu dùng, có một số nhân tố liên quan đến hành vi tiêu dùng. Lý thuyết tiêu dùng đã được bàn luận trong nhiều lĩnh vực khoa học khác nhau như kinh tế, xã hội, tâm lý, khoa học hành vi.

Theo Đại từ điển kinh tế thị trường (Tài liệu dịch của Viện phổ biến tri thức Bác Khoa, 1998) “Tiêu dùng là sự thực hiện cuối cùng về lợi ích vật chất của con người”. Kinh tế học tiêu dùng đã có lịch sử lâu đời, là một ngành kinh tế học nghiên cứu về mối quan hệ tiêu dùng cũng như quy luật hoạt động và xu thế phát triển của nó từ góc độ quá trình tái sản xuất sử dụng, trao đổi, phân phối và sản xuất. Có hai loại tiêu dùng:

- Một là, tiêu dùng cho sản xuất, là đối tượng của kinh tế học các ngành sản xuất như: công nghiệp, nông nghiệp...

- Hai là, tiêu dùng cho sinh hoạt, là đối tượng nghiên cứu kinh tế học tiêu dùng

Quan hệ tiêu dùng là một bộ phận cấu thành của quan hệ sản xuất xã hội nhất định, là một loại quan hệ kinh tế hình thành trong quá trình tiêu dùng. Kinh tế học tiêu dùng không nghiên cứu mối quan hệ giữa con người với vật phẩm tiêu dùng mà chỉ nghiên cứu mối quan hệ giữa người tiêu dùng với người tiêu dùng.

Nội dung nghiên cứu chủ yếu của kinh tế học tiêu dùng gồm: Mức tiêu dùng; Chất lượng tiêu dùng; Kết cấu tiêu dùng; Phương thức tiêu dùng; Tiêu dùng dịch vụ lao động; Thị trường tiêu dùng; Tâm lý tiêu dùng và hành vi người tiêu dùng; Mô hình tiêu dùng; Bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng; Kinh tế học tiêu dùng đã có lịch sử lâu đời.

Chủ thể tiêu dùng còn gọi là “người tiêu dùng” là người hoạt động tiêu dùng. Chủ thể tiêu dùng bao gồm cá nhân người tiêu dùng với các loại hình khác nhau và tập thể tiêu dùng được hình thành bởi các cá nhân có mối liên hệ nhất định trong hoạt động công tác, sinh hoạt. Căn cứ vào sự khác của mỗi bên tham gia có thể chia ra thành:

1. Cá nhân người tiêu dùng và tập thể tiêu dùng (tập thể tiêu dùng bao gồm các cơ quan chính phủ hoặc tổ chức như quân đội, chính đảng, trường học, nhà máy...).

2. Căn cứ vào sự khác nhau về hoàn cảnh địa lý có thể chia thành cư dân nông thôn, cư dân thành thị.

3. Căn cứ vào sự khác nhau về tính chất lao động có thể chia thành lao động trí óc và lao động tay chân

4. Căn cứ vào mức thu nhập cao thấp khác nhau như người có thu nhập thấp (trong đó có người khó khăn), người có thu nhập trung bình, người có thu nhập cao.

5. Căn cứ vào những vùng khác nhau, có thể phân chia thành nhóm những người tiêu dùng thuộc các vùng khác nhau

6. Căn cứ vào giới tính, tuổi có thể phân chia thành các nhóm khác nhau theo giới tính và độ tuổi.

** Tiêu dùng xanh và quá trình xanh hóa tiêu dùng*

Thuật ngữ tiêu dùng xanh xuất hiện từ những năm 1960 tại Châu Âu và Hoa Kỳ. Năm 1963, Tổ chức Quốc tế của Hiệp hội NTD (International Organization of Consumer Unions – IOCU) lần đầu tiên đề xuất khái niệm về TDX, và họ cũng cho rằng NTD nên có các nghĩa vụ xanh. Tuy nhiên cho đến hiện nay thuật ngữ này vẫn được sử dụng với nhiều tên gọi và các cách tiếp khác nhau. Tại Hội nghị thượng đỉnh thế giới về PTBV (WSSD) được tổ chức vào năm 2002 ở Johannesburg (Nam Phi), đã đề cập đến vấn đề TDX trong đó xác định: “Để khuyến khích và thúc đẩy sự phát triển của khuôn khổ chương trình 10 năm hỗ trợ các sáng kiến khu vực và quốc gia để đẩy nhanh chuyển dịch cơ cấu theo hướng TDX và sản xuất bền vững, thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội thông qua cải thiện hiệu quả và tính bền vững trong sử dụng các nguồn lực và quy định sản xuất và giảm thiểu suy thoái tài nguyên môi trường, ô nhiễm và lãng phí”. Điều này cho thấy trong TDX, yếu tố môi trường không phải là duy nhất, nhưng là một trong những yếu tố quan trọng.

Theo Alfredsson (2004) giải thích rằng, TDX liên quan đến những chỉ số khoa học về sử dụng năng lượng và thải khí CO₂. Theo Carriga (2004), mua sản phẩm thân thiện với môi trường được gọi là TDX. Tuy nhiên, TDX không chỉ liên quan đến việc NTD không dùng hàng hóa gây tổn hại đến môi trường tự nhiên, mà còn quyết định mua các sản phẩm thân thiện, tái chế.

Theo báo cáo thống kê thường niên về mua sắm của Liên hợp quốc 2008 thì TDX được hiểu là quá trình lựa chọn các sản phẩm và dịch vụ có ít tác động xấu lên môi trường.

Còn theo Sisira - Mansvelt & Robbins (2011) cũng đưa ra định nghĩa khá toàn diện về TDX với quan điểm đây là một quá trình thông qua những hành vi xã hội như: mua các loại thực phẩm sinh học, tái chế, tái sử dụng, hạn chế dùng thừa và sử dụng hệ thống giao thông thân thiện.

Ở Việt Nam, “tiêu dùng xanh” vẫn là một khái niệm tương đối mới, theo tác giả Lê Hoàng Lan cho rằng: “Tiêu dùng xanh (hay còn gọi là tiêu dùng sinh thái) - được sử dụng để chỉ việc mua sắm các sản phẩm và dịch vụ thân thiện môi trường. Đó là việc xem xét, cân nhắc các vấn đề môi trường đồng thời với việc xem xét, cân nhắc những tiêu chí về giá cả và hiệu quả sử dụng khi quyết định mua sắm, sao cho giảm thiểu được nhiều nhất tác động tới sức khỏe và môi trường”. Theo chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh, “sản phẩm xanh” là sản phẩm không độc hại, sử dụng năng lượng và nước hiệu quả và vô hại đối với môi trường.

Mạng lưới mua hàng xanh định nghĩa “TDX là một quy trình mua sắm một sản phẩm hoặc dịch vụ có cùng chức năng mà gây ít tác động đến môi trường hơn, cùng mức giá cạnh tranh mà vẫn thể hiện được trách nhiệm xã hội”.

Như vậy thì khi nói đến TDX, thuật ngữ này không chỉ dừng lại ở việc nhấn mạnh đến các hành vi mua sắm xanh như trên mà còn nói đến một chuỗi các hành vi được nhìn nhận dưới quan điểm PTBV. Đó chính là những hành vi xã hội như: tái chế, tái sử dụng, tiết kiệm và sử dụng hệ thống giao thông thân thiện với môi trường (Withanachchi, 2013). Thậm chí, TDX còn bao gồm cả nhiệm vụ cắt giảm năng lượng và khí thải CO₂ (Alfredsson, 2004) hay tuyên truyền và tác động đến cộng đồng thực hiện mua sản phẩm xanh và sử dụng xanh (Vũ, 2012).

Mặc dù Ban Công tác về mua sắm bền vững của Anh, tiếp cận khái niệm TDX thông qua khái niệm tiêu dùng bền vững, theo đó “TDX hay tiêu dùng bền

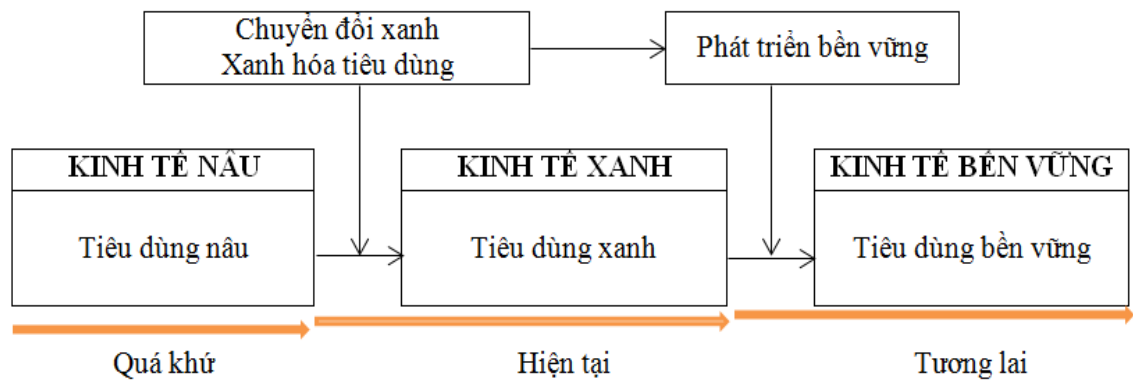
vững là một quy trình mà theo đó các tổ chức tham gia phải đảm bảo nhu cầu của họ đối với các sản phẩm, dịch vụ, công trình dựa trên các tiêu chí mà có khả năng đạt được lợi ích lâu dài không những cho tổ chức đó mà còn cho xã hội và kinh tế trong khi các tác động tiêu cực đến môi trường phải được giảm thiểu tối đa”. Tuy nhiên theo tác giả khái niệm TDX có thể được phân biệt với khái niệm tiêu dùng bền vững. Nếu tiêu dùng bền vững được xem như: “Việc sử dụng các hàng hóa và dịch vụ nhằm đáp ứng các nhu cầu căn bản và mang lại chất lượng sống cao hơn, đồng thời giảm tới mức thấp nhất việc sử dụng tài nguyên thiên nhiên và các chất gây hại, và việc phát thải trong suốt chu kỳ sống của hàng hóa và dịch vụ, nhằm không phương hại đến nhu cầu của các thế hệ tương lai” (Nonvegian Ministry of the Environment, 1994).

Nghiên cứu tiếp cận khái niệm TDX là: *Tiêu dùng xanh là thực hiện một chuỗi các hành vi gồm mua sắm sản phẩm hoặc dịch vụ xanh và sử dụng xanh: tiết kiệm, tái sử dụng, tái chế, sử dụng bao bì xanh, xử lý rác xanh nhằm giảm thiểu tối đa các tác động tiêu cực đến môi trường.*

Bản chất của “Tiêu dùng xanh” là hoạt động của con người hướng tới gìn giữ, tiết kiệm tài nguyên thiên nhiên, bảo vệ môi trường và góp phần tạo ra tăng trưởng xanh của nền kinh tế (xét từ phía tổng cầu của nền kinh tế). Ngược lại, “tiêu dùng nâu” là hoạt động tiêu dùng của con người tiêu tốn nhiều tài nguyên nhưng kém hiệu quả, gây tổn hại tới tự nhiên, môi trường. Trong mô hình “kinh tế nâu” truyền thống (đang được áp dụng phổ biến ở các quốc gia trên thế giới) với đặc trưng chú trọng quá mức vào tăng trưởng GDP và thu nhập bình quân đầu người, tạo ra xã hội tiêu dùng ở mức cao nhưng tăng trưởng chủ yếu dựa trên nguồn tài nguyên sẵn có, vì thế phát triển kinh tế và phát triển xã hội tiêu dùng ở mức cao đồng nghĩa với khai thác và làm cạn kiệt nguồn tài nguyên dẫn tới những hệ lụy như môi trường bị tàn phá nặng nề, lãng phí và cạn kiệt nguồn tài nguyên thiên nhiên... Vì thế, việc chuyển từ mô hình “kinh tế nâu” sang mô hình kinh tế xanh trong đó có nội dung quan trọng là chuyển từ mô hình “tiêu

dùng nâu” sang mô hình “tiêu dùng xanh” là tất yếu, trở thành xu hướng mới trên thế giới.

Quá trình chuyển từ “tiêu dùng nâu” sang “tiêu dùng xanh” còn gọi là quá trình xanh hóa tiêu dùng được thực hiện đồng thời với các quá trình xanh hóa sản xuất, xanh hóa lối sống để chuyển từ mô hình “kinh tế nâu” sang mô hình “kinh tế xanh”, còn gọi là quá trình chuyển đổi xanh để hướng tới phát triển bền vững. Có thể sơ đồ hóa như sau:



**Hình 2.2. Diễn biến từ tiêu dùng nâu sang “tiêu dùng xanh”
hướng tới tiêu dùng bền vững**

**Lợi ích và vai trò của tiêu dùng xanh đối với phát triển kinh tế xanh*

Nhìn chung TDX sẽ tạo điều kiện phát triển thị trường hàng hóa và dịch vụ xanh, góp phần giảm thiểu sự phát sinh chất thải, phát sinh khí nhà kính, bảo tồn tài nguyên thiên nhiên, hướng tới một nền kinh tế các-bon thấp. Hoạt động mua sắm xanh không những mang lại lợi ích cho khu vực công mà còn mang lại lợi ích cho khu vực tư nhân.

Thứ nhất, đối với khu vực công: Mua sắm xanh sẽ góp phần hỗ trợ các công ty cung cấp sản phẩm và dịch vụ có ít tác động môi trường và thúc đẩy phát triển các sản phẩm và kinh doanh “xanh”, tiết kiệm chi phí dành cho xử lý ô nhiễm, điều đó chứng tỏ Chính phủ đã có nỗ lực và đã thực hiện nghiêm túc

hành động bảo vệ môi trường từ chính các hoạt động mua sắm công, phát triển nền kinh tế xanh, giảm chi phí sản xuất.

Thứ hai, đối với khu vực tư nhân: Thực hiện TDX sẽ giảm được các chi phí bằng cách loại bỏ hoặc giảm phí quản lý chất thải, giảm thời gian, chi phí báo cáo và nộp phạt do không tuân thủ quy định pháp luật, tiết kiệm chi phí bằng cách tiết kiệm năng lượng, nước, nhiên liệu và các nguồn tài nguyên khác, giảm nguy cơ tai nạn và trách nhiệm pháp lý cũng như hạ thấp chi phí cho việc đảm bảo sức khỏe và an toàn lao động, nâng cao hình ảnh, thương hiệu, cải thiện sức khỏe của nhân viên và cộng đồng thông qua chất lượng không khí và nước sạch hơn, chất thải ít nguy hại hơn trong quá trình xử lý và thải bỏ.

Thứ ba, đối với doanh nghiệp: Lợi ích đầu tiên của TDX là về hiệu quả sử dụng tài nguyên và bảo vệ môi trường. Hầu hết các nhà cung cấp dịch vụ hậu cần và vận tải thực hiện tiêu dùng cung ứng xanh đều có những cải thiện trong việc giảm thiểu năng lượng và chất thải cũng như giảm bao bì đóng gói trong phân phối (Industries Canada, 2008). Các DN phải tuân thủ tất cả các quy định về môi trường và pháp luật. Đối với bất kỳ tổ chức quốc tế nào, việc mở rộng và tăng thêm quy định mới có thể gây ra khó khăn cho chính bản thân DN. Nhưng các quy định đã được đưa ra và họ phải thực hiện nếu muốn tiếp tục kinh doanh.

2.2 Chính sách tiêu dùng xanh trong phát triển kinh tế xanh

2.2.1 Khái quát khung chính sách tiêu dùng xanh và vai trò của chính sách tiêu dùng xanh trong phát triển kinh tế xanh

2.2.1.1 Khái niệm, đặc điểm chính sách tiêu dùng xanh

****Chính sách***

Theo James Anderson: “Chính sách là một quá trình hành động có mục đích theo đuổi bởi một hoặc nhiều chủ thể trong việc giải quyết các vấn đề mà họ quan tâm”.

Từ điển bách khoa Việt Nam đã đưa ra khái niệm về chính sách như sau: “Chính sách là những chuẩn tắc cụ thể để thực hiện đường lối, nhiệm vụ. Chính

sách được thực hiện trong một thời gian nhất định, trên những lĩnh vực cụ thể nào đó. Bản chất, nội dung và phương hướng của chính sách tùy thuộc vào tính chất của đường lối, nhiệm vụ chính trị, kinh tế, văn hóa...”

Theo tác giả Vũ Cao Đàm thì “chính sách là một tập hợp biện pháp được thể chế hóa, mà một chủ thể quyền lực, hoặc chủ thể quản lý đưa ra, trong đó tạo sự ưu đãi một hoặc một số nhóm xã hội, kích thích vào động cơ hoạt động của họ nhằm thực hiện một mục tiêu ưu tiên nào đó trong chiến lược phát triển của một hệ thống xã hội”. Theo tác giả thì khái niệm “hệ thống xã hội” được hiểu theo một ý nghĩa khái quát. Đó có thể là một quốc gia, một khu vực hành chính, một doanh nghiệp, một nhà trường.

Qua quá trình phân tích khái niệm “chính sách” thì thấy:

Chính sách là do một chủ thể quyền lực hoặc chủ thể quản lý đưa ra;
Chính sách ban hành căn cứ vào đường lối chính trị chung và tình hình thực tế;
Chính sách được ban hành bao giờ cũng nhằm đến một mục đích nhất định, nhằm thực hiện một mục tiêu ưu tiên nào đó, chính sách được ban hành đều có sự tính toán và chủ đích rõ ràng.

Như vậy, có thể hiểu: *Chính sách là chương trình hành động do các nhà lãnh đạo hay nhà quản lý đề ra để giải quyết một vấn đề nào đó thuộc phạm vi thẩm quyền của mình.*

** Chính sách công*

Chính sách công là chính sách của nhà nước đối với khu vực công cộng, phản ánh bản chất, tính chất của nhà nước và chế độ chính trị trong đó nhà nước tồn tại, đồng thời phản ánh ý chí, quan điểm, thái độ, cách xử sự của đảng chính trị phục vụ cho mục đích của đảng, lợi ích và nhu cầu của nhân dân. Nhà nước dựa trên nền tảng nhân dân, là chủ thể đại diện cho quyền lực của nhân dân ban hành Chính sách công. Ngoài mục đích phục vụ cho lợi ích của giai cấp, của đảng cầm quyền còn để mưu cầu lợi ích cho người dân và xã hội. Chính sách công được hoạch định bởi đảng chính trị nhưng do chính phủ xây dựng, ban

hành và tổ chức thực hiện. Bản chất của Chính sách công là công cụ để nhà nước thực hiện chức năng, nhiệm vụ của mình, thực hiện các hoạt động liên quan đến công dân và can thiệp vào hành vi xã hội trong quá trình phát triển thiệp vào mọi hành vi xã hội trong quá trình phát triển.

Chính sách công là ý chí chính trị của đảng cầm quyền, được thể hiện cụ thể là các quyết sách, quyết định chính trị của nhà nước. Các quyết định này nhằm duy trì tình trạng xã hội hoặc giải quyết các vấn đề xã hội, đáp ứng nhu cầu của người dân. Ý chí chính trị của đảng cầm quyền được cụ thể hóa thành chính sách, thông qua đó thiết lập mối quan hệ giữa đảng, nhà nước với người dân. Thông qua Chính sách công đảng cầm quyền dẫn dắt các quan hệ trong xã hội theo định hướng của đảng. Các cá nhân trong xã hội là những đối tượng trực tiếp thụ hưởng và thực hiện chính sách. Vì vậy, chính sách chỉ có hiệu lực, hiệu quả thực sự khi được các cá nhân trong xã hội tiếp nhận và thực hiện. Để đạt được điều đó thì điều kiện tối thiểu là Chính sách công phải minh bạch, ổn định, dễ hiểu và vai trò chủ thể thực hiện Chính sách công phải là công chúng, mặc dù người khởi xướng chính sách là nhà nước (Văn Tất Thu, 2017).

** Khái niệm chính sách tiêu dùng xanh*

Nhiều nước trên thế giới đang đứng trước những thách thức về BVMT và PTBV trước sự gia tăng dân số, kéo theo đó là nhu cầu tiêu dùng ngày càng cao của xã hội. Vì vậy, việc triển khai và áp dụng các chính sách TDX, mua sắm xanh nhằm khuyến khích sản xuất và tiêu dùng bền vững là một nhu cầu bức thiết hiện nay.

Chính phủ nhiều quốc gia trên thế giới phải đưa ra những biện pháp, những chương trình, những dự án, v.v.. nhằm thay đổi nhận thức, thay đổi hành vi của các chủ thể trong xã hội (cá nhân, tổ chức) trong quá trình sản xuất, phân phối, trao đổi hàng hóa nhằm đảm bảo sự thân thiện với môi trường, giảm thải khí hiệu ứng nhà kính, góp phần BVMT, đây chính là chính sách TDX.

Để thực hiện chính sách này, nhiều quốc gia trên thế giới đã và đang áp

dụng nhiều cách thức khác nhau, như sử dụng thuế môi trường để tác động đến hành vi sản xuất; hoặc sử dụng các biện pháp hỗ trợ cho các DN sản xuất các mặt hàng thân thiện với môi trường, sử dụng tiết kiệm năng lượng thông qua việc hỗ trợ ưu đãi về tiếp cận thị trường, giảm thuế DN, ngoài ra, chính phủ khuyến khích người dân sử dụng các vật liệu thân thiện với môi trường trong quá trình mua sắm hàng hóa, như hạn chế sử dụng túi nilon, sử dụng năng lượng thay thế, tiết kiệm nước.

Từ những phân tích đó có thể khái quát bản chất chung của chính sách tiêu dùng xanh: Chính sách TDX là tên gọi chung của một nhóm các chính sách kinh tế cụ thể để tác động tới lợi ích và hành vi của người tiêu dùng nhằm khuyến khích, thúc đẩy tiêu dùng xanh, hạn chế và thu hẹp tiêu dùng “nâu” góp phần phát triển kinh tế xanh và thúc đẩy tiêu dùng bền vững.

** Đặc điểm chính sách tiêu dùng xanh*

Thứ nhất, chính sách TDX nằm trong tổng thể chính sách kinh tế xanh quốc gia

Rõ ràng, chính sách TDX hướng đến làm thay đổi hành vi của các chủ thể trong xã hội đặc biệt là người dân, DN và chính phủ. Đây là những chủ thể quan trọng trong thực hiện chính sách bảo vệ môi trường. Mỗi hành vi của các chủ thể này sẽ tác động ít nhiều đến môi trường theo các chiều hướng khác nhau.

Trong thực hiện chính sách bảo vệ môi trường, các chủ thể này phải phát huy vai trò của mình trong việc giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường, giảm thải rác thải, góp phần cải tạo môi trường sống.

Thứ hai, chính sách TDX đòi hỏi phát huy vai trò của người dân, DN và chính phủ trong việc thay đổi thói quen, hành vi tiêu dùng “xấu” gây tổn hại đến môi trường sang thói quen, hành vi tiêu dùng “tốt” thân thiện với môi trường.

Mô hình sản xuất, phân phối, trao đổi và tiêu thụ là các giai đoạn cơ bản của mọi nền kinh tế và đóng một vai trò quan trọng trong việc hình thành tính bền vững của tăng trưởng kinh tế. Với công nghiệp hóa gia tăng, các điều kiện

và ưu đãi đối với quá trình sản xuất sạch hơn, bền vững hơn với môi trường được cung cấp bởi cả khuôn khổ pháp lý tiến bộ và sự tăng giá nguyên liệu thô, (năng lượng, nước), và được thúc đẩy bởi nhu cầu chất lượng cuộc sống tốt hơn.

Thứ ba, thực hiện chính sách TDX chịu tác động của nhiều yếu tố khác nhau.

2.2.1.2 Phân tích chính sách tiêu dùng xanh

Để khuyến khích thúc đẩy tiêu dùng xanh, hạn chế tiêu dùng nâu, đòi hỏi Nhà nước hoạch định và tổ chức thực hiện một số chính sách tiêu dùng xanh cụ thể để tác động đến các chủ thể tiêu dùng trong xã hội gồm các cá nhân và tập thể tiêu dùng cụ thể.

- Từ góc độ đối tượng tác động của các chính sách là chủ thể tiêu dùng hay còn gọi là “người tiêu dùng”, có thể phân loại các chính sách tiêu dùng xanh cụ thể thành: 1, nhóm chính sách khuyến khích và thúc đẩy tiêu dùng cá nhân; 2 là nhóm chính sách khuyến khích tiêu dùng xanh tập thể (trong đó bao gồm cả chính sách mua sắm công xanh, thực hiện tiêu dùng công xanh...)

- Từ góc độ phân tích chính sách kinh tế theo công năng của các công cụ chính sách nhằm thực hiện mục tiêu chính sách xanh có thể phân nhóm chính sách tiêu dùng xanh cụ thể thành: (1) nhóm chính sách sử dụng các công cụ tài chính, tín dụng, giá cả nhằm khuyến khích, thúc đẩy tiêu dùng xanh, hạn chế tiêu dùng nâu (chính sách thuế xanh, chính sách tín dụng xanh, chính sách giá xanh...; (2) nhóm chính sách sử dụng các công cụ kỹ thuật để khuyến khích thúc đẩy tiêu dùng xanh như: chính sách sử dụng hàng rào kỹ thuật để hạn chế nhập khẩu sản phẩm nâu, khuyến khích nhập khẩu sản phẩm xanh, chính sách khuyến khích sử dụng tiết kiệm năng lượng và tài nguyên nước, chính sách khuyến khích dán nhãn sinh thái, nhãn xanh, chính sách khuyến khích sử dụng năng lượng xanh.

- Từ góc độ chuỗi hành vi của người tiêu dùng trong thực hiện hoạt động tiêu dùng xanh (đối tượng điều chỉnh của chính sách) có thể phân nhóm các chính sách tiêu dùng xanh thành 3 nhóm cụ thể: (1) nhóm chính sách khuyến khích mua sắm xanh như chính sách mua sắm công, chính sách khuyến khích

mua sắm tập thể xanh, chính sách khuyến khích mua sắm cá nhân xanh (bao gồm cả mua sắm của hộ gia đình), (2) nhóm chính sách khuyến khích sử dụng xanh như chính sách sử dụng tiết kiệm năng lượng và nước sinh hoạt, chính sách sử dụng sản phẩm xanh, chính sách khuyến khích tài chế, sử dụng sản phẩm tiêu dùng, (3) nhóm chính sách hạn chế và mua sắm sử dụng sản phẩm “nâu: Chính sách thuế đối với sản phẩm khi tiêu dùng gây nguy hại đối với môi trường, Chính sách xóa bỏ trợ giá nhiên liệu hóa thạch và Chính sách giá nhằm sử dụng tiết kiệm năng lượng, nước sạch.

Từ góc độ thực hiện mục tiêu chung của chính sách tiêu dùng xanh (hạn chế tiêu dùng “nâu”, khuyến khích và kích thích tiêu dùng xanh) có thể phân các chính sách tiêu dùng xanh thành 4 nhóm lớn:

1. Nhóm chính sách nhằm hạn chế tiêu dùng sản phẩm “nâu”, sản phẩm gây nguy hại đến môi trường, sử dụng tiết kiệm các nguồn tài nguyên không có khả năng tái tạo, chính sách xóa bỏ trợ cấp giá nhiên liệu hóa thạch chính sách bán sản phẩm năng lượng và nước sạch nhằm sử dụng tiết kiệm năng lượng và nước sinh hoạt.

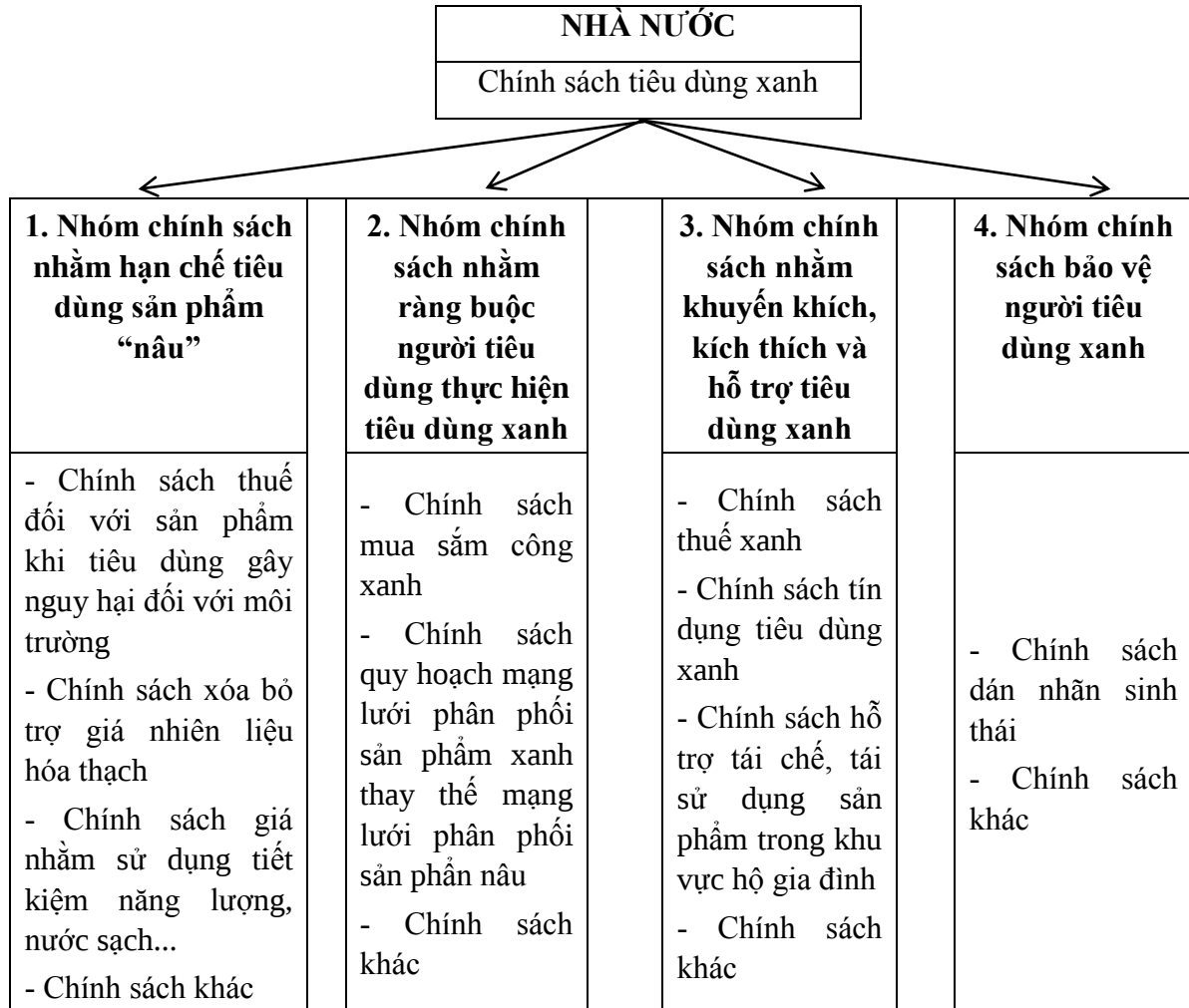
2. Nhóm chính sách nhằm ràng buộc người tiêu dùng thực hiện mua sắm và sử dụng sản phẩm xanh như: Chính sách mua sắm công. Chính sách quy hoạch mạng lưới phân phối sản phẩm xanh thay thế mạng lưới phân phối sản phẩm nâu (chẳng hạn mạng lưới phân phối xăng dầu, mạng lưới phân phối điện, nước, mạng lưới phân phối thực phẩm sạch).

3. Nhóm chính sách nhằm khuyến khích, kích thích và hỗ trợ các chủ thể tiêu dùng thực hiện mua sắm và sử dụng các sản phẩm xanh (bao gồm cả sản phẩm tái chế) như các chính sách thuế xanh, Chính sách giá xanh, chính sách tín dụng tiêu dùng xanh.

4. Nhóm chính sách bảo vệ người TDX: chính sách dán nhãn sinh thái.

Trong luận án này, NCS sử dụng cách phân loại chính sách này để luận giải cơ sở lý luận, phân tích thực trạng và đề xuất chính sách tiêu dùng xanh ở

Việt Nam. Từ cách tiếp cận này, có thể sơ đồ hóa khung chính sách tiêu dùng xanh như sau:



Hình 2.3 Khung chính sách tiêu dùng xanh

2.2.1.3. Vai trò chính sách tiêu dùng xanh

Thứ nhất, đối với tăng trưởng kinh tế và PTBV

Thực hiện chính sách TDX có khả năng tạo ra tăng trưởng kinh tế và phúc lợi xã hội. Thực tế đã chứng minh việc chuyển đổi sang TDX cũng góp phần cải thiện sự công bằng xã hội và có thể được xem như là một hướng đi tốt để PTBV. Việc thực hiện chính sách TDX sẽ thúc đẩy nhanh quá trình “xanh hóa” nền kinh tế, qua đó cải thiện chuỗi giá trị, đem lại sự ổn định và thịnh vượng lâu dài. Nói cách khác, nhân tố môi trường thực sự đóng vai trò như là chất xúc tác cho tăng trưởng và đổi mới trong nền kinh tế xanh.

PTBV là sự phát triển có thể đáp ứng được những nhu cầu hiện tại mà không ảnh hưởng hay làm tổn hại đến khả năng đáp ứng nhu cầu của các thế hệ tương lai. PTBV đòi hỏi sự tiến bộ và tăng cường sức mạnh của cả ba yếu tố có tính chất phụ thuộc và tương hỗ: Kinh tế - xã hội - môi trường. Thực hiện chính sách TDX đóng vai trò trực tiếp trong PTBV, trong đó phải kể đến những tác động tích cực như góp phần xóa đói giảm nghèo, tạo ra nhiều việc làm mới và giúp các nước đang phát triển đạt được các lợi ích kinh tế, xã hội về nhiều mặt.

Thứ hai, đối với chuyển dịch cơ cấu theo hướng công nghệ sạch

Để thực hiện được chính sách TDX, chính phủ các nước phải có những chính sách cụ thể để “xanh hóa” hoạt động sản xuất và cung ứng hàng hóa và dịch vụ cho xã hội. Điều này sẽ kéo theo sự thay đổi cả chuỗi giá trị cung ứng hàng hóa, dịch vụ theo hướng “xanh hóa”, do vậy việc thay đổi công nghệ sản xuất phải được thực hiện nhằm đảm bảo cung cấp được những hàng hóa, dịch vụ thân thiện với môi trường.

Thứ ba, đối với môi trường

Chính sách TDX là một bộ phận quan trọng của chính sách phát triển kinh tế xanh. Trong nền kinh tế này, tài nguyên và môi trường được xem là nhân tố có tính quyết định đến tăng trưởng kinh tế, cải thiện chuỗi giá trị, đem lại sự ổn định và thịnh vượng lâu dài. Phát triển kinh tế xanh phải đưa lên hàng đầu việc sử dụng tiết kiệm và hợp lý nguồn tài nguyên thiên nhiên gắn với bảo vệ môi trường. Điều này cũng có nghĩa tâm điểm của kinh tế xanh chính là môi trường bền vững.

Kinh tế xanh bảo vệ đa dạng sinh học. Suy giảm đa dạng sinh học gây ra những hậu quả không thể lường trước được như gây ảnh hưởng đến sự hoạt động của các hệ sinh thái điều hòa khí hậu và có thể làm đảo ngược hệ thống sinh thái trái đất.

Thứ tư, đối với hoạt động sản xuất

Chính sách TDX sẽ tác động trực tiếp đến hoạt động sản xuất. Vì muốn

thực hiện chính sách TDX thì phải có hàng hóa và dịch vụ xanh để tiêu thụ, do vậy các chủ thể sản xuất phải thay đổi thói quen sản xuất của mình và thay vào đó là cung ứng cho thị trường những sản phẩm và dịch vụ thân thiện với môi trường. Theo đó, các nhà sản xuất phải từng bước thay đổi mô hình sản xuất và tiêu dùng theo hướng nâng cao hiệu quả sử dụng các nguồn tài nguyên và năng lượng, tăng cường sử dụng các nguyên vật liệu, năng lượng tái tạo, sản phẩm thân thiện môi trường, giảm thiểu, tái sử dụng và tái chế chất thải, duy trì tính bền vững của hệ sinh thái tại tất cả các khâu trong vòng đời sản phẩm từ khai thác, cung ứng nguyên liệu đến sản xuất chế biến, phân phối, tiêu dùng và thải bỏ sản phẩm.

2.2.2 Bản chất, nội dung và tiêu chí đánh giá chính sách tiêu dùng xanh

2.2.2.1. Nội dung của chính sách tiêu dùng xanh

a. Nhóm chính sách nhằm hạn chế tiêu dùng sản phẩm “nâu”

Chính sách hạn chế tiêu dùng sản phẩm nâu là tên gọi chung của một nhóm chính sách cụ thể của Nhà nước nhằm hạn chế người tiêu dùng mua sắm và sử dụng các sản phẩm nâu gây nguy hại đối với môi trường, sử dụng tiết kiệm tài nguyên thiên nhiên thông qua sử dụng các công cụ tài chính và công cụ thị trường, có các chính sách cụ thể như:

1. Nhóm chính sách thuế, phí nhằm hạn chế tiêu dùng (và sản xuất) các sản phẩm nguy hại đối với môi trường như: Chính sách thuế bảo vệ môi trường (BVMT), chính sách thuế tiêu thụ đặc biệt, Chính sách phí BVMT đối với nước thải sinh hoạt, chất thải rắn sinh hoạt và phí vệ sinh môi trường... Nhà nước sử dụng các chính sách này nhằm tác động tới chi phí và lợi ích của các chủ thể tiêu dùng, từ đó điều chỉnh hành vi, hoạt động của họ nhằm hạn chế hoạt động mua sắm và sử dụng các sản phẩm nguy hại đối với môi trường, tiết kiệm tài nguyên và giảm xả thải ra môi trường, đồng thời tạo nguồn thu cho ngân sách nhà nước, thúc đẩy xã hội hóa hoạt động BVMT. Các công cụ chủ yếu để thực hiện mục tiêu của các chính sách này là thuế suất và mức phí, trong đó: Chính sách thuế

đối với hoạt động kinh tế làm tổn hại đến môi trường thường thể hiện ở các chính sách cụ thể như: Chính sách BVMT, chính sách thuế tài nguyên, chính sách đối với nguyên liệu hóa thạch, chính sách thuế Cacbon...Mục tiêu chung của các chính sách này là giảm chất ô nhiễm thải ra môi trường nhằm làm giảm tác động làm tổn hại môi trường của các hoạt động kinh tế tiết kiệm tài nguyên, hạn chế tiêu dùng sản phẩm nguy hại đối với môi trường và tăng nguồn thu ngân sách nhà nước để giải quyết các vấn đề về môi trường, hỗ trợ kinh tế xanh. Các chính sách này tác động đến người tiêu dùng trên 2 phương diện: Một là, chính sách thuế đối với hoạt động kinh tế làm giảm tổn hại đến môi trường tạo điều kiện cho nhà sản xuất chuyển chi phí BVMT vào giá thành sản phẩm tức là chuyển trách nhiệm BVMT gián tiếp cho người tiêu dùng, khi đó giá bán sản phẩm cho người tiêu dùng cuối cùng sẽ cao hơn khi phải cộng thêm khoản thuế này và do đó điều chỉnh hành vi của người tiêu dùng theo hướng giảm lượng mua sắm và sử dụng vật phẩm tiêu dùng, qua đó góp phần tiết kiệm tài nguyên và nâng cao ý thức bảo vệ môi trường của người tiêu dùng. Hai là, việc đánh thuế và tăng các mức thuế, tăng thuế suất đối với các mặt hàng nguyên liệu hóa thạch (quy định trong chính sách thuế BVMT hoặc thuế với nguyên liệu hóa thạch, tùy theo từng mức), tăng thuế suất thuế tài nguyên đối với các mặt hàng như: gỗ, nước dùng trong sản xuất, nước sạch sinh hoạt, nước dùng trong sản xuất thủy điện... sẽ trực tiếp tác động đến người tiêu dùng khi giá bán sản phẩm tiêu dùng cuối cùng tăng lên, buộc người tiêu dùng phải điều chỉnh giảm quy mô tiêu dùng và sử dụng tiết kiệm hơn, Tác dụng chung các chính sách thuế này là góp phần hạn chế tiêu dùng các sản phẩm “nâu” gây nguy hại đối với môi trường, để kích thích chuyển sang sử dụng sản phẩm xanh.

- Chính sách thuế tiêu thụ đặc biệt (TTĐB) cũng hướng tới mục tiêu hạn chế tiêu dùng các sản phẩm ảnh hưởng tổn hại đến môi trường và sức khỏe cộng đồng như thuốc lá, xăng khoáng (nhiên liệu hóa thạch), xe ô tô...Trong đó, mục tiêu của chính sách thuế TTĐB đối với thuốc lá là nhằm hạn chế tiêu dùng sản

phẩm này, do khói thuốc lá gây ô nhiễm không khí và trực tiếp tổn hại sức khỏe người tiêu dùng, góp phần bảo vệ sức khỏe cộng đồng. Mục tiêu của chính sách thuế TTĐB đối với xe ô tô là hạn chế phương tiện giao thông cá nhân nhằm hạn chế tiêu thụ nhiên liệu hóa thạch qua đó giảm phát thải khí CO₂ và góp phần giảm ùn tắc giao thông. Nghiên cứu kinh nghiệm một số nước cho thấy hầu hết các nước đều áp dụng thuế với xe ô tô. Về bản chất, chính sách thuế đối với xe ô tô ở các nước tương tự với thuế TTĐB đối với xe ô tô ở Việt Nam. Tuy mức thu và phương thức thu của các nước có sự khác lệch khá lớn nhưng hầu hết các nước đều áp dụng phương thu theo tỷ lệ phần trăm theo giá trị (bao gồm cả thuế GTGT, thuế nhập khẩu nếu có), hầu hết các nước đều áp dụng mức thuế suất thuế TTĐB có phần theo đặc điểm xe, như theo số chỗ ngồi, theo dung tích xi-lanh và theo loại nguyên sử dụng. Trong đó, mức thuế suất cao đánh vào các loại xe làm phương tiện giao thông cá nhân, có dung tích lớn, sử dụng nguyên liệu hóa thạch, mức thuế suất thấp đối với các loại xe công cộng, có dung tích nhỏ, sử dụng nguyên liệu sạch. Chính sách thuế đối với nhiên liệu hóa thạch được nhiều nước trên thế giới quy định và thực hiện nhưng có sự khác nhau khi đưa vào các sắc thuế. Một số nước đưa thuế đối với nguyên liệu hóa thạch vào thuế BVMT, một số nước khác quy định thành sắc thuế riêng, một số nước đưa vào sắc thuế TTĐB, một số nước khác đưa vào sắc thuế BVMT và cả sắc thuế TTĐB (như ở Việt Nam). Nhiên liệu hóa thạch không chỉ là nguyên liệu đầu vào thiết yếu đối với nhiều ngành sản xuất mà còn là sản phẩm tiêu dùng cần thiết đối với đời sống con người. Tuy vậy, do nhiên liệu hóa thạch là nguồn năng lượng không tái tạo nên nhiều nước chủ trương sử dụng tiết kiệm, để dành cho các thế hệ tương lai. Mặt khác, việc khai thác, sử dụng nhiên liệu hóa thạch cũng gây ra khí thải nhà kính gây ô nhiễm môi trường. Vì thế nhằm hạn chế tiêu dùng nhiên liệu hóa thạch, giảm ô nhiễm môi trường, hỗ trợ chuyển sang sử dụng các năng lượng tái tạo, giảm phát thải (năng lượng xanh) nhiều nước đã ban hành chính sách thuế với nhiên liệu hóa thạch (xăng, dầu, than đá)

2. *Chính sách phí nhằm hỗ trợ bảo vệ môi trường, hạn chế xả thải trong hoạt động tiêu dùng của dân cư*: thể hiện bằng các quy định chính sách cụ thể như: Chính sách phí bảo vệ môi trường đối với nước thải sinh hoạt, chất thải rắn sinh hoạt và phí vệ sinh môi trường đối với rác thải rắn sinh hoạt (ở khu vực hộ gia đình và các tổ chức, tập thể người tiêu dùng khác nhau). Đặc trưng của mô hình kinh tế - môi trường là mở rộng các bên liên quan tới tất cả những người tham gia hoặc không tham gia vào quan hệ giao dịch kinh tế nhưng lại có trách nhiệm, nghĩa vụ đối vụ những gì mình thải ra ngoài môi trường, các bên liên quan trong mô hình kinh tế xanh mở rộng hơn gồm cả các tổ chức xã hội và cả cộng đồng. Do vậy, bản chất và mục tiêu chung của các chính sách phí nêu trên là vừa hạn chế xả thải ra trường của hoạt động tiêu dùng “nâu” vừa khuyến khích việc xã hội hóa công tác thu gom, vận chuyển, tái sử dụng, tái chế, xử lý chất thải và thu hồi năng lượng từ chất thải thiên nhiên với môi trường, nâng cao nhận thức bảo vệ môi trường của cộng đồng. Trong đó, chính sách phí bảo vệ môi trường đối với nước thải sinh hoạt buộc mọi tổ chức cá nhân xả thải nước sinh hoạt ra môi trường phải nộp một khoản phí nhất định, chính sách phí BVMT đối với chất thải rắn sinh hoạt buộc mọi tổ chức, cá nhân làm phát sinh chất thải rắn sinh hoạt ra môi trường phải nộp một khoản phí nhất định. Chính sách này vừa có tác dụng hạn chế xả thải trong hoạt động tiêu dùng vừa tạo nguồn kinh phí cho xử lý. Vận chuyển, tái chế nước thải, chất thải sinh hoạt. Tương tự, chính sách phí vệ sinh môi trường cũng buộc các tổ chức, hộ gia đình, cá nhân phải trả một khoản tiền cho việc thu gom, xử lý rác thải đô thị và có thể gồm các rác thải ở khu vực nông thôn có mật độ dân cư cao, tập trung. Như thế với nguyên tắc người gây ô nhiễm phải trả phí, khi thực hiện các phí nêu trên, người tiêu dùng phải đối mặt với việc trả tiền đối với các chi phí xã hội đối với việc xả thải gây ô nhiễm môi trường của họ, nên họ có 3 lựa chọn: chấm dứt hoạt động xả thải, thay đổi công nghệ của họ để giảm ô nhiễm môi trường, hoặc hạn chế xả thải gây ô nhiễm nhưng sẽ phải trả phí.

3. *Chính sách xóa bỏ trợ cấp năng lượng hóa thạch nhằm hạn chế tiêu dùng nhiên liệu hóa thạch*: thúc đẩy người tiêu dùng chuyển sang mua sắm và sử dụng nhiên liệu xanh, nhiên liệu sạch. Từ những năm 1990 đến khoảng năm 2010, do giá nhiên liệu hóa thạch tăng cao trên thị trường toàn cầu, chính phủ nhiều nước đang phát triển trong đó có Việt Nam đã thực hiện chính sách trợ cấp năng lượng với nhiều hình thức như trợ giá, bù giá... Thông thường chính phủ các nước xem xét trợ giá nhiên liệu như các chương trình xã hội. Việc thực hiện chính sách trợ cấp giá năng lượng (chủ yếu là xăng dầu và than là sản phẩm hóa thạch) đã nảy sinh nhiều tác động tiêu cực (Chính phủ phải chi khoản ngân sách lớn cho trợ giá nhiên liệu, phần lớn lợi ích của trợ cấp nhiên liệu dành cho số người giàu trong xã hội...). Đồng thời tạo ra những hệ quả không mong muốn như không khuyến khích sử dụng tiết kiệm năng lượng, làm gia tăng tiêu dùng năng lượng hóa thạch - tiêu dùng “nâu”. Vì thế, chuyển đổi từ kinh tế “Nâu” sang kinh tế xanh, từ sau năm 2010 đến nay, hầu hết chính phủ các nước trong đó có Việt Nam đã thực hiện chính sách xóa bỏ từng phần hoặc toàn bộ việc trợ cấp năng lượng hóa thạch nhằm hạn chế tiêu dùng năng lượng hóa thạch, đồng thời, một số nước ban hành chính sách trợ giá cho năng lượng tái tạo, nhằm hỗ trợ chuyển đổi từ tiêu dùng các nguồn năng lượng hóa thạch - không có khả năng tái tạo, sang tiêu dùng các nguồn năng lượng có khả năng tái tạo, năng lượng xanh (tiêu dùng xanh).

4. *Chính sách giá năng lượng, nước sạch nhằm sử dụng tiết kiệm năng lượng*: tài nguyên nước (nước sạch phục vụ sinh hoạt). Trong điều kiện thực tế ở nhiều nước vẫn dựa chủ yếu vào các nguồn năng lượng hóa thạch (xăng, khoáng sản, than) và sử dụng lãng phí nguồn tài nguyên nước là một đặc điểm của tiêu dùng “nâu”, chính phủ một số nước trong đó có Việt Nam đã sử dụng công cụ giá năng lượng, giá nước sạch để tác động điều chỉnh hành vi của người tiêu dùng theo hướng sử dụng tiết kiệm và hiệu quả năng lượng, đồng thời khuyến khích mua sắm và sử dụng các trang thiết bị điện, nước tiêu tốn ít năng lượng, ít

nước. Trong đó, việc sử dụng công cụ giá cả là một công cụ thị trường (thực hiện giá thị trường và đưa các chi phí ngoài ứng vào giá bán sản phẩm điện, nước) và sử dụng khung bảng giá điện, nước theo hướng giá lũy tiến (các hộ tiêu dùng lượng sản phẩm điện, nước càng cao thì phải chịu mức giá lũy tiến càng cao, và ngược lại) nhằm điều chỉnh hành vi của người tiêu dùng theo hướng lựa chọn cách thức tiêu dùng để tiết kiệm điện, nước (hạn chế tiêu dùng sản phẩm “nâu”).

b. Nhóm chính sách nhằm ràng buộc người tiêu dùng thực hiện tiêu dùng xanh

Chính sách ràng buộc người tiêu dùng thực hiện tiêu dùng xanh là tên gọi chung của một nhóm chính sách do nhà nước ban hành, trong đó quy định những điều kiện, tiêu chuẩn của tính ràng buộc theo tiêu chí xanh đối với một số loại hình hoạt động mua sắm và tiêu dùng thông qua sử dụng các công cụ có tính chất hành chính (Luật, quy định pháp lý khác) và các công cụ có tính chất kỹ thuật (tiêu chí, tiêu chuẩn, quy chuẩn). Các chính sách cụ thể, như:

- Chính sách mua sắm công xanh

Mua sắm công xanh chính là quá trình các cơ quan nhà nước mua sắm các sản phẩm, dịch vụ có ít tác động tới môi trường trong suốt vòng đời sản phẩm so với những sản phẩm, dịch vụ có mục đích tương tự. Qua đó, có thể thấy chính sách “mua sắm xanh” sẽ kích thích tăng số lượng và chất lượng các sản phẩm và dịch vụ thân thiện môi trường. “Mua sắm xanh” thúc đẩy quá trình tái chế các chất thải, từ việc thu gom, phân loại cho tới sản xuất và phát triển thị trường sử dụng các sản phẩm tái chế, vì thế không chỉ làm người tiêu dùng (bao gồm cả tổ chức và cá nhân) tiết kiệm được tài chính mà còn góp phần bảo vệ môi trường sạch và an toàn hơn.

Hiện nay, nhiều quốc gia trên thế giới đã có chính sách về “mua sắm xanh” nhằm thúc đẩy mô hình sản xuất và tiêu dùng bền vững. Những chính sách này đồng thời cũng góp phần hướng tới nền “kinh tế xanh” với lượng khí thải các-bon thấp, Các nước ASEAN tuy chưa ban hành luật riêng về “mua sắm xanh”, nhưng chính phủ nhiều nước đã có chính sách khuyến khích thúc đẩy

phát triển tiêu dùng bền vững và nền kinh tế tái sử dụng. Bước khởi động của việc phát triển “mua sắm xanh” là thực hiện 3R (tái sử dụng, giảm thiểu, tái chế) và dán nhãn sinh thái. Ở Việt Nam Mua sắm công xanh là một trong những chính sách quan trọng nhằm thúc đẩy mô hình sản xuất và tiêu dùng bền vững. Cụ thể hóa của chính sách này bước đầu được thể hiện bằng việc ban hành các quy định tiêu chuẩn, định mức trang thiết bị và phương tiện làm việc của cơ quan và cán bộ, công chức, viên chức nhà nước... nhằm kiểm soát mua sắm công được chặt chẽ hơn, sử dụng tiết kiệm năng lượng, sử dụng năng lượng sạch, xả thải ít gây hại môi trường hơn... hướng tới tích hợp các yếu tố BVMT và công bằng xã hội trong mua sắm.

- Chính sách quy hoạch mạng lưới phân phối sản phẩm xanh thay thế mạng lưới phân phối sản phẩm nâu

Mạng lưới cung ứng bao gồm tất cả các doanh nghiệp tham gia một cách trực tiếp hay gián tiếp trong việc đáp ứng nhu cầu khách hàng, thể hiện sự dịch chuyển nguyên vật liệu xuyên suốt quá trình từ nhà cung cấp ban đầu đến khách hàng cuối cùng. Chuỗi cung ứng không chỉ bao gồm nhà sản xuất và nhà cung cấp, mà còn các công ty vận tải, nhà kho, nhà bán lẻ và khách hàng.

Quy hoạch mạng lưới phân phối sản phẩm xanh nhằm mục đích phát triển có sự kiểm soát chặt chẽ mạng lưới kinh doanh phân phối, bán buôn, bán lẻ các sản phẩm xanh trên phạm vi toàn quốc nhằm tăng cường hiệu lực quản lý nhà nước đối với hoạt động sản xuất, kinh doanh sản phẩm xanh, đảm bảo thu ngân sách và lợi ích của toàn xã hội, phù hợp với các quy hoạch có liên quan. Trên cơ sở đó, định hướng sản xuất và tiêu dùng sản phẩm xanh theo hướng văn minh, phù hợp với truyền thống văn hóa và xu thế phát triển kinh tế xanh.

c. Nhóm chính sách nhằm khuyến khích, kích thích và hỗ trợ tiêu dùng xanh

Chính sách nhằm khuyến khích, kích thích và hỗ trợ tiêu dùng xanh là tên gọi chung của một nhóm chính sách cụ thể của Nhà nước nhằm khuyến khích, kích thích người tiêu dùng tăng cường sử dụng các sản phẩm xanh để hạn chế nguy hại

đối với môi trường, sử dụng tiết kiệm tài nguyên thiên nhiên thông qua sử dụng các công cụ tài chính và công cụ thị trường. Các chính sách cụ thể như:

- Chính sách thuế xanh

Nhà nước sử dụng chính sách này nhằm tác động tới chi phí và lợi ích của các chủ thể tiêu dùng, việc miễn hoặc giảm thuế sẽ có tác động điều chỉnh hành vi, hoạt động của người tiêu dùng hướng tới việc sử dụng những sản phẩm xanh thân thiện môi trường, tiết kiệm tài nguyên và giảm xả thải ra môi trường, thúc đẩy xã hội hóa hoạt động BVMT.

Nhiều quốc gia trên thế giới đã có những chính sách cụ thể về việc miễn giảm thuế xuất khẩu đối với các sản phẩm thân thiện với môi trường, sản phẩm từ hoạt động tái chế, xử lý chất thải, trong đó tại Việt Nam thì các sản phẩm thân thiện với môi trường có tên trong Biểu thuế xuất khẩu và có văn bản chứng nhận Nhân xanh Việt Nam theo hướng dẫn của Bộ Tài nguyên và Môi trường sẽ được miễn thuế. Còn các sản phẩm từ hoạt động tái chế, xử lý chất thải có tên trong Biểu thuế xuất khẩu được cơ quan nhà nước có thẩm quyền chứng nhận theo hướng dẫn của Bộ Tài nguyên và Môi trường thì được giảm 50%.

Sản phẩm được xem thân thiện môi trường hay còn gọi là sản phẩm xanh nếu đáp ứng được một trong 4 tiêu chí: (1) Sản phẩm được tạo ra từ các vật liệu thân thiện với môi trường. Nếu sản phẩm chứa các vật liệu tái chế thay vì sử dụng vật liệu mới, thô, nó có thể được xem là một sản phẩm xanh. Ví dụ, một sản phẩm tái chế nhanh như tre hay bần (sử dụng để lót lều) là những sản phẩm thân thiện với môi trường vì là sản phẩm được tạo ra từ vật liệu phế phẩm nông nghiệp như rơm hoặc dầu nông nghiệp. (2) Sản phẩm đem đến những giải pháp an toàn đến môi trường và sức khỏe thay cho các sản phẩm phẩm độc hại truyền thống. Ví dụ các vật liệu thay thế chất bảo quản gỗ như creosote, được biết là một hợp chất gây ung thư. (3) Sản phẩm giảm tác động đến môi trường trong quá trình sử dụng (ít chất thải, sử dụng năng lượng tái sinh, ít chi phí bảo trì), Người tiêu dùng châu Âu nhiều năm qua đã quay lại sử dụng chai sữa thủy tinh

và giảm tỉ lệ sử dụng loại sữa đựng trong chai nhựa sử dụng 1 lần rồi bỏ. Chai thủy tinh có thể sử dụng nhiều lần, dễ dàng tái chế. (4) Sản phẩm tạo ra một môi trường thân thiện và an toàn đối với sức khỏe. Vật liệu xây dựng xanh là những sản phẩm tạo ra một môi trường an toàn trong nhà bằng cách không phóng thích những chất ô nhiễm quan trọng như sơn có dung môi hữu cơ bay hơi thấp, bám chắc, loại bỏ hoặc ngăn ngừa sự lan truyền chất ô nhiễm như sản phẩm từ sự thông gió hoặc bộ lọc không khí trong máy lạnh (bụi, nấm mốc, vi khuẩn..) và cải thiện chất lượng chiếu sáng.

- Chính sách tín dụng tiêu dùng xanh:

Tín dụng xanh cung cấp các khoản vay hỗ trợ và thực hiện lãi suất thấp cho những người nghiên cứu và sản xuất các thiết bị kiểm soát ô nhiễm và bất kỳ doanh nghiệp hay tổ chức nào bảo vệ sinh thái và xây dựng, phát triển, sử dụng năng lượng mới, hoặc tham gia vào sản xuất xanh, nông nghiệp sinh thái. Việc áp dụng chính sách này Nhà nước đã trực tiếp tạo điều kiện cho các doanh nghiệp có thêm nguồn tài chính để sản xuất sản phẩm xanh, qua đó gián tiếp thúc đẩy tiêu dùng xanh. Một số chính sách cụ thể như: chính sách tín dụng xanh do Chính phủ thực hiện hoặc các cơ quan Nhà nước thực hiện nhằm cung cấp trực tiếp các khoản tín dụng nhà nước cho vay hỗ trợ lãi suất ưu đãi đầu tư thực hiện các dự án kinh tế xanh trọng điểm (như năng lượng xanh), chính sách tín dụng ưu đãi hỗ trợ cho BVMT và sản xuất xanh thông qua một số quỹ hoặc chương trình sử dụng nguồn vốn có một phần đóng góp từ ngân sách nhà nước, đề án phát triển ngân hàng xanh nhằm tăng cường nhận thức và trách nhiệm xã hội của hệ thống ngân hàng đối với việc bảo vệ môi trường, chống biến đổi khí hậu, từng bước xanh hóa hoạt động ngân hàng, hướng dòng vốn tín dụng vào việc tài trợ dự án thân thiện với môi trường, thúc đẩy các ngành sản xuất, dịch vụ và tiêu dùng xanh, năng lượng sạch và năng lượng tái tạo; góp phần tích cực thúc đẩy tăng trưởng xanh và phát triển bền vững, trong đó hướng tới việc 100% các ngân hàng thực hiện đánh giá rủi ro môi trường xã hội trong hoạt động cấp tín dụng,

áp dụng các tiêu chuẩn về môi trường cho các dự án được ngân hàng cấp vốn vay, kết hợp đánh giá rủi ro môi trường như một phần trong đánh giá rủi ro tín dụng của ngân hàng.

- Chính sách hỗ trợ tái chế, tái sử dụng sản phẩm trong khu vực hộ gia đình

Tái chế chất thải có thể hiểu theo một cách đơn giản nhất là vòng tuần hoàn của các loại vật liệu. Là nguồn cung cấp nguyên liệu thô cho cùng một loại sản phẩm. Ví dụ như giấy thải ở văn phòng sau khi được sử dụng người ta có thể tái chế lại và sử dụng nó tại một nơi khác vì thế tái chế, tái sử dụng các nguồn phế thải là xu hướng chung của thế giới bởi đây là một trong những giải pháp quan trọng để tiết kiệm tài nguyên thiên nhiên, bảo vệ môi trường.

Việc tái sử dụng và tái chế chất sản phẩm trong khu vực hộ gia đình không những tiết kiệm các chi phí sinh hoạt trong gia đình mà nó còn là điều kiện làm tiết kiệm các nguồn tài nguyên cho nền kinh tế và giảm thiểu ô nhiễm môi trường. Nhiều nước trên thế giới trong đó có Việt Nam, tái sử dụng và tái chế chất thải đã có truyền thống từ lâu, ví dụ ở các làng nghề truyền thống và việc buôn bán thu gom chất thải còn giá trị (như sản phẩm, linh kiện cũ, sắt, nhựa, giấy, bìa...), các giải pháp 3T (tiết giảm, tái sử dụng, tái chế) nhằm: (1) Tiết giảm là giảm lượng chất thải phát sinh bằng việc thay đổi lối sống, cách tiêu dùng, cải tiến quy trình sản xuất... Đây là sự tối ưu hóa quá trình sản xuất và tiêu dùng về mặt môi trường, tạo ra lượng sản phẩm lớn nhất, sử dụng hiệu quả nhất tài nguyên và thải ra lượng chất thải thấp nhất (2) Tái sử dụng là việc sử dụng lại sản phẩm, hay một phần của sản phẩm cho chính mục đích cũ, hay cho một mục đích khác, sử dụng một sản phẩm nhiều lần đến khi hết tuổi thọ của nó (3) Tái chế: sử dụng rác thải, vật liệu thải để làm ra các vật chất, sản phẩm mới có ích.

d. Nhóm chính sách bảo vệ người tiêu dùng xanh

Chính sách bảo vệ người tiêu dùng xanh là tên gọi chung của một nhóm chính sách cụ thể của Nhà nước nhằm bảo vệ người tiêu dùng xanh, giúp người tiêu dùng dễ dàng nhận diện các sản phẩm xanh, phân biệt giữa sản phẩm xanh

và các sản phẩm nêu từ đó có thể dễ dàng lựa chọn các sản phẩm thông qua hoạt động: dán nhãn lên sản phẩm.... Ví dụ chính sách, chương trình dán nhãn xanh, dán nhãn năng lượng... Sản phẩm được cấp nhãn sinh thái của tổ chức được sẽ được Nhà nước công nhận là sản phẩm thân thiện với môi trường. Cơ sở sản xuất, kinh doanh sản phẩm thân thiện với môi trường sẽ được hưởng những ưu đãi, hỗ trợ về đất đai, vốn, miễn, giảm thuế, phí về bảo vệ môi trường qua đó khuyến khích, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tiếp tục mở rộng kinh doanh những sản phẩm xanh góp phần thúc đẩy nền kinh tế xanh.

Chính sách, chương trình nhãn sinh thái (nhãn xanh, nhãn năng lượng...) dùng để chỉ ra những sản phẩm có mức độ ưu tiên chung về môi trường cao hơn so với những loại sản phẩm khác trong cùng một nhóm sản phẩm trên cơ sở đánh giá những tác động và ảnh hưởng lên môi trường của toàn bộ chu trình luân chuyển (vòng đời) của sản phẩm. Ngoài ra giúp cải thiện và duy trì chất lượng môi trường sống thông qua giảm thiểu sử dụng và tiêu dùng năng lượng, vật liệu cũng như các loại chất thải sinh ra do quá trình sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng các sản phẩm, dịch vụ tiêu dùng phục vụ đời sống. Để đạt được hiệu quả bảo vệ môi trường, chương trình nhãn xanh Việt Nam thực hiện đánh giá khả năng kiểm soát, hạn chế tác động đối với môi trường của các loại sản phẩm, dịch vụ tiêu dùng theo quan điểm “xem xét toàn bộ vòng đời sản phẩm”. Theo đó, lợi ích môi trường mà mỗi sản phẩm có khả năng mang lại từ việc giảm thiểu phát thải các loại chất gây ô nhiễm, chất độc hại ra môi trường từ các khâu khai thác nguyên/vật liệu, sản xuất, kinh doanh, tiêu dùng cho đến khi thải bỏ đối với loại hình sản phẩm, dịch vụ tiêu dùng đó sẽ được xem xét và đánh giá trên cơ sở các bộ tiêu chí được xây dựng riêng cho từng loại hình sản phẩm, dịch vụ tiêu dùng.

Chương trình cấp nhãn sinh thái được là một trong các công cụ kinh tế nhằm cải thiện môi trường được sử dụng ngày càng rộng rãi để khuyến khích người tiêu dùng tiếp cận và sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường, ngoài ra còn là một công cụ marketing có hiệu quả cho sản phẩm.

2.2.2.2. Các tiêu chí đánh giá chính sách tiêu dùng xanh

Nhóm tiêu chí kết quả và hiệu quả: Bao gồm các tiêu chí kết quả và hiệu quả của NTD (mức độ có được thông tin, tiêu chí lựa chọn hàng hóa, mức độ thay đổi hành vi, thực hiện hành vi mua sắm); Tiêu chí kết quả và hiệu quả của nhà sản xuất, Tiêu chí về mức độ ảnh hưởng của các yếu tố theo đánh giá của NTD và nhà sản xuất, Các tiêu chí từ các tổ chức kinh tế xã hội.

Bảng 2.3: Các tiêu chí tiêu dùng xanh trong nghiên cứu

Tiêu chí kết quả và hiệu quả	Tiêu chí về mức độ ảnh hưởng của các yếu tố	Tiêu chí đánh giá mức độ ảnh hưởng của chính sách TDX
1. Người tiêu dùng		
Mức độ có được thông tin Tiêu chí lựa chọn hàng hóa Mức độ thay đổi hành vi Thực hiện hành vi mua sắm	- Giá cả hàng hóa - Nhận thức của NTD/nhà sản xuất - Trình độ văn hóa/giáo dục - Thu nhập của NTD/DN - Văn hóa tiêu dùng - Phong tục/tập quán/tôn giáo - Mức độ phát triển nền kinh tế - Cơ chế chính sách - Yếu tố lợi ích trong tiêu dùng - Môi trường	- Tiêu chí lợi ích của chính sách TDX - Tiêu chí nhận thức/hành vi/ứng xử TDX - Tiêu chí đầu tư TDX - Tiêu chí môi trường - Tiêu chí bền vững trong tiêu dùng
2. Nhà sản xuất		
Vốn Thị trường Thủ tục hành chính Đào tạo nguồn nhân lực Áp dụng luật/quy định Hỗ trợ vốn/kinh phí	Thông tin có được về chính sách Nhận thức về tầm quan trọng của sản xuất xanh khi có các chính sách Mức độ thay đổi hành vi sau khi có chính sách Thực hiện hành vi sản xuất sau khi	

Tiêu chí kết quả và hiệu quả	Tiêu chí về mức độ ảnh hưởng của các yếu tố	Tiêu chí đánh giá mức độ ảnh hưởng của chính sách TDX
Quy mô DN Thành phần kinh tế của DN Hỗ trợ kỹ thuật, công nghệ, dây chuyền sản xuất	có chính sách	
3. Các tổ chức kinh tế xã hội		
- Các chính sách - Các công cụ hành chính, kinh tế và thông tin: Thuế/hỗ trợ/quy định/đầu tư/đổi mới/giáo dục.		

(Nguồn: tác giả tổng hợp)

Nghiên cứu cũng đánh giá mức độ ảnh hưởng của chính sách TDX tới xã hội về các chỉ tiêu: Bao gồm các tiêu chí lợi ích, tiêu chí nhận thức/hành vi/ứng xử TDX, tiêu chí đầu tư TDX, tiêu chí môi trường, tiêu chí bền vững trong tiêu dùng.

2.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạch định, thực thi chính sách tiêu dùng xanh

2.3.1. Nhóm yếu tố khách quan

a. Yếu tố thể chế và chính sách

Cho đến nay trên phương diện lý thuyết vẫn tồn tại hai quan điểm đối lập nhau về các tác động của các quy định về môi trường đến tính cạnh tranh của doanh nghiệp. Theo quan điểm truyền thống, các qui định về môi trường sẽ làm tăng chi phí sản xuất, từ đó giảm kết quả hoạt động và sức cạnh tranh của các công ty. Điều này đồng nghĩa với việc các chi phí liên quan tới bảo vệ môi trường sẽ tăng gánh nặng tài chính lên vai doanh nghiệp trong khi các điều kiện khác của môi trường kinh doanh không thay đổi.

Theo đó, một khung pháp lý được thiết kế tốt sẽ tạo ra động lực khuyến khích các doanh nghiệp thay đổi công nghệ hướng đến cung ứng, sản xuất xanh đồng thời đẩy mua sắm xanh tại các cơ quan tổ chức hay trong các hộ gia đình. Khổ pháp lý và chính sách tốt sẽ làm giảm các rủi ro pháp lý và kinh doanh và làm tăng sự tự tin của các nhà đầu tư vào thị trường. Vì vậy, việc sử dụng các quy định thường là cần thiết để giải quyết các hình thức gây hại của hành vi không bền vững bằng cách tạo ra tiêu chuẩn tối thiểu hoặc cấm hoàn toàn các hoạt động nhất định. Đặc biệt, việc đặt ra các tiêu chuẩn sẽ có hiệu quả trong việc thúc đẩy thị trường hàng hóa và dịch vụ xanh từ đó tạo ra hiệu quả và kích thích đổi mới, đem lại tác động tích cực cho sự cạnh tranh.

b. Trình độ phát triển kinh tế - xã hội

Trong những năm tới nhu cầu về vốn cho tăng trưởng xanh nói chung cho tiêu dùng xanh nói riêng là rất lớn, tuy nhiên, các quốc gia đang ưu tiên ngân sách cho giảm nợ công, phát triển hạ tầng, giải quyết các vấn đề xã hội và ứng phó với thiên tai. Do vậy, các nguồn đầu tư cho tiêu dùng xanh vẫn phụ thuộc rất lớn vào các nguồn đầu tư từ phía các cơ quan, tổ chức nước ngoài. Trong bối cảnh khi thu nhập GDP bình quân đầu người của Việt Nam còn tương đối thấp, trình độ phát triển kinh tế chưa cao do đó mà các khoản đầu tư cho tiêu dùng xanh sẽ còn tương đối hạn hẹp.

Bên cạnh nguồn vốn đầu tư từ ngân sách nhà nước phần lớn các khoản đầu tư cho tiêu dùng xanh đến từ khu vực tư nhân. Để tận dụng các cơ hội kinh doanh và phát triển sản phẩm mới hay sử dụng hiệu quả các nguồn lực các công ty, doanh nghiệp ở Việt Nam cũng đã bắt đầu đầu tư cho các hoạt động hướng đến tiêu dùng xanh.

Tuy nhiên, việc phát sinh các chi phí cho các hoạt động thúc đẩy sản xuất tiêu dùng xanh cũng đã khiến cho không ít doanh nghiệp giảm động lực đổi mới công nghệ, tăng cường hiệu quả sản xuất, giảm tác động môi trường. Trong khi đó việc thu hút, huy động nguồn tài chính cho lĩnh vực này không hề đơn giản.

Thông thường, các công ty có thể vay một khoản vốn kinh doanh (vốn cần thiết để đảm bảo cho hoạt động kinh doanh được diễn ra thường xuyên và liên tục) nhưng lại không đầu tư vốn cho các sản phẩm tiết kiệm năng lượng. Mặc dù nhà nước có chính sách ưu đãi, hỗ trợ đối với các doanh nghiệp để thúc đẩy sản xuất, cung ứng sản phẩm xanh hay để thực hiện hành vi sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả.

2.3.2. Nhóm yếu tố chủ quan

a. Yếu tố nhận thức

Trình độ văn hóa, giáo dục hay gọi là kiến thức của NTD, người thực hiện chính sách sẽ giúp người đó có nhận thức về một chính sách tiêu dùng cụ thể sẽ nâng cao hay làm giảm tính hiệu quả của một chính sách. Trình độ là một trong các biến được sử dụng nhiều trong nghiên cứu để đánh giá tác động của biến này đến hành vi của NTD và kết quả thực hiện chính sách.), điều này có tác động tích cực trong việc thực thi chính sách TDX. Một người có động cơ luôn sẵn sàng hành động. Vấn đề người có động cơ đó sẽ hành động như thế nào trong thực tế còn chịu ảnh hưởng từ sự nhận thức của người đó về tình huống lúc đó.

Nhận thức được định nghĩa là "một quá trình thông qua đó cá thể tuyển chọn, tổ chức và giải thích thông tin tạo ra một bức tranh có ý nghĩa về thế giới xung quanh". Nhận thức không chỉ phụ thuộc vào những tác nhân vật lý, mà còn phụ thuộc vào cả mối quan hệ của các tác nhân đó với môi trường xung quanh và những điều kiện bên trong cá thể đó.

Khi người tiêu dùng hành động họ cũng đồng thời lĩnh hội được tri thức, tri thức mô tả những thay đổi trong hành vi của cá thể bắt nguồn từ kinh nghiệm. Hầu hết hành vi của con người đều được lĩnh hội. Các nhà lý luận về tri thức cho rằng tri thức của một người được tạo ra thông qua sự tác động qua lại của những thôi thúc, tác nhân kích thích, những tấm gương, những phản ứng đáp lại và sự củng cố.

Thông qua hoạt động và tri thức, người ta có được niềm tin và thái độ.

Những yếu tố này lại có ảnh hưởng đến hành vi mua sắm của con người.

Thái độ làm cho người ta xử sự khá nhất quán đối với những sự vật tương tự. Người ta không phải giải thích và phản ứng với mỗi sự vật theo một cách mới. Thái độ cho phép tiết kiệm sức lực và trí óc, vì thế mà rất khó thay đổi được thái độ. Thái độ của một người được hình thành theo một khuôn mẫu nhất quán, nên muốn thay đổi luôn cả những thái độ khác nữa.

b. Yếu tố tài chính

Đầu tư tài chính cho tiêu dùng xanh có thể đến từ hai phía đó là đầu tư công của chính phủ và đầu tư tư nhân của các doanh nghiệp hay hộ gia đình. Các khoản đầu tư công có thể đầu tư vào cơ sở hạ tầng và dịch vụ công cộng để cho phép phát triển thị trường xanh và đảm bảo sử dụng hiệu quả các nguồn tài nguyên thiên nhiên. Nhà nước cũng có thể sử dụng các khoản đầu tư để ưu đãi, hỗ trợ các doanh nghiệp trong phát triển sản phẩm dịch vụ xanh hay hỗ trợ quảng bá xúc tiến thương mại cho sản phẩm xanh. Đầu tư công cũng có thể được xem xét dưới góc độ là việc sử dụng hiệu quả chi tiêu công. Chính phủ cũng có thể kích thích thị trường bằng cách thực hiện mua sắm bền vững, tạo ra nhu cầu cao và dài hạn đối với hàng hóa và dịch vụ xanh. Điều này sẽ cho phép các công ty đầu tư dài hạn vào đổi mới sản xuất, dẫn tới việc thương mại hóa rộng lớn hơn hàng hóa và dịch vụ xanh, cũng như tiêu thụ bền vững hơn.

c. Yếu tố nguồn nhân lực

Nguồn nhân lực là yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng tới việc thực thi chính sách. Đối với việc thực thi chính sách tiêu dùng xanh đòi hỏi sự tham gia của các cơ quan quản lý nhà nước, các tổ chức, doanh nghiệp và cả người tiêu dùng là cá nhân trong các hộ gia đình. Sự tác động của yếu tố nguồn nhân lực ở đây được xem xét từ nhận thức, thái độ, hành vi đến số lượng và năng lực của đội ngũ cán bộ của các cơ quan quản lý nhà nước, các doanh nghiệp đến việc thực thi các chính sách tiêu dùng xanh.

Trong quá trình đổi mới hay cải tiến công nghệ nhằm đảm bảo tiêu dùng xanh, công nghệ mới/cải tiến đòi hỏi phải phù hợp với trình độ kỹ sư và công nhân của công ty. Khi trình độ của kỹ sư và công nhân hạn chế thì việc cải tiến công nghệ nhằm đáp ứng các tiêu chuẩn về môi trường hay tiết kiệm năng lượng sẽ vượt quá năng lực của doanh nghiệp. Khả năng chuyển đổi lên tiêu dùng xanh phụ thuộc rất lớn vào trình độ và tay nghề của các kỹ sư và công nhân của doanh nghiệp. Các quy định của nhà nước về các tiêu chuẩn môi trường và năng lượng cũng cần tính đến chất lượng nguồn nhân lực trong các công ty sản xuất. Khi mà trình độ của kỹ sư/công nhân thấp thì việc thực hiện chuyển đổi sang tiêu dùng xanh đòi hỏi tốn nhiều thời gian. Ngược lại, khi trình độ của kỹ sư/công nhân cao, việc chuyển đổi sang chuỗi cung ứng xanh hay đáp ứng các tiêu chuẩn, quy định về môi trường và năng lượng của các cơ quan quản lý nhà nước sẽ dễ dàng hơn và mất ít thời gian hơn.

d. Yếu tố công nghệ

Đối với các nước đang phát triển, thường có trình độ công nghệ thấp, quá trình phát triển đi sau so với các nước phát triển, do vậy họ phải hứng chịu những hậu quả từ các nước phát triển, đó là tiếp nhận những công nghệ lạc hậu, quá lỗi thời giá rẻ, sử dụng lãng phí các nguồn tài nguyên thiên nhiên và phát thải gây ô nhiễm môi trường, sử dụng nhiều nhiên liệu hóa thạch, gây ra những tổn thất lớn cho hệ sinh thái. Nhìn chung tất cả các nước đều có rủi ro về kỹ thuật dẫn đến nguy cơ sản xuất bị gián đoạn. Đây là rào cản chung đối với nhiều quốc gia. Công nghệ sản xuất cũ, lạc hậu còn phổ biến, năng suất lao động thấp, sức cạnh tranh không cao, hiệu quả sử dụng các nguồn lực thấp, công nghệ sản xuất năng lượng tái tạo chưa phát triển, trình độ phát triển khoa học công nghệ còn thấp dẫn đến việc sử dụng các nguồn lực tài nguyên thiên nhiên kém hiệu quả, gây lãng phí và ô nhiễm môi trường.

2.4. Kinh nghiệm của một số nước trên thế giới về hoạch định và thực thi chính sách tiêu dùng xanh trong phát triển kinh tế xanh và bài học cho Việt Nam

2.4.1 Kinh nghiệm của các nước

2.4.1.1 Kinh nghiệm của các nước phát triển

a. Chính sách tiêu dùng xanh của EU

Cộng đồng các quốc gia Châu Âu đã có những chính sách liên quan đến GPP (Green Public Procurement) từ khá sớm. Trên thực tế, mua sắm công chiếm khoảng 19,9% tổng thu nhập quốc dân của Liên minh Châu Âu. Do đó, khuyến khích những tiêu chí “xanh” trong mua sắm công là vô cùng quan trọng trong việc khuyến khích thị trường sản xuất và trao đổi những sản phẩm xanh hơn. Ngoài ra, phát triển mua sắm công xanh một cách rộng rãi cũng chính là một mục tiêu trong chiến lược Châu Âu 2020 để hướng tới một Châu Âu sử dụng tài nguyên hiệu quả. Các quốc gia thành viên của EU cho rằng khi áp dụng GPP họ sẽ có thể có những lợi ích không chỉ về mặt môi trường, xã hội và sức khỏe mà còn có những lợi ích về kinh tế cũng như chính trị. Ngoài ra, khuyến khích GPP cũng có nghĩa là khuyến khích sự phát triển của những công nghệ thân thiện với môi trường.

Liên minh Châu Âu coi việc PTBV là chiến lược phát triển lâu dài, do đó GPP sẽ tiếp tục được khuyến khích trong thời gian tới. Thay đổi quan trọng nhất cho đến thời điểm này của Liên minh Châu Âu là sự ra đời của tiêu chuẩn GPP chung cho các quốc gia. Ngoài ra, sự ủng hộ từ các khung khổ chính sách cũng như khung khổ pháp lý cũng là những nhân tố quan trọng để đẩy mạnh quá trình mua sắm công xanh ở châu Âu.

Bảng 2.4 Khung chính sách chung và các lĩnh vực chính sách môi trường

Khung chính sách chung	Lĩnh vực chính sách môi trường cụ thể
- Chiến lược Lisbon về đổi mới kinh tế xã hội (2000) - Chiến lược PTBV 2001 - Chương trình nghị sự chính sách xã hội của Ủy ban Châu Âu 2000 – 2005 - Chương trình hành động môi trường cộng đồng lần thứ 6 - Hướng dẫn cộng đồng về hỗ trợ nhà nước cho việc bảo vệ môi trường 2001 - Khung chương trình cho nghiên cứu và phát triển công nghệ lần thứ 6 (2002 – 2006)	- Chiến lược chuyên đề về sử dụng bền vững nguồn tài nguyên thiên nhiên - Chiến lược chuyên đề về rác thải - Chính sách sản phẩm tích hợp (IPP) - Kế hoạch hành động công nghệ môi trường EU (ETAP) - Ủy ban truyền thông về hợp tác trách nhiệm xã hội 2002 - Ủy ban thông dịch truyền thông về các xem xét môi trường trong mua sắm công - Truyền thông về việc sử dụng các công cụ dựa trên thị trường của nhà nước thành viên về chính sách môi trường. - Chiến lược chính sách tiêu dùng của EU cho năm 2002 – 2006.

(Nguồn: Lindhqvist, 2000)

Liên quan đến vấn đề có quá ít các chiến lược định hướng tiêu dùng. Các vấn đề tiêu dùng được chọn lọc trong các chiến lược định hướng sản xuất. Thực tế vấn đề này là khó để phân chia giữa sản xuất và tiêu dùng, bởi vì chúng đại diện cho các phần vốn của vòng đời của sản phẩm. Những tầng lớp tiêu dùng mới ở Trung Quốc và các nước Asean khó tìm được sự hài lòng mới bởi vì mức độ tuyệt đối về tiêu dùng nguyên liệu và mức ô nhiễm liên quan. Một kết quả rằng các mức tiêu thụ ở các nước công nghiệp cần được giảm bớt để cung cấp không gian cho NTD khác và không gây hại tới sự ổn định môi trường của hành tinh.

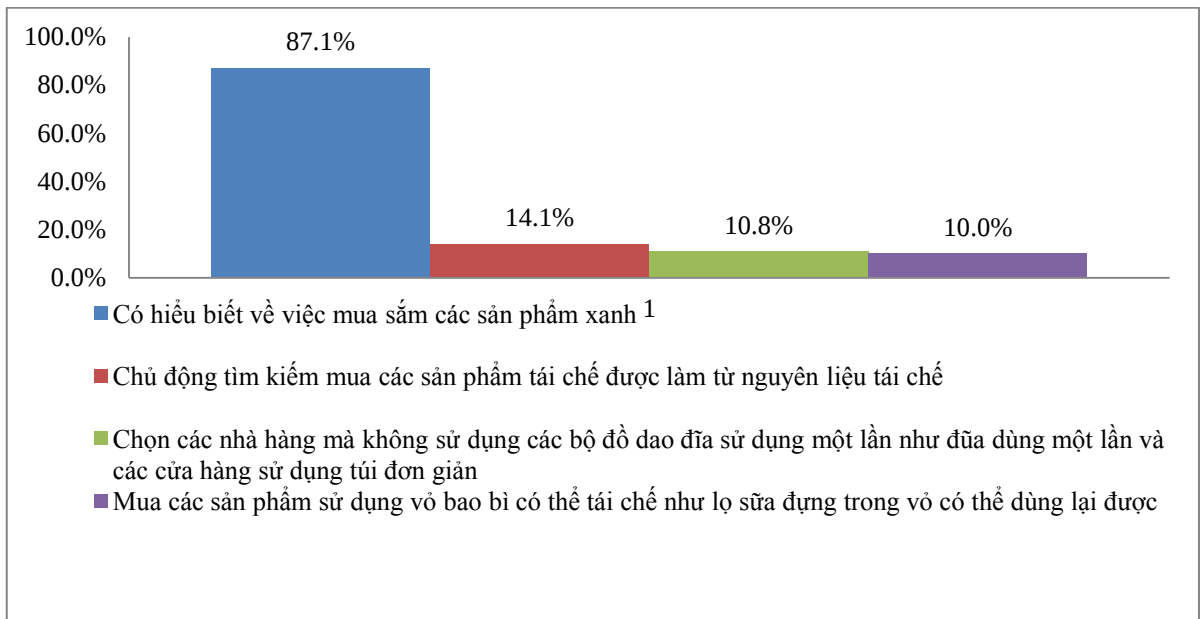
b. Chính sách tiêu dùng xanh của Nhật Bản

Nhật Bản trong những năm qua thực thi nhiều chính sách TDX như:

Chính sách mua sắm xanh

Mua sắm xanh tại Nhật Bản được đề xuất từ năm 1996 với sự ra đời của Mạng lưới mua sắm xanh. Sau đó, chính phủ Nhật Bản ban hành Luật Mua sắm xanh vào tháng 5 năm 2000 và có hiệu lực vào tháng 5 năm 2001. Tất cả các tổ chức bắt buộc phải mua những mặt hàng xanh được chỉ định bao gồm 18 nhóm: sản phẩm giấy in/sao chép, văn phòng phẩm, đồ nội thất văn phòng, thiết bị tự động hóa văn phòng, thiết bị ánh sáng, xe hơi, quần áo và đồng phục công sở, dụng cụ và dịch vụ xây dựng. Đến năm 2007, “tất cả các bộ ngành chính phủ, 47 chính quyền cấp tỉnh, 12 thành phố được chỉ định và 68% của 700 thành phố bắt buộc phải thực hiện mua sắm công xanh. Kết quả là 95% sản phẩm từ những nhóm chỉ định là sản phẩm xanh”. Chính phủ Nhật Bản áp dụng những chỉ tiêu xanh theo chương trình nhãn sinh thái Ecomark, cũng như chỉ tiêu từ Energy Star và các bộ chỉ tiêu khác để hướng dẫn việc quyết định mua bán và lựa chọn các sản phẩm xanh.

Việc thực hiện chính sách TDX ở Nhật Bản trong những năm qua đã làm thay đổi nhận thức của NTD về các sản phẩm xanh ở Nhật Bản. Từ biểu đồ trên cho thấy NTD Nhật Bản có hiểu biết cao về việc mua sắm xanh, tuy tỷ lệ phần trăm bộ lộ hành vi cụ thể chưa cao. Ngoài ra, Nhật Bản đặt ra mục tiêu trong Luật Mua sắm xanh đến năm 2015, toàn bộ các cơ quan chính phủ đều thực hiện mua sắm xanh, 50% các DN thực hiện, 90% công chức nhận thức được mua sắm xanh và 50% thực hiện mua sắm xanh. Những yếu tố về thể chế chính sách này còn tạo ra những khuyến khích và động lực để mở rộng những hoạt động mua sắm công xanh ở Nhật Bản.



Biểu đồ 2.1: Nhận thức của người tiêu dùng Nhật Bản

(Nguồn: *The State of the Environment FY 2009*)

Chính sách dán nhãn sinh thái cho sản phẩm xanh

Để áp dụng Luật Mua sắm xanh, Chính phủ Nhật đã thực hiện chương trình dán nhãn sinh thái cho các sản phẩm đáp ứng tiêu chuẩn, đồng thời cung cấp các thông tin về môi trường trên sản phẩm: sản phẩm góp phần giảm thải hiệu ứng nhà kính, sản phẩm có vòng thời tuần hoàn từ quá trình sản xuất đến thải bỏ. Luật mua sắm xanh ghi rõ 17 nhóm hàng cụ thể gồm 214 sản phẩm bắt buộc dán nhãn sinh thái. (xem bảng 2.1 phụ lục)

Xây dựng mạng lưới TDX

Mạng lưới mua sắm xanh (GPN) được triển khai ở Nhật Bản từ năm 1996 tới nay có hơn 2800 thành viên bao gồm cả hơn 2200 DN, 300 cơ quan nhà nước và 300 tổ chức phi chính phủ đóng vai trò quan trọng trong việc thực hiện mạng lưới mua sắm xanh.

2.4.1.2 Kinh nghiệm của các nước đang phát triển

a. Chính sách tiêu dùng xanh của Trung Quốc

Trung Quốc nằm trong nhóm các quốc gia có tốc độ tăng trưởng GDP cao nhất thế giới và đã có những bước tiến ấn tượng về mặt kinh tế để trở thành một

trong những quốc gia có tầm ảnh hưởng hàng đầu. Tuy nhiên, dường như giá phải trả của kết quả đó ở Trung Quốc chính là môi trường. Để khắc phục tình trạng này, Trung Quốc đã lưu tâm đến phát triển theo hướng bền vững và GPP là một trong những công cụ được Chính phủ Trung Quốc lựa chọn.

Mua sắm của chính phủ là một phần quan trọng trong hệ thống quản lý tài chính công của Trung Quốc. *Luật về mua sắm của chính phủ* được thông qua vào năm 2002 và có hiệu lực vào năm 2003. Cùng với đó là *Luật Thúc đẩy sản xuất sạch* của Trung Quốc. Sự ra đời của những văn bản pháp quy này đã thúc đẩy mạnh mẽ quá trình mua sắm công tại Trung Quốc. Tuy nhiên, điều luật này chưa quy định cụ thể vấn đề bảo vệ môi trường, mà chỉ dừng ở mức thông báo rằng các hoạt động mua sắm công cần hướng tới các sản phẩm thân thiện với môi trường. Do đó, Bộ Tài Chính (MoF) và Ủy ban Cải cách và Phát triển Quốc gia (NDRC) đã thực hiện những bước tiếp theo để thúc đẩy GPP. Cụ thể, năm 2004, hai cơ quan trên đã ra quy định yêu cầu các cơ quan chính phủ phải ưu tiên những sản phẩm tiết kiệm năng lượng trong danh mục mua sắm. Và đến năm 2005 đã yêu cầu các cơ quan chính phủ (cấp quốc gia, cấp tỉnh và cấp cơ sở) áp dụng GPP. Cũng trong năm 2005, MOF và NDRC công bố danh sách chi tiết của các sản phẩm tiết kiệm môi trường mà các cơ quan chính phủ có thể mua sắm bao gồm khoảng 1000 sản phẩm được chia thành sáu nhóm: hệ thống TV, tủ lạnh, điều hòa, đèn huỳnh quang và những sản phẩm tiêu tốn năng lượng khác (Geng và Doberstein (2008), trích dẫn từ Ma, 2006).

Cuộc chiến chống ô nhiễm của Chính phủ Trung Quốc hoàn toàn phù hợp với một mục tiêu khác mà chính nước này đang nỗ lực để đạt được: thống trị ngành sản xuất các phương tiện đi lại chạy bằng điện. Trung Quốc kể từ năm 2015 đã bắt đầu đứng đầu về doanh số xe chạy bằng điện và đang đặt mục tiêu bán được 7 triệu phương tiện đi lại chạy bằng điện vào năm 2025.

Để có thể hiện thực hóa được mục tiêu này, Chính phủ Trung Quốc đang đưa ra chính sách trợ cấp những nhà sản xuất các công ty sản xuất xe điện và

đồng thời thắt chặt chính sách với những công ty sản xuất xe ô tô truyền thống.

Trên thế giới, giá của các tấm pin năng lượng mặt trời đang giảm sâu. Chính vì vậy, quá trình chuyển sang sử dụng nhiên liệu sạch sẽ diễn ra nhanh hơn. Đầu tư vào năng lượng sạch của Trung Quốc hiện giờ còn cao hơn cả Mỹ.

Khi mà Chính phủ Trung Quốc theo đuổi chính sách xanh, chính quyền các tỉnh cũng đang rất cố gắng để đưa nó vào đời sống. Chính phủ nước này đã thành lập một lực lượng cảnh sát đặc biệt để đóng cửa các nhà máy gây ô nhiễm. Các quan chức nghiêm chỉnh tuân thủ việc cấm than đá, doanh số bán khí đốt vì vậy tăng mạnh. Tuy nhiên sau này chính sách đã phải điều chỉnh bởi người dân tại nhiều vùng phải sống trong cảnh lạnh giá suốt mùa đông.

Việc phát triển những ngành công nghệ cao như sản xuất xe điện hay tấm pin năng lượng mặt trời đang được Chính phủ Trung Quốc đặt kỳ vọng sẽ giúp nước này dẫn đầu thế giới.

- *Kế hoạch hạn chế các chất gây ô nhiễm môi trường ở Trung Quốc:* Theo “Kế hoạch hành động phòng ngừa xử lý ô nhiễm không khí” của Chính phủ Trung Quốc, hàng loạt các địa phương như Bắc Kinh, Thiên Tân, Thạch Gia Trang... đều phải đưa ra các quy định cụ thể lượng hóa đối với việc dùng khí thiên nhiên sưởi ấm thay thế than đá. Hơn 3 triệu hộ gia đình khu vực Bắc Kinh, Thiên Tân, Hà Bắc buộc phải thay thế các lò sưởi bằng than bằng hệ thống sưởi ấm bằng khí. Chỉ tính riêng tỉnh Hà Bắc, chính sách mới của chính quyền đã buộc hơn 2 triệu hộ phải lắp đặt hệ thống sưởi ấm bằng khí, cùng với đó là nhu cầu tăng 2 tỷ mét khối khí đốt trong mùa đông năm 2017.

Nhằm xử lý nhu cầu trước mắt, hiện tại bốn mỏ khai thác khí của Trung Quốc đang tăng tốc hết công suất đồng thời tìm kiếm thêm các nguồn nhập khẩu từ bên ngoài. Bộ Bảo vệ tài nguyên môi trường cũng đã phát đi công văn khẩn đối với “2+26” thành phố khu vực Bắc Kinh, Thiên Tân, Hà Bắc yêu cầu đặt nhiệm vụ cung cấp sưởi cho người dân lên mục tiêu đầu tiên, đối với những khu

vực chưa lắp đặt được hệ thống khí thay than, điện thay than thì tiếp tục cho người dân sử dụng than để sưởi ấm.

- *Đối với các nhà máy gây ô nhiễm:* Trung Quốc đã cấm xây dựng các nhà máy nhiệt điện mới trong các vùng ô nhiễm nặng nhất của đất nước, bao gồm cả vùng Thủ đô Bắc Kinh. Những nhà máy hiện tại được yêu cầu cắt giảm khí thải, nếu không, nhiên liệu than đá sẽ bị buộc phải thay thế bằng khí ga tự nhiên. Những thành phố lớn, bao gồm Bắc Kinh, Thượng Hải và Quảng Châu, đã hạn chế số lượng ô tô lưu hành. Nước này cũng giảm công nghiệp luyện sắt thép và đóng cửa các mỏ than.

b. Chính sách tiêu dùng xanh của Thái Lan

Đối với Thái Lan, các chính sách liên quan đến mua sắm xanh được thực hiện bước đầu từ khu vực công với việc xây dựng tiêu chí cho các sản phẩm và dịch vụ xanh, ban hành kế hoạch mua sắm công xanh,... Các tiêu chí cho các sản phẩm và dịch vụ xanh được Chính phủ Thái Lan xây dựng bao gồm 5 nhóm sản phẩm và 2 nhóm dịch vụ nhằm thúc đẩy việc thực hiện mua sắm xanh của các cơ quan chính phủ. Kế hoạch mua sắm công xanh (2008-2011) đã được chính phủ Thái Lan thông qua năm 2008, với mục đích thúc đẩy sản xuất, tiêu dùng sản phẩm và dịch vụ thân thiện môi trường đối với khu vực công và quy định rõ tỷ lệ tham gia của các cơ quan chính phủ và tỷ lệ phần trăm các sản phẩm thân thiện môi trường được mua sắm từ 2008 đến 2011.

Chương trình nhãn xanh tại Thái Lan đã được giới thiệu chính thức vào năm 1994 và cho đến nay, chương trình này đã thiết lập được tiêu chuẩn cho 32 nhóm sản phẩm và hiện đang xây dựng tiêu chuẩn cho 4 nhóm sản phẩm mới bao gồm phân bón, xe ô tô cá nhân, vật liệu xây dựng thay thế gỗ và hộp đựng đồ. Như vậy chỉ trong vòng 6 năm thực hiện đã có hơn 200 sản phẩm đã được cấp nhãn xanh, đây là một tín hiệu khả quan đối với hoạt động mua sắm xanh tại Thái Lan. Tại Thái Lan, một trong những chương trình tuyên truyền có tên gọi “Giảm mức tiêu thụ xuống còn 1/2”. Chương trình này không chỉ tập trung vào

chủ đề năng lượng mà còn về các nguồn tài nguyên khác. Mục tiêu là khuyến khích thay đổi hành vi trên cơ sở bảo đảm một chất lượng sống tương đương, đồng thời làm cho công chúng nhận thức được tầm quan trọng của việc tham gia vào nỗ lực chung của quốc gia..

2.4.2. Bài học rút ra cho Việt Nam

Từ phân tích kinh nghiệm về xây dựng chính sách TDX của các quốc gia trên thế giới, có thể rút ra một số bài học kinh nghiệm cho Việt Nam như sau:

Thứ nhất, những bài học từ sự thành công ở các nước trên thế giới

Từ thành công của một số quốc gia trên thế giới về hoạch định và thực thi chính sách TDX, Việt Nam có thể xây dựng và triển khai các chương trình nhằm từng bước “xanh hóa” hoạt động tiêu dùng, như:

(1) Đẩy mạnh thực hiện chương trình gắn nhãn xanh: Do sản phẩm xanh có những tiêu chuẩn và đặc điểm khác với các sản phẩm thông thường nên việc dán nhãn xanh để NTD dễ dàng phân biệt, nhận diện sản phẩm xanh là một chương trình cần thiết,

(2) Thực hiện mua sắm xanh trong lĩnh vực công: Đây là một chính sách đã được áp dụng thành công ở hầu hết các quốc gia. Có thể dễ dàng nhận thấy chính sách này dễ áp dụng và khả năng thành công cao vì đơn vị thực thi chính sách là chính phủ và các cơ quan hành chính công;

(3) Chương trình hạn chế các chế phẩm có hại cho môi trường và tái chế: Hiện tại có hai cách để có thể hướng đến TDX và định hướng sản xuất xanh cho nền kinh tế toàn cầu nói chung và Việt Nam nói riêng, đó là đổi mới công nghệ và tái sử dụng, tái chế chất thải. Việt Nam đang ở mức thu nhập trung bình thấp, việc đầu tư cho đổi mới công nghệ sẽ gặp nhiều khó khăn. Trong khi đó, việc tái sử dụng và tái chế chất thải để tăng nguồn tài nguyên cho nền kinh tế và giảm thiểu ONMT hoàn toàn có thể thực hiện được nếu có chính sách đúng. Về vấn đề này, chúng ta có thể học tập kinh nghiệm của Hàn Quốc và Trung Quốc. Thực tế ở Việt Nam, tái sử dụng và tái chế chất thải đã có truyền thống từ lâu, ví dụ ở các

làng nghề truyền thống và việc buôn bán thu gom chất thải còn giá trị (như sắt, nhựa, giấy, bìa...).

Thứ hai, những bài học từ sự thất bại ở các nước trên thế giới

(1) Cần nâng cao nhận thức của xã hội nói chung và nhận thức của đội ngũ cán bộ khu vực công nói riêng về tầm quan trọng của TDX, đồng thời cần thay đổi quan niệm cũ về sản phẩm xanh. Chi phí ban đầu cho sản phẩm xanh có thể cao hơn đối với những sản phẩm có cùng chức năng khác, nhưng lợi ích về lâu dài của sản phẩm xanh có thể lớn hơn rất nhiều so với những sản phẩm khác.

(2) Cần có những qui định rõ ràng và cụ thể (thể chế hóa) trong việc mua sắm chính phủ theo hướng xanh hoá, tập trung vào một số chuỗi tiêu dùng có tính chất ảnh hưởng xã hội lớn như sử dụng tiết kiệm năng lượng...

(3) Quy định theo hướng “xanh” và bảo đảm tiết kiệm tài nguyên và bảo vệ môi trường đối với các DN thực hiện cung cấp hàng hoá và dịch vụ.

(4) Sử dụng các công cụ thị trường làm đòn bẩy, kết hợp với sử dụng vai trò của Nhà nước. Trong đó vai trò của thị trường là động lực, còn vai trò của Nhà nước là ban hành các qui định hướng dẫn mua sắm những sản phẩm thân thiện với môi trường.

(5) Tiến hành những khóa đào tạo nâng cao kỹ năng cho các cán bộ chuyên trách về đánh giá sản phẩm xanh và có thể sử dụng những sản phẩm đó. Ngoài ra cần nâng cao năng lực về công nghệ để có thể áp dụng những sản phẩm xanh một cách tốt nhất.

(6) Thận trọng thiết lập mối quan hệ đối tác đôi bên cùng có lợi giữa Chính phủ, giữa các DN lớn có tính quyết định và các DN nhỏ.

Mặc dù trong kế hoạch hành động quốc gia về TTX giai đoạn 2014-2020 có giải pháp số 13 về thúc đẩy tiêu dùng bền vững, thực hiện lối sống xanh, trong đó đề xuất xây dựng lộ trình từ nay đến năm 2020 phải áp dụng mua sắm xanh, tuy nhiên hiện vẫn chưa có một qui định nào triển khai cụ thể giải pháp đó. Nếu không có những qui định cụ thể về TDX, thì cả các cơ quan nhà nước lẫn

các DN cung cấp hàng hoá và dịch vụ cho Nhà nước cũng không thể thực hiện được giải pháp này. Kết quả nghiên cứu này cho thấy Chính phủ hiện chưa có một vai trò rõ rệt trong định hướng về mua sắm công xanh cũng như chưa có các chính sách cụ thể về mua sắm công xanh và chuỗi cung ứng xanh đối với DN. Từ những bài học trên, trong quá trình hoạch định và thực thi chính sách TDX, Việt Nam cần phải tập trung vào các nội dung sau:

Một là, Nhà nước là NTD quan trọng có thể có vai trò ảnh hưởng và định hướng tiêu dùng, do vậy mua sắm công phải có vai trò và đóng góp quan trọng tương xứng với vị trí đó trong việc thực hiện chính sách TDX.

Hai là, DN là chủ thể trung tâm trong việc thực hiện cung cấp hàng hoá và dịch vụ cho các cơ quan Nhà nước và xuất khẩu, do vậy, cần phải có những qui định về các yêu cầu và các tiêu chuẩn sản xuất xanh đối với các DN khi cung cấp hàng hoá công và thực hiện chuỗi cung ứng xanh.

Ba là, cần phải có những qui định về sản xuất xanh và phân phối xanh dọc theo chuỗi cung ứng sản phẩm, nhất là các sản phẩm đó là xuất khẩu. Những qui định đó sẽ liên quan đến không chỉ các DN mà còn liên quan đến hộ gia đình sản xuất, kinh doanh và các chủ thể khác tham gia vào chuỗi cung ứng sản phẩm. Cần phải giúp các chủ thể này nhận thức được việc đầu tư thực hiện sản xuất xanh chính là đang tạo ra lợi thế cạnh tranh trong thời gian tới.

Bốn là, thực hiện sản xuất xanh là một giai đoạn chuyển đổi căn bản về công nghệ và qui trình sản xuất nên tốn kém và lâu dài trong khi năng lực của DN lại có hạn. Vì vậy, cần phải có sự hỗ trợ ban đầu đáng kể từ nhà nước cho các DN. Sự hỗ trợ có thể ở nhiều dạng như vốn, công nghệ, đào tạo và nâng cao năng lực nguồn nhân lực, thông tin, các công cụ tài chính, thể chế.

CHƯƠNG 3

THỰC TRẠNG CHÍNH SÁCH TIÊU DÙNG XANH Ở VIỆT NAM

3.1. Khái quát thực trạng tiêu dùng xanh ở Việt Nam

3.1.1. *Thực trạng tiêu dùng, mua sắm ở Việt Nam*

3.1.1.1.. *Tiêu dùng cuối cùng*

Tiêu dùng cuối cùng ở Việt Nam có tác động về hai mặt: một mặt, tiêu dùng cuối cùng là động lực của tăng trưởng kinh tế, do tiêu dùng cuối cùng thường chiếm trên dưới 70% GDP, cao gấp đôi tỷ trọng của tích lũy tài sản, do trong cơ chế thị trường, cơ sở, điểm xuất phát và mục tiêu của mọi dự án đầu tư, sản xuất, kinh doanh là tiêu thụ, trong đó có tiêu thụ trong nước - một bộ phận quan trọng, chiếm tỷ trọng ngày một lớn trong tiêu dùng cuối cùng.

Tỷ trọng tiêu dùng cuối cùng/GDP của Việt Nam đứng thứ bậc cao so với các nước và vùng lãnh thổ có số liệu so sánh (thứ 5/10 ở khu vực Đông Nam Á, thứ 18/38 ở châu Á và thứ 81/116 trên thế giới). Mặt khác, tiêu dùng cuối cùng thể hiện mức sống của người dân, xóa đói, giảm nghèo và đó là mục tiêu của tăng trưởng kinh tế.

Các thông tin về tiêu dùng cuối cùng trong 9 tháng đầu năm 2017 cho thấy, có ba kết quả tích cực: (1) Tốc độ tăng của tiêu dùng cuối cùng cao hơn tốc độ tăng của GDP (tăng 7,3% so với tăng 6,41%). (2) Tốc độ tăng của 9 tháng đầu năm 2017 cao hơn của cùng kỳ năm trước. (3) Đóng góp của tiêu dùng cuối cùng vào tốc độ tăng trưởng GDP rất cao (tới 8,75 điểm phần trăm, bằng 136,7% tốc độ tăng GDP). Các kết quả trên của tích lũy tài sản và tiêu dùng cuối cùng lẽ ra sẽ làm cho tăng trưởng GDP 9 tháng năm nay cao hơn nhiều so với cùng kỳ năm 2016, song do tăng trưởng quý 1 năm nay tăng thấp (5,15%), nên tính chung 9 tháng tuy cao hơn nhưng không nhiều. Phân tích tiêu dùng cuối cùng của nền kinh tế giai đoạn 2014-2017 được tác giả tập hợp tại bảng 3.1. dưới đây:

Qua bảng số liệu 3.1. và hình 2.1, tác giả thấy rằng tiêu dùng của nền kinh tế Việt Nam năm 2017 là 3.731.554 tỷ đồng với mức độ tăng bình quân hàng

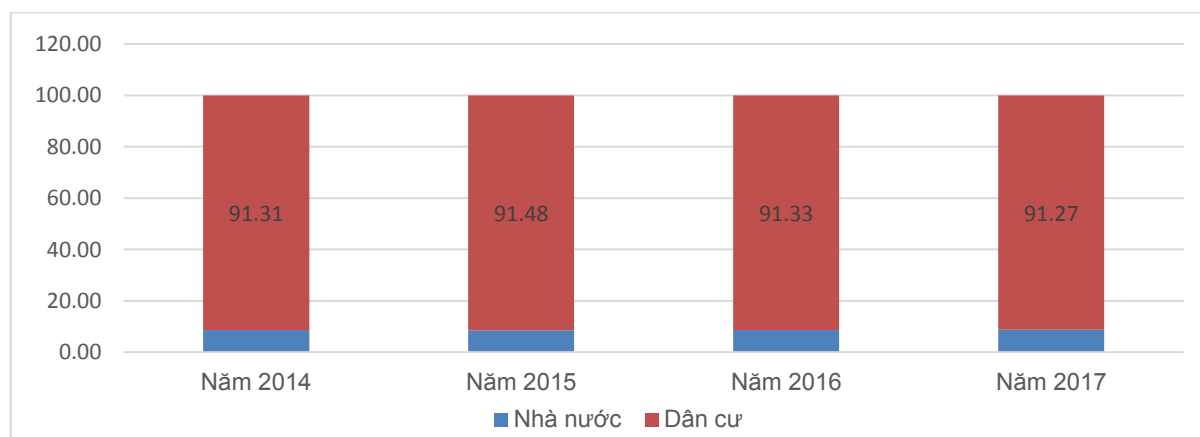
năm là 297.835,3 tỷ đồng/năm. Trong đó chủ yếu là tiêu dùng của khu vực dân cư gồm cá nhân, hộ gia đình và doanh nghiệp chiếm tỷ trọng chủ yếu (trung bình trên 90%), và tiêu dùng của khu vực Nhà nước chỉ chiếm khoảng 10%.

Bảng 3.1. Tiêu dùng cuối cùng của nền kinh tế Việt Nam giai đoạn 2014-2017

ĐVT: Tỷ đồng

TT	Diễn giải	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016	Năm 2017	Mức tăng bình quân (tỷ đồng/năm)
Tiêu dùng cuối cùng của nền kinh tế		2.838.048	3.115.085	3.379.404	3.731.554	297.835,3
1	Nhà nước	246.711	265.545	293.106	325.804	26.364,3
2	Dân cư	2.591.337	2.849.540	3.086.298	3.405.750	271.471,0

(Nguồn: Tổng cục thống kê, năm 2018)



Hình 3.1. Tỷ trọng tiêu dùng cuối cùng của nền kinh tế Việt Nam giai đoạn 2014-2017

3.1.1.2. Mua sắm công

Ở Việt Nam, từ năm 2008, tồn tại 2 phương thức mua sắm là phương thức mua sắm phân tán (được áp dụng ở tất cả các bộ, ngành, địa phương) và phương thức mua sắm tập trung (chỉ áp dụng thí điểm đối với một số loại tài sản và một số bộ, ngành, địa phương tự nguyện đăng ký thí điểm). Mua sắm tập trung đã được quy định tại Luật Đấu thầu năm 2013 và là cách tổ chức đấu thầu rộng rãi để lựa chọn nhà thầu thông qua đơn vị mua sắm tập trung nhằm giảm chi phí,

thời gian, góp phần tăng hiệu quả kinh tế. Còn phương thức mua sắm phân tán là phương thức truyền thống đang được áp dụng phổ biến hiện nay ở Việt Nam. Theo phương thức này, các cơ quan dự toán trực tiếp tổ chức thực hiện mua sắm tài sản để phục vụ công tác cho đơn vị mình.

Hệ thống văn bản pháp luật về quản lý tài sản công quy định phương thức, quy trình và thẩm quyền quyết định mua sắm công, gồm: Luật Quản lý sử dụng tài sản nhà nước (TSNN) quy định việc mua sắm TSNN phải phù hợp với tiêu chuẩn, định mức, chế độ quản lý, sử dụng TSNN, Nghị định số 52/2009/NĐ-CP ngày 03/6/2009 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Quản lý, sử dụng TSNN quy định việc mua sắm TSNN được thực hiện theo một trong hai phương thức là mua sắm tập trung và mua sắm phân tán.

Đến năm 2017, cả nước có tổng số 221.469 gói thầu thực hiện theo Luật Đấu thầu 2013, tăng 24.748 gói thầu so với năm 2016, với tổng giá gói thầu gần 559.157 tỷ đồng và tổng giá trúng thầu gần 520.120 tỷ đồng, chênh lệch giữa tổng giá gói thầu và tổng giá trúng thầu gần 39.037 tỷ đồng, đạt tỷ lệ tiết kiệm bình quân thông qua đấu thầu là 6,98%. Năm 2016, tổng giá gói thầu hơn 545.798 tỷ đồng và tổng giá trúng thầu gần 506.994 tỷ đồng, chênh lệch giảm 38.804 tỷ đồng, đạt tỷ lệ tiết kiệm trung bình 7,11%.

Như vậy, trên bình diện tổng thể, so với năm 2016, các gói thầu thực hiện năm 2017 tăng cả về số lượng gói thầu, tổng giá gói thầu và tổng giá trúng thầu nhưng tỷ lệ tiết kiệm năm 2017 (đạt 6,98%) giảm nhẹ so với tỷ lệ tiết kiệm năm 2016 (đạt 7,11%).

Theo Bộ KH&ĐT, năm 2017, các gói thầu sử dụng vốn nhà nước cho mục tiêu đầu tư phát triển (gồm cả vốn ODA và vốn vay ưu đãi của nhà tài trợ) có số lượng lớn nhất 174.441 gói thầu (chiếm 78,77%) với tổng giá gói thầu 384.028 tỷ đồng (chiếm 68,68%) và tổng giá trúng thầu gần 360.696 tỷ đồng (chiếm 69,35%), tỷ lệ tiết kiệm đạt trung bình 6,08% (năm 2016, con số tỷ lệ tiết kiệm của các gói thầu này là 6,36%).

Bảng 3.2. Thực hiện hoạt động đấu thầu của Việt Nam giai đoạn 2015 - 2017*ĐVT: Tỷ đồng*

TT	Chỉ tiêu	Năm 2015		Năm 2016		Năm 2017	
		Giá gói thầu	Số lượng thầu	Giá gói thầu	Số lượng thầu	Giá gói thầu	Số lượng thầu
1	Gói đầu tư phát triển	407.708,6	128.694	452.583,406	157.447	384.028	174.441
2	Gói mua sắm tài sản	64.293,1	25.240	93.214,79	39.274	175.128	47.028
3	Gói sử dụng vốn liên doanh, cổ phần, hợp đồng hợp tác kinh doanh	164,2	21	0	0	0	0
Tổng hợp chung		472.238,4	153.955	545.798,198	196,721	559.156	221.469
Tỷ lệ tiết kiệm (%)		7,86		7,11		6,98	

(Nguồn: Báo cáo tình hình thực hiện hoạt động đấu thầu năm 2015, 2016, 2017)

3.1.1.3. Tiêu dùng của cá nhân

a. Xu hướng tiêu dùng Việt Nam

Hiện nay, thu nhập bình quân đầu người ở Việt Nam thấp và hơn 70% dân số sống ở khu vực nông thôn. Thực tế, theo tâm lý chung ai cũng muốn đồ tốt và rẻ. Hiện tại, Việt Nam có 3 xu thế chính. Xu thế phổ biến nhất ở các vùng nông thôn, xa các trung tâm đô thị, là thích đồ rẻ, không quan tâm tới thương hiệu cũng như các vấn đề khác. Xu thế thứ 2 là chỉ thích hàng có thương hiệu, mà phải là thương hiệu ngoại và đắt mấy cũng mua. Còn xu thế thứ 3 là tìm đến các thương hiệu trong nước có tên tuổi, có uy tín và có trách nhiệm với người tiêu dùng. Từ thực tế, cho thấy rằng người tiêu dùng Việt Nam là những người tiêu dùng khó tính và khi mua hàng thì đòi hỏi giá sản phẩm không được cao mà chất lượng lại phải tốt nhất.

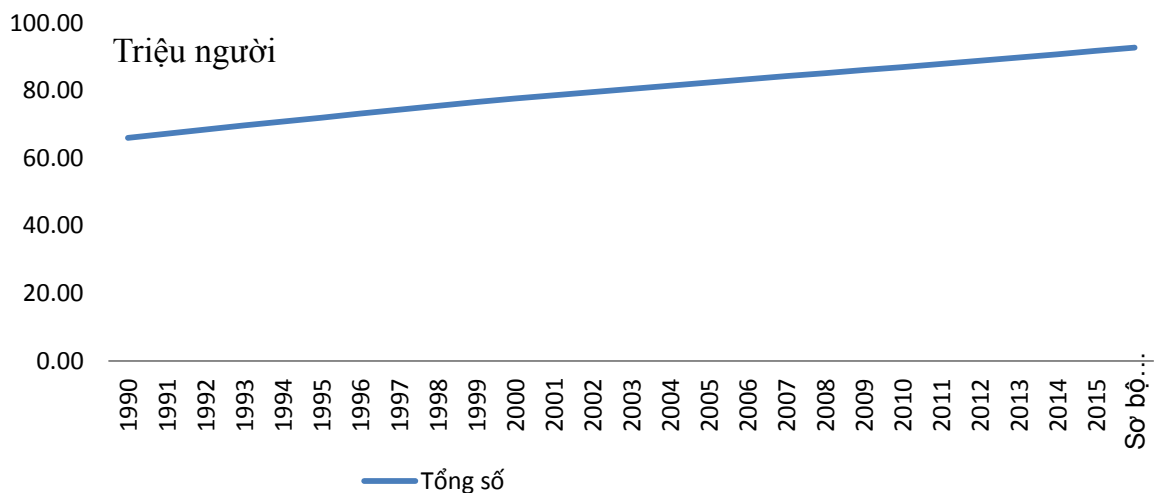
Bảng 3.3: Các loại thực phẩm hàng hóa thường tiêu dùng trong các hộ gia đình

Loại thực phẩm hàng hóa	Tỷ lệ hộ gia đình có sử dụng sản phẩm (%)
1. Các loại thực phẩm có dán nhãn sinh thái	26,9
2. Các loại thực phẩm hữu cơ	19,2
3. Hàng dệt may thông thường không dán nhãn sinh thái	53,8
4. Hàng dệt may có dán nhãn sinh thái	15,4
5. Giấy, đồ nhựa, đồ gỗ tái chế	11,5
6. Đồ gỗ, đồ nhựa nguyên chất không qua tái chế	42,3
7. Nhà và các công trình khác được xây dựng từ nguyên vật liệu thân thiện với môi trường	19,2
8. Nhà và các công trình khác được xây dựng từ nguyên vật liệu thông thường như (gạch đất nung, ngói đất nung)	62,3

(Nguồn: Số liệu tác giả điều tra năm 2018)

Người tiêu dùng được xét trong nghiên cứu này bao gồm: NTD là cá nhân/hộ gia đình, cơ quan/tổ chức và các DN. Một cá nhân, đơn vị và DN sẽ có các đặc điểm khác nhau và hàng hóa tiêu dùng khác nhau.

b. Lượng người tiêu dùng



(Nguồn: Tổng cục thống kê, 2018)

Biểu đồ 3.1: Biến động dân số Việt Nam theo thời gian

Việt Nam là một đất nước đông dân, với dân số tăng đều qua các năm. Trong vòng 26 năm theo số liệu của Tổng cục thống kê, dân số Việt Nam tăng từ khoảng 64 triệu người lên đến hơn 96 triệu người. Điều này có nghĩa rằng, Việt Nam có một lượng lớn NTD nội địa và con số này đang có xu hướng tăng qua hàng năm.

Một đặc điểm quan trọng liên quan đến dân số là sự khác biệt về số lượng dân số theo vùng. Tính đến nay thì tỷ lệ dân số chủ yếu ở nông thôn. Tỷ lệ này rút ngắn theo thời gian, năm 1990 tỷ lệ dân số sống ở đô thị chiếm khoảng 20%, thì đến năm 2016 tỷ lệ này tăng lên khoảng hơn 40%. Đặc điểm này ảnh hưởng lớn đến tiêu dùng, ứng xử tiêu dùng của người Việt Nam. Sự phân bố khu vực nông thôn và thành thị quyết định rất lớn đến khả năng ứng xử với TDX.

** Doanh nghiệp/cơ quan tổ chức*

Tính đến năm 2018, tổng đơn vị kinh tế/hành chính gần 6 triệu đơn vị, trong đó số DN là 518 nghìn DN, số lượng cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể

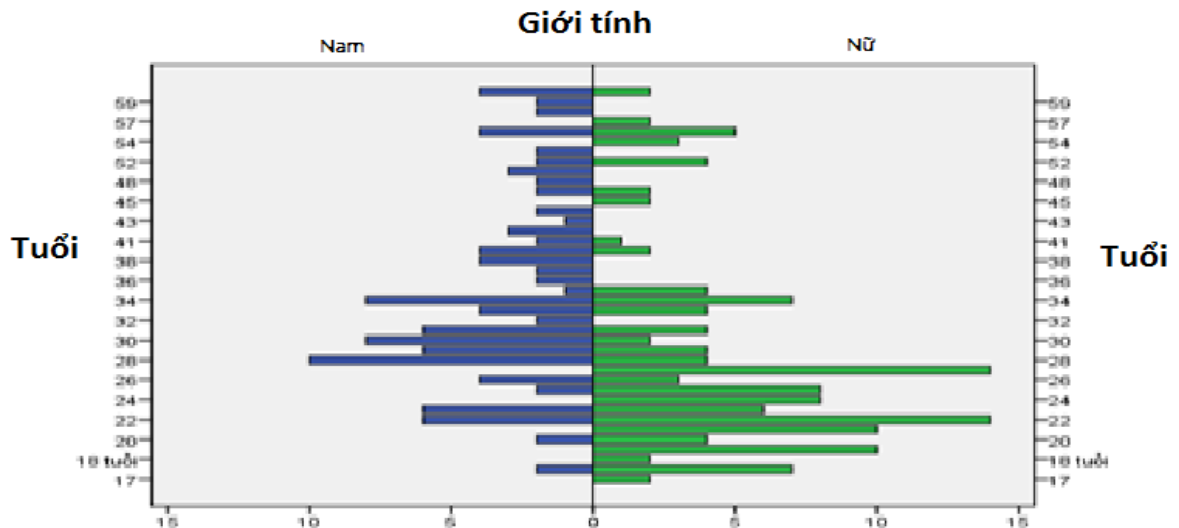
chiếm 5,1 triệu cơ sở sản xuất kinh doanh, số hợp tác xã chiếm khoảng 13,56 nghìn HTX. Số lượng đơn vị hành chính sự nghiệp chiếm một tỷ lệ khá lớn khoảng 143,7 nghìn đơn vị. Số liệu cho thấy rằng NTD từ các đơn vị kinh tế/hành chính và các DN chiếm một lượng rất lớn.

Bảng 3.4: Số lượng đơn vị kinh tế, hành chính sự nghiệp ở Việt Nam

Đơn vị kinh tế/hành chính	Số lượng (nghìn)
1. Số DN	518
2. Số Hợp tác xã	13,56
3. Số cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể	5100
4. Số lượng đơn vị hành chính sự nghiệp	143,7
5. Cơ sở thuộc tôn giáo, tín ngưỡng	42,7
Tổng	5.817,96

(Nguồn: Tổng cục thống kê, 2018)

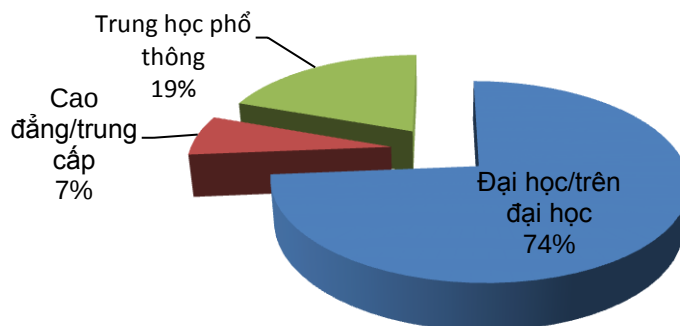
* Hộ gia đình/cá nhân



(Nguồn: Tổng hợp từ điều tra, 2018)

Biểu đồ 3.2: Đặc điểm giới và tuổi của người tiêu dùng

Kết quả khảo sát người tiêu dùng chủ yếu có trình độ đại học/trên đại học chiếm tỷ lệ lớn nhất với khoảng 74%. Trung học phổ thông chiếm một tỷ lệ khoảng gần 1/5 còn lại là trình độ cao đẳng và trung cấp.



(Nguồn: Tổng hợp từ điều tra, 2018)

Biểu đồ 3.3: Đặc điểm giới và tuổi của người tiêu dùng

Trong số những người được khảo sát thì chủ yếu là thuộc các hộ khá và trung bình, chỉ có khoảng 1% là hộ nghèo.

Từ phân tích trên cho thấy, Việt Nam là đất nước có lượng NTD lớn bao gồm các cá nhân (hơn 96 triệu người), đơn vị kinh tế/hành chính (gần 6 triệu đơn vị). Sự phân bố dân số tập trung nhiều hơn ở khu vực nông thôn, trong đó xu hướng tăng lượng người ở đô thị và giảm số lượng người ở nông thôn cho phép dự đoán được đặc điểm của NTD trong từng khu vực trong cả nước.

3.1.2. Thực trạng tiêu dùng xanh ở Việt Nam

a. Mua sắm xanh của Chính phủ

Tăng trưởng xanh nhằm đạt được một nền kinh tế xanh và hướng tới phát triển bền vững đang là xu hướng chung của nhiều quốc gia trên thế giới, kể từ sau Hội nghị Rio+20. Việt Nam có chiến lược tăng trưởng xanh, kế hoạch hành động cho tăng trưởng xanh đã được Thủ tướng Chính phủ ban hành và đang được triển khai tại các Bộ/ngành và địa phương. Bên cạnh đó, cùng với việc thực hiện Chiến lược tăng trưởng xanh, Việt Nam đang có xu hướng chuyển sang nền kinh tế xanh. Để thực sự trở thành nền kinh tế xanh, động lực thúc đẩy là tăng

trường xanh, trong đó tiêu dùng xanh có vai trò hết sức quan trọng.

So với các nước trong khu vực, yêu cầu về sản phẩm xanh (sản phẩm thân thiện với môi trường) trên thị trường Việt Nam cũng như nhận thức của người tiêu dùng Việt Nam còn hạn chế. Các sản phẩm dán nhãn môi trường cũng như cách nhận biết còn chưa rõ và phổ biến đối với người tiêu dùng. Xu hướng toàn cầu hóa, đòi hỏi chúng ta cần phải thay đổi. Các doanh nghiệp Việt Nam sẽ phải đối mặt với sự cạnh tranh và mất thị phần không chỉ trong nước mà còn trên thị trường quốc tế và yêu cầu của thị trường về sản phẩm xanh. Việt Nam sẽ cần có các hoạt động thúc đẩy và hỗ trợ các doanh nghiệp nhanh chóng hội nhập và nâng cao ý thức của người tiêu dùng khi lựa chọn mua sản phẩm. Đồng thời các chính sách và qui định của nhà nước rõ ràng và cụ thể hơn nhằm tạo điều kiện để các sản phẩm xanh có chỗ đứng và phát triển.

Việt Nam đang triển khai một số hoạt động liên quan đến sản xuất và tiêu dùng bền vững mà trong đó tiêu dùng xanh cũng đã bắt đầu được nhắc đến nhiều hơn. Nhiều văn bản liên quan đã được ký kết như: Tuyên ngôn quốc tế và Kế hoạch hành động quốc gia về sản xuất và tiêu dùng bền vững (1999), Luật sử dụng năng lượng tiết kiệm, hiệu quả; tuyên ngôn quốc tế về sản xuất sạch hơn vào năm 1999, Luật sử dụng năng lượng tiết kiệm, hiệu quả. Các hoạt động sản xuất và tiêu dùng bền vững cũng được triển khai tại Việt Nam hơn 10 năm qua. Các chương trình liên quan đến sản phẩm xanh như chương trình cấp Nhãn sinh thái của Bộ TN&MT, Nhãn tiết kiệm năng lượng của Bộ Công thương, Nhãn sinh thái cho ngành du lịch cũng được triển khai.

Các chương trình liên quan đến sản phẩm xanh như Chương trình cấp Nhãn sinh thái của Bộ TN&MT, Nhãn tiết kiệm năng lượng của Bộ Công thương, Nhãn sinh thái cho ngành du lịch cũng được triển khai.

b. Mua sắm sử dụng xanh của cá nhân

Trong những năm gần đây, mức độ phổ biến của các loại thực phẩm hữu cơ cũng đã tăng lên do cộng đồng ngày càng quan tâm nhiều tới vấn đề vệ sinh

an toàn thực phẩm. Thực phẩm hữu cơ là những loại thực phẩm được sản xuất bằng phương thức canh tác hữu cơ. Phương thức canh tác này yêu cầu không sử dụng phân bón hóa học, các hóa chất bảo vệ thực vật độc hại, các chất kích thích tăng trưởng.

Bảng 3.5: Danh mục các sản phẩm xanh của Việt Nam

STT	Sản phẩm	Công ty	Mã số chứng nhận	Hiệu lực
1	Bột giặt Tide	Công ty TNHH Procter & Gramble	Số 52/QĐ-TCMT-2011	18/01/2011 - 18/01/2014
2	- Bóng đèn huỳnh quang compact (33 loại) - Bóng đèn huỳnh quang ống thẳng (10 loại) - Bóng đèn double wing (3 loại)	Công ty Cổ phần bóng đèn Điện Quang	Số 1228/QĐ-TCMT-2014	10/10/2014 - 10/10/2017
3	Sơn phủ dùng trong xây dựng: - Majestic Pearl Silk - Jotashield	Công ty TNHH Sơn Jotun Việt Nam	Số 83/QĐ-TCMT-2014	20/2/2014 - 20/2/2017
4	Máy in: - Fuji Xerox DocuPrint P355d - Fuji Xerox DocuPrint P355db	Văn phòng đại diện Fuji Xerox Asia Pacific Pte Ltd.	Số 512/QĐ-TCMT-2014	29/5/2014 - 29/5/2017
5	Sơn phủ dùng trong xây dựng: - Majestic đẹp hoàn hảo - bóng sang trọng - Majestic đẹp hoàn hảo - mờ cổ điển	Công ty TNHH Sơn Jotun Việt Nam	Số 599/QĐ-TCMT-2014	20/6/2014 - 20/6/2017
6	Bình ắc quy GS, Bình ắc quy Yuasa	Công ty TNHH Ắc quy GS Việt Nam	Số 1634/QĐ-TCMT-2016	01/11/2016 - 01/11/2019

(Nguồn: Tổng hợp từ Văn phòng Nhãn xanh Việt Nam, năm 2018)

Bên cạnh các loại thực phẩm hữu cơ đã được sản xuất trong nước như các loại rau, gạo và trứng, nhiều loại thực phẩm khác được dán nhãn - hữu cơ như

sữa, thịt và hoa quả, được nhập khẩu từ các nước khác (Theo cục xúc tiến thương mại Việt Nam VIETTRADE). Theo các kết quả nghiên cứu, quy mô chính xác của thị trường thực phẩm hữu cơ Việt Nam chưa được xác định, nhưng thị trường này vẫn còn rất nhỏ. Tuy nhiên, có các dấu hiệu cho thấy thị trường này đang có những tín hiệu tăng trưởng khả quan. Các nghiên cứu đã cho thấy nếu nguồn cung tăng lên, rất nhiều người tiêu dùng Việt Nam sẵn sàng trả giá cao cho các loại sản phẩm thực phẩm hữu cơ an toàn.

Trong số các chất thải sinh hoạt, một trong những loại gây hại nghiêm trọng đến môi trường đó là túi nilon. Vì tiện lợi và giá thành rẻ, thực tế cho thấy rằng túi nilon được sử dụng trong hầu hết các hoạt động mua bán, đóng gói. Các siêu thị lớn như BigC tiêu thụ 10 tấn/tháng, tại Đồng Xuân mỗi hộ kinh doanh sử dụng 200-300 túi/ngày. Trong số các loại bao bì đang được sử dụng, loại túi siêu mỏng có số lượng lưu thông nhiều hơn cả, song lại không có giá trị thu gom, tái chế nên tồn tại ở hầu khắp các bãi rác và hầu như không hề phân hủy, và hầu như chưa được quản lý ở các khâu trong suốt vòng đời từ sản xuất, lưu thông phân phối đến thải bỏ, thu gom và xử lý. Ước tính, mỗi hộ dân ở thành thị đang thải ra khoảng 2-5 túi nilon mỗi ngày nên Việt Nam đang thải ra môi trường 20- 60 tấn nhựa/ngày chỉ tính riêng cho túi nilon.

Chiến lược phát triển kinh tế-xã hội của Việt Nam giai đoạn 2011-2020 đã khẳng định yêu cầu cấp thiết: “Nâng cao ý thức bảo vệ môi trường, gắn nhiệm vụ, mục tiêu bảo vệ môi trường với phát triển kinh tế-xã hội, Chú trọng phát triển kinh tế xanh, thân thiện với môi trường, Thực hiện sản xuất và tiêu dùng bền vững, Từng bước phát triển năng lượng sạch, sản xuất sạch, tiêu dùng sạch.”

Tiếp đến Chiến lược phát triển bền vững giai đoạn 2011-2020 trong các định hướng kinh tế cần ưu tiên trong giai đoạn 2011-2020 cũng đã nêu rõ, để thực hiện sản xuất và tiêu dùng bền vững, cần phải đẩy mạnh áp dụng rộng rãi sản xuất sạch hơn để nâng cao hiệu quả sử dụng tài nguyên thiên nhiên, nguyên vật liệu, năng lượng, nước, đồng thời giảm thiểu phát thải và hạn chế mức độ gia

tăng ô nhiễm, bảo vệ chất lượng môi trường, sức khỏe con người, đảm bảo phát triển bền vững.

Xây dựng văn hóa tiêu dùng văn minh, hài hòa và thân thiện với thiên nhiên. Từng bước thực hiện dần nhãn sinh thái, mua sắm xanh. Phát triển thị trường sản phẩm sinh thái và sáng kiến cộng đồng về sản xuất và tiêu dùng bền vững. Áp dụng những chính sách điều chỉnh những hành vi tiêu dùng không hợp lý.

Mặt khác, để tạo đà cho quá trình xanh hóa nền kinh tế, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 1393 “Phê duyệt Chiến lược Tăng trưởng xanh thời kỳ 2011-2020 và tầm nhìn 2050,” trong đó có hai nhiệm vụ liên quan đến tiêu dùng xanh là xanh hóa sản xuất và xanh hóa tiêu dùng.

Xanh hóa sản xuất là thực hiện một chiến lược công nghiệp hóa sạch thông qua rà soát, điều chỉnh những quy hoạch ngành hiện có, sử dụng tiết kiệm và hiệu quả tài nguyên, khuyến khích phát triển công nghệ xanh, nông nghiệp xanh.

Xanh hóa lối sống, thúc đẩy tiêu dùng bền vững, kết hợp nếp sống đẹp truyền thống với những phương tiện văn minh hiện đại để tạo nên đời sống tiện nghi.

Chiến lược Tăng trưởng xanh là cơ sở pháp lý quan trọng để xây dựng các chính sách liên quan đến tiêu dùng xanh ở Việt Nam trong giai đoạn tới. Như vậy, chuyển đổi mô hình tiêu dùng theo hướng xanh và bền vững đã trở thành đường lối, quan điểm, chính sách xuyên suốt của Đảng và Nhà nước và là một nội dung căn bản của mục tiêu phát triển ở Việt Nam hiện nay.

Bên cạnh các tác động từ chính sách, phong trào, chương trình hành động về tiêu dùng xanh đã được phát triển rộng rãi trên cả nước, bước đầu đã đạt những kết quả tốt, thu hút được đông đảo người dân tham gia.

3.2. Thực trạng chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam

3.2.1. Thực trạng chủ trương, chính sách chung của Đảng và Nhà nước về tiêu dùng xanh ở Việt Nam

Đảng và Nhà nước đã ban hành các văn bản quy phạm pháp luật của Nhà nước, các nghị quyết của Đảng, đây là cơ sở chính trị - pháp lý quan trọng cho

việc hoạch định và thực thi chính sách TDX ở nước ta, bao gồm:

Thứ nhất, Hiến pháp

Hiến pháp 2013, vấn đề BVMT còn được cụ thể hóa hơn “1. Nhà nước có chính sách bảo vệ môi trường, quản lý, sử dụng hiệu quả, bền vững các nguồn tài nguyên thiên nhiên; bảo tồn thiên nhiên, đa dạng sinh học, chủ động phòng, chống thiên tai, ứng phó với biến đổi khí hậu. 2. Nhà nước khuyến khích mọi hoạt động bảo vệ môi trường, phát triển, sử dụng năng lượng mới, năng lượng tái tạo. 3. Tổ chức, cá nhân gây ô nhiễm môi trường, làm suy kiệt tài nguyên thiên nhiên và suy giảm đa dạng sinh học phải bị xử lý nghiêm và có trách nhiệm khắc phục, bồi thường thiệt hại” (Điều 63). Hơn nữa, trong bản Hiến pháp này, BVMT để môi trường sống được trong lành không chỉ là nghĩa vụ mà còn là quyền của con người: “Mọi người có quyền được sống trong môi trường trong lành và có nghĩa vụ bảo vệ môi trường” (Điều 43).

Thứ hai, Các nghị quyết, chỉ thị của Đảng và Ban bí thư

(1) Chỉ thị số 29-CT/TW ngày 21/01/2009 của Ban Bí thư Trung ương Đảng khóa X về tiếp tục đẩy mạnh thực hiện Nghị quyết 41-NQ/TW, ngày 15/11/2004 của Bộ Chính trị khóa IX về “*Bảo vệ môi trường trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước*”. Chỉ thị đã khẳng định tính quan trọng và cần thiết thúc đẩy các giải pháp bảo vệ môi trường và lồng ghép chúng trong các hoạt động phát triển KT-XH; đẩy mạnh ứng dụng khoa học kỹ thuật vào sản xuất, xử lý nghiêm khắc các hành vi gây ô nhiễm môi trường, đồng thời tăng cường sản xuất và sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường.

(2) Nghị quyết số 24-NQ/TW ngày 03/6/2013 của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI về chủ động ứng phó với biến đổi khí hậu, tăng cường quản lý tài nguyên và môi trường. Nghị quyết đã nêu rõ các nhiệm vụ và quan điểm:

- Đẩy mạnh thực hiện các chương trình, dự án đầu tư xử lý nước thải, nhất là nước thải chứa kim loại nặng, chất phóng xạ, nước thải y tế, nước thải công nghiệp, nước thải chế biến nông, lâm, hải sản, nước thải sinh hoạt đô thị. Tập

trung xử lý chất thải rắn, quản lý chất thải nguy hại. Thúc đẩy tái sử dụng, tái chế và sản xuất, thu hồi năng lượng từ chất thải.

- Phát triển ngành kinh tế môi trường trên cơ sở ngành công nghiệp môi trường, dịch vụ bảo vệ môi trường và tái chế chất thải. Đẩy mạnh xã hội hoá hoạt động bảo vệ môi trường, thúc đẩy phát triển, sử dụng năng lượng mới, năng lượng sạch, năng lượng tái tạo, sản xuất và tiêu dùng bền vững.

(3) Đại hội XII của Đảng xác định đến năm 2020, hoạt động KT-XH có những bước chuyển cơ bản trong khai thác, sử dụng tài nguyên theo hướng hợp lý, hiệu quả và bền vững, kiểm chế mức độ gia tăng ô nhiễm môi trường, suy giảm đa dạng sinh học nhằm bảo đảm chất lượng môi trường sống, duy trì cân bằng sinh thái, hướng tới nền KTX, thân thiện với môi trường, trong đó chú trọng đến việc sử dụng năng lượng tiết kiệm, hiệu quả, giảm mức phát thải khí nhà kính.

Thứ ba, các văn bản, quy phạm pháp luật của Nhà nước

(1) Nghị quyết số 27/NQ-CP: Chính phủ đã ban hành Nghị quyết số 27/NQ-CP ngày 12/6/2009 về một số giải pháp cấp bách trong công tác quản lý nhà nước về tài nguyên và môi trường, giao trách nhiệm cụ thể cho từng bộ ngành có liên quan giải quyết các vấn đề tài nguyên và môi trường cấp bách, trong đó chú trọng xử lý kịp thời và triệt để các cơ sở gây ô nhiễm môi trường, phát triển ngành công nghiệp môi trường, hướng dẫn thực hiện sản xuất sạch hơn, áp dụng công nghệ sạch và thân thiện môi trường đối với các cơ sở ngành Công Thương, thay đổi mô hình sản xuất công nghiệp theo hướng bền vững, định hướng đến một nền công nghiệp xanh.

(2) Luật Bảo vệ Môi trường: Luật Bảo vệ Môi trường 2014 có hiệu lực thi hành từ ngày 01/01/2015. Luật này kế thừa những nội dung cơ bản của Luật Bảo vệ Môi trường 2005, khắc phục những hạn chế của những điều khoản thiếu tính thực thi; luật hóa những chủ trương, chính sách mới về Bảo vệ Môi trường. Thúc đẩy TDX được đề cập đến 8 trong số 170 Điều, đó là: Điều 5, Điều 6, Điều 41, Điều 42, Điều 43, Điều 44, Điều 45, Điều 151. Trong đó, Điều 43, 44 và 151 có

liên quan trực tiếp và là cơ sở để thúc đẩy các hoạt động tiêu dùng hướng tới tính bền vững ở Việt Nam.

(3) Luật sử dụng tiết kiệm năng lượng năm 2010 và hiệu quả và các văn bản hướng dẫn: Năm 2010 Quốc hội ban hành Luật sử dụng tiết kiệm năng lượng và hiệu quả, sau đó năm 2011 Chính phủ ban hành các Nghị định triển khai thi hành luật: Nghị định 21/2011/NĐ-CP về quy định chi tiết và biện pháp thi hành luật sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả, Nghị định 73/2011/NĐ-CP về quy định xử phạt vi phạm hành chính về sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả và năm 2012 phê duyệt Chương trình mục tiêu quốc gia về sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả giai đoạn 2012 - 2015 (Quyết định số 1427/QĐ-TTg ngày 2/10/2012) với mục tiêu tiết kiệm từ 3 tới 5% lượng năng lượng tiêu thụ trong giai đoạn 2006-2010 và từ 5 tới 8% trong giai đoạn 2011-2015.

3.2.2. Nhóm chính sách nhằm hạn chế tiêu dùng sản phẩm “nâu”

a. Chính sách thuế đối với sản phẩm khi tiêu dùng gây nguy hại đối với môi trường

a.1. Chính sách thuế bảo vệ môi trường

Luật thuế bảo vệ môi trường được Quốc hội thông qua ngày 15/11/2010, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/01/2012.

Mục tiêu ban hành thuế bảo vệ môi trường là: (1) Đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế bền vững, khuyến khích phát triển kinh tế đi đôi giảm ô nhiễm môi trường, (2) Nâng cao ý thức BVMT của toàn xã hội, từ đó góp phần thay đổi nhận thức, hành vi của tổ chức, cá nhân trong sản xuất và tiêu dùng nhằm giảm phát thải ô nhiễm tại nguồn, (3) Tăng cường quản lý nhà nước, thể chế hóa chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước, thực hiện cam kết của Chính phủ với cộng đồng quốc tế, (4) Động viên hợp lý đóng góp của xã hội, tạo thêm nguồn thu để giải quyết vấn đề môi trường, đảm bảo tính cạnh tranh của nền kinh tế, của các sản phẩm chủ yếu của Việt Nam.

Bảng 3.6. Biểu khung thuế bảo vệ môi trường

STT	Hàng hóa	Đơn vị tính	Mức thuế (đồng/1 đơn vị hàng hóa)
I	Xăng, dầu, mỡ nhờn		
1	Xăng, trừ etanol	Lít	1.000-4.000
2	Nhiên liệu bay	Lít	1.000-3.000
3	Dầu diesel	Lít	500-2.000
4	Dầu hỏa	Lít	300-2.000
5	Dầu mazut	Lít	300-2.000
6	Dầu nhờn	Lít	300-2.000
7	Mỡ nhờn	Kg	300-2.000
II	Than đá		
1	Than nâu	Tấn	10.000-30.000
2	Than an-tra-xít(antraxit)	Tấn	20.000-50.000
3	Than mỡ	Tấn	10.000-30.000
4	Than đá khác	Tấn	10.000-30.000
III	Dung dịch Hydro-chloro-flouro-carbon (HCFC)	Kg	1.000-5.000
IV	Túi ni lông thuộc diện chịu thuế	Kg	30.000-50.000
V	Thuộc diệt cỏ thuộc loại hạn chế sử dụng	Kg	500-2.000
VI	Thuốc trừ mối thuộc loại hạn chế sử dụng	Kg	1.000-3.000
VII	Thuốc bảo quản lâm sản thuộc loại hạn chế sử dụng	Kg	1.000-3.000
VIII	Thuốc khử trùng kho thuộc loại hạn chế sử dụng	Kg	1.000-3.000

(Nguồn: Luật thuế bảo vệ môi trường)

Bảng 3.7. Mức thu thuế bảo vệ môi trường hiện hành

STT	Hàng hóa	Đơn vị tính	Mức thuế (đồng/1 đơn vị hàng hóa)
I	Xăng, dầu, mỡ nhờn		
1	Xăng, trừ etanol	Lít	3.000
2	Nhiên liệu bay	Lít	3.000
3	Dầu diesel	Lít	1.500
4	Dầu hỏa	Lít	300
5	Dầu mazut	Lít	900
6	Dầu nhờn	Lít	900
7	Mỡ nhờn	Kg	900
II	Than đá		
1	Than nâu	Tấn	10.000
2	Than an-tra-xít (antraxit)	Tấn	20.000
3	Than mỡ	Tấn	10.000
4	Than đá khác	Tấn	10.000
III	Dung dịch Hydro-chloro-flouro-carbon (HCFC)	Kg	4.000
IV	Túi ni lông thuộc diện chịu thuế	Kg	40.000
V	Thuốc diệt cỏ thuộc loại hạn chế sử dụng	K	500
VI	Thuốc trừ mối thuộc loại hạn chế sử dụng	Kg	1.000
VII	Thuốc bảo quản lâm sản thuộc loại hạn chế sử dụng	Kg	1.000
VIII	Thuốc khử trùng kho thuộc loại hạn chế sử dụng	kg	1.000

(Nguồn: Nghị quyết số 888a/2015/UBTVQH13 ngày 10/3/2015)

Đối tượng chịu thuế bảo vệ môi trường gồm: (1) Xăng, dầu, mỡ nhờn, (2) Than đá, (3) Dung dịch hydro-chloro-fluoro-carbon (HCFC), (4) Túi ni lông thuộc diện chịu thuế, (5) Thuốc diệt cỏ thuộc loại hạn chế sử dụng, (6) Thuốc trừ mối thuộc loại hạn chế sử dụng, (7) Thuốc bảo quản lâm sản thuộc loại hạn chế sử dụng, (8) Thuốc khử trùng kho thuộc loại hạn chế sử dụng.

Trên cơ sở quy định của Luật thuế bảo vệ môi trường, Ủy ban Thường vụ Quốc hội quy định mức thu cụ thể thuế bảo vệ môi trường.

a.2. Chính sách thuế tiêu thụ đặc biệt

Theo quy định hiện hành, xe ô tô dưới 24 chỗ ngồi, xe mô – tô trên 125 cm³ xăng các loại thuộc đối tượng chịu thuế tiêu thụ đặc biệt. Đối với xe ô tô dưới 24 chỗ ngồi, loại xe có dung tích xi lanh càng lớn thì mức thuế suất càng cao.

Bảng 3.8. Biểu thuế tiêu thụ đặc biệt

STT	Hàng hóa, dịch vụ	Thuế suất (%)
a)	Xe ô tô chở người từ 9 chỗ trở xuống, trừ loại quy định tại các Điểm 4đ, 4e và 4g của Biểu thuế quy định tại Điều này	
	- Loại có dung tích xi lanh từ 1.500 cm ³ trở xuống	
	+ Từ ngày 01/7/ 2016 đến hết ngày 31/12/2017	40
	+ Từ ngày 01 tháng 01 năm 2018	35
	- Loại có dung tích xi lanh trên 1.500 cm ³ đến 2.000 cm ³	
	+ Từ ngày 01/7/2016 đến hết ngày 31/12/2017	45
	+ Từ ngày 01 tháng 01 năm 2018	40
	- Loại có dung tích xi lanh trên 2.000 cm ³ đến 2.500 cm ³	50
	- Loại có dung tích xi lanh trên 2.500 cm ³ đến 3.000 cm ³	
	+ Từ ngày 01/7/2016 đến hết ngày 31/12/2017	55
	+ Từ ngày 01 tháng 01 năm 2018	60
	- Loại có dung tích xi lanh trên 3.000 cm ³ đến 4.000 cm ³	90
	- Loại có dung tích xi lanh trên 4.000 cm ³ đến 5.000 cm ³	110

STT	Hàng hóa, dịch vụ	Thuế suất (%)
	- Loại có dung tích xi lanh trên 5.000 cm ³ đến 6.000 cm ³	130
	- Loại có dung tích xi lanh trên 6.000 cm ³	150
b)	Xe ô tô chở người từ 10 đến dưới 16 chỗ, trừ loại quy định tại các Điểm 4đ, 4e và 4g của Biểu thuế quy định tại Điều này	15
c)	Xe ô tô chở người từ 16 đến dưới 24 chỗ, trừ loại quy định tại các Điểm 4đ, 4e và 4g của Biểu thuế quy định tại Điều này	10
d)	Xe ô tô vừa chở người, vừa chở hàng, trừ loại quy định tại các Điểm 4đ, 4e và 4g của Biểu thuế quy định tại Điều này	
	- Loại có dung tích xi lanh từ 2.500 cm ³ trở xuống	15
	- Loại có dung tích xi lanh trên 2.500 cm ³ đến 3.000 cm ³	20
	- Loại có dung tích xi lanh trên 3.000 cm ³	25
đ)	Xe ô tô chạy bằng xăng kết hợp năng lượng điện, năng lượng sinh học, trong đó tỷ trọng xăng sử dụng không quá 70% số năng lượng sử dụng	Bằng 70% mức thuế suất áp dụng cho xe cùng loại quy định tại Biểu thuế.
e)	Xe ô tô chạy bằng năng lượng sinh học	Bằng 50% mức thuế suất áp dụng cho xe cùng loại quy định tại Biểu thuế.
g)	Xe ô tô chạy bằng điện	
	- Loại chở người từ 9 chỗ trở xuống	15
	- Loại chở người từ 10 đến dưới 16 chỗ	10
	- Loại chở người từ 16 đến dưới 24 chỗ	5
	- Loại thiết kế vừa chở người, vừa chở hàng	10
	- Từ ngày 01 tháng 01 năm 2018	75

(Nguồn: Luật số 106/2016/QH13 ngày 06/4/2016)

Đối với mặt hàng xăng: Do đây là loại nhiên liệu hóa thạch, gây ô nhiễm môi trường nên áp dụng thuế tiêu thụ đặc biệt nhằm hạn chế tiêu dùng. Theo đó, áp dụng mức thuế suất 10% đối với mặt hàng xăng.

a.4. Chính sách thuế tài nguyên

Ở Việt Nam, pháp lệnh Thuế tài nguyên vào ngày 30 tháng 3 năm 1990 tạo cơ sở pháp lý quan trọng góp phần bảo vệ, khai thác, sử dụng tài nguyên tiết kiệm, hợp lý, có hiệu quả, bảo vệ môi trường và bảo đảm nguồn thu cho ngân sách nhà nước.

Tiếp đó, ngày 16/4/1998, Ủy ban Thường vụ Quốc hội đã ban hành Pháp lệnh thuế tài nguyên (sửa đổi) có hiệu lực thi hành từ 1/6/1998 thay thế Pháp lệnh thuế tài nguyên ngày 30/3/1990. Pháp lệnh thuế tài nguyên năm 1998 đã được sửa đổi, bổ sung năm 2008 cho phù hợp với thực tiễn phát triển và yêu cầu quản lý, khai thác tài nguyên.

Luật thuế tài nguyên số 45/2009/QH12 ngày 25/11/2009, có hiệu lực từ ngày 01/7/2010, thay thế Pháp lệnh thuế tài nguyên năm 1998 đã kế thừa, luật hóa các quy định của pháp luật về thuế liên quan đến tài nguyên, khắc phục những mặt hạn chế của chính sách thuế tài nguyên, tăng cường quản lý nhà nước đối với các tài nguyên, bảo vệ, khai thác, sử dụng hợp lý, tiết kiệm và có hiệu quả; bảo vệ môi trường, góp phần đảm bảo ổn định nguồn thu ngân sách nhà nước.

Luật thuế tài nguyên quy định tổ chức, cá nhân nộp thuế tài nguyên khi có hoạt động khai thác tài nguyên thuộc đối tượng chịu thuế tài nguyên, bao gồm: khoáng sản kim loại, khoáng sản phi kim loại; dầu thô, khí thiên nhiên, khí than, sản phẩm của rừng tự nhiên, trù động vật, hải sản tự nhiên (gồm động vật và thực vật biển), nước thiên nhiên (gồm mặt nước và nước dưới đất), yếm sào thiên nhiên. Số thuế tài nguyên được xác định dựa trên sản lượng tài nguyên tính thuế, giá tính thuế và thuế suất.

Mức thuế suất thuế tài nguyên hiện hành được áp dụng theo Nghị quyết số 1084/2015/UBTVQH13 ngày 10/12/2015 của Ủy ban Thường vụ Quốc hội ban hành biểu mức thuế suất thuế tài nguyên có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2016 bao gồm thuế suất dành cho các loại tài nguyên như: Khoáng sản kim loại; khoáng sản không kim loại; sản phẩm rừng tự nhiên; hải sản tự nhiên; nước thiên nhiên; yếm sào thiên nhiên; tài nguyên khác trừ dầu thô và khí thiên nhiên, khí than, cụ thể được trình bày tại phụ lục 3.

Bảng 3.9. Biểu mức thuế suất đối với dầu thô và khí thiên nhiên, khí than:

STT	Sản lượng khai thác	Thuế suất (%)	
		Dự án khuyến khích đầu tư	Dự án khác
I	Đối với dầu thô		
1	Đến 20.000 thùng/ngày	7	10
2	Trên 20.000 thùng đến 50.000 thùng/ngày	9	12
3	Trên 50.000 thùng đến 75.000 thùng/ngày	11	14
4	Trên 75.000 thùng đến 100.000 thùng/ngày	13	19
5	Trên 100.000 thùng đến 150.000 thùng/ngày	18	24
6	Trên 150.000 thùng/ngày	23	29
II	Đối với khí thiên nhiên, khí than		
1	Đến 5 triệu m ³ /ngày	1	2
2	Trên 5 triệu m ³ đến 10 triệu m ³ /ngày	3	5
3	Trên 10 triệu m ³ /ngày	6	10

(Nguồn: Nghị quyết số 1084/2015/UBTVQH13 ngày 10/12/2015)

b. Chính sách hạn chế nhiên liệu phát thải Các bon và xoá bỏ hỗ trợ giá nhiên liệu hoá thạch

Chiến lược phát triển năng lượng quốc gia, và Chương trình mục tiêu quốc gia về tiết kiệm năng lượng và hiệu quả. Các chỉ tiêu chính của các văn bản chính sách này theo hướng phát triển kinh tế xanh được tổng kết trong Bảng dưới đây:

Mục tiêu chính sách được chọn được liệt kê ở thời điểm khác nhau, cụ thể là trong năm 2020, năm 2030 và năm 2050 và có thể thấy rằng số lượng các mục tiêu cần đạt được đến năm 2020 hầu hết thể hiện những ưu tiên của chính phủ đối với mốc quan trọng đó là Việt Nam dự kiến trở thành một nước công nghiệp cơ bản. Đến năm 2020, Việt Nam sẽ tăng tỷ lệ điện tái tạo từ hầu như bằng không ở thời điểm hiện nay lên 4,5%.

Bảng 3.10: Các mục tiêu các-bon thấp của nền kinh tế từ các văn bản chính sách hiện hành

Văn bản chính sách	2020	2030	2050
Chiến lược tăng trưởng xanh, Quy hoạch phát triển điện lực quốc gia giai đoạn 2011-2020 có xét đến 2030 (Quy hoạch điện VII), Chiến lược phát triển năng lượng quốc gia, Mục tiêu chiến lược của Chương trình mục tiêu quốc gia về tiết kiệm năng lượng và hiệu quả.	- Tăng tỷ lệ điện tái tạo lên 4,5%. - Giảm hệ số co dẫn điện xuống còn 1,5 vào năm 2015 và 1 vào năm 2020 (Năm 2012 là 2): + Điện gió: 0,7% + Điện sinh khối: 0,6%. + Thủy điện: gần gấp đôi vào năm 2020. Hạt nhân: 1,5%. - Năng lượng tái tạo: 5% + 50% đơn vị sản xuất công nghiệp ứng dụng quy trình sản xuất sạch hơn. + 8-13% nhiên, nguyên liệu và tiêu dùng năng lượng được tiết kiệm. + Chuyển đổi của năng lượng phát thải ít hơn là 40%. + Tiết kiệm 5-8% tổng tiêu dùng năng lượng trong năm 2011-2015 so với BAU. - Giảm cường độ phát thải CO₂ trên mỗi đơn vị GDP so với năm 2010 khoảng 10-15%. - Giảm phát thải CO₂ khí nhà kính từ các hoạt động năng lượng khoảng 10-20% so với BAU. - Hộ gia đình nông thôn sử dụng năng lượng thương mại để nấu ăn là 80% (50% năm 2010).	- Tăng tỷ lệ điện tái tạo lên 6%. - Giảm hệ số co dẫn điện xuống <1: + Điện gió: 2,4% + Điện sinh khối: 1,1 + Điện hạt nhân: 10-11% -Giảm cường độ phát thải CO₂ trên mỗi đơn vị GDP so với năm 2010 khoảng 35-45%. -Giảm phát thải khí nhà kính 2-3%/năm (2030-2050) -Hộ gia đình nông thôn sử dụng năng lượng thương mại để nấu ăn là 100% -Công cụ thị trường để cải thiện hiệu quả năng lượng và thay đổi cấu trúc: tiếp tục từ năm 2020 -Thay đổi cấu trúc nhiên liệu trong ngành công nghiệp và giao thông vận tải (hướng tới năng lượng tái tạo).	- Năng lượng tái tạo: 11% - Hầu hết các đơn vị sản xuất công nghiệp ứng dụng quy trình sản xuất sạch hơn -Chuyển đổi năng lượng ít phát thải hơn là 80% - Công cụ thị trường để cải thiện hiệu quả năng lượng và thay đổi cấu trúc: tiếp tục từ năm 2030 - Thay đổi cấu trúc nhiên liệu trong ngành công nghiệp và giao thông vận tải (hướng tới năng lượng tái tạo).

(Nguồn: Tổng hợp từ các văn bản chính sách)

Hiệu quả tiêu thụ điện của Việt Nam hiện nay thực sự là thấp và điều này giải thích tính hợp lý của các mục tiêu của chính phủ trong Chiến lược tăng trưởng xanh giảm hệ số đàn hồi điện từ 2 trong 2012 đến 1,5 vào năm 2015 và 1 trong năm 2020. Mục tiêu này có liên quan mật thiết đến một mục tiêu khác là tiết kiệm từ 8-13 % mức tiêu thụ năng lượng, nhiên liệu, vật liệu hoặc tiết kiệm 5-8% tổng mức tiêu thụ năng lượng trong giai đoạn 2011-2015 so với kịch bản cơ sở. Đây thực sự là một mục tiêu cần sự nỗ lực rất lớn và cần có quyết tâm mạnh mẽ không chỉ từ chính phủ, mà còn từ các ngành công nghiệp và toàn xã hội.

Vào năm 2030, mục tiêu cho tỷ lệ điện tái tạo là 6% và đồng thời hệ số co giãn điện được giảm xuống nhỏ hơn 1. Quy hoạch phát triển điện 7 cũng lên kế hoạch cho cơ cấu sản xuất điện của Việt Nam trong đó cho thấy điện hạt nhân đóng một vai trò vào thời điểm đó với 10 - 11% trong tổng sản lượng điện. Ngoài những sự kiện này, các mục tiêu giảm 35-45% cường độ phát thải CO₂ trên một đơn vị GDP so với năm 2010 hoặc giảm phát thải khí nhà kính hàng năm 2-3% (2030-2050) cũng khá cao. Để đạt được các mục tiêu này, Việt Nam cần đầu tư nhiều hơn nữa cho việc xanh hoá nền kinh tế. Trong năm 2050, tỷ lệ năng lượng tái tạo dự kiến sẽ đạt 11% và hầu hết các đơn vị sản xuất công nghiệp áp dụng công nghệ sản xuất sạch hơn. Mục tiêu khá cao và cần sự nỗ lực lớn là có được chuyển đổi sang năng lượng ít phát thải hơn ở mức 80%.

Để đạt được các mục tiêu đề ra với mức độ đòi hỏi nỗ lực như trên, cần phải có một loạt các chính sách hữu hiệu hơn là đơn thuần áp dụng các giải pháp về tuyên truyền, vận động, nâng cao nhận thức của người dân và DN trong việc tiết kiệm năng lượng và hướng tới phát triển xanh mặc dù các giải pháp chính sách này cũng là cần thiết. Việc áp dụng các chính sách tài chính cho phát triển nền kinh tế xanh có lộ trình hợp lý mới thực sự là các giải pháp cơ bản nhất.

3.2.3. Nhóm chính sách nhằm ràng buộc người tiêu dùng thực hiện tiêu dùng xanh

a. Chính sách mua sắm công xanh

Trong những năm qua, hệ thống pháp luật quản lý hoạt động mua sắm công đã không ngừng hoàn thiện như Luật Ngân sách, Luật Đấu thầu, Quyết định số 170/2006/QĐ-TTg về việc ban hành Quy định tiêu chuẩn, định mức trang thiết bị và phương tiện làm việc của cơ quan và cán bộ, công chức, viên chức nhà nước... đã giúp việc kiểm soát mua sắm công được chặt chẽ hơn. Đối với các quy định mua sắm công xanh, hiện tại chưa có những chính sách, quy định cụ thể về việc tích hợp các yếu tố BVMT và công bằng xã hội trong mua sắm. Quyết định số 68/2011/QĐ-TTg về việc Ban hành Danh mục phương tiện, thiết bị tiết kiệm năng lượng được trang bị, mua sắm đối với cơ quan, đơn vị sử dụng ngân sách nhà nước. Đây là cơ sở quan trọng để hình thành một nền kinh tế xanh, thúc đẩy tiêu dùng bền vững và xây dựng lối sống xanh.

Theo kết quả điều tra cho thấy, việc triển khai thực hiện mua sắm công xanh trong giai đoạn này còn gặp phải một số trở ngại lớn, trước hết là về vấn đề nhận thức. Hầu hết, các cán bộ chịu trách nhiệm mua sắm của các cơ quan hiện nay là chưa được đào tạo, tập huấn hay được cung cấp thông tin sâu về lĩnh vực mua sắm công xanh. Trong khi đó, chúng ta vẫn thiếu cơ sở pháp lý và cơ chế tài chính để thúc đẩy triển khai hoạt động này. Nhiều cơ quan cho rằng trong bối cảnh hiện nay để tạo chuyển biến tích cực trong mua sắm công xanh nên ưu tiên giải pháp mở các lớp đào tạo, tập huấn, nghiên cứu, học tập kinh nghiệm quốc tế cho các cán bộ mua sắm. Ngoài ra, việc xây dựng khung chính sách toàn diện và hiệu quả về mua sắm công xanh là cần thiết cho Việt Nam.

Nhà nước đã ban hành một số chính sách hỗ trợ, khuyến khích hoạt động sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp trong lĩnh vực BVMT. Tuy nhiên cho đến nay các doanh nghiệp chưa nhận thức được đầy đủ và sự quan tâm đúng

mức đến chính sách này. Vì vậy chưa tạo động lực cho doanh nghiệp tiếp cận sản xuất sản phẩm xanh.

Một số doanh nghiệp đã bước đầu quan tâm đến việc giảm tác động tới môi trường trong quá trình sản xuất. Tuy nhiên, thị trường tiêu thụ các sản phẩm này mới chỉ hướng tới một số đối tượng trong khu vực tư, chưa quan tâm tới khu vực có tiềm năng rất lớn là khu vực công.

Một số doanh nghiệp cho rằng, khó khăn lớn nhất của họ hiện nay trong việc triển khai sản xuất các sản phẩm xanh là vốn và thị trường tiêu thụ. Vì vậy, các doanh nghiệp đều mong muốn và đề xuất Chính phủ sớm ban hành những chính sách, cơ chế nhằm hỗ trợ, khuyến khích và tạo động lực cho các doanh nghiệp tham gia vào ngành công nghiệp sản xuất các sản phẩm xanh đồng thời hỗ trợ đào tạo các kiến thức liên quan đến mua sắm xanh.

Tuy nhiên bên cạnh những cơ hội, một trong những rào cản đối với mua sắm công xanh chính là thói quen tiêu dùng. Thói quen tiêu dùng của người Việt bị chi phối bởi phong tục, tập quán và khả năng kinh tế. Với tốc độ phát triển kinh tế mạnh mẽ, đời sống nhân dân ngày càng được cải thiện, nhiều thói quen tiêu dùng kém bền vững nảy sinh.

b. Chính sách quy hoạch mạng lưới phân phối sản phẩm xanh để thay thế nhóm sản phẩm nâu

Chính sách phân phối tốt sẽ tác động lớn tới quyết định mua hàng của người tiêu dùng, bởi lẽ họ sẽ không thể mua một sản phẩm xanh nếu nó không xuất hiện ở kênh phân phối thuận tiện hoặc lượng hàng bị khan hiếm do các doanh nghiệp không cung cấp kịp thời. Các sản phẩm xanh thường thích hợp với các kênh phân phối hiện đại như siêu thị, các trung tâm thương mại lớn, các cửa hàng có uy tín... Doanh nghiệp có thể sử dụng những kênh phân phối của họ hoặc hợp tác với các đối tác khác có cam kết bảo vệ môi trường. Bên cạnh đó, Doanh nghiệp cần xây dựng sự khác biệt trong quá trình phân phối sản phẩm xanh của mình so với những sản phẩm thông thường.

Lợi ích của việc quy hoạch mạng lưới phân phối sản phẩm xanh để thay thế nhóm sản phẩm nâu là rất lớn, vì thế tại Quyết định 76/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Chương trình hành động quốc gia về sản xuất và tiêu dùng bền vững đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 ban hành ngày 11/01/2016, trong đó đã nhấn mạnh việc xanh hóa hệ thống phân phối và phát triển chuỗi cung ứng các sản phẩm, dịch vụ thân thiện môi trường thông qua các hoạt động: (1) Áp dụng sản xuất sạch hơn, sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả trong hoạt động phân phối các sản phẩm, dịch vụ, giảm sử dụng các bao bì khó phân hủy tại các siêu thị, trung tâm thương mại, chợ dân sinh, đẩy mạnh việc thay thế sử dụng các bao bì khó phân hủy bằng các loại bao bì thân thiện môi trường, (2) Nghiên cứu, hỗ trợ triển khai thí điểm, tổ chức phổ biến, nhân rộng một số mô hình phân phối các sản phẩm và dịch vụ thân thiện môi trường, xây dựng hệ thống tiêu chuẩn và thực hiện cấp chứng nhận mô hình phân phối xanh, thân thiện môi trường, (3) Thúc đẩy liên kết bền vững giữa nhà cung cấp nguyên liệu - nhà sản xuất - nhà phân phối - người tiêu dùng trong việc sản xuất, phân phối và sử dụng các sản phẩm, dịch vụ thân thiện môi trường, (4) Tuyên truyền, nâng cao nhận thức về sản xuất và tiêu dùng bền vững cho các đối tượng tham gia vào hệ thống phân phối và chuỗi cung ứng các sản phẩm.

Hiện nay, quy hoạch mạng lưới chợ, siêu thị và trung tâm thương mại được nêu rõ trong quyết định số 6481/QĐ-BCT về việc phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển mạng lưới chợ đến năm 2025, tầm nhìn 2035 Ban hành ngày 26/06/2015 và Quyết định số 6184/QĐ-BCT phê duyệt “Quy hoạch mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại cả nước đến 2020, tầm nhìn 2030” ban hành Ngày 19 tháng 10 năm 2012. Tuy nhiên trong các quyết định này mới chỉ ra một số nội dung như: định hướng phát triển đồng bộ mạng lưới chợ trên toàn quốc với quy mô, cơ cấu, tính chất và công năng phù hợp với nhu cầu lưu thông hàng hóa và thị trường từng địa bàn, vùng lãnh thổ

3.2.4. Nhóm chính sách nhằm khuyến khích, kích thích và hỗ trợ tiêu dùng xanh

a. Chính sách thuế xanh

Nhóm các chính sách thuế và phí là những đòn bẩy rất quan trọng và được áp dụng rộng rãi trong phát triển kinh tế xanh trên thế giới. Đó là do các chính sách này trực tiếp nâng cao hiệu quả kinh tế của các hoạt động được ưu đãi về thuế hoặc phí. Trong nền kinh tế thị trường, có rất nhiều loại thuế và phí khác nhau và về nguyên tắc hầu hết các loại thuế và phí này đều có thể lồng ghép các chính sách thúc đẩy kinh tế xanh bằng cách giảm nhẹ các nghĩa vụ này trong các hoạt động kinh tế liên quan. Độ phủ rộng của các ưu đãi thuế cũng như mức độ ưu đãi sẽ tạo nên mức độ hiệu quả khác nhau của các chính sách thúc đẩy kinh tế xanh này. Cũng như nhóm các chính sách về huy động nguồn lực tài chính, nhóm các chính sách về thuế và phí thúc đẩy phát triển kinh tế xanh được thể hiện từ ngay trong các văn bản luật như dưới đây:

Luật Thuế bảo vệ môi trường số 57/2010/QH12: Quy định số thuế bảo vệ môi trường phải nộp bằng số lượng đơn vị hàng hóa chịu thuế nhân với mức thuế tuyệt đối quy định trên một đơn vị hàng hóa. Quy định mức thuế tuyệt đối theo một Biểu khung thuế cụ thể.

Ủy ban thường vụ Quốc hội quy định mức thuế cụ thể đối với từng loại hàng hóa chịu thuế bảo đảm các nguyên tắc: Mức thuế đối với hàng hóa chịu thuế phù hợp với chính sách phát triển kinh tế - xã hội của Nhà nước trong từng thời kỳ, Mức thuế đối với hàng hóa chịu thuế được xác định theo mức độ gây tác động xấu đến môi trường của hàng hóa.

Luật số 50/2010/ QH12 về sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả: Các ưu đãi về thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu, thuế thu nhập doanh nghiệp theo quy định của pháp luật về thuế. Phương tiện, thiết bị, phụ tùng, vật tư phục vụ cho hoạt động nghiên cứu phát triển công nghệ tiết kiệm năng lượng, sản phẩm tiết kiệm năng lượng, các loại phương tiện giao thông tiết kiệm nhiên liệu, sử dụng khí hoá lỏng, khí thiên nhiên, điện, nhiên liệu hỗn hợp, sinh học mà trong nước

chưa sản xuất được và thuộc danh mục do Chính phủ quy định được miễn, giảm thuế nhập khẩu theo quy định của pháp luật về thuế.

Luật số 50/2010/QH12 về sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả: Các ưu đãi về thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu, thuế thu nhập doanh nghiệp theo quy định của pháp luật về thuế. Phương tiện, thiết bị, phụ tùng, vật tư phục vụ cho hoạt động nghiên cứu phát triển công nghệ tiết kiệm năng lượng, sản phẩm tiết kiệm năng lượng, các loại phương tiện giao thông tiết kiệm nhiên liệu, sử dụng khí hoá lỏng, khí thiên nhiên, điện, nhiên liệu hỗn hợp, sinh học mà trong nước chưa sản xuất được và thuộc danh mục do Chính phủ quy định được miễn, giảm thuế nhập khẩu theo quy định của pháp luật về thuế.

Nghị định số 25/2013/NĐ-CP về phí bảo vệ môi trường đối với nước thải ngày 29/03/2013: Mức thu phí bảo vệ môi trường đối với nước thải công nghiệp được tính: a) Đối với nước thải không chứa kim loại nặng tính theo công thức: $F = f + C$, trong đó: F là số phí phải nộp, f là mức phí cố định theo quy định của Bộ Tài chính và Bộ Tài nguyên và Môi trường nhưng tối đa không quá 2.500.000 đồng/năm, C là phí biến đổi, tính theo: Tổng lượng nước thải ra; hàm lượng 2 chất gây ô nhiễm là nhu cầu ô xy hóa học (COD) và chất rắn lơ lửng (TSS), b) Đối với nước thải chứa kim loại nặng tính theo công thức: $F = (f \times K) + C$, trong đó: F , f và C như trên và K là hệ số tính phí theo khối lượng nước thải chứa kim loại nặng của các cơ sở sản xuất chế biến.

Quyết định số 24/2014/QĐ-TTg, ngày 24 tháng 03 năm 2014 về cơ chế hỗ trợ phát triển các dự án điện sinh khối tại Việt Nam: Dự án điện sinh khối được miễn thuế nhập khẩu đối với hàng hóa nhập khẩu để tạo tài sản cố định cho dự án, hàng hóa nhập khẩu là nguyên liệu, vật tư, bán thành phẩm trong nước chưa sản xuất được nhập khẩu để phục vụ sản xuất của dự án theo quy định của pháp luật hiện hành về thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu.

Nhìn chung, các văn bản chính sách về thuế và phí khá phong phú và được ban hành và có hiệu lực ở những thời điểm khác nhau. Vì vậy mức độ tác động

cũng khác nhau trong thực tế. Luật thuế bảo vệ môi trường ban hành năm 2010 nhưng nhìn chung mức thuế tuyệt đối qui định còn khá thấp nên mức độ răn đe các hành vi vi phạm chưa cao, chưa kể đến việc nhiều cơ sở sản xuất kinh doanh không kê khai chính xác khối lượng nguyên, nhiên liệu gây ô nhiễm là cơ sở tính toán số tiền thuế phải trả. Do mức thuế được qui định bằng đồng Việt Nam, biểu tính thuế nếu không được cập nhật thường xuyên thì các mức thuế sẽ bị giảm giá trị trên thực tế (cho đến hiện nay chưa có điều chỉnh nào) và mức độ răn đe các hành vi vi phạm lại càng yếu đi.

b. Chính sách giá xanh và tín dụng tiêu dùng xanh

Các chính sách chính sách giá xanh và tín dụng tiêu dùng xanh đã hỗ trợ cho BVMT và phát triển KTX cũng đã được ban hành đặc biệt trong những năm gần đây. Tín dụng ưu đãi được áp dụng cho các khoản vay cho các mục tiêu này thông qua một số quỹ hoặc các chương trình như Quỹ bảo vệ môi trường Việt Nam, Chương trình mục tiêu quốc gia về sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả, Chương trình sản xuất sạch hơn trong công nghiệp đến năm 2020. Lãi suất thấp hơn đáng kể so với lãi suất vay thương mại góp phần kích thích đầu tư trong lĩnh vực BVMT và phát triển KTX ở Việt Nam.

Bên cạnh các chính sách tín dụng và giá cả, các chính sách tài chính khác hỗ trợ cho phát triển kinh tế xanh còn phải kể đến như chính sách tài chính đất đai hoặc các hỗ trợ tài chính cho các khoá đào tạo khác nhau phục vụ cho việc bảo vệ môi trường hay cho phát triển kinh tế xanh. Mặc dù do hạn chế về nguồn lực tài chính hiện tại và các chính sách tài chính này chưa hoàn toàn phát huy hết tác dụng, Nhà nước cũng đã ban hành một số chính sách trong nhóm chính sách tín dụng, giá cả và các chính sách tài chính khác này như được trình bày trong bảng dưới đây:

Bảng 3.11: Các chính sách tín dụng, chính sách giá cả và các chính sách tài chính khác cho phát triển kinh tế xanh của Việt Nam

Văn bản chính sách	Nội dung khuyến khích phát triển kinh tế xanh
Quyết định số 82/2002/QĐ-TTg ngày 26/06/2002 về việc thành lập, tổ chức và hoạt động của Quỹ Bảo vệ Môi trường Việt Nam	Hỗ trợ tài chính cho các chương trình, dự án, các hoạt động phòng, chống, khắc phục ô nhiễm, suy thoái và sự cố môi trường mang tính quốc gia, liên ngành liên vùng hoặc giải quyết các vấn đề môi trường cục bộ nhưng phạm vi ảnh hưởng lớn dưới các hình thức: a) Cho vay với lãi suất ưu đãi, b) Hỗ trợ lãi suất vay vốn cho dự án đầu tư bảo vệ môi trường khi vay vốn từ các tổ chức tín dụng khác, c) Tài trợ cho một số hoạt động, nhiệm vụ bảo vệ môi trường được quy định tại Điều lệ tổ chức và hoạt động của Quỹ Bảo vệ môi trường Việt Nam.
Quyết định Số: 1419/QĐ- TTg ngày 07 tháng 9 năm 2009 phê duyệt “Chiến lược sản xuất sạch hơn trong công nghiệp đến năm 2020”.	- Nhà nước hỗ trợ qua tín dụng nhà nước đối với các dự án sản xuất sạch hơn trong công nghiệp, - Các dự án đầu tư áp dụng sản xuất sạch hơn của các cơ sở sản xuất được hưởng chính sách ưu đãi tài chính.
Luật số: 50/2010/QH12 về sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả	Tổ chức, cá nhân đầu tư sản xuất sản phẩm tiết kiệm năng lượng; đầu tư dây chuyền sản xuất, mở rộng quy mô sản xuất bằng công nghệ tiết kiệm năng lượng được ưu đãi, hỗ trợ: - Các ưu đãi theo quy định của pháp luật về đất đai, - Được vay vốn ưu đãi từ Ngân hàng phát triển, Quỹ hỗ trợ phát triển khoa học và công nghệ, Quỹ đổi mới công nghệ quốc gia, Quỹ bảo vệ môi trường và được hỗ trợ từ Chương trình quốc gia phát triển công nghệ cao, Chương trình quốc gia về sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả,
Quyết định 130/2007/QĐ- TTg ngày 02/08/2007 về	- Dự án CDM được miễn, giảm tiền sử dụng đất, tiền thuê đất theo quy định của pháp luật hiện hành áp dụng đối với dự án thuộc lĩnh vực đặc biệt ưu đãi đầu

Văn bản chính sách	Nội dung khuyến khích phát triển kinh tế xanh
một số cơ chế tài chính đối với dự án đầu tư theo cơ chế phát triển sạch	tư. - Tài sản cố định hình thành từ dự án CDM được áp dụng phương thức khấu hao nhanh theo quy định tại chế độ khấu hao tài sản cố định. Được xem xét trợ giá đối với sản phẩm của dự án CDM thuộc lĩnh vực ưu tiên.
Quyết định số: 37/2011/QĐ-TTg ngày 29 tháng 6 năm 2011 về cơ chế hỗ trợ phát triển các dự án điện gió tại Việt Nam	- Các dự án điện gió và công trình đường dây và trạm biến áp để đấu nối với lưới điện quốc gia được miễn, giảm tiền sử dụng đất, tiền thuê đất theo quy định của pháp luật hiện hành áp dụng đối với dự án thuộc lĩnh vực đặc biệt ưu đãi đầu tư (Điều 13). - Hỗ trợ giá điện đối với dự án điện gió nối lưới: + Nhà nước hỗ trợ giá điện cho Bên mua điện đối với toàn bộ sản lượng điện mua từ các nhà máy điện gió là 207 đồng/kWh (tương đương 1,0 UScents/kWh) thông qua Quỹ bảo vệ môi trường Việt Nam. (Điều 14) - Các dự án điện gió được hưởng các ưu đãi theo quy định hiện hành về tín dụng đầu tư của Nhà nước. (Điều 12.b).
Quyết định số: 24/2014/QĐ-TTg, ngày 24/03/2014 về cơ chế hỗ trợ phát triển các dự án điện sinh khối tại Việt Nam	- Các dự án điện sinh khối và công trình đường dây và trạm biến áp để đấu nối với lưới điện quốc gia được miễn, giảm tiền sử dụng đất, tiền thuê đất theo quy định của pháp luật hiện hành áp dụng đối với dự án thuộc lĩnh vực ưu đãi đầu tư (Điều 13).
Nghị định 04/2009/NĐ-CP, ngày 14 tháng 01 năm 2009 về ưu đãi, hỗ trợ hoạt động bảo vệ môi trường.	- Hỗ trợ chi phí đầu vào: a) 50% chi phí vận chuyển chất thải từ nguồn phát thải đến cơ sở xử lý chất thải, b) 50% giá điện phục vụ trực tiếp sản xuất. (Điều 18) - Hỗ trợ tiêu thụ và hỗ trợ về giá đối với sản phẩm: Nhà nước khuyến khích cơ quan nhà nước sử dụng sản phẩm thân thiện với môi trường và các sản phẩm từ hoạt động tái chế chất thải

(Nguồn: Tác giả tổng hợp từ các văn bản chính sách)

Thông tin từ bảng tổng hợp cho thấy các chính sách tín dụng khuyến khích bảo vệ môi trường và thúc đẩy phát triển kinh tế xanh được thực hiện dưới hình thức cho vốn vay đầu tư và sau đầu tư với lãi suất ưu đãi được thể hiện ở khá nhiều văn bản khác nhau và cho các mục tiêu khác nhau như: Các chương trình dự án phòng, chống, khắc phục ô nhiễm, sự cố môi trường, các dự án xử lý chất thải, các chương trình sản xuất sạch hơn, các hoạt động sản xuất sản phẩm tiết kiệm năng lượng, đầu tư dây chuyền sản xuất, mở rộng qui mô sản xuất bằng công nghệ tiết kiệm năng lượng, các dự án sản xuất năng lượng tái tạo.

c. Nhóm chính sách hỗ trợ, tái chế, tái sử dụng sản phẩm trong khu vực hộ gia đình:

Các chính sách mang tính định hướng, giải pháp phát triển: Hệ thống các văn bản thể hiện chủ trương, định hướng và các giải pháp của Nhà nước đối với thúc đẩy phát triển tái chế CTR đã khá đầy đủ. Đáng chú ý là quy hoạch xây dựng khu xử lý chất thải rắn 3 vùng kinh tế trọng điểm Bắc bộ, miền Trung và phía Nam đến năm 2020 (2008), Đề án phát triển ngành công nghiệp môi trường Việt Nam đến năm 2015, tầm nhìn đến năm 2025 (2009), Đề án “Cơ chế chính sách khuyến khích đầu tư trong lĩnh vực bảo vệ tài nguyên và môi trường” (2009), đặc biệt là “Chiến lược quốc gia về quản lý tổng hợp chất thải rắn đến năm 2025, tầm nhìn 2050” (12/2009) và “Chiến lược bảo vệ môi trường quốc gia đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030” (2012).

Các chính sách được ban hành dưới dạng công cụ điều hành: Hệ thống này bao gồm các Luật, nghị định, quyết định, thông tư... được ban hành để chỉ đạo, điều hành các hoạt động liên quan đến thúc đẩy tái chế CTR. Có rất nhiều các văn bản đã được ban hành phục vụ nội dung này. Các hình vẽ dưới đây đề cập đến những văn bản quan trọng nhất, liên quan mật thiết đến việc thúc đẩy tái chế CTR được ban hành theo sự thay đổi của Luật bảo vệ môi trường năm 2014.

Bảng dưới đây khái quát những nội dung liên quan đến thúc đẩy hoạt động tái chế CTR được thể hiện trong các văn bản điều hành của nhà nước:

Bảng 3.12. Hệ thống các chính sách thúc đẩy tái chế tại Việt Nam

Nội dung cần xây dựng chính sách	Chính sách tiêu biểu	Thực trạng thực hiện chính sách
Xây dựng các chỉ tiêu của hoạt động tái chế	“Chiến lược quốc gia về quản lý tổng hợp chất thải rắn đến năm 2025, tầm nhìn 2050” (2009)	Chưa thực hiện được các chỉ tiêu theo lộ trình đã xác định trong chiến lược
<i>Tạo nguồn nguyên liệu đầu vào cho ngành công nghiệp tái chế CTR</i>		
Quy định phân loại CTR tại nguồn	- Luật Bảo vệ môi trường 2005, 2014, - Các nghị định qua các thời kỳ (NĐ 59/2007/NĐ-CP, NĐ 38/2015/NĐ-CP..)	Chỉ có hoạt động phân loại CTR y tế và 1 phần CTR công nghiệp; chưa triển khai chính thức phân loại CTR sinh hoạt, mới chỉ dừng lại ở việc thí điểm tại một số phường, xã của Tỉnh, Thành phố như Hà Nội, Hồ Chí Minh.
Quy định thu hồi, xử lý sản phẩm thải bỏ	Quyết định số 50/2013/QĐ-TTg và Quyết định số 16/2015/QĐ-TTg (Quy định về thu hồi, xử lý sản phẩm thải bỏ).	Theo QĐ 50/2013/QĐ-TTg, 1 số sản phẩm quy định bắt đầu thu hồi từ 1/2015, nhưng hiện nay đã lùi lại sớm nhất là tháng 7/2016 theo QĐ 16/2015/QĐ-TTg
<i>Hỗ trợ hoạt động tái chế</i>		
Các chính sách ưu đãi: mặt bằng sản xuất, thuế, hạ tầng cơ sở, vay vốn, công nghệ.	- Chiến lược quốc gia về quản lý tổng hợp chất thải rắn đến năm 2025, tầm nhìn 2050 - Các Nghị định số: 04/2009/NĐ-CP; 19/2015/NĐ-CP.	Hiện nay đã có các nhà máy sản xuất phân hữu cơ tại nhiều tỉnh, thành phố được ưu đãi, hỗ trợ về đất sạch, vốn, công nghệ. Đã có một số doanh nghiệp được vay vốn ưu đãi từ Quỹ môi trường địa phương.

(Nguồn: Tổng hợp của tác giả từ hệ thống chính sách hiện hành của Việt Nam)

b. Phân tích nội dung chính sách và hiệu quả thực hiện.

- *Việc xây dựng các chỉ tiêu, nội dung của hoạt động tái chế:* được thể hiện tiêu biểu nhất trong “Chiến lược quốc gia về quản lý tổng hợp chất thải rắn đến năm 2025, tầm nhìn 2050” (2009). Các chỉ tiêu về tái chế được xây dựng rất cụ thể đối với từng loại CTR, ví dụ như khối lượng CTR sinh hoạt được tái chế, tái sử dụng, thu hồi năng lượng hoặc sản xuất phân hữu cơ từ chiếm 60% năm 2015, 85% năm 2020 và 90% năm 2025 khối lượng CTR thu gom được. Có thể thấy đây là những chỉ tiêu rất cao, thể hiện sự mong muốn của nhà quản lý đối với công tác tái chế CTR. Tuy nhiên thực tế cho thấy các chỉ tiêu này không khả thi. Theo báo cáo hiện trạng môi trường Việt Nam (2011), tại các đô thị, tỷ lệ tái chế chỉ đạt ở mức 8-12% khối lượng CTR thu gom được và chủ yếu là các hoạt động tái chế tự phát, vì mục tiêu kinh tế của một bộ phận dân cư tập trung chủ yếu tại các làng nghề. Bên cạnh đó, trong những năm qua, nhiều tỉnh đã đầu tư xây dựng các nhà máy sản xuất phân hữu cơ từ CTR như Hà Nội, Hải Phòng, Nam Định, Hà Tĩnh, Hồ Chí Minh... nhưng đến nay hiệu quả hoạt động của một số nhà máy này chưa cao, vẫn duy trì hoạt động cầm chừng như nhà máy chế biến phân hữu cơ Cầu Diễn, Hà Nội [18].

- Về tạo nguồn nguyên liệu đầu vào cho hoạt động tái chế:

+ Quy định phân loại CTR tại nguồn: Phân loại CTR là một hoạt động quan trọng nhằm tạo nguồn nguyên liệu ổn định cho công nghiệp tái chế CTR. Việt Nam đã sớm ban hành chính sách quy định thực hiện nhiệm vụ này, thể hiện ngay tại Luật Bảo vệ môi trường 2005 và 2014. Quy định phân loại đối với từng loại CTR cụ thể, trách nhiệm của đối tượng xả thải, cơ quan quản lý nhà nước về hoạt động phân loại CTR tại nguồn đều được hướng dẫn rất cụ thể tại Nghị định 59/2007/NĐ-CP ban hành năm 2007 và Nghị định số 38/2015/NĐ-CP.

Bên cạnh đó, các chế tài nhằm hạn chế việc không phân loại CTR tại nguồn chưa được ban hành, đây là giải pháp quan trọng để hoạt động này thành công và đã được nhiều nước trên thế giới thực hiện.

- *Về hỗ trợ hoạt động tái chế*: các chính sách hỗ trợ hoạt động tái chế bao gồm: chính sách đất đai, chính sách thuế, vay vốn...được quy định khá cụ thể trong Chiến lược quốc gia về quản lý tổng hợp chất thải rắn đến năm 2025, tầm nhìn 2050, Các Nghị định số: 04/2009/NĐ-CP, 17/2015/NĐ-CP và cụ thể hóa trong thông tư số 121/TT-BTC Hướng dẫn cơ chế ưu đãi và hỗ trợ tài chính đối với hoạt động đầu tư cho quản lý CTR.

Điều đáng quan tâm ở đây là, hoạt động tái chế không được quan tâm khuyến khích nhiều như các hoạt động xử lý chất thải – bao gồm: đốt (không thu hồi năng lượng) và chôn lấp. Tuy nhiên, thực tế cho thấy ngay cả những hỗ trợ cho sản xuất phân hữu cơ từ CTR cũng chưa đảm bảo thu đủ bù chi cộng lãi suất hợp lý.

Bảng 3.13. Hệ thống các chính sách thúc đẩy tái chế tại Việt Nam

Loại VB	Số hiệu	Năm	Tên văn bản
QĐ	2322/QĐ-BTNMT	2010	Phê duyệt tiêu chí Nhân xanh Việt Nam do Bộ trưởng Bộ TN&MT ban hành
QĐ	1493/QĐ-BTNMT	2010	Quy định trình tự, thủ tục, chứng nhận và cấp thí điểm “Nhân xanh Việt Nam” do Bộ trưởng Bộ TN&MT ban hành
QĐ	221/QĐ-BTNMT	2012	Kế hoạch phát triển Danh mục nhóm sản phẩm, dịch vụ chứng nhận Nhân xanh Việt Nam giai đoạn 2012-2016 do Bộ trưởng Bộ TN&MT ban hành
QĐ	223/QĐ-BTNMT	2012	Phê duyệt tiêu chí Nhân xanh Việt Nam do Bộ trưởng Bộ TN&MT
TT	41/2013/TT-BTNMT	2013	Quy định trình tự, thủ tục, chứng nhận nhân sinh thái cho sản phẩm thân thiện với môi trường
QĐ	154/QĐ-BTNMT	2014	Công bố tiêu chí Nhân xanh Việt Nam do Bộ trưởng Bộ TN&MT ban hành
QĐ	727/QĐ-BTNMT	2014	Công bố thủ tục hành chính chứng nhận, chứng nhận lại Nhân xanh Việt Nam thuộc phạm vi chức năng quản lý nhà nước của Bộ TN&MT
QĐ	2186/QĐ-BTNMT	2017	Công bố tiêu chí Nhân xanh Việt Nam do Bộ trưởng Bộ TN&MT ban hành

- Về hỗ trợ sản phẩm tái chế: Trợ giá và hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm tái chế là 2 nội dung được đề cập đến từ rất sớm trong Nghị định 04/2009/NĐ-CP và tiếp tục được nhắc đến trong Nghị định 19/2015/NĐ-CP.

+ Về trợ giá: nếu Nghị định số 04/2009/NĐ-CP quy định sản phẩm tái chế được Nhà nước hỗ trợ về giá theo nguyên tắc bảo đảm thu đủ bù chi cộng lãi suất hợp lý thì nghị định 19/2015/NĐ-CP lại quy định chặt hơn, nếu sản phẩm đáp ứng các tiêu chí về sản phẩm, dịch vụ công ích thì được trợ giá theo quy định của pháp luật về sản xuất, cung ứng sản phẩm, dịch vụ công ích. Với quy định mới, số lượng sản phẩm tái chế được hỗ trợ sẽ giảm đi so với trước.

Như vậy có thể thấy, hệ thống chính sách thúc đẩy tái chế phục vụ mục tiêu PTBV của Việt Nam đã được xây dựng và bước đầu đã đạt được một số kết quả nhất định. Tuy nhiên vẫn còn một số vấn đề bất cập, làm cho chính sách chưa trở thành động lực thúc đẩy sự phát triển của ngành công nghiệp này

3.2.5 Nhóm chính sách bảo vệ người tiêu dùng xanh

Chính sách bảo vệ người tiêu dùng xanh là tên gọi chung của một nhóm chính sách cụ thể của Nhà nước nhằm bảo vệ người tiêu dùng xanh, giúp người tiêu dùng dễ dàng nhận diện các sản phẩm xanh, phân biệt giữa sản phẩm xanh và các sản phẩm nâu từ đó có thể dễ dàng lựa chọn các sản phẩm thông qua việc: dán nhãn lên sản phẩm của đơn sản xuất, kinh doanh...

Chương trình Nhãn sinh thái Việt Nam đã được triển khai trên phạm vi toàn quốc từ tháng 3 năm 2009 nhằm mục tiêu liên tục cải thiện và duy trì chất lượng môi trường sống thông qua giảm thiểu sử dụng và tiêu dùng năng lượng, vật liệu cũng như các loại chất thải sinh ra do quá trình sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng các sản phẩm, dịch vụ tiêu dùng phục vụ đời sống.

Hình 3.2: Logo được chọn làm biểu trưng cho nhãn sinh thái Việt Nam.



“Biểu tượng sử dụng những hình tượng gắn bó chặt chẽ: Một con chim đang nằm trong tổ ấm, giữa một lùm cây lớn, ở phía trên một dòng sông gợn sóng xanh. Những hình tượng này ẩn dụ ý nghĩa thân thiện môi trường, bảo vệ sinh thái, quản lý và sử dụng tốt nguồn tài nguyên thiên nhiên, đồng thời nói lên giá trị của các sản phẩm mang nhãn xanh Việt Nam” (Điều 1 Quyết định số 253/QĐ-BTNMT ngày 05/3/2009 phê duyệt Chương trình cấp nhãn sinh thái).

Theo kế hoạch triển khai các danh mục sản phẩm, dịch vụ chứng nhận Nhãn xanh Việt Nam giai đoạn 2012 - 2016.

Bảng 3.14: Kế hoạch xây dựng và ban hành tiêu chí nhãn xanh cho các sản phẩm

Thời gian xây dựng và ban hành tiêu chí	Dòng sản phẩm	Số lượng nhóm sản phẩm
2013	Sơn và vécni	1 nhóm (sơn tường nội thất)
	Thiết bị văn phòng	2 nhóm (máy tính xách tay, Máy in Laser)
	Mực in	1 nhóm (mực in Laser)
2014	Chất tẩy rửa	2 nhóm (nước cọ rửa nhà vệ sinh, nước lau sàn nhà gia đình)
	Mực in	1 nhóm (mực in cho máy photocopy)
	Đồ nội thất gia đình	1 nhóm (đồ gỗ nội thất)
	Thiết bị văn phòng	1 nhóm (máy tính để bàn)
	Pin, ắc quy	1 nhóm (pin tiêu chuẩn)
2015	Đồ gia dụng	3 nhóm (máy giặt, tủ lạnh, tivi)
	Nông sản	3 nhóm (cà phê, rau quả, chè)
2016	Đồ dùng cho trẻ em	2 nhóm (đồ chơi trẻ em bằng nhựa, đồ chơi trẻ em bằng gỗ)
	Phương tiện, vật tư giao thông	1 nhóm (săm, lốp, xe đạp)
	Đồ nội thất gia đình	1 nhóm (thảm trải sàn)

(Nguồn: Bộ Tài nguyên và Môi trường, 2017)

Theo đó năm 2012 sẽ đưa ra tiêu chí nhãn xanh cho 7 nhóm sản phẩm, năm 2013 là 4 nhóm, 2014 là 6 nhóm sản phẩm, 2015 là 6 nhóm sản phẩm và 2016 là 4 nhóm sản phẩm. Các sản phẩm chủ yếu tập trung vào các sản phẩm in ấn, văn phòng, đồ dùng trẻ em, nội thất, vật liệu xây dựng và điện lạnh...

Về kết quả thực hiện tiêu chí nhãn xanh cho các sản phẩm, năm 2010 có 3 nhóm sản phẩm được phê duyệt tiêu chí (bao gồm: bột giặt, bóng đèn huỳnh quang, bao bì nhựa tự phân hủy sinh học dùng gói hàng khi mua sắm). Năm 2012, 2 nhóm sản phẩm có tiêu chí nhãn hiệu xanh (chỉ đạt gần 30% so với kế hoạch đặt ra) bao gồm. Bao bì giấy tổng hợp dùng đóng gói thực phẩm và vật liệu lợp, ốp, lát thuộc vật liệu gốm xây dựng. Năm 2014 xây dựng được 14 bộ tiêu chí nhãn xanh cho các sản phẩm vượt mức kế hoạch đặt ra 8 bộ tiêu chí. Năm 2016 đã không có bộ tiêu chí nhãn xanh thêm nào đưa ra dù kế hoạch là 4 sản phẩm, ngược lại năm 2017 đã xây dựng thêm được 3 nhóm tiêu chí cho các sản phẩm, cụ thể trình bày ở phụ lục 4.

Với các tiêu chí đã được xây dựng, kết quả đạt được về cấp nhãn xanh cho các sản phẩm đủ tiêu chuẩn và điều kiện hiện nay đạt được rất thấp và các sản phẩm đã hết hạn do thời gian cấp nhãn xanh cho các sản phẩm là 3 năm. Theo văn phòng nhãn xanh Việt Nam, hiện nay có 6 công ty được cấp nhãn xanh cho một số sản phẩm của công ty và 4/5 công ty đã hết hạn về nhãn hiệu xanh. Qua đó cho thấy rằng, kết quả thực hiện nhãn hiệu xanh còn rất thấp.

Bảng 3.15: Danh sách sản phẩm và đơn vị được cấp nhãn nhãn xanh

STT	Sản phẩm	Công ty	Mã số chứng nhận	Hiệu lực	Ghi chú
1	Bột giặt Tide	Công ty TNHH Procter & Gamble	Số 52/QĐ-TCMT-2011	18/01/2011 - 18/01/2014	Đã hết hạn
2	- Bóng đèn huỳnh quang compact (33 loại) - Bóng đèn huỳnh quang ống	Công ty Cổ phần bóng đèn Điện Quang	Số 1228/QĐ-TCMT-2014	10/10/2014 - 10/10/2017	Đã hết hạn

STT	Sản phẩm	Công ty	Mã số chứng nhận	Hiệu lực	Ghi chú
	thăng (10 loại) - Bóng đèn double wing (3 loại)				
3	Sơn phủ dùng trong xây dựng: - Majestic Pearl Silk - Jotashield	Công ty TNHH Sơn Jotun Việt Nam	Số 83/QĐ-TCMT-2014	20/2/2014 - 20/2/2017	Đã hết hạn
4	Máy in: - Fuji Xerox DocuPrint P355d - Fuji Xerox DocuPrint P355db	Văn phòng đại diện Fuji Xerox Asia Pacific Pte Ltd.	Số 512/QĐ-TCMT-2014	29/5/2014 - 29/5/2017	Đã hết hạn
5	Sơn phủ dùng trong xây dựng: - Majestic đẹp hoàn hảo - bóng sang trọng - Majestic đẹp hoàn hảo - mờ cổ điển	Công ty TNHH Sơn Jotun Việt Nam	Số 599/QĐ-TCMT-2014	20/6/2014 - 20/6/2017	Đã hết hạn
6	Bình ắc quy GS, Bình ắc quy Yuasa	Công ty TNHH Ắc quy GS Việt Nam	1634/QĐ-TCMT-2016	01/11/2016 - 01/11/2019	

Nguồn: Văn phòng Nhân xanh Việt Nam/ Vụ Chính sách và Pháp chế

3.3 Đánh giá chung thực trạng chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam

3.3.1. Những thành quả bước đầu

a. Một số kết quả chung

(1) Có sự thống nhất về quan điểm của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước về vai trò của tiêu dùng xanh đối với tăng trưởng kinh tế và phát triển bền vững kinh tế của quốc gia. Quan điểm, đường lối của Đảng, Nhà nước ta về tầm quan trọng, về vị trí, vai trò của tiêu dùng xanh đối với phát triển kinh tế-xã hội, phát triển bền vững của quốc gia. Nhà nước ta đã cụ thể hoá các chính sách chuyển đổi từ tiêu dùng nâu sang TDX và tiêu dùng bền vững trong thực hiện các mục tiêu, nhiệm vụ của quốc gia, trong đó có các nhiệm vụ về chuyển đổi

tiêu dùng xanh, phát triển KTX trên địa bàn cả nước. Khi thực hiện chính sách chuyển đổi tiêu dùng nâu sang tiêu dùng xanh cần đảm bảo mục tiêu quan trọng là: (i) Đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế bền vững, khuyến khích phát triển kinh tế đi đôi giảm ô nhiễm môi trường, (ii) Nâng cao ý thức BVMT của toàn xã hội, từ đó góp phần thay đổi nhận thức, hành vi của tổ chức, cá nhân trong sản xuất và tiêu dùng nhằm giảm phát thải ô nhiễm tại nguồn, (iii) Tăng cường quản lý nhà nước, thể chế hóa chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước, thực hiện cam kết của Chính phủ với cộng đồng quốc tế; (iv) Động viên hợp lý đóng góp của xã hội, tạo thêm nguồn thu để giải quyết vấn đề môi trường, đảm bảo tính cạnh tranh của nền kinh tế, của các sản phẩm chủ yếu của Việt Nam.

(2) Nhà nước đã khẳng định tính cấp thiết và tầm quan trọng của chính sách hạn chế nhiên liệu phát thải Cac-bon: Đến năm 2020, Việt Nam sẽ tăng tỷ lệ điện tái tạo từ hầu như bằng không ở thời điểm hiện nay lên 4,5%. Hiệu quả tiêu thụ điện của Việt Nam hiện nay thực sự là thấp và điều này giải thích tính hợp lý của các mục tiêu của chính phủ trong Chiến lược tăng trưởng xanh giảm hệ số đàn hồi điện từ 2 trong 2012 đến 1,5 vào năm 2015 và 1 trong năm 2020. Mục tiêu này có liên quan mật thiết đến một mục tiêu khác là tiết kiệm từ 8-13 % mức tiêu thụ năng lượng, nhiên liệu, vật liệu hoặc tiết kiệm 5-8% tổng mức tiêu thụ năng lượng trong giai đoạn 2011-2015 so với kịch bản cơ sở. Vào năm 2030, mục tiêu cho tỷ lệ điện tái tạo là 6% và đồng thời hệ số co giãn điện được giảm xuống nhỏ hơn 1. Quy hoạch phát triển điện 7 cũng lên kế hoạch cho cơ cấu sản xuất điện của Việt Nam trong đó cho thấy điện hạt nhân đóng một vai trò vào thời điểm đó với 10 - 11% trong tổng sản lượng điện. Ngoài những sự kiện này, các mục tiêu giảm 35-45% cường độ phát thải CO₂ trên một đơn vị GDP so với năm 2010 hoặc giảm phát thải khí nhà kính hàng năm 2-3% (2030-2050) cũng khá cao.

(3) Nhà nước đã hoạch định, tổ chức thực thi được một số chính sách quy hoạch mạng lưới phân phối sản phẩm xanh để thay thế nhóm sản phẩm nâu

(4) Nhóm chính sách khuyến khích, kích thích tiêu dùng xanh: Việt Nam bắt đầu chú trọng các chính sách thuế và phí theo hướng xanh trước hết cho mục tiêu bảo vệ môi trường. Gần đây xu hướng chú trọng hơn đến việc sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả cũng giúp cho nền kinh tế đi theo hướng bền vững hơn, giảm thiểu tác động về môi trường của việc sử dụng quá mức năng lượng cho mục tiêu tăng trưởng kinh tế đơn thuần. Các chính sách thuế và phí phục vụ các mục tiêu này cũng dần hình thành rõ nét hơn các chính sách về thuế và phí thúc đẩy phát triển kinh tế xanh được thể hiện từ ngay trong các văn bản luật như Luật bảo vệ môi trường, Luật thuế bảo vệ môi trường, Luật bảo vệ và phát triển rừng, Luật tài nguyên nước, Luật khoáng sản, Luật Điện lực, Luật sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả. Các chính sách chính sách giá xanh và tín dụng tiêu dùng xanh đã hỗ trợ cho bảo vệ môi trường và phát triển kinh tế xanh cũng đã được ban hành đặc biệt trong những năm gần đây. Tín dụng ưu đãi được áp dụng cho các khoản vay cho các mục tiêu này thông qua một số quỹ hoặc các chương trình như Quỹ bảo vệ môi trường Việt Nam, Chương trình mục tiêu quốc gia về sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả, Chương trình sản xuất sạch hơn trong công nghiệp đến năm 2020. Lãi suất thấp hơn đáng kể so với lãi suất vay thương mại góp phần kích thích đầu tư trong lĩnh vực bảo vệ môi trường và phát triển kinh tế xanh ở Việt Nam.

(5) Nhóm chính sách hỗ trợ, tái chế, tái sử dụng sản phẩm trong khu vực hộ gia đình: Nghị định 59/2007/NĐ-CP ngày 9/04/2007 về quản lý chất thải rắn là: Hoạt động quản lý chất thải rắn bao gồm các hoạt động quy hoạch, quản lý, đầu tư xây dựng cơ sở quản lý chất thải rắn, các hoạt động phân loại, thu gom, lưu giữ, vận chuyển, tái sử dụng, tái chế và xử lý chất thải rắn nhằm ngăn ngừa, giảm thiểu những tác động có hại đối với môi trường và sức khỏe con người.

- Chất thải rắn là chất thải ở thể rắn, được thải ra từ quá trình sản xuất, kinh doanh, dịch vụ, sinh hoạt hoặc các hoạt động khác.

- Chất thải rắn sinh hoạt là chất thải rắn phát sinh trong sinh hoạt cá nhân,

hộ gia đình, nơi công cộng.

- Phế liệu là sản phẩm, vật liệu bị loại ra trong quá trình sản xuất hoặc tiêu dùng được thu hồi để tái chế, tái sử dụng làm nguyên liệu cho quá trình sản xuất sản phẩm khác.

- Thu gom chất thải rắn là hoạt động tập hợp, phân loại, đóng gói và lưu giữ tạm thời chất thải rắn tại nhiều điểm thu gom tới thời điểm hoặc cơ sở được cơ quan nhà nước có thẩm quyền chấp nhận.

- Lưu giữ chất thải rắn là việc giữ chất thải rắn trong một khoảng thời gian nhất định ở nơi cơ quan có thẩm quyền chấp nhận trước khi chuyển đến cơ sở xử lý.

- Vận chuyển chất thải rắn là quá trình chuyên chở chất thải rắn từ nơi phát sinh, thu gom, lưu giữ, trung chuyển đến nơi xử lý, tái chế, tái sử dụng hoặc chôn lấp cuối cùng.

- Xử lý chất thải rắn là quá trình sử dụng các giải pháp công nghệ, kỹ thuật làm giảm, loại bỏ, tiêu huỷ các thành phần có hại hoặc không có ích trong chất thải rắn.

- Chôn lấp chất thải rắn hợp vệ sinh là hoạt động chôn lấp phù hợp với các yêu cầu của tiêu chuẩn kỹ thuật về bãi chôn lấp chất thải rắn hợp vệ sinh.

- Phân loại rác tại nguồn là việc phân loại rác ngay từ khi mới thải ra hay gọi là từ nguồn. Đó là một biện pháp nhằm thuận lợi cho công tác xử lý rác về sau.

- Rác là thuật ngữ dùng để chỉ chất thải rắn hình dạng tương đối cố định, bị vứt bỏ từ hoạt động của con người. Rác sinh hoạt hay chất thải rắn sinh hoạt là một bộ phận của chất thải rắn, được hiểu là các chất thải rắn phát sinh từ các hoạt động sinh hoạt hàng ngày của con người.

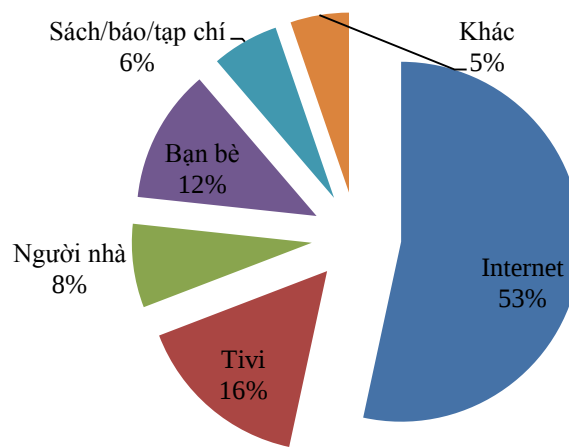
- Chất thải là sản phẩm được sinh ra trong quá trình sinh hoạt của con người, sản xuất công nghiệp, nông nghiệp, giao thông, dịch vụ, thương mại, sinh hoạt gia đình, trường học, các khu dân cư, nhà hàng, khách sạn. Ngoài ra, còn phát sinh trong giao thông vận tải như khí thải của các phương tiện giao thông, chất thải là kim loại hoá chất và từ các vật liệu khác.

- Tái chế chất thải thực chất là người ta lấy lại những phần vật chất của sản phẩm hàng hóa cũ và sử dụng các nguyên liệu này để tạo ra sản phẩm mới.

- Tái sử dụng chất thải được hiểu là có những sản phẩm hoặc nguyên liệu có quãng đời sử dụng kéo dài, người ta có thể sử dụng được nhiều lần mà không bị thay đổi hình dạng vật lý, tính chất hóa học.

b. Đánh giá hiệu quả chính sách tiêu dùng xanh

- Đối với người tiêu dùng



Biểu đồ 3.4 - Các nguồn thông tin về chính sách tiêu dùng xanh

Nguồn thông tin để có chính sách tiêu dùng xanh cho thấy được hiệu quả của quá trình tuyên truyền chính sách. Hơn một nửa người tiêu dùng được phỏng vấn cho biết họ biết về chính sách tiêu dùng xanh thông qua internet, 16% và 12% là thông tin đến từ tivi và bạn bè còn lại là các nguồn khác như người nhà, sách/báo/tạp chí.

Ngoài ra, kết quả điều tra cho thấy: nguồn gốc xuất xứ, thương hiệu là nhân tố quan trọng nhất trong lựa chọn đồ điện gia dụng như nồi cơm, tivi, tủ lạnh, máy giặt và các thiết bị gia đình khác. Tiếp đến là tiêu chí giá cả, mức tiết kiệm năng lượng, độ an toàn. Tương tự như vậy đối với mặt hàng lương thực, thực phẩm thì nguồn gốc xuất xứ, thương hiệu sản phẩm là quan trọng nhất, tiếp đến là giá, sự thuận tiện khi mua hàng, mức độ tươi sống của thực phẩm...Đối

với các mặt hàng đồ gỗ, nhựa thì mẫu mã, bao bì đóng gói trở thành yếu tố quan trọng nhất, sau đó đến giá thành phẩm và các yếu tố khác, cụ thể phụ lục 2.

Đối với những thay đổi mà người tiêu dùng đã từng làm bao gồm chủ yếu: hơn 90% người tiêu dùng tắt điện sau khi sử dụng, hơn 83% sử dụng những thiết bị điện tiết kiệm. Khoảng 60% đến 70% người tiêu dùng sử dụng các thiết bị tiết kiệm nước hay không đồ thừa thức ăn khi dư thừa cũng như hạn chế sử dụng túi ni lông trong mua sắm. Bên cạnh đó chỉ có hơn 4,5% người tiêu dùng tiết kiệm nước trong quá trình sử dụng và gần 46% người tiêu dùng sử dụng xăng thân thiện với môi trường. Khi xét đến thực trạng sử dụng một số thực phẩm xanh và thực phẩm không thuộc thực phẩm xanh trong các hộ gia đình ở Việt Nam, nghiên cứu chỉ ra rằng. Hầu hết các sản phẩm người tiêu dùng hiện nay đang sử dụng bao gồm thực phẩm và hàng hóa thông thường đều không có dán nhãn mức sinh thái từ 53% đến gần 70%. Sử dụng các đồ nhựa không qua tái chế chiếm hơn 42%.

Ngược lại các hộ gia đình sử dụng thực phẩm có gắn nhãn mức sinh thái chiếm gần 27% hay nguyên liệu thân thiện với môi trường chiếm hơn 19%. Hàng dệt may có gắn nhãn mức sinh thái hay sử dụng hàng nhựa giấy...từ nguyên liệu tái chế chiếm một tỷ lệ thấp.

Hầu hết người tiêu dùng đều đánh giá tốt về chính sách tiêu dùng xanh. Đặc biệt là về nhận thức, môi trường, tiết kiệm năng lượng. Tuy nhiên vẫn hơn 15% số người cho rằng, chi phí không thay đổi khi có chính sách tiêu dùng xanh.

- Đối với người doanh nghiệp

Một trong các chính sách tiêu dùng xanh là hỗ trợ cho phía doanh nghiệp để sản xuất và sử dụng các dây chuyền, công nghệ để sản xuất sản phẩm xanh. Kết quả khảo sát các doanh nghiệp cho thấy, tỷ lệ các doanh nghiệp không nhận được các loại hỗ trợ ở một mức cao. Có hơn 64% không nhận được ưu đãi thuế, gần 60% không nhận được hỗ trợ về đào tạo nguồn nhân lực, trình bày cụ thể phụ lục 2.

Tỷ lệ doanh nghiệp nhận được hỗ trợ nhưng ở mức thấp bao gồm như hỗ trợ về mặt thủ tục hành chính gần 30% doanh nghiệp. Hay hỗ trợ về cung cấp thông tin dịch vụ của sản phẩm chỉ hơn 22%. Qua đó cho thấy rằng các doanh nghiệp vẫn còn tiếp cận ít với các chính sách tiêu dùng xanh. Và sự hỗ trợ của nhà nước vẫn còn chưa hiệu quả, trình bày cụ thể phụ lục 2.

Bên cạnh đó, bản thân các doanh nghiệp có rất ít các hoạt động tổ chức phát triển kênh phân phối sản phẩm, dịch vụ xanh. Qua đó có thể kết luận rằng, hiệu quả của các chính sách chưa cao, chưa có hỗ trợ khuyến khích để doanh nghiệp có thể tập trung phát triển các hệ thống sản phẩm và dịch vụ, kênh phân phối xanh đến người tiêu dùng.

Một trong những tiêu chí để đánh giá hiệu quả của các chính sách TDX đối với đối tượng người tiêu dùng là các doanh nghiệp là xem xét các doanh nghiệp có tiếp nhận được các chính sách hay không. Hiện nay các ưu đãi của chính sách tiêu dùng xanh đối với doanh nghiệp bao gồm ưu đãi về thuế, đào tạo nguồn nhân lực và mở rộng thị trường, thủ tục hành chính, vốn... Theo ý kiến của các doanh nghiệp tỷ lệ các doanh nghiệp nhận được hỗ trợ ở một mức thấp, nhận được hỗ trợ nhiều nhất là hỗ trợ về thủ tục hành chính với số lượng là gần 30% số doanh nghiệp.

- Đối với cán bộ Nhà nước

Đánh giá của cán bộ tới tác động của việc thực thi chính sách tiêu dùng xanh: Nghiên cứu đánh giá của cán bộ tới tác động của việc thực thi chính sách tiêu dùng xanh cho thấy. Hơn 40% cán bộ cho rằng thuế môi trường và thuế tài nguyên sẽ ảnh hưởng tiêu cực tới hoạt động của doanh nghiệp. Trong khi đó chỉ có 35% đến 40% cán bộ cho rằng các thuế này có thể giúp giảm thiểu ô nhiễm môi trường. Khoảng 30% đến 50% cán bộ cho rằng, các luật và chính sách liên quan đến sản phẩm xanh sẽ giúp bảo vệ sức khỏe và quyền lợi của người tiêu dùng và ô nhiễm môi trường. Tuy nhiên bên cạnh đó nó sẽ ảnh hưởng tiêu cực tới sự phát triển của doanh nghiệp như: Ban hành và thực thi các quy định liên

quan đến việc buộc các doanh nghiệp Sử dụng năng lượng tái tạo hoặc thực hiện các hoạt động bền vững (>50%) hay ban hành và thực thi các chính sách liên quan đến việc buộc các doanh nghiệp cải thiện công nghệ, tăng năng xuất, tăng hiệu quả sử dụng nguồn lực (> 45%) cụ thể trình bày biểu 2.6 - phụ lục 2.

3.3.2. Những hạn chế, yếu kém và nguyên nhân

+ *Tính khả thi của một số chính sách chưa cao:*

Điều này thể hiện đặc biệt trong các chính sách mang tính định hướng, tiêu biểu là “Chiến lược quốc gia về quản lý tổng hợp chất thải rắn đến năm 2025, tầm nhìn 2050”. Việc xây dựng chính sách với những mục tiêu rất cao, trong khi không tính đến khả năng thực hiện. Các chỉ tiêu này chỉ thực hiện được khi Việt Nam đã có một hệ thống cơ sở hạ tầng tốt phục vụ cho hoạt động tái chế như: công nghệ phân loại CTR tại nguồn, các nhà máy tái chế, hệ thống luật pháp chặt chẽ phục vụ cho hoạt động tái chế... Bên cạnh đó, việc thiếu các chính sách về tài chính đi kèm cũng làm cho tính khả thi của chính sách chưa cao (Đó là các chính sách thưởng, phạt trong phân loại CTR, hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm tái chế)

+ *Thiếu một số chính sách quan trọng hỗ trợ toàn diện cho các khâu tổ chức sản xuất của hoạt động tái chế:*

Một trong những chính sách quan trọng là chính sách kiểm soát chất lượng của hoạt động tái chế, là một công cụ rất cần thiết để đảm bảo các hoạt động tái chế phục vụ mục tiêu phát triển bền vững. Chính sách này đều được các nước phát triển quan tâm ban hành song song với những chính sách khuyến khích hoạt động tái chế. Nhưng hiện nay ở Việt Nam các chính sách này chưa được ban hành. Về nguyên tắc, việc kiểm soát các hoạt động tái chế vẫn áp dụng theo các công nghệ thông thường nhưng trên thực tế hoạt động tái chế chưa được kiểm soát về chất lượng. Đây chính là một trong những nguyên nhân của hiện tượng tái chế gây ô nhiễm môi trường nghiêm trọng đang xảy ra trên thực tế.

Ngoài ra, các chính sách tạo nguồn nguyên liệu ổn định cho ngành công nghiệp này, như chính sách gắn trách nhiệm của nhà sản xuất như bắt buộc tỷ lệ

tái chế đối với nhà sản xuất, chính sách thu hồi bao bì sản phẩm... và chính sách khuyến khích người dân trong công tác tái chế (phân loại CTR, trả lại sản phẩm qua sử dụng hoặc bao bì và tiêu thụ các sản phẩm tái chế...) cũng chưa được xây dựng cụ thể.

+ *Hệ thống văn bản hướng dẫn thực hiện chính sách khung chưa được xây dựng đầy đủ, kịp thời:*

Theo thông lệ chính sách của Việt Nam, một chính sách được quy định tại rất nhiều văn bản quy phạm pháp luật. Các văn bản do Quốc hội, Chính phủ ban hành như Luật, Nghị định thường chỉ mang tính khái quát, sau đó được các Bộ, ngành, địa phương cụ thể hoá bằng các thông tư, thông tri... Nghiên cứu cho thấy, chính việc chậm trễ ban hành các văn bản hướng dẫn của các Bộ, ngành, địa phương là nguyên nhân chính dẫn đến việc triển khai các ưu đãi cho hoạt động tái chế CTR rất hạn chế.

Nghị định số: 04/2009/NĐ-CP của Chính phủ về ưu đãi, hỗ trợ hoạt động bảo vệ môi trường. Trong Nghị định này, các nội dung về ưu đãi, hỗ trợ về cơ sở hạ tầng và đất đai, vốn, thuế, phí, trợ giá và hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm được xác định khá rõ đối với từng đối tượng thực hiện các hoạt động bảo vệ môi trường. Trong Nghị định, đa số các điều khoản đều được giao cho các Bộ nghiên cứu, cụ thể hoá để các địa phương, nhà đầu tư căn cứ triển khai, đặc biệt là các chính sách ưu đãi về vay vốn, hỗ trợ lãi suất sau đầu tư, bảo lãnh tín dụng⁷. Tuy nhiên, cho đến nay vẫn chưa có hướng dẫn cụ thể nào về các nội dung này được ban hành. Hoặc hoạt động phân loại CTR tại nguồn là một trong những chương trình thực hiện chiến lược quốc gia về quản lý tổng hợp CTR đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2050, trong đó phân công cụ thể đến 2015 các Bộ (Xây dựng, Công thương, Y tế, Tài chính), Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố phải xây dựng các quy định, hướng dẫn về phân loại chất thải rắn tại nguồn và nhân rộng mô hình phân loại chất thải rắn tại nguồn, nhưng cho đến nay hoạt động này vẫn chưa được triển khai thực hiện.

Bên cạnh đó, hiện tượng văn bản hướng dẫn thực hiện ra đời rất chậm sau khi có các chính sách khung xảy ra phổ biến. Có thể kể đến như Nghị định 59/2007/NĐ-CP về quản lý chất thải rắn ban hành ngày 09/4/2007, nhưng phải đến hơn một năm sau Thông tư 121/2008/TT-BTC hướng dẫn cơ chế ưu đãi và hỗ trợ tài chính đối với hoạt động đầu tư cho quản lý chất thải rắn mới ra đời theo chỉ đạo của Nghị định này; hoặc Quyết định số 50/2013/QĐ-TTg về thu hồi, xử lý sản phẩm thải bỏ (thực hiện Nghị định số 80/2006/NĐ-CP ngày 09 tháng 8 năm 2006 quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật bảo vệ môi trường) đã ra đời sau Nghị định này đến 7 năm.

+ Chưa có những chính sách riêng cho các loại nguyên liệu tái chế đặc thù: Nghiên cứu cho thấy, hiện nay hệ thống chính sách đang có sự phân biệt giữa hoạt động tái chế và xử lý chất thải (trong đó ưu tiên hỗ trợ xử lý chất thải hơn hoạt động tái chế). Đối với các hoạt động tái chế của các chất thải là nhựa, giấy, kim loại... có cơ hội tạo một phần lợi nhuận thì chính sách này có thể chấp nhận được. Tuy nhiên, với thực tế hoạt động sản xuất phân hữu cơ từ chất thải thực phẩm, phụ phẩm nông nghiệp... tại Việt Nam chưa thể tạo lợi nhuận, không thể cạnh tranh về giá bán với các loại phân bón khác, nếu không có những hình thức hỗ trợ đặc biệt (coi hoạt động này như hoạt động xử lý CTR- hỗ trợ toàn bộ chi phí) thì sẽ khó có khả năng triển khai hoạt động này.

CHƯƠNG 4

GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CHÍNH SÁCH TIÊU DÙNG XANH Ở VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2030

4.1 Bối cảnh và triển vọng phát triển kinh tế xanh, tiêu dùng xanh ở Việt Nam thời kỳ tới năm 2030

4.1.1 Bối cảnh phát triển kinh tế xanh, tiêu dùng xanh ở Việt Nam thời kỳ tới năm 2030

a) Bối cảnh quốc tế

Thứ nhất, BĐKH toàn cầu, mà trước hết là sự tăng lên của nhiệt độ trái đất, nước biển dâng và các thảm họa thiên tai,... là một trong những thách thức lớn nhất đối với nhân loại trong thế kỷ XXI.

Thứ hai, an ninh lương thực toàn cầu đang bị đe dọa khi giá lương thực tăng cao và dự trữ lương thực ở mức rất thấp khiến nguy cơ khủng hoảng lương thực luôn thường trực.

Thứ ba, nguy cơ mất an ninh năng lượng. Trong khi nhu cầu sử dụng năng lượng xu hướng tăng mạnh đặc biệt ở các nền kinh tế lớn như Trung Quốc và Ấn Độ và các nền kinh tế mới nổi làm cho áp lực đối với nguồn cung năng lượng ngày càng nặng nề. Sự chênh lệch cung - cầu ngày càng lớn đe dọa sẽ đẩy giá dầu tăng cao khiến cho nguy cơ về một cuộc khủng hoảng năng lượng tiềm ẩn vẫn luôn thường trực.

Thứ tư, khủng hoảng tài chính, suy thoái kinh tế toàn cầu và những vấn đề an ninh phi truyền thống đã làm bộc lộ những khuyết điểm, rủi ro khó lường của các mô hình kinh tế hiện tại. Yêu cầu đặt ra là cần phải chuyển đổi mô hình tăng trưởng và tái cấu trúc kinh tế để tạo lập lại nền tảng cho sự PTBV.

b) Bối cảnh trong nước

Tăng trưởng xanh là phương thức thúc đẩy quá trình thay đổi các mô hình tăng trưởng, tái cơ cấu nền kinh tế, nhằm khai thác tối đa lợi thế cạnh tranh, tăng hiệu quả kinh tế và khả năng cạnh tranh thông qua nghiên cứu và ứng dụng công

nghe tiên tiến, phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng hiện đại, nhằm sử dụng hiệu quả tài nguyên thiên nhiên, giảm phát thải KNK, ứng phó với BĐKH, góp phần xóa đói, giảm nghèo, tạo động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bền vững.

Từ đó, Việt Nam xác định có 3 nhiệm vụ chiến lược để thực hiện được mục tiêu phát triển kinh tế xanh như sau: *Một là*, giảm cường độ phát thải khí nhà kính và thúc đẩy sử dụng năng lượng sạch, năng lượng tái tạo, *Hai là*, xanh hóa sản xuất, *Ba là*, xanh hóa lối sống và thúc đẩy tiêu dùng bền vững. Cụ thể trình bày phụ lục 5.

Việc xác định mục tiêu và nhiệm vụ chiến lược rất cụ thể và có cơ sở giúp Việt Nam có định hướng đúng đắn và lối đi cụ thể trong tiến trình “phát triển kinh tế xanh”, và mục tiêu “công nghiệp hóa, hiện đại hóa” đất nước. Như vậy, dựa theo cách nhìn nhận từ chiến lược TTX đã được ban hành ở Việt Nam để đạt mục tiêu TTX, nhiều việc cùng một lúc phải thực hiện, từ sử dụng hiệu quả tiết kiệm tài nguyên, bảo vệ môi trường, xóa đói giảm nghèo, đầu tư cho bảo tồn và phát triển, giảm thiểu phát thải khí nhà kính đến sự nỗ lực của toàn xã hội, không chỉ các tổ chức chính quyền mà còn cả người dân và DN cùng phải nhận thức đầy đủ và thực hiện theo mục tiêu chiến lược đã đề ra. Phát triển kinh tế xanh ở Việt Nam có nhiều vấn đề cần chú ý.

4.1.2 Triển vọng phát triển kinh tế xanh, tiêu dùng xanh ở Việt Nam thời kỳ tới năm 2030

Trong giai thời kỳ phát triển kinh tế - xã hội đến năm 2030, Việt Nam đã và đang nỗ lực hoạch định và thực hiện các chính sách phát triển kinh tế theo hướng bền vững, giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường, tích cực ứng phó đối với BĐKH. Trong những nỗ lực đó, việc chuyển đổi sang phát triển kinh tế xanh được xem là hướng đi phù hợp với chiến lược phát triển kinh tế lâu dài ở Việt Nam và phù hợp với các cam kết quốc tế về chống biến đổi khí hậu mà Việt Nam đã tham gia. Trong quá trình này, chúng ta có nhiều cơ hội để thúc đẩy phát triển kinh tế xanh theo các mục tiêu chúng ta đã đặt ra.

Thứ nhất, về cơ hội

Một là, Việt Nam có những lợi thế so sánh về điều kiện tự nhiên, tài nguyên vị thế, dân số, xã hội – những tiền đề tốt cho nền kinh tế xanh. Phát triển kinh tế xanh là một cơ hội để Việt Nam hội nhập sâu rộng hơn với xu hướng phát triển xanh toàn cầu.

Hai là, kinh tế Việt Nam liên tục tăng trưởng trong những năm vừa qua đã tạo ra nội lực bên trong cho một xu thế phát triển mới. Những vấn đề bức xúc về ONMT và suy giảm tài nguyên trong thời gian qua đã thức tỉnh các cấp lãnh đạo và người dân ủng hộ hướng phát triển mới – nền kinh tế xanh – để tạo đà cho sự đồng thuận cao của xã hội: loại bỏ phát triển “kinh tế nâu”. Việt Nam đã rất thành công trong việc thực hiện các Mục tiêu Thiên niên kỷ và là một trong số ít nước có khả năng hoàn thành các Mục tiêu này (đặc biệt là Mục tiêu giảm nghèo) đúng thời gian (2015).

Ba là, Việt Nam có tình hình chính trị- xã hội ổn định, quan hệ quốc tế ngày càng mở rộng, môi trường pháp lý, cơ chế, chính sách thuận lợi, theo hướng đẩy mạnh “tái cơ cấu nền kinh tế gắn với mô hình tăng trưởng” và coi đó là nhiệm vụ hàng đầu trong chiến lược phát triển kinh tế-xã hội giai đoạn 2011-2015.

Bốn là, nguồn lực lao động của Việt Nam đang ở giai đoạn “dân số vàng”, có truyền thống cần cù lao động, sống giản dị và hài hòa với thiên nhiên theo truyền thống văn hóa phương Đông, có khả năng tiếp thu nhanh khoa học – công nghệ và kỹ năng quản lý để phát triển nhân lực xanh.

Năm là, Việt Nam đã đang và sẽ nhận được sự hỗ trợ tích cực của cộng đồng quốc tế (UNDP, Ngân hàng Thế giới, Đan Mạch, Thụy Điển, Đức, Nhật Bản, Pháp, Hoa Kỳ,...) trong ứng phó với BĐKH nói riêng và TTX nói chung.

Tất cả những yếu tố tích cực đó đang hội tụ lại thành bàn đạp cho Việt Nam xây dựng nền kinh tế xanh và khẳng định sự lựa chọn “TTX” là phương án tối ưu cho PTBV, xóa đói, giảm nghèo của đất nước. Tuy nhiên, cũng phải thấy rằng, trong các hoạt động phát triển kinh tế-xã hội vừa qua, vốn tự nhiên của

chúng ta còn bị lãng phí nhiều và chưa được đánh giá đúng mức.

Thứ hai, về thách thức

Tuy nhiên, bên cạnh những cơ hội thì tồn tại không ít thách thức cho sự phát triển “bền vững” hay phát triển “xanh” này, đó là :

Một là, về nhận thức, hiểu thế nào là một nền “kinh tế xanh”, “tăng trưởng xanh” hiện nay ở Việt Nam vẫn còn mới bắt đầu, đòi hỏi phải có những nghiên cứu và phổ biến rộng rãi kiến thức trong tầng lớp lãnh đạo, các nhà hoạch định chính sách, các DN và người dân. Nếu không nhận thức đầy đủ, tính đồng thuận trong xã hội sẽ không đạt được, do vậy sẽ khó thực hiện chiến lược đã ban hành.

Hai là, về cách thức tiến hành, so với nền kinh tế truyền thống, “Nền kinh tế nâu”, việc chuyển đổi sang mô hình “Nền kinh tế xanh” mà trọng tâm là tăng trưởng, cơ cấu lại nền kinh tế có sự khác biệt như thế nào và bắt đầu từ đâu trong bối cảnh tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt nam hiện nay là vấn đề lớn đặt ra cho các nhà hoạch định chính sách trong việc xây dựng lộ trình phát triển.

Ba là, nền kinh tế xanh gắn với sử dụng năng lượng tái tạo, xây dựng xã hội cac bon thấp, TTX, đầu tư khôi phục hệ sinh thái, giải quyết sinh kế gắn với phục hồi môi trường,... Thực tế công nghệ sản xuất ở Việt nam hiện nay so với thế giới phần lớn là công nghệ cũ, tiêu hao năng lượng lớn, việc thay đổi công nghệ mới phù hợp với nền kinh tế xanh để 4 thực hiện TTX là thách thức không nhỏ nếu không có trợ giúp về vốn và công nghệ của các nước phát triển có công nghệ cao trên thế giới.

Bốn là, với hơn 70% dân số sống ở nông thôn, sản xuất nông nghiệp là chính, nhiều vùng nông thôn và khu vực miền núi, sinh kế người dân còn gặp nhiều khó khăn. Phát triển “kinh tế xanh” phải gắn với xóa đói giảm nghèo và an sinh xã hội, đây là thách thức không nhỏ trong lựa chọn chính sách thực hiện kế hoạch hành động xanh.

Năm là, về huy động nguồn vốn cho thực hiện mục tiêu “xây dựng nền kinh tế xanh”, mặc dù Việt nam đã thoát khỏi ngưỡng của nước nghèo nhưng tích

luỹ quốc gia so với các nước đã phát triển còn thấp, điều này ảnh hưởng không nhỏ tới quá trình triển khai hướng tới “Nền kinh tế xanh” thực hiện “TTX” theo như tính toán đầu tư trở lại phục hồi tự nhiên cần 1- 3% GDP.

Sáu là, nhiều ngành thâm dụng tài nguyên, sử dụng nhiên liệu hóa thạch lớn, gây ONMT đang chiếm tỷ trọng lớn trong nền kinh tế, như ngành khai thác khoáng sản, sản xuất năng lượng, sản xuất vật liệu xây dựng, dệt nhuộm, sản xuất giấy, công nghiệp hóa chất, đóng tàu, sửa chữa tàu thủy...trong khi đó ít chú ý đến phát triển các ngành công nghệ cao, có giá trị gia tăng lớn, hàm lượng khoa học cao.

Bảy là, thiếu vắng các ngành kinh tế hỗ trợ, giải quyết hậu quả về môi trường, ngành kinh tế thân thiện với môi trường: như công nghệ, dịch vụ bảo vệ môi trường, công nghiệp tái chế, sản xuất năng lượng từ chất thải, năng lượng sạch, hàng hóa, sản phẩm thân thiện với môi trường, nông nghiệp hữu cơ. Hoặc đã có một số lĩnh vực sản xuất thân thiện với môi trường đã được chú ý phát triển nhưng gặp khó khăn về nguồn vốn, đầu ra của sản phẩm thiếu ổn định, lợi thế cạnh tranh, lợi nhuận thấp nên vẫn chưa hình thành được những ngành kinh tế đủ mạnh để giải quyết có hiệu quả các vấn đề môi trường hiện nay.

Tám là, thiệt hại kinh tế do ô nhiễm, suy thoái môi trường rất lớn: Theo ước tính, nếu GDP Việt Nam trong 10 năm tới tăng gấp đôi mà không quan tâm đúng mức tới công tác bảo vệ môi trường thì ONMT sẽ tăng lên 3 lần so với hiện nay, đến năm 2025 có thể gấp 4 đến 5 lần; GDP cứ tăng 1% thì thiệt hại do ONMT sẽ làm mất đi 3% GDP .

Chín là, con đường tiến tới nền Kinh tế Xanh của Việt Nam đang phải đối diện với nhiều thách thức, cụ thể mức thu nhập trung bình đầu người/năm chỉ bằng 1/10 mức thu nhập trung bình trên thế giới. Hiệu quả sử dụng tài nguyên thấp, thiệt hại kinh tế do ô nhiễm suy thoái ở mức -11,54%, trong khi con số này ở Nhật là -0,82%, Hàn Quốc là -1,79%..

Như vậy, thách thức của phát triển kinh tế xanh, kinh tế bền vững là rất lớn.

vấn đề đặt ra của quá trình phát triển này cần phải được giải quyết cụ thể và từng bước, phải phụ thuộc vào hoàn cảnh đất nước và năng lực của quốc gia Việt Nam.

4.2. Quan điểm và những phương hướng hoàn thiện chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam thời kỳ tới năm 2030

4.2.1 Quan điểm hoàn thiện chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam đến năm 2030

Thứ nhất, hoàn thiện chính sách TDX là sự nghiệp của toàn Đảng, toàn dân, các cấp chính quyền, các Bộ, ngành, địa phương, các DN và tổ chức xã hội. Đây phải là một nội dung quan trọng của PTBV, đảm bảo phát triển kinh tế nhanh, hiệu quả, bền vững và góp phần quan trọng thực hiện Chiến lược phát triển kinh tế xã hội giai đoạn từ nay đến 2030 và Chiến lược quốc gia về BDKH, Chiến lược quốc gia về TTX.

Thứ hai, hoàn thiện chính sách TDX phải do con người và vì con người, góp phần tạo việc làm, xóa đói giảm nghèo, nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người dân.

Thứ ba, hoàn thiện chính sách TDX phải dựa trên tăng cường đầu tư vào bảo tồn, phát triển và sử dụng hiệu quả các nguồn vốn tự nhiên, giảm phát thải KNK, cải thiện nâng cao chất lượng môi trường, qua đó kích thích tăng trưởng kinh tế bền vững.

Thứ tư, hoàn thiện chính sách TDX phải dựa trên cơ sở khoa học và công nghệ hiện đại, phù hợp với điều kiện Việt Nam.

Thứ năm, chính sách TDX hướng đến ba mục tiêu cơ bản là: 1) thúc đẩy mua sắm xanh, 2) Thúc đẩy sử dụng xanh và 3) thúc đẩy hành vi tuyên truyền cho TDX.

4.2.2 Phương hướng hoàn thiện chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam đến năm 2030

Để hiện thực hóa ba mục tiêu chiến lược này trong thực tế chính sách TDX cần hướng đến việc xóa bỏ các rào cản đối với việc thực hiện chính sách TDX

trong thực tế do đó thời gian tới chính sách TDX cần hướng tới tập trung giải quyết các vấn đề sau:

Thứ nhất, hoàn thiện khung thể chế, chính sách cho TDX. Khung thể chế, chính sách cần tập trung hỗ trợ và khuyến khích các công ty, DN đổi mới sáng tạo nhằm tạo ra nhiều sản phẩm, dịch vụ thân thiện với môi trường cũng như thay đổi công nghệ sản xuất hướng tới sản xuất sạch hơn. Do đó cần ưu tiên phát triển các ngành có công nghệ cao, công nghệ thân thiện môi trường; Sử dụng tiết kiệm năng lượng và tài nguyên, Không gây ONMT, Phục hồi tài nguyên và hệ sinh thái. Khung pháp lý cho TDX cần hướng đến xoá bỏ những rào cản đối với các khoản đầu tư xanh, thúc đẩy khoản đầu tư tài chính cho TDX; hoàn thiện bộ công cụ xanh như: hệ thống thuế, phí, công cụ tài chính khác để hướng tới sản xuất và TDX. Cần thúc đẩy “xanh hoá” công nghệ bằng việc khuyến khích đầu tư vào lĩnh vực khoa học công nghệ mới, khoa học sự sống, năng lượng mới, năng lượng tái tạo..., ưu đãi khu vực tư nhân đầu tư vào lĩnh vực kinh tế xanh, khuyến khích tiết kiệm và sử dụng hiệu quả tài nguyên, nhất là tài nguyên quý hiếm, bảo vệ môi trường, thay đổi khung pháp lý nhằm thực hiện hiệu quả chính sách mua sắm công xanh.

Thứ hai, tạo điều kiện thúc đẩy hành vi mua sắm xanh thông qua các biện pháp phát triển thị trường hàng hóa, dịch vụ xanh. Do đó cần tập trung thực thi hiệu quả các chính sách dán nhãn sinh thái, nhãn năng lượng cho các sản phẩm. Hỗ trợ DN phát triển sản phẩm, dịch vụ xanh cũng như phát triển kênh phân phối sản phẩm xanh đến tay NTD. Hỗ trợ xây dựng thương hiệu, mở rộng thị phần cho các hàng hóa và dịch vụ xanh.

Thứ ba, đẩy mạnh hành vi sử dụng xanh thông qua việc thực thi hiệu quả các chính sách sử dụng hiệu quả tiết kiệm năng lượng, Hỗ trợ khuyến khích các DN hướng đến sản xuất sạch hơn thông qua thay đổi công nghệ, khuyến khích người dân hình thành thói quen sử dụng tiết kiệm, hiệu quả thông qua tái chế, xử lý rác thải

Thứ tư, hoạt động tuyên truyền cần hướng đến thay đổi nhận thức, thái độ, hành vi của các cơ quan quản lý nhà nước, DN và NTD trong các hộ gia đình đối với TDX. Trong đó cần thay đổi nhận thức thái độ của các cán bộ trong các cơ quan quản lý nhà nước để họ thấy được cơ hội phát triển đối với DN và lợi ích của việc áp dụng các chính sách TDX với sự phát triển kinh tế, xã hội. Đối với DN, cần tuyên truyền để DN hiểu rõ các chính sách, giúp họ nắm được các quy trình thủ tục để họ đạt được các tiêu chuẩn trong sản xuất và cung ứng sản phẩm dịch vụ xanh hay các tiêu chuẩn trong sản xuất sạch hơn. Với NTD là cá nhân cần giúp họ thay đổi nhận thức và thói quen tiêu dùng truyền thống thông qua việc cung cấp cho họ thông tin về sản phẩm và dịch vụ xanh cũng như giúp họ nhận biết các sản phẩm này và công dụng, lợi ích của nó đối với cuộc sống.

4.3 Một số giải pháp hoàn thiện chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam đến năm 2030

4.3.1 Rà soát lại toàn bộ chính sách liên quan đến tiêu dùng xanh

Chính phủ và các bộ ngành liên quan nên rà soát lại toàn bộ CSTDX và TTX cũng như các chính sách liên quan đến PTBV và BĐKH có quy định về TDX ở Việt Nam. Đây là việc làm cần được thực hiện đầu tiên để giảm sự chồng lấn và trùng lặp giữa các chính sách về mục tiêu, chiến lược và quá trình thực thi. Các chính sách đưa ra cần có lộ trình thực hiện cụ thể từ TW đến địa phương về mặt mục tiêu, nội dung thực hiện và thời gian thực hiện.

Việc rà soát chính sách nên được thực hiện bởi CP và các bộ ngành, tiếp đó là các tỉnh chủ quản đơn vị. Việc làm này cần nêu rõ trách nhiệm ai là người thực hiện và đơn vị phối hợp. Cần chỉ rõ mục tiêu, nội dung, chiến lược, đơn vị thực hiện, kết quả cần đạt được trong từng chính sách liên quan đến TDX để giảm sự chồng lấn và trùng lặp sẽ gây ra khó hiểu cho người thực hiện và lãng phí nguồn lực.

Việc rà soát chính sách nên theo cả chiều dọc và chiều ngang, chiều dọc các Bộ ngành chịu trách nhiệm và chiều ngang là chính quyền địa phương chịu

trách nhiệm. Sau khi rà soát cần có cơ chế phối hợp giữa ngành và địa phương để có giải pháp chung cho các chính sách liên quan đến CSTDX.

4.3.2 Hoàn thiện khung thể chế, chính sách cho tiêu dùng xanh

4.3.2.1 Hoàn thiện khung thể chế pháp lý cho mua sắm công xanh

Mua sắm xanh của khu vực công là một yếu tố rất quan trọng thúc đẩy TDX. Chi tiêu công hiện đang chiếm khoảng 70% tổng chi ngân sách Nhà nước, do đó khi chính phủ quyết định mua sắm những mặt hàng có tiêu chuẩn về môi trường, các bên cung ứng sẽ phải tự thay đổi để đáp ứng được những yêu cầu này.

Bảng 4.2: Các văn bản quy định mua sắm xanh của khu vực công

TT	Loại CS	Số hiệu	Năm	Nội dung
1	QĐ	170/2006/QĐ-TTg	2006	Ban hành Quy định tiêu chuẩn, định mức trang thiết bị và phương tiện làm việc của cơ quan và cán bộ, công chức, viên chức nhà nước.
2	QĐ	179/2007/QĐ-TTg	2007	Ban hành quy chế tổ chức mua sắm tài sản hàng hóa từ ngân sách nhà nước theo phương thức tập trung.
3	QĐ	68/2011/QĐ-TTg	2011	Ban hành Danh mục phương tiện, thiết bị tiết kiệm năng lượng được trang bị, mua sắm đối với cơ quan, đơn vị sử dụng ngân sách nhà nước.
4	QĐ	68/2011/QĐ-TTg	2011	Ban hành Danh mục phương tiện, thiết bị tiết kiệm năng lượng được trang bị, mua sắm đối với cơ quan, đơn vị sử dụng ngân sách nhà nước.

(Nguồn: tác giả tổng hợp)

- Hoàn thiện hệ thống *các tiêu chuẩn về mua sắm xanh* cũng như các biện pháp đo lường cần thiết để có thể xác định rõ về lượng thể nào là “mua sắm xanh”. Để làm việc này cần nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế về *danh sách mua sắm xanh* ví dụ như danh sách có thể bao gồm hai phần: danh sách các sản phẩm có dán nhãn môi trường, giảm phát thải khí nhà kính, danh sách các sản phẩm

tiết kiệm nhiên liệu và tài nguyên thiên nhiên, cần tham khảo kinh nghiệm quốc tế về các nhóm sản phẩm cụ thể đang được áp dụng các tiêu chuẩn xanh hoá như: các sản phẩm và dịch vụ sạch, xây dựng, điện, các dịch vụ phục vụ và sản phẩm lương thực, thiết bị công nghệ thông tin văn phòng, giấy và giấy đồ họa, dệt may, vận tải và đồ nội thất, sản phẩm cách nhiệt, thiết bị phủ sàn, các pano tường, hệ thống đèn đường và đèn giao thông, điện thoại di động, hệ thống đèn trong nhà, cơ sở hạ tầng xử lý nước thải và hệ thống nước sinh hoạt.

- Quốc hội cần rà soát để đồng bộ hoá các quy định về mua sắm xanh của Chính phủ với các quy định xanh hoá khác trong việc thực hiện chiến lược TTX và chuyển đổi mô hình tăng trưởng. Ví dụ, 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...

4.3.2.2 Nghiên cứu, xây dựng và ban hành văn bản quy phạm pháp luật về mua sắm xanh

Luật thúc đẩy mua sắm xanh đã được xây dựng và triển khai hiệu quả tại một số nước phát triển như Hàn Quốc và Nhật Bản. Hệ thống văn bản quy phạm pháp luật về bảo vệ môi trường và PTBV ở Việt Nam tuy đã được xây dựng khá đầy đủ nhưng đối với hoạt động mua sắm xanh thì hiện vẫn chưa có một quy định riêng biệt, cụ thể nào để điều chỉnh.

Kinh nghiệm Hàn Quốc cho thấy các chương trình dán nhãn môi trường chỉ thực sự phát huy tác dụng khi Luật khuyến khích mua sắm sản phẩm xanh được ban hành. Do tính bắt buộc của hệ thống mua sắm xanh mà Chương trình thúc đẩy mua sắm xanh đã thành công và đạt được nhiều thành tựu lớn, trong vòng 5 năm số lượng sản phẩm xanh được chứng nhận đã tăng 5 lần, quy mô sản xuất sản phẩm xanh đã tăng 15 lần. Các sản phẩm xanh đã có sự cạnh tranh về giá và chất lượng trên thị trường.

Chương trình nhãn sinh thái, nhãn năng lượng ở Việt Nam đã có những cơ sở pháp lý cần thiết, bước đầu triển khai đã đạt được một số kết quả. Tuy nhiên

để hoạt động này đi vào thực chất và đạt được kết quả cao, nhất thiết phải được quy định cụ thể ở các văn bản quy phạm pháp luật như Nghị định, thông tư hoặc cao hơn có thể là luật để điều chỉnh tất cả các hoạt động liên quan đến mua sắm xanh.

Do đó việc nghiên cứu, xây dựng và ban hành văn bản quy phạm pháp luật về Mua sắm xanh là cần thiết, tạo động lực để hướng tới nền kinh tế xanh, thực hiện mục tiêu PTBV đất nước.

4.3.2.3 Nghiên cứu, xây dựng và ban hành Luật Tiết kiệm và sử dụng hiệu quả tài nguyên thiên nhiên

Việc xây dựng nền kinh tế xanh, các bon thấp là xu thế chung hiện nay của nhiều nước trên thế giới và có thể đạt được thông qua sự phát triển cân bằng giữa sản xuất và TDX. Để hướng tới một xã hội các bon thấp, tất cả các quy trình trong chuỗi giá trị sản phẩm phải thân thiện với môi trường, từ nguyên liệu xanh-công nghệ xanh-sản xuất xanh-vận chuyển xanh-phân phối xanh... và căn cứ vào thực trạng khai thác, sử dụng tài nguyên thiên nhiên và thực trạng các quy định pháp luật hiện hành có liên quan, đề xuất ý tưởng xây dựng Luật Tiết kiệm và Sử dụng hiệu quả tài nguyên thiên nhiên. Hy vọng rằng Luật Tiết kiệm và Sử dụng hiệu quả tài nguyên thiên nhiên sẽ sớm được đưa vào Chương trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật của Quốc hội để sớm được xây dựng và ban hành. Luật này ra đời sẽ góp phần củng cố, bổ sung hệ thống pháp luật về sản xuất xanh, mua sắm xanh.

Tiếp tục xây dựng, ban hành các tiêu chuẩn hiệu suất năng lượng. Tiếp tục hoàn thiện khung pháp lý về sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả trong sản xuất công nghiệp, trong quản lý các công trình xây dựng, trong sinh hoạt đời sống và đối với các trang thiết bị sử dụng năng lượng.

4.3.2.4 Lồng ghép các nội dung về sản xuất và tiêu dùng bền vững vào trong các chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển quốc gia, ngành và địa phương

Trên phạm vi rộng, việc PTBV phụ thuộc vào việc lồng ghép thành công các quy định bảo vệ môi trường với quy hoạch kinh tế và ra quyết định, một quy

trình được gọi là lồng ghép môi trường. Để thúc đẩy TDX việc lồng ghép các nội dung về sản xuất và tiêu dùng bền vững vào trong các chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển quốc gia, ngành và địa phương, các chương trình PTBV, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội... là rất quan trọng. Do đó trong những năm tới một trong những nội dung trọng tâm của việc hoàn thiện khung thể chế chính sách cho TDX là phải thực hiện thành công việc lồng ghép các yếu tố của TDX vào các chính sách phát triển của quốc gia, khu vực và địa phương.

4.3.2.5 Xây dựng và hoàn thiện khung chính sách thúc đẩy các hoạt động tuần hoàn, tái chế, tái sử dụng chất thải

Theo Chiến lược quốc gia về quản lý tổng hợp chất thải rắn đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2050, thì đến năm 2025, 100% các đô thị có công trình tái chế chất thải rắn thực hiện phân loại tại hộ gia đình, 100% tổng lượng chất thải rắn sinh hoạt đô thị phát sinh được thu gom và xử lý bảo đảm môi trường, trong đó 90% được tái chế, tái sử dụng, thu hồi năng lượng hoặc sản xuất phân hữu cơ, 90% tổng lượng chất thải rắn xây dựng phát sinh tại các đô thị được thu gom xử lý, trong đó 60% được thu hồi để tái sử dụng hoặc tái chế, 90% lượng chất thải rắn phát sinh tại các điểm dân cư nông thôn và 100% tại các làng nghề được thu gom và xử lý bảo đảm môi trường.

Để đạt được mục tiêu nêu trên, Chính phủ cần sớm hoàn thiện khung thể chế pháp lý thúc đẩy các hoạt động tuần hoàn, tái chế, tái sử dụng. Hiện nước ta còn thiếu hụt các khung chính sách hỗ trợ phù hợp và hiệu quả cho tái chế chất thải. Các DN tái chế ở Việt Nam chưa thực sự được hỗ trợ bởi một khung pháp lý phù hợp, đặc biệt là trong các vấn đề giám sát sản xuất, giám sát hiệu quả hoạt động và chất lượng sản phẩm, dịch vụ cung cấp, cũng như hỗ trợ DN trên mọi phương diện hoạt động. Ngược lại, các DN này vẫn còn gặp nhiều khó khăn với các cơ quan quản lý do sự nhạy cảm của ngành nghề [142]. Do đó cần tập trung thực hiện các nhiệm vụ như:

- Nghiên cứu xây dựng các cơ chế chính sách ưu đãi, hỗ trợ, khuyến khích

thu gom, vận chuyển và đầu tư cơ sở xử lý chất thải phù hợp với điều kiện phát triển kinh tế-xã hội địa phương

- Xây dựng cơ chế khuyến khích các thành phần kinh tế tư nhân tham gia đầu tư xây dựng và trực tiếp quản lý, khai thác, vận hành dự án xử lý chất thải sau khi xây dựng xong đảm bảo tính hiệu quả, ổn định và bền vững của dự án xử lý chất thải

- Có chính sách ưu đãi, khuyến khích các DN hành nghề quản lý chất thải nguy hại đầu tư các thiết bị, công nghệ xử lý chất thải nguy hại theo hướng thân thiện môi trường nhằm phát triển công nghệ xử lý chất thải nguy hại tại Việt Nam cả về chất lượng và số lượng;

- Có chính sách hỗ trợ, khuyến khích các cơ sở xử lý không có giấy phép và cơ sở hoạt động trong các làng nghề chuyển đổi mô hình sản xuất (áp dụng công nghệ sạch, thân thiện với môi trường...) hoặc lắp đặt các thiết bị/hệ thống xử lý để đáp ứng các quy định về BVMT.

4.3.2.6 Xây dựng và hoàn thiện chính sách khuyến khích đầu tư phát triển sản xuất, kinh doanh và phân phối các sản phẩm và dịch vụ thân thiện môi trường

Khâu quan trọng để thúc đẩy tiêu dùng xanh là phải phát triển các sản phẩm, dịch vụ xanh cũng như mở rộng kênh phân phối các sản phẩm và dịch vụ này đến tay NTD. Do đó những năm tới chính phủ cần xây dựng các cơ chế khuyến khích, ưu đãi việc sản xuất, phân phối các sản phẩm thân thiện môi trường như:

- Tiếp tục thực hiện những ưu đãi, hỗ trợ về đất đai, vốn, miễn, giảm thuế, phí về bảo vệ môi trường đối với các công ty DN sản xuất, phân phối sản phẩm, dịch vụ thân thiện với môi trường.

- Tạo lập thị trường bền vững cho sản phẩm thân thiện với môi trường thông qua các cơ chế ưu đãi cho tổ chức, cá nhân sản xuất, xuất khẩu, nhập khẩu và tiêu dùng sản phẩm, dịch vụ thân thiện với môi trường.

- Hỗ trợ xúc tiến thương mại, tiếp cận thị trường đối với các sản phẩm được

dán nhãn xanh Việt Nam, nhãn tiết kiệm năng lượng và các nhãn sinh thái khác.

- Hướng dẫn, hỗ trợ kỹ thuật đối với DN trong việc xây dựng áp dụng và chứng nhận các hệ thống tiêu chuẩn quốc tế, tiêu chuẩn của nhà nhập khẩu về môi trường và PTBV, xây dựng mô hình DN xuất khẩu bền vững.

- Nhà nước cũng cần phát huy vai trò hỗ trợ nâng cao năng lực quản trị của DN thông qua các hệ thống đào tạo và hỗ trợ đào tạo để đảm bảo nguồn nhân lực cho các DN thực hiện chuỗi cung ứng xanh và cung cấp hàng hoá dịch vụ cho mua sắm xanh. Đưa các nội dung của TDX và yêu cầu của các chuẩn mực về xanh đối với các DN trong các nội dung đào tạo để có nội dung thiết thực phục vụ mục tiêu này.

- Cần thiết kế các chính sách ưu đãi và khuyến khích tài chính và phát triển thị trường khoa học công nghệ để khuyến khích các DN đầu tư vào khoa học và công nghệ và tăng cường ứng dụng khoa học và công nghệ trong thực tiễn. Các chính sách như ưu đãi về thuế, phí, trao quyền ưu tiên trong đấu thầu, trong tiếp cận vốn, đất đai... có thể được áp dụng như những công cụ khuyến khích DN và hộ gia đình trong việc thực hiện xanh hoá các hoạt động sản xuất và kinh doanh trong các chuỗi sản phẩm.

4.3.2.7 Hoàn thiện khung chính sách tài chính nhằm phát triển thị trường vốn xanh và các sản phẩm tài chính xanh

Để thúc đẩy TDX đòi hỏi nguồn lực không nhỏ để đầu tư cải tiến công nghệ, thực hiện các dự án đầu tư xanh trong khi nguồn lực trong nước, đặc biệt là nguồn NSNN còn rất hạn chế và phải dành để thực hiện nhiều mục tiêu quan trọng khác. Các DN gặp nhiều khó khăn trong việc huy động các nguồn tài chính cho việc thay đổi công nghệ hướng tới sản xuất xanh. Việc phát sinh các chi phí cho TTX cũng đã khiến cho không ít DN giảm động lực đổi mới công nghệ, tăng cường hiệu quả sản xuất, giảm tác động môi trường trong khi đó việc thu hút, huy động nguồn tài chính cho lĩnh vực này không hề đơn giản. Vì vậy, những năm tới Bộ Tài chính cần nhanh chóng thực hiện rà soát, hoàn thiện khung chính

sách tài chính nhằm phát triển thị trường vốn xanh và các sản phẩm tài chính xanh. Theo đó, các hoạt động trên thị trường vốn sẽ được thiết lập một khung tài chính xanh như: Ban hành các quy định, điều kiện khi niêm yết cổ phiếu (niêm yết xanh), báo cáo (trong báo cáo bền vững) và trong giám sát (theo các tiêu chí tài chính xanh). Xây dựng các bộ chỉ số xanh để theo dõi, đánh giá và giao dịch trên thị trường vốn; Ban hành quy chế hoặc hướng dẫn về quản trị rủi ro môi trường xã hội cho các tổ chức thị trường, cho các thành viên thị trường là các định chế tài chính và các DN niêm yết.

4.3.2.8. Chính sách khuyến khích tiêu dùng xanh

Nhà nước cần xây dựng và hoàn thiện khung pháp lý về tiêu dùng xanh sẽ tạo ra động lực khuyến khích và nguồn cung cho nhu cầu “tiêu dùng xanh trên thị trường.” Đồng thời cần đưa ra các chính sách khuyến khích các nhà sản xuất các sản phẩm, dịch vụ xanh. Phát triển những ngành nghề, lĩnh vực có áp dụng công nghệ sạch, sản xuất sạch hơn, hướng đến các sản phẩm cho tiêu dùng xanh. Đẩy mạnh xanh hóa sản xuất, ưu tiên các chính sách và kế hoạch hành động phát triển năng lượng tái tạo, sử dụng tiết kiệm và hiệu quả tài nguyên, phát triển công nghệ xanh, cơ chế phát triển sạch (CDM).

Bên cạnh đó, cần phát triển và nhân rộng các mô hình doanh nghiệp xanh, hỗ trợ về giá đối với các sản phẩm, dịch vụ xanh và tăng cường tiếp thị quảng cáo trong tiêu thụ các sản phẩm xanh. Tổ chức chương trình đào tạo về sản xuất xanh cho lực lượng lao động trực tiếp tham gia vào các mô hình doanh nghiệp xanh. Tăng cường thực hiện các chương trình kích cầu tiêu dùng xanh đối với các sản phẩm, nhằm đưa các sản phẩm xanh vào tiêu dùng và nâng cao thói quen tiêu dùng thân thiện môi trường của con người.

Đẩy mạnh tuyên truyền về lợi ích của các sản phẩm xanh, chất lượng và giá cả cạnh tranh trên thị trường của các sản phẩm xanh cũng như lợi ích thiết thực trong BVMT đến cộng đồng, người tiêu dùng, người sản xuất để thu hút lực lượng tiêu thụ sản phẩm xanh và nâng cao nhận thức về tiêu dùng xanh. Đồng

thời, tạo mối quan hệ chặt chẽ giữa nhà sản xuất xanh, sản phẩm xanh và người “tiêu dùng xanh”.

Chính quyền địa phương cần tăng cường công tác tuyên truyền, vận động nhằm nâng cao nhận thức ý nghĩa, tầm quan trọng của hành vi tiêu dùng xanh đối với cá nhân, gia đình và cộng đồng.

Ngoài ra, người dân cần ý thức rõ ý nghĩa, tầm quan trọng của tiêu dùng xanh đối với môi trường, sức khỏe của cá nhân, cộng đồng vì sự phát triển bền vững cho muôn đời sau. Tích cực vận động người thân, gia đình thực hiện hành vi tiêu dùng xanh, coi đây là trách nhiệm và vinh dự lớn lao của mỗi con người trong xã hội.

4.3.2.9. Chính sách quản lý nhập khẩu phế liệu

- *Mục tiêu của chính sách:* nâng cao hiệu quả quản lý và giám sát, ngăn chặn, hạn chế hoạt động nhập khẩu phế liệu thời gian tới nhằm đảm bảo các mục tiêu về kinh tế, môi trường cũng như việc tuân thủ các cam kết quốc tế có liên quan.

- *Khung pháp lý về quản lý nhập khẩu phế liệu:* Luật Bảo vệ môi trường, Nghị định 38/2015/NĐ-CP về quản lý chất thải và phế liệu, Quyết định 73/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ quy định Danh mục phế liệu được phép NK từ nước ngoài làm nguyên liệu sản xuất; Thông tư 41/2015/TT-BTNMT của Bộ Tài nguyên và Môi trường về bảo vệ môi trường trong NK phế liệu làm nguyên liệu sản xuất, Thông tư 43/2010/TT-BTNMT quy định quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về môi trường.

Bên cạnh đó, hệ thống văn bản xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực hải quan, lĩnh vực bảo vệ môi trường đã được quy định tại Nghị định 45/2016/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung Nghị định 127/2013/NĐ-CP về xử phạt vi phạm hành chính và cưỡng chế thi hành quyết định hành chính trong lĩnh vực hải quan và Nghị định 155/2016/NĐ-CP quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực bảo vệ môi trường.

Cụ thể, hiện nay để nhập khẩu phế liệu, DN phải thực hiện các thủ tục để được cấp phép đủ điều kiện về bảo vệ môi trường trong nhập khẩu phế liệu và các giấy tờ liên quan. Trong đó, phế liệu chỉ được phép NK cho tổ chức, cá nhân sử dụng làm nguyên liệu sản xuất, không được NK để kinh doanh thương mại.

Thông tư 41/2015/TT-BTNMT của Bộ Tài nguyên và Môi trường quy định DN phải lập hồ sơ xin cấp “Giấy xác nhận đủ điều kiện về bảo vệ môi trường trong nhập khẩu phế liệu làm nguyên liệu sản xuất”.

Thông tư 43/2010/TT-BTNMT của Bộ Tài nguyên và Môi trường quy định về quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về môi trường đối với 3 loại phế liệu gồm: Phế liệu sắt, thép nhập khẩu; phế liệu nhựa nhập khẩu; phế liệu giấy nhập khẩu.

- *Nội dung và công cụ hạn chế nhập khẩu phế liệu:*

+ *Công cụ mệnh lệnh hành chính:* Các quy định về nhập khẩu phế liệu có tác động trực tiếp đối với hành vi của các chủ thể liên quan đến hoạt động nhập khẩu phế liệu sắt thép như: hải quan, thuế, cơ quan môi trường... và các doanh nghiệp nhập khẩu. Vì vậy, để hoạt động nhập khẩu phế liệu diễn ra theo đúng định hướng phát triển chung của đất nước, chúng ta phải không ngừng hoàn thiện các biện pháp có liên quan, đặc biệt là các công cụ mệnh lệnh hành chính. Mở rộng đối tượng tham gia vào hoạt động nhập khẩu; có chế tài đủ mạnh đối với các trường hợp vi phạm quy định nhập khẩu phế liệu theo nguyên tắc đối tượng vi phạm, gây ra sự cố ô nhiễm môi trường phải chịu kinh phí để khắc phục và bồi thường thiệt hại;

+ *Công cụ kỹ thuật:* Xây dựng bộ tiêu chuẩn hoàn chỉnh đối với từng loại phế liệu được phép nhập khẩu. Hiện nay, tiêu chuẩn được xây dựng chung cho tất cả các loại phế liệu, tuy nhiên, mỗi loại phế liệu khác nhau lại có những đặc thù khác nhau. Chính vì vậy, cần xây dựng bộ tiêu chuẩn cho từng loại phế liệu một. Trong bộ tiêu chuẩn đó chứa các quy định cụ thể về: chủng loại phế liệu được phép nhập khẩu, tỷ lệ tạp chất không nguy hại, nguồn gốc phế liệu.

+ *Công cụ kinh tế:* Nghiên cứu áp dụng thuế/phí môi trường đối với phế

liệu nhập khẩu. Mức thuế/phí này sẽ thay đổi theo từng loại phế liệu khác nhau. Nghiên cứu áp dụng công cụ đặt cọc hoàn trả trong hoạt động nhập khẩu sắt thép phế liệu. Khi áp dụng công cụ này, doanh nghiệp nhập khẩu cần đóng một khoản tiền đặt cọc nhất định (tỷ lệ tương ứng với giá trị nhập khẩu) cho cơ quan quản lý.

+ *Công cụ giáo dục tuyên truyền*: Tuyên truyền và phổ biến về các qui định, chủ trương, chính sách liên quan đến việc nhập khẩu phế liệu làm nguyên liệu sản xuất. Giới thiệu cho doanh nghiệp về những công nghệ tiên tiến, công nghệ xử lý chất thải phù hợp nhằm nâng cao khả năng xử lý các vấn đề môi trường trong khâu sử dụng phế liệu. Tạo dư luận xã hội, lên án mạnh mẽ đối với các hành vi gây ô nhiễm môi trường của các cá nhân và tổ chức trong kinh doanh phế liệu nhập khẩu.

4.3.3 Nâng cao hiệu quả quá trình thực thi chính sách tiêu dùng xanh

Việc có được cơ chế, chính sách phù hợp là việc làm quan trọng, tuy nhiên, để chính sách được triển khai có hiệu quả trong thực tế thì khâu thực thi lại giữ vai trò trọng yếu. Thông thường, việc thực thi chính sách mới thường gặp nhiều thách thức. Do đó để thực thi hiệu quả chính sách tiêu dùng xanh, những năm tới Nhà nước cần tập trung thực hiện đồng bộ các nhóm giải pháp như sau:

4.3.3.1 Triển khai đồng bộ các nhóm giải pháp nhằm huy động nguồn tài chính đầu tư cho tiêu dùng xanh

Một trong những khó khăn thách thức đối với việc thực hiện chính sách TDX đó là thiếu nguồn lực tài chính. Nhu cầu tài chính cho quá trình chuyển đổi này là rất lớn, do đó cần có chính sách tài chính công thông minh và cơ chế tài chính sáng tạo. Việc huy động các nguồn tài chính cho TDX không thể chỉ trông chờ vào ngân sách Nhà nước, cần phải thiết lập các định hướng cơ chế, chính sách thu hút nguồn vốn bên ngoài, trong đó có vốn từ tư nhân thông qua hình thức hợp tác công tư PPP Hay cần tận dụng các nguồn đầu tư, hỗ trợ từ các tổ chức quốc tế, do đó cần:

1) Tăng cường tài trợ, đầu tư từ ngân sách nhà nước cho các dự án, chương trình thực hiện mục tiêu TDX. Theo đó nhà nước cần ưu tiên bố trí kinh phí cho các hoạt động có liên quan đến bảo vệ môi trường, thúc đẩy TTX, ưu tiên bố trí vốn cho các dự án đầu tư công đáp ứng tiêu chuẩn kinh tế xanh theo cơ cấu ngành nghề, tiêu chuẩn sử dụng năng lượng, nguyên vật liệu, thiết kế thích hợp điều kiện sinh thái, tính đến tác động của BĐKH. Ưu tiên chi ngân sách cho các chương trình mục tiêu quốc gia liên quan đến bảo vệ môi trường theo hướng tập trung nguồn lực cho các hoạt động ứng phó với BĐKH, tiết kiệm và sử dụng năng lượng hiệu quả, Rà soát các chính sách xã hội liên quan đến việc thực hiện chiến lược TTX, Rà soát các cam kết hội nhập quốc tế và nghiên cứu xu hướng hợp tác quốc tế về tài chính xanh. Chính phủ có thể đầu tư trực tiếp vào cơ sở hạ tầng hoặc các hoạt động bảo vệ môi trường, hoặc giúp các bên khác huy động nguồn lực cho việc đó.

2) Cần phân cấp rõ nguồn vốn tài chính trung ương và địa phương đầu tư cho TTX, phát huy nội lực và thế mạnh tài chính của địa phương để đầu tư hiệu quả cho TTX. Theo các chuyên gia, cần có sự cân đối lại tỷ lệ đóng góp giữa trung ương và địa phương vào TTX, đồng thời có cơ chế khuyến khích và hình thức khen thưởng rõ ràng đối với những địa phương thực hiện tốt đầu tư tài chính cho TTX.

3) Huy động các nguồn vốn đầu tư cho TDX thông qua thị trường vốn cho các DN, dự án và sản phẩm xanh thông qua niêm yết, phát hành cổ phiếu xanh, Phát hành trái phiếu, chứng chỉ đầu tư... cho các dự án, chương trình và lĩnh vực xanh trước tình trạng hạn hẹp của nguồn NSNN. Cần đa dạng hóa việc thu hút các nguồn lực tài chính cho TTX. Theo đó, đẩy mạnh thu hút sự tham gia của khu vực tư nhân, nguồn đầu tư nhà nước và ODA, tạo chất xúc tác để thu hút, hình thành môi trường thuận lợi cho khu vực tư nhân tham gia đầu tư vào lĩnh vực TDX. Tăng cường đầu tư theo mô hình hợp tác công - tư (PPP).

4) Cần tăng cường năng lực dịch vụ tài chính, ngân hàng và thị trường tiền tệ để huy động các nguồn lực tài chính cho TDX. Về phía Bộ Tài chính, cần nghiên cứu phát hành trái phiếu Chính phủ xanh, các tổ chức phát hành trái phiếu cần ưu tiên tài trợ vốn cho các dự án xanh. Về phía Ngân hàng Nhà nước, cần chấp nhận việc sử dụng trái phiếu xanh trong hoạt động thị trường mở với tỷ lệ chiết khấu cao hơn các trái phiếu cùng loại và cho phép các tổ chức tín dụng sử dụng trái phiếu xanh làm dự trữ bắt buộc. Các địa phương cũng nên đẩy mạnh phát hành trái phiếu xanh và khuyến khích, hỗ trợ các DN trên địa bàn phát hành trái phiếu DN xanh. Tiếp tục hỗ trợ tín dụng ưu đãi cho các chương trình, dự án, các DN đầu tư vào đổi mới công nghệ theo hướng công nghệ xanh, việc làm xanh để tạo ra thế mạnh trong cạnh tranh của DN trên thị trường.

5) Tiếp tục thực hiện chính sách ưu đãi, nhất là ưu đãi về thuế, phí, cho vay tài chính nhằm khuyến khích DN đầu tư vào đổi mới công nghệ theo hướng công nghệ xanh, việc làm xanh để tạo ra thế mạnh trong cạnh tranh của DN trên thị trường. Tiếp tục nghiên cứu và triển khai chính sách khuyến khích hỗ trợ các ngành sản xuất kinh - doanh sử dụng công nghệ và năng lượng sạch thông qua các kênh khác như văn bản pháp lý, thủ tục, cơ chế đầu tư thuận lợi, hỗ trợ về vốn, đất đai.

6) Khuyến khích và thu hút các khoản vay, tài trợ ODA, “tài trợ khí hậu”, “quỹ khí hậu xanh” nhằm huy động các nguồn đầu tư cho TDX đồng thời có biện pháp quản lý sử dụng hiệu quả các nguồn đầu tư này.

4.3.3.2. Đẩy mạnh chiến dịch truyền thông thay đổi nhận thức, thái độ và hành vi liên quan đến TDX của NTD, DN và cán bộ trong cơ quan quản lý nhà nước

Đẩy mạnh các chiến dịch tuyên truyền nâng cao nhận thức, thái độ và định hướng thay đổi hành vi là việc làm quan trọng. Tuy nhiên, công tác tuyên truyền cần được xây dựng sao cho hiệu quả phù hợp với các đối tượng tuyên truyền.

Với các cán bộ lãnh đạo (nhất là lãnh đạo chủ chốt), cán bộ quản lý, hoạch

định chính sách, đội ngũ chuyên gia có liên quan đến nghiên cứu, điều tra, cung cấp thông tin, soạn thảo các quy hoạch, kế hoạch, chương trình, dự án phát triển kinh tế - xã hội cần đẩy mạnh tuyên truyền về vai trò, tầm quan trọng của mua sắm công xanh, tiêu dùng tiết kiệm, thân thiện với môi trường; công nghệ sạch... Tuyên truyền để họ nắm và hiểu rõ các quy định, chính sách của nhà nước về TDX nhằm thực thi hiệu quả chính sách này trong thực tế.

Đối với các DN cần tuyên truyền để nâng cao trách nhiệm của công ty, DN đối với việc bảo vệ môi trường. Tuyên truyền để họ thấy được các cơ hội phát triển mới đối với công ty và DN khi phát triển các dịch vụ, sản phẩm xanh hay thực hiện các quy định bảo vệ môi trường khác. Tuyên truyền giúp đỡ để họ nắm được các quy trình thủ tục cũng như là giúp họ đáp ứng được các tiêu chí, tiêu chuẩn về môi trường trong sản xuất, cung ứng sản phẩm, dịch vụ ra thị trường. Giúp họ tiếp cận được với các thông tin về chương trình hỗ trợ, ưu đãi khuyến khích đầu tư cho TDX.

Đối với NTD cần nâng cao năng lực nhận biết về sản phẩm, dịch vụ xanh. Tuyên truyền thay đổi thói quen mua sắm và tiêu dùng truyền thống gây hại tới môi trường.

Để thực hiện được mục tiêu trên cần:

- Thực hiện công tác đào tạo, xây dựng các chương trình giảng dạy về TDX trong ngành giáo dục và đào tạo. Nghiên cứu, lựa chọn đưa các môn học và nội dung về kinh tế học sinh thái, PTBV, TTX, năng lượng tái tạo, công nghệ sạch, TDX, kiểm toán môi trường, khai thác tài nguyên bền vững, bảo vệ hệ sinh thái và đa dạng sinh học vào các cấp học và bậc học trong hệ thống giáo dục quốc dân.

- Xây dựng hệ thống thông tin, tư liệu về TDX của quốc gia, ngành và địa phương. Tăng cường mạng lưới thông kê về TDX từ Trung ương đến địa phương để cung cấp đầy đủ, kịp thời và chính xác thông tin, số liệu về nền kinh tế xanh để đáp ứng yêu cầu quản trị nền kinh tế trong nước và hội nhập quốc tế. Khẩn

trường xây dựng hệ thống quản lý thông tin, dữ liệu về để Việt Nam sớm có ngân hàng dữ liệu hoàn chỉnh về TDX.

- Phát huy vai trò của các phương tiện thông tin đại chúng cho mục tiêu tuyên truyền phổ biến kiến thức, thông tin về sản phẩm, dịch vụ xanh hay các quy định chính sách cho TDX.

- In ấn thành các sách, báo, tờ rơi, sổ tay hướng dẫn, chuyên đề chuyên khảo, đồng thời tăng cường tổ chức các hội nghị, hội thảo, diễn đàn, phổ biến thông tin về TDX. Từng bước hình thành mạng lưới và đội ngũ tuyên truyền về TDX trên khắp các vùng của cả nước

4.3.3.3 Nâng cao năng lực thực thi chính sách cho cán bộ của cơ quan nhà nước đồng thời hỗ trợ đào tạo nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cho các doanh nghiệp

Để chuyển đổi thành công mô hình phát triển kinh tế theo hướng xanh hóa, Nhà nước cần đo lường được những tiến bộ đạt được. Điều này đòi hỏi phải xây dựng được bộ chỉ số, thu thập dữ liệu, phân tích và diễn giải kết quả để định hướng phát triển, hoàn thiện chính sách. Những yêu cầu nêu trên đòi hỏi bộ máy nhà nước và đội ngũ cán bộ, công chức phải có năng lực, trình độ, đáp ứng yêu cầu hoạch định, ban hành và thực thi hiệu quả các chính sách thông qua tổ chức thực hiện chính sách; thanh tra, kiểm tra và xử lý vi phạm... Muốn vậy, đội ngũ cán bộ, công chức phải thường xuyên được đào tạo, bồi dưỡng, cập nhật kiến thức chuyên môn, nghiệp vụ, tiếp thu kinh nghiệm quốc tế. Vì vậy cần tăng cường tổ chức đào tạo và bồi dưỡng kiến thức về nền kinh tế xanh, TDX cho đội ngũ cán bộ, nhất là đối với đội ngũ cán bộ lãnh đạo, cán bộ làm công tác hoạch định, thực thi chính sách, xây dựng chiến lược, quy hoạch và kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội và đội ngũ cán bộ quản lý DN.

Đặc biệt chú trọng đào tạo khối cán bộ tuyến cơ sở, nơi sẽ là đơn vị trực tiếp thực thi CSTDX vào thực tế. Điều này cần được làm thống nhất từ trên xuống dưới, nâng cao năng lực cho khối cơ sở thông qua đào tạo, tập huấn và mô

hình. Công việc này cần kết hợp giữa khối các cơ quan và các ngành. Đơn vị tiến hành nên được giao trực tiếp cho bộ Tài nguyên và Môi trường chịu trách nhiệm.

Nhà nước cũng cần phát huy vai trò hỗ trợ nâng cao năng lực quản trị của DN thông qua các hệ thống đào tạo và hỗ trợ đào tạo để đảm bảo nguồn nhân lực cho các DN thực hiện chuỗi cung ứng xanh và cung cấp hàng hoá dịch vụ cho mua sắm xanh. Đưa các nội dung của TDX và yêu cầu của các chuẩn mực về xanh đối với các DN trong các nội dung đào tạo để có nội dung thiết thực phục vụ mục tiêu này.

4.3.3.4 Tăng cường công tác kiểm tra, giám sát, đồng thời xây dựng cơ chế phối hợp, hoạt động giữa các cơ quan, ban ngành trong quá trình thực thi chính sách

Để thực thi hiệu quả chính sách TDX những năm tới các nhà nước cần tăng cường công tác kiểm tra, giám sát việc thực thi chính sách của các cơ quan quản lý nhà nước, đồng thời tăng cường kiểm tra giám sát việc thực hiện các quy định pháp luật của các công ty, DN. Đặc biệt giám sát các hoạt động tuân thủ quy định pháp luật liên quan đến TDX trong quá trình sản xuất tại các khu công nghiệp, cụm công nghiệp. Theo đó cần nâng cao chất lượng công tác thẩm định Báo cáo đánh giá tác động tới môi trường của các hoạt động sản xuất, kinh doanh. Đẩy mạnh, công tác thanh tra, kiểm tra việc chấp hành pháp luật về bảo vệ môi trường tại các cơ sở sản xuất, kinh doanh dịch vụ.

Nâng cao vai trò giám sát của các cơ quan liên quan, từ Quốc hội, Hội đồng nhân dân các cấp, các hiệp hội và các tổ chức quần chúng đối với hoạt động kinh doanh và đầu tư của các DN và các dự án kinh tế theo hướng đảm bảo thực hiện TTX triệt để.

4.3.3.5 Hỗ trợ hình thành chuỗi cung ứng xanh nhằm xanh hóa hệ thống phân phối và phát triển chuỗi cung ứng các sản phẩm, dịch vụ thân thiện môi trường

Chuỗi cung ứng bao gồm tất cả các DN tham gia một cách trực tiếp hay gián tiếp trong việc đáp ứng nhu cầu khách hàng, thể hiện sự dịch chuyển nguyên vật liệu xuyên suốt quá trình từ nhà cung cấp ban đầu đến khách hàng

cuối cùng. Chuỗi cung ứng không chỉ bao gồm nhà sản xuất và nhà cung cấp, mà còn các công ty vận tải, nhà kho, nhà bán lẻ và khách hàng. Kể từ đầu những năm 1990, các nhà sản xuất đã phải đối mặt với áp lực giải quyết vấn đề quản lý môi trường trong dây truyền cung ứng của họ. Khi đưa thêm yếu tố “xanh” vào, khái niệm chuỗi cung ứng xanh được định nghĩa là một phương thức nhằm tối thiểu hóa tác động môi trường của một sản phẩm hoặc dịch vụ, bao gồm tất cả các giai đoạn trong vòng đời của một sản phẩm từ tìm kiếm nguyên liệu, thiết kế, sản xuất và phân phối cho đến khi sản phẩm tới NTD cuối cùng và cách thức họ sử dụng sản phẩm đó. Lợi ích của chuỗi cung ứng xanh là làm giảm chi phí nguyên nhiên vật liệu; Cải thiện quy trình sản xuất, Tạo ra lợi thế cạnh tranh; Tăng tính linh hoạt cũng như mối liên kết với các đối tác Kinh tế, Giảm những tác động xấu lên cộng đồng, Góp phần cải thiện sức khỏe NTD, Thể hiện trách nhiệm xã hội của DN Xã hội, giảm lãng phí, giảm chất thải, giảm áp lực lên môi trường.

Để hình thành phát triển chuỗi cung ứng xanh đòi hỏi sự phối hợp, liên kết giữa các kênh đối tác là bên cung cấp, bên trung gian, nhà cung cấp dịch vụ bên thứ ba và khách hàng. Do đó để giúp hình thành và phát triển các chuỗi cung ứng xanh trong những năm tới nhà nước cần triển khai hiệu quả các giải pháp như:

- Áp dụng sản xuất sạch hơn, sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả trong hoạt động phân phối các sản phẩm, dịch vụ,
- Giảm sử dụng các bao bì khó phân hủy tại các siêu thị, trung tâm thương mại, chợ dân sinh, đẩy mạnh việc thay thế sử dụng các bao bì khó phân hủy bằng các loại bao bì thân thiện môi trường,
- Nghiên cứu, hỗ trợ triển khai thí điểm, tổ chức phổ biến, nhân rộng một số mô hình phân phối các sản phẩm và dịch vụ thân thiện môi trường, xây dựng hệ thống tiêu chuẩn và thực hiện cấp chứng nhận mô hình phân phối xanh, thân thiện môi trường,
- Thúc đẩy liên kết bền vững giữa nhà cung cấp nguyên liệu - nhà sản xuất -

nhà phân phối - NTD trong việc sản xuất, phân phối và sử dụng các sản phẩm, dịch vụ thân thiện môi trường,

- Tuyên truyền, nâng cao nhận thức về sản xuất và tiêu dùng bền vững cho các đối tượng tham gia vào hệ thống phân phối và chuỗi cung ứng các sản phẩm.

4.3.3.6 Hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng thương hiệu cho các sản phẩm, dịch vụ xanh

Mức độ đô thị hóa tăng cao cùng với xu hướng gia tăng của tầng lớp trung lưu, sự thay đổi này khiến cho nhu cầu về sử dụng các hàng hóa có chất lượng cao tăng lên, đối với thực phẩm thì nhu cầu về mặt hàng chế biến cũng tăng cao. Khi sử dụng thực phẩm chế biến người ta không thể tự nếm hoặc dùng các công cụ cảm biến để đánh giá chất lượng và độ an toàn được nữa, thay vào đó NTD có xu hướng tiêu thụ một số thương hiệu mà họ tin tưởng. Điều đó có nghĩa là để mở rộng thị phần cho các sản phẩm và dịch vụ xanh cần hỗ trợ các DN xây dựng thương hiệu và mở rộng các kênh phân phối hàng hóa và dịch vụ.

Xây dựng thương hiệu, đặc biệt phát triển thương hiệu gắn với yếu tố xanh ngày càng có vai trò quan trọng trong chiến lược phát triển của DN. Theo nghiên cứu của Công ty Nielsen Việt Nam, các thương hiệu có cam kết xanh và sạch có mức tăng trưởng bình quân khoảng 4%/năm. Đơn cử ngành hàng thực phẩm và nước giải khát, mức tăng trưởng nhanh hơn so với toàn thị trường từ 2,5-11,4%. Theo đó, DN cần xây dựng niềm tin vào nhãn hàng thông qua các cam kết về trách nhiệm xã hội và môi trường.

Để các DN xây dựng thương hiệu hướng tới phát triển xanh nhà nước đóng vai trò đặc biệt quan trọng. Chính phủ có thể hỗ trợ các tổ chức công nghiệp và nhà sản xuất theo hai hướng chung: đầu tư vào tăng cường thể chế, sử dụng thẩm quyền theo quy định pháp luật để tạo ra môi trường thuận lợi. Nhà nước quản lý, giám sát các khâu sản xuất nhằm tạo ra sự minh bạch mới giúp DN xây dựng được niềm tin với NTD về sản phẩm và dịch vụ của mình. Nhà nước có thể giúp hình thành nên các tổ chức mạnh hơn bằng cách cấp ngân sách hỗ trợ kỹ thuật

cho các nỗ lực như đánh giá tổ chức có sự tham gia, cải cách về quản trị và quản lý, tăng cường kỹ năng lãnh đạo, xây dựng các cơ chế học hỏi và trao đổi thông tin. Nhà nước cũng có thể sử dụng ngân sách trực tiếp cho các hoạt động có mục tiêu, giúp phát triển xây dựng các thương hiệu hàng hóa, dịch vụ xanh. Vì vậy, những năm tới nhà nước và DN cần tập trung thực hiện các giải pháp:

- Cục Xúc tiến thương mại cần hỗ trợ đối với DN trong việc xây dựng chiến lược thương hiệu gắn với phát triển xanh và sẽ tiếp tục đẩy mạnh chương trình cấp nhãn sinh thái của Việt Nam (Nhãn xanh Việt Nam).

- Xây dựng tiêu chí cho các sản phẩm ưu tiên trên thị trường, nâng cao nhận thức về chương trình Nhãn xanh Việt Nam. Đặc biệt, thúc đẩy việc công nhận lẫn nhau giữa Nhãn xanh Việt Nam và chương trình nhãn sinh thái của các nước khác, góp phần tạo thuận lợi cho DN trong việc tiếp cận, mở rộng thị trường.

- Việc hỗ trợ DN tổ chức, tham gia các hội chợ TDX có uy tín trong và ngoài nước nhằm tạo điều kiện cho các DN gặp gỡ, duy trì mối quan hệ với khách hàng truyền thống, xây dựng và phát triển khách hàng mới, góp phần hỗ trợ các DN, đặc biệt DN nhỏ và vừa quảng bá sản phẩm, đẩy mạnh xuất khẩu, nâng cao năng lực cạnh tranh.

- Hỗ trợ các DN, công ty tổ chức ngày hội TDX, hay tổ chức, xây dựng các kênh phân phối hàng hóa dịch vụ xanh

4.3.3.7 Hỗ trợ doanh nghiệp thực hiện nâng cấp, cải tiến dây chuyền công nghệ

Để thúc đẩy hoạt động sản xuất theo hướng TDX cần hướng tới khả năng tiếp thu công nghệ hiệu quả hơn cho các DN đặc biệt các DN vừa và nhỏ. Khả năng tiếp thu công nghệ của các DN và nhà sản xuất là một điểm yếu trong các hệ thống đổi mới sáng tạo ở nhiều quốc gia chuyển đổi, trong đó có Việt Nam. Các DN thiếu năng động trong việc tiếp thu các công cụ hoặc quy trình cải tiến có thể là triệu chứng ở các hệ thống đổi mới sáng tạo, trong đó việc phát triển công nghệ mới hoặc cải tiến kỹ thuật bị tách rời khỏi các hoạt động của DN hoặc chỉ thu hút được một số ít DN tham gia vào quá trình đổi mới sáng tạo đó. Điều

này có lẽ phản ánh quan niệm và thực tế là năng lực tiếp thu công nghệ không gắn liền với năng lực đổi mới sáng tạo, dẫn đến các DN bị yếu về năng lực tiếp thu những công nghệ mà họ không tham gia hình thành và phát triển. Sự tách biệt đó hạn chế cơ hội để các DN học hỏi trong công việc, hoặc định hình cho các hoạt động phát triển công nghệ phù hợp với nhu cầu kinh doanh hàng ngày của họ. Các yếu tố khác góp phần làm giảm khả năng tiếp thu công nghệ của DN là thiếu đầu tư và đặc biệt là thiếu vốn đầu tư mạo hiểm, thiếu hỗ trợ trong xây dựng kế hoạch kinh doanh.

Do đó để hỗ trợ các DN sản xuất và dịch vụ vừa và nhỏ thực hiện nâng cấp, cải tiến, hợp lý hóa dây chuyền công nghệ và cải tiến quản lý nhằm sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả hay phát triển hàng hóa, dịch vụ xanh, tăng cường xử lý chất thải, nhà nước và DN cần thực hiện hiệu quả những giải pháp sau:

- Bộ Khoa học và Công nghệ tăng cường thực hiện các giải pháp hỗ trợ DN đổi mới công nghệ, ứng dụng khoa học công nghệ thông qua việc triển khai các Chương trình quốc gia về khoa học và công nghệ.

- Đẩy mạnh thực hiện Chương trình phát triển tài sản trí tuệ giai đoạn 2016 - 2020 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 1062/QĐ-TTg ngày 14/6/2016, theo đó hỗ trợ, đẩy nhanh việc đăng ký sở hữu trí tuệ, công nhận, công bố tiêu chuẩn, quy chuẩn cho các sản phẩm đổi mới sáng tạo trong nước.

- Tiếp tục triển khai các chương trình cho vay khuyến khích phát triển ứng dụng công nghệ cao, công nghệ sạch, hỗ trợ trực tiếp cho DN đổi mới công nghệ. Hiện mức hỗ trợ chưa đủ để kích thích phát triển khoa học công nghệ. Bên cạnh đó, hỗ trợ theo Nghị định số 119/1999/NĐ- CP mới chỉ chú trọng những công trình được ưu tiên, khuyến khích, như: tạo ra các công nghệ mới, sản phẩm mới, tạo ra dây chuyền công nghệ đạt trình độ tiên tiến... Mục tiêu này khá xa với khả năng của các DN vừa và nhỏ. Các quy định về hồ sơ xin hỗ trợ, thủ tục cấp, thanh toán kinh phí chưa thực sự tạo điều kiện thuận lợi cho DN. Do đó những năm tới cần nâng mức hỗ trợ và đơn giản hóa các hồ sơ thủ tục cũng như

công khai hóa các khoản hỗ trợ. Tạo cơ hội ngang bằng cho các thành phần kinh tế trong việc tiếp cận nguồn vốn hỗ trợ, ưu đãi.

- Tiếp tục cấp kinh phí nghiên cứu hoặc phối hợp nghiên cứu, hỗ trợ cho một DN đơn lẻ, hoặc hỗ trợ cho một nhóm DN về khoa học công nghệ. Để các giải pháp hỗ trợ trực tiếp phát huy hiệu quả cần phải chú trọng đến lĩnh vực, đối tượng được hỗ trợ và cơ chế hỗ trợ. Nhà nước cần công khai và phổ biến thông tin rộng rãi cho các DN về nguồn vốn được hỗ trợ, thủ tục được hưởng hỗ trợ để nâng cao khả năng tiếp cận nguồn vốn hỗ trợ của Nhà nước cho hoạt động KH-CN. Đồng thời, Nhà nước cần nâng cao hiệu quả sử dụng vốn hỗ trợ bằng cách thay đổi mô hình hỗ trợ DN từ hỗ trợ trực tiếp sang giao cho các hiệp hội ngành nghề làm đầu mối tiếp nhận nhu cầu nghiên cứu, phát triển, đổi mới và quản lý nguồn vốn đầu tư của Nhà nước.

- Thông qua các thể chế tài chính trung gian như các quỹ tài chính của Nhà nước hoặc các quỹ đầu tư mạo hiểm của tư nhân, Nhà nước có thể hỗ trợ gián tiếp DN, khuyến khích DN đầu tư vào hoạt động nghiên cứu, ứng dụng công nghệ mới.

- Đối với các quỹ có bản chất NSNN, như: Quỹ Phát triển KH-CN quốc gia, Quỹ Đổi mới công nghệ quốc gia cần tập trung nguồn kinh phí để hỗ trợ các hoạt động ươm tạo công nghệ, ươm tạo DN công nghệ, chuyển giao công nghệ tiên tiến, thực hiện những nhiệm vụ nghiên cứu đổi mới công nghệ có quy mô lớn, có tính liên ngành, sản phẩm tạo ra có tác động đến sự phát triển của các ngành hoặc lĩnh vực. Khuyến khích các quỹ đầu tư mạo hiểm của tư nhân, đặc biệt là từ nhà đầu tư nước ngoài tham gia vào phát triển năng lực KH-CN cho DN thông qua các ưu đãi về điều kiện hoạt động, thuế...

4.3.3.8 Khai thác tốt hơn các cơ hội tài trợ của các tổ chức, các quỹ quốc tế trong thúc đẩy phát triển TDX

Những năm Việt Nam đã nhận được nhiều hỗ trợ của các tổ chức quốc tế trong lĩnh vực thúc đẩy TDX, bảo vệ môi trường. Những năm tới chúng ta cần

tiếp tục đẩy mạnh hoạt động hợp tác quốc tế đồng thời khai thác tốt hơn các cơ hội từ hợp tác quốc tế trong việc thúc đẩy TDX. Theo đó chúng ta cần chú trọng:

- Thay đổi tư duy về hợp tác quốc tế, chuyển từ quan niệm thụ động tiếp nhận viện trợ sang chủ động hội nhập, sẵn sàng cùng tham gia, chia sẻ trách nhiệm và quyền lợi. Tăng cường đầu tư tài lực và nhân lực cho hợp tác quốc tế về môi trường; bố trí kinh phí để thực hiện các sáng kiến, các sự kiện do Việt Nam chủ trì, tiến tới cử đại diện Việt Nam tham gia các tổ chức quốc tế về môi trường.

- Xây dựng chiến lược hợp tác quốc tế của ngành; xác định các định hướng hợp tác chiến lược, tập trung vào những vấn đề vừa giải quyết nhu cầu trong nước vừa đóng góp giải quyết các vấn đề môi trường toàn cầu và khu vực, nhất là chú trọng những vấn đề mới mà Việt Nam có lợi thế hiện nay...

- Chủ động và dự báo đúng các xu thế viện trợ là những yếu tố quan trọng đảm bảo được tính hiệu quả và quyền làm chủ trong việc thực hiện các hoạt động hội nhập quốc tế.

- Nâng cao năng lực cho đội ngũ cán bộ liên quan đến thực hiện và sử dụng ODA, đảm bảo sự tham gia rộng rãi của các đối tượng thụ hưởng, hiệu quả và tính bền vững của các chương trình, dự án hợp tác quốc tế. Tinh thần cải cách hành chính công cần được triển khai trong công tác ổn định và phát triển mạng lưới hợp tác quốc tế của Bộ, cụ thể trong các công tác bố trí cán bộ, phân công trách nhiệm và chế độ báo cáo nhằm phát huy được năng lực tiềm tàng của các cán bộ làm công tác hợp tác quốc tế.

- Áp dụng mạnh phương thức quốc gia điều hành trong quản lý và thực hiện các dự án viện trợ.

- Tiếp tục duy trì và phát triển mối quan hệ hợp tác truyền thống với các đối tác trên thế giới trong TDX.

4.4. Một số khuyến nghị

Để thúc đẩy được TDX, Nhà nước cần phải có hệ thống chính sách tác động đồng bộ, trong đó một số chính sách và công cụ cụ thể được đề xuất như sau:

Thứ nhất, Nhà nước cần đẩy mạnh việc rà soát hệ thống pháp luật trong các lĩnh vực liên quan tới tăng trưởng KTX, TDX gồm: công nghiệp, nông nghiệp, dịch vụ, môi trường, khai thác tài nguyên... để hoàn thiện các quy định cụ thể trong các luật, quyết định, nghị định, thông tư. Tập trung thúc đẩy giám sát các Bộ, Ban, ngành và địa phương thực hiện quyết liệt các kế hoạch hành động đã nêu ra trong Chiến lược quốc gia về TTX và Kế hoạch hành động quốc gia về TTX.

Thứ hai, cần quan tâm hơn tới các chương trình giáo dục về môi trường ở cấp quốc gia và địa phương, đặc biệt ở các khu vực đô thị lớn. Nhà nước cũng nên quan tâm hơn đến các chương trình công khai theo tất cả các hướng dựa trên chương trình truyền hình, bởi vì truyền hình vẫn là một trong những hình thức truyền thông hữu hiệu nhất tới mọi người dân. Lồng ghép kiến thức môi trường vào trong các bộ phim truyền hình có thể có hiệu quả. Các chiến dịch truyền thông nên tập trung vào giải thích như thế nào và tại sao các cá nhân khi có nhận thức đúng cũng như có hành vi TDX có thể giải quyết các vấn đề môi trường và chuyển điểm quan trọng của công tác tuyên truyền kiến thức thành kiến thức liên quan đến TDX. Với sự tăng trưởng về nhu cầu và sự tăng cường nhận thức về bảo vệ môi trường, NTD sẽ có xu hướng ưu tiên TDX.

Thứ ba, cần có chính sách nhấn mạnh vào lợi ích cá nhân, DN của TDX trên các kênh truyền thông, thông qua đó NTD sẽ nhận thức được đầy đủ và hiệu quả hơn về sản phẩm đối với sức khỏe của bản thân họ cũng như tác hại trực tiếp tới môi trường.

Thứ tư, để có thể thúc đẩy hơn nữa TDX, Nhà nước cũng cần phải xây dựng các chính sách hỗ trợ để khuyến khích như các DN xây dựng các kênh phân phối và tiếp thị để càng ngày càng có nhiều NTD có thể mua được sản phẩm xanh, đồng thời thúc đẩy niềm tin của NTD đối với sản phẩm xanh thông qua việc xây dựng và giám sát chặt chẽ hoạt động gắn nhãn xanh cho sản phẩm.

KẾT LUẬN

Từ cơ sở lý luận và thực tiễn được phân tích ở các chương trên đề tài có một số kết luận cơ bản như sau:

(i) TDX là vấn đề được các nhà khoa học và các nhà hoạch định chính sách đặc biệt quan tâm trong bối cảnh PTBV hiện nay. Chính sách TDX là một trong những lựa chọn công mà các quốc gia đang theo đuổi nhằm thực hiện mô hình phát triển kinh tế xanh. Do đó, chính sách TDX là bộ phận của chính sách KTX, bao gồm một hệ thống các mục tiêu và giải pháp do nhà nước ban hành nhằm thay đổi hành vi tiêu dùng của người dân, DN, chính phủ theo hướng gây ít tác động đến môi trường hơn, cùng mức giá cạnh tranh mà vẫn thể hiện được trách nhiệm xã hội.

(ii) Ở Việt Nam nhu cầu bức thiết của việc triển khai các chính sách TDX xuất phát từ xu hướng phát triển kinh tế trên thế giới và từ chính thực trạng phát triển kinh tế - xã hội trong nước. Do vậy ở nước ta mặc dù chưa có những quy định riêng biệt về TDX, nhưng, nhiều nội dung liên quan đến TDX đã sớm được đưa vào “dòng chảy” chính sách của quốc gia; được lồng ghép, quy định trong nhiều văn bản của Đảng và Nhà nước. Hiện nay nước ta đã hình thành khuôn khổ pháp lý cũng như thực thi nhiều chương trình, chính sách hướng đến TDX.

(iii) Việc thực thi chính sách TDX ở Việt Nam trong nhiều năm qua đã đem lại những tác động tích cực trong việc nâng cao nhận thức của người dân, DN và cán bộ cơ quan nhà nước liên quan đến TDX đồng thời tạo sự chuyển biến mạnh mẽ trong việc phát triển các sản phẩm, dịch vụ xanh hay mở rộng thị trường phân phối cho các sản phẩm tiết kiệm năng lượng, thực phẩm hữu cơ, hay các sản phẩm xanh khác.

Mặc dù việc thực thi chính sách TDX đã bước đầu phát huy hiệu quả trong việc chuyển đổi xu hướng tiêu dùng theo hướng xanh hóa nhưng do khung thể chế chính sách cho TDX ở Việt Nam còn tồn tại nhiều hạn chế, bất cập, chưa phù hợp với thực tế cộng với việc thực thi chính sách chưa thật hiệu quả nên việc thực hiện TDX ở nước ta hiện nay còn rất nhiều hạn chế.

(iv) Những rào cản chính đối với việc thực hiện chính sách TDX ở Việt Nam liên quan đến khung thể chế, chính sách, thiếu nguồn lực bao gồm nguồn lực tài chính, nguồn nhân lực hay hạn chế liên quan đến công nghệ, dây truyền sản xuất.

(v) Để đạt mục tiêu thúc đẩy mua sắm xanh, sử dụng xanh, và tiêu dùng bền vững, tác giả đề xuất 03 nhóm giải pháp hoàn thiện chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam: Rà soát lại toàn bộ chính sách liên quan đến tiêu dùng xanh, Hoàn thiện khung thể chế, chính sách cho mua sắm công xanh, tiêu dùng xanh, Nâng cao hiệu quả quá trình thực thi chính sách tiêu dùng xanh. Để đảm bảo các điều kiện thực thi chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam, tác giả đề xuất một số khuyến nghị với Đảng và nhà nước cần hoàn chỉnh khung thể chế chính sách cho TDX, các DN và NTD cần nỗ lực để thực thi một cách hiệu quả các chính sách TDX.

Để đảm bảo hiệu lực, hiệu quả cao nhất khi thực thi chính sách TDX ở Việt Nam gồm chuỗi hoạt động thực thi chính sách, chính sách chi tiêu công xanh (tiêu dùng của chính phủ), chính sách tiêu dùng xanh trong sản xuất (tiêu dùng trung gian), chính sách tiêu dùng xanh của dân cư (tiêu dùng cuối cùng của dân cư). Tuy nhiên trong giới hạn luận án chưa đề cập hết các vấn đề trên, vì vậy nghiên cứu sinh kiến nghị hướng nghiên cứu tiếp sau của Luận án này như sau:

- Nghiên cứu chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam theo chuỗi các hoạt động chính sách: chính sách chi tiêu công xanh, chính sách tiêu dùng xanh trong sản xuất, chính sách tiêu dùng xanh của dân cư.

- Nghiên cứu chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam theo quy trình thực hiện chính sách: Xây dựng chính sách; Ban hành khung khổ pháp lý, Tổ chức thực hiện, Kiểm tra đánh giá chính sách.

- Sau khi Nhà nước đã ban hành khung chính sách tiêu dùng xanh và các chính sách cụ thể kinh tế xanh, tăng trưởng xanh, tiêu dùng xanh ở Việt Nam, cần tiến hành nghiên cứu đề xuất chính sách đặc thù, cụ thể cho từng địa phương, ngành/lĩnh vực cụ thể, Nghiên cứu chính sách tiêu dùng xanh cho từng nhóm sản phẩm cụ thể, sản phẩm nông nghiệp, sản phẩm năng lượng, nhiên liệu hoá thạch, sản phẩm tiêu dùng trong khu vực gia đình, hộ dân cư.

DANH MỤC CÔNG TRÌNH LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN

1. Nguyễn Gia Thọ (2015), *Tăng trưởng xanh ở Việt Nam: Những Vấn đề đặt ra*, Tạp chí kinh tế và dự báo, (18) tr. 29-30.
2. Nguyễn Gia Thọ (2016), *Thúc đẩy phong trào tiêu dùng xanh ở Việt Nam*, Kinh tế và dự báo, (13) tr. 41-42.
3. Nguyễn Gia Thọ (2017), *Nghiên cứu về chính sách tiêu dùng xanh tại Việt Nam*, Tạp chí Kinh tế châu Á - Thái Bình Dương, (498)tr 89-91..
4. Nguyễn Gia Thọ (2018), *Thực trạng chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp cơ sở, ĐH Tài nguyên và môi trường Hà Nội.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

A. TÀI LIỆU TIẾNG VIỆT

1. Nguyễn Thị Tuệ Anh và Đặng Thị Thu Hoài (2015), “*Tăng trưởng xanh: Kinh nghiệm quốc tế và hàm ý chính sách cho Việt Nam*”, Tạp chí Quản lý kinh tế, số 12/2015, tr. 3-13.
2. Nguyễn Hoàng Anh (2012), “*Tăng trưởng xanh – Từ lý thuyết đến thực tế Việt Nam*”, *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, số 6/2012, tr. 3-10.
3. Nguyễn Thị Lan Anh, (2015), *Các nhân tố tác động đến ý định tiêu dùng xanh của người tiêu dùng trên đại bàn thành phố Hồ Chí Minh*, Luận văn thạc sỹ chuyên ngành Quản trị kinh doanh, trường Đại học Mở thành phố Hồ Chí Minh
4. Vũ Tuấn Anh, (2014), *Báo cáo tổng hợp đề tài nghiên cứu khoa học- Mô hình tăng trưởng xanh khuôn khổ cho tái cấu trúc các ngành sản xuất ở Việt Nam*, Cơ quan chủ trì, viện Kinh tế Việt Nam
5. Lê Văn Chiến (2016), “*Tăng trưởng xanh ở các nước ASEAN*”, Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế, số 9/2016, tr. 89-96.
6. Lê Văn Chiến (2016), “*Tăng trưởng xanh ở Việt Nam*”, Tạp chí Kinh tế và Phát triển, số 08/2016, tr. 11-20.
7. Lê Vinh Danh (2001), *Chính sách công của Hoa Kỳ giai đoạn: 1935-2001*, Nxb Thống kê, Hà Nội.
8. Lưu Bách Dũng, Nguyễn Thế Chính, Nguyễn Thị Kim Dung (2011), *Khung thể chế PTBV của một số nước Đông Nam Á và bài học cho Việt Nam*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội.
9. Nguyễn Hữu Dũng (2012), “*Các vấn đề xã hội và PTBV ở Việt Nam*”, Tạp chí Kinh tế và phát triển, số 7/2012, tr. 3-10
10. Nguyễn Tiến Dũng (2017), *Nghiên cứu một số vấn đề về tiêu dùng xanh và những khuyến nghị*, Tạp chí công thương, tháng 05/2017.
11. Vũ Anh Dũng, Nguyễn Thị Ngọc Ánh và Nguyễn Thu Huyền (2012), “*Kiểm định mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh*”, Tạp chí Những vấn đề Kinh tế và Chính trị thế giới, số 7/2012, tr. 30-52.

12. Vũ Anh Dũng, Nguyễn Thu Huyền và Nguyễn Thị Ngọc Ánh (2012), *“Phát triển mô hình giả định các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh”*, Tạp chí Những vấn đề Kinh tế và Chính trị thế giới, số 6/2012, tr. 14-25.
13. DN chậm đổi mới công nghệ, truy cập từ trang <http://petrotimes.vn/doanh-nghiep-cham-doi-moi-cong-nghe-500202.html>
14. Ban chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam khóa XI (2011), *Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XI*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
15. Ban chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam khóa XI (2013), *Văn kiện Hội nghị lần thứ Bảy Ban chấp hành Trung ương khoá XI*, Văn phòng Trung ương Đảng, Hà Nội.
16. Ban chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam khóa XII (2016), *Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XI*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
17. Đoàn Thanh niên cộng sản Hồ Chí Minh khối Cơ quan trung ương (2014), *“Hướng đến nền kinh tế xanh trong bối cảnh BĐKH toàn cầu và vai trò của tuổi trẻ khối các cơ quan trung ương”*, Kỷ yếu hội thảo khoa học, Hà Nội.
18. Lương Thị Ngọc Hà (2017), *“Thực trạng và đánh giá về chính sách mua sắm công xanh Việt Nam”*, Tạp chí Kinh tế Châu Á – Thái Bình Dương, số 2/2017, tr. 37-40.
19. Nguyễn Hữu Hải và Lê Văn Hoà (2013), *Đại cương về Chính sách công*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
20. Nguyễn Hữu Hải (2014), *Chính sách công: Những vấn đề cơ bản*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
21. Nguyễn Hữu Hải, Lê Văn Hoà (2013), *Đại cương về phân tích chính sách công*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
22. Đỗ Phú Hải (2016), *“Công cụ chính sách công ở Việt Nam”*, Tạp chí Khoa học chính trị, số 5/2016, tr. 41- 45.

23. Đỗ Phú Hải (2016), “*Thể chế chính sách công ở Việt Nam: Những bất cập và một số kiến nghị*”, Tạp chí Khoa học chính trị, số 3/2016, tr. 10-14.
24. Đỗ Phú Hải (2015), “*Một số vấn đề về thực hiện chính sách công ở nước ta*”, Tạp chí Khoa học chính trị, số 7/2015, tr. 29-32.
25. Đỗ Phú Hải (2015), “*Những vấn đề lý luận và thực tiễn về năng lực xây dựng và thực hiện chính sách công*”, Tạp chí Tổ chức nhà nước, số 6/2015, tr. 36-40.
26. Đỗ Phú Hải (2017), *Tổng quan về Chính sách công*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
27. Hà Văn Hiền, Phạm Hồng Chương (2013), *Mô hình tăng trưởng kinh tế của Việt Nam Thời kỳ hậu khủng hoảng và suy thoái kinh tế toàn cầu*, Nxb Chính trị quốc gia
28. Nguyễn Huy Hoàng (Chủ biên) (2015), *Chính sách tăng trưởng xanh ở một số nước ASEAN trong bối cảnh tái cấu trúc nền kinh tế và ứng phó với BĐKH*, Nxb. Khoa học xã hội, Hà Nội.
29. Phạm Thị Phương Hoa (2016), “*Xu hướng quản lý tài sản công và mua sắm xanh tại một số nước trên thế giới*”, Tạp chí Thông tin phục vụ lãnh đạo, số 12/2016, tr. 11-18.
30. Lê Văn Hoà (2016), *Giám sát và đánh giá chính công*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội
31. Lê Văn Hoà (2015), “*Quản lý theo kết quả trong thực thi chính sách công ở Việt Nam*”, Luận án tiến sĩ quản lý hành chính công, Hà Nội.
32. Nguyễn Trọng Hoài (2012), “*Mô hình tăng trưởng xanh: Khung phân tích và lựa chọn chính sách cho Việt Nam*”, Tạp chí Phát triển kinh tế, số 5/2012, tr. 30-39.
33. Trương Quang Học (2013), “*PTBV trong bối cảnh biến đổi toàn cầu*”, Tạp chí Tài nguyên và Môi trường, số 8/2013, tr. 43-44
34. Đào Khánh Hùng (2016), “*Mô hình tăng trưởng xanh: Cơ hội và thách thức cho Việt Nam*”, Tạp chí Mặt trận, số 7/2016, tr. 38-40.

35. Trần Mai Hùng (2016), “*Nhóm lợi ích và cơ chế tác động đến chính sách công ở Việt Nam hiện nay*”, Tạp chí quản lý nhà nước, số 247 (8/2016), tr. 46 - 50.
36. Nguyễn Vũ Hùng, Nguyễn Hùng Cường và Hoàng Lương Vinh (2015), “*Phong cách sống và tiêu dùng xanh dưới góc độ nhìn của lý thuyết hành vi có kế hoạch*”, Tạp chí Kinh tế và Phát triển, số 6/2015, tr. 57-65.
37. Nguyễn Vũ Hùng, Nguyễn Hùng Cường và Hoàng Lương Vinh (2015), “*Phong cách sống và tiêu dùng xanh dưới góc nhìn của lý thuyết hành vi có kế hoạch*”, Tạp chí Kinh tế và phát triển số 6/2015.
38. Đinh Thế Huynh, Lê Hữu Nghĩa, Vũ Văn Hiền (2016), *Hội nhập quốc tế và phát triển bền vững - kinh nghiệm của Đảng Cộng sản Việt Nam, Đảng Cộng sản Pháp và Đảng Dân chủ xã hội Đức*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội.
39. Nguyễn Thu Huyền (2012), “*Kiểm định mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh*”, Tạp chí những vấn đề Kinh tế và Chính trị thế giới, số 7/2012, tr. 30-39.
40. Đinh Trọng Khang, *Bảo vệ môi trường bằng công cụ thuế, phí môi trường và hiệu quả của giải pháp hiện nay ở Việt Nam*, <https://baomoi.com/bao-ve-moi-truong-bang-cong-cu-thue-phi-moi-truong-va-hieu-qua-cua-giai-phap-hien-nay-o-viet-nam/c/20293959.epi>
41. Bùi Huy Khiên và Nguyễn Thị Yến (2016), “*Hoạch định chính sách công – Bước khởi đầu quan trọng của quy trình chính sách*”, Tạp chí giáo dục lý luận, số 254 (12/2016), tr. 65-67.
42. Lê Quốc Lý (2014), *Giáo trình kinh tế môi trường*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
43. Lê Chi Mai (2001), *Những vấn đề cơ bản về chính sách và quy trình chính sách*, Nxb. Đại học quốc gia TP. Hồ Chí Minh.
44. Hải Nam (2013), “*Xây dựng nền tảng cho Kinh tế xanh*”, Tạp chí Tài chính, số 3/2015, tr. 5-7

45. Đinh Thị Nga (2017), *Nâng cao chất lượng chính sách công: Kinh nghiệm từ một số quốc gia và bài học rút ra cho Việt Nam*, Tạp chí Kinh tế Châu Á- Thái Bình Dương, số tháng 03/2017, tr. 90-92.
46. Trần Văn Nghĩa (2016), “*Phát triển kinh tế xanh trên thế giới và hàm ý chính sách cho Việt Nam*”, Tạp chí Kinh tế Châu Á – Thái Bình Dương, số 3/2016, tr. 43-45.
47. Trần Ngọc Ngoan (2016), *Chính sách tăng trưởng xanh: Kinh nghiệm quốc tế và thực tiễn Việt Nam*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội.
48. Trần Ngọc Ngoan (2015), “*Đánh giá tác động của tiêu dùng xanh trong phát triển bền vững ở Việt Nam hiện nay*”, Đề tài khoa học cấp bộ, Hà Nội.
49. Hà Huy Ngọc, Trần Ngọc Ngạn, (2012), *hướng tới nền kinh tế xanh lựa chọn chính sách cho việt nam*, tạp chí Khoa học xã hội Việt Nam, số 6/2012, tr.27-36
50. Ngân hàng thế giới, (2016), *Chuyển đổi nông nghiệp Việt Nam, tăng giá trị, giảm đầu vào*, Nxb Hồng đức
51. Trần Trung Nguyên (2003), *Sự thức tỉnh của loài người (Vương Mộng Bưu dịch)*, Nxb. Hà Nội.
52. Minh Nguyên (2016), “*Định hướng và một số giải pháp chính sách thực hiện mua sắm công xanh và chuỗi cung ứng xanh*”, Tạp chí Mặt trận, số 7/2016, tr. 24-26.
53. Hồ Tấn Sáng và Nguyễn Thị Tâm (2014), *Phân tích chính sách công ở Việt Nam (Qua khảo sát một số quận, huyện của Thành phố Đà Nẵng)*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội.
54. Nguyễn Danh Sơn (2014), “*Tiêu dùng xanh tài nguyên thiên nhiên – một cách thức hiện Chiến lược tăng trưởng xanh ở Việt Nam*”, *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế*, số 4/2014, tr. 10-18.
55. Hoàng Thị Bảo Thoa (2017), “*Nghiên cứu những nhân tố tác động tới mối quan hệ giữa ý định và hành vi tiêu dùng xanh của người tiêu dùng Việt Nam*”, Luận án tiến sĩ kinh tế, trường Đại học kinh tế - Đại học quốc gia Hà Nội.

56. Hoàng Thị Bảo Thoa (2015), “*Xu hướng tiêu dùng xanh trên thế giới và Việt Nam*”, Tạp chí Khoa học Đại học quốc gia Hà Nội: Kinh tế và Kinh doanh, tập 32, số 1/2016, tr. 66-72.
57. Hoàng Thị Bảo Thoa (2016), “*Những nhân tố tác động đến mối quan hệ giữa ý định và hành vi tiêu dùng xanh của người tiêu dùng Việt Nam*”, Tạp chí Khoa học Thương mại, số 99/2016, tr. 22-29.
58. Văn Tất Thu (2014), “*Năng lực thực hiện chính sách công – Những vấn đề lý luận và thực tiễn*”, Tạp chí Tổ chức nhà nước, số 12/2014, tr. 31- 35.
59. Phạm Thị Ngọc Trâm (2006), *Quản lý nhà nước đối với tài nguyên và môi trường vì sự phát triển bền vững dưới góc nhìn xã hội và nhân văn*, Nxb. Khoa học xã hội, Hà Nội.
60. Trường Đại học kinh tế (2012), *Chính sách công và phát triển bền vững: cán cân thanh toán, nợ công và đầu tư công*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội.
61. Vũ Anh Tuấn (2012), “*Một số vấn đề về chính sách công ở Việt Nam hiện nay*”, Tạp chí Tổ chức nhà nước, số 6/2012, tr. 42-44.
62. Nguyễn Song Tùng, Trần Ngọc Ngoan (2014), *Phát triển kinh tế xanh trong nông nghiệp Việt nam – Một số vấn đề lý luận và thực tiễn*, Nxb. Khoa học xã hội.
63. UNEP (2011), *Hướng tới nền kinh tế xanh – Lộ trình cho phát triển bền vững và xóa đói giảm nghèo* (Bản dịch của Viện Chiến lược, Chính sách Tài nguyên và Môi trường), Nxb. Nông nghiệp, Hà Nội.
64. TViện Khoa học xã hội Việt Nam (2012), *Tái cấu trúc kinh tế theo mô hình tăng trưởng xanh: Kinh nghiệm quốc tế và gợi ý cho Việt Nam*, Nxb. Khoa học xã hội, Hà Nội.
65. Kim Ngọc, Nguyễn Thị Kim Thu (2015), *Xu hướng phát triển kinh tế xanh trên thế giới*, Tạp chí Khoa học xã hội Việt Nam, số 5(90) - 2015

B. TÀI LIỆU TIẾNG ANH

66. Alberto Ansuategi, Juan Delgado và Ibon Galarraga (2015), *Green Energy and Efficiency: An Economic Perspective*, Published by Springer.
67. ASCEE team (2008), *Policy Instruments to Promote Sustainable Consumption*
68. James Anderson, *Public Policymaking: An Introduction*, Published by Houghton Mifflin, 1990.
69. Thomas A. Birkland (2015), *An Introduction to the Policy Process Theories, Concepts, and Models of Public Policy Making*, Published by Routledge
70. Henri Baudet and Henkvan der Meulen (1982), *Consumer Behaviour and Economic Growth in the Modern Economy*, Published Great Britain by Biddies Ltd, Guildford and King's Lynn.
71. G. Brewer and P.de Leon, *The Foundations of Policy Analysis*, Dorsey Press, 1983
72. Molly Scott Cato (2009), *Green Economics: An Introduction to theory, Policy and Practice*, published by Earthscan.
73. Woodrow W. Clark II, Grant Cooke (2015), *The green Industrial Revolution: Energy, Engineering and Economics*, Published by Elsevier Inc.
74. William M. Chandler and Christan W. Zöllner (1986), *Challenges to Federalism: Policy-Making in Canada and the Federal Republic of Germany*, Published by Queen's University Kingston, Canada.
75. Sophie J. Evans (2008), *Public Policy Issues: Research Trends*, Published by Nova Science Publishers, Inc
76. Thomas Dye, *Understanding public policy*, Published by Prentice Hall, 1984.
77. Frank Fischer, Gerald J. Miller và Mara S. Sidney (2007), *Hanbook of Public Policy Analysis: Theory, Politics and Methods*, CRC Press
78. Larry N. Gerston (2010), *Public Policy Making: Process and Principles*, Published by M.E. Sharpe, Inc.

79. Michael Hill (2005), *The Public Policy Process*, Published by Pearson Education Limited
80. Michael Howlett, M. Ramesh and Anthony Perl (2009), *Studying Public Policy: Policy Cycles & Policy Subsystems*, Oxford University Press.
81. Noah Kaufman (2011), “Overcoming the barriers to the market performance of green consumer goods”, https://noahkaufman.files.wordpress.com/2009/12/full_draft_january2011.pdf
82. Martin Khan (2006), *Consumer Behaviour and Advertising Management*, Published by New Age International (p) Limited
83. Peter Knoepfel, Corinne Larrue, Frédéric Varone and Michael Hill (2007), *Public Policy Analysis*, Published by The Policy Press.
84. H. Lasswell, *A preview of policy sciences*, Published by American Elsevier, 1971.
85. Zongwei Luo (2012), *Advanced Analytics for Green and Sustainable Economic Development: Supply Chain Models and Financial Technologies*, Published by Business Science Reference.
86. R. J. May (2009), *Policy Making and Implementation Studies from Papua New Guinea*, Published by ANU E Press
87. M.E. Porter and Van der Linde, 1995, Toward a New Conception of the Environment-Competitiveness Relationship, □Journal of economic perspectives, vol 9, no 4
88. Michael Moran, Martin Rein và Robert E. Goodin (2006), *The Oxford Handbook of Public Policy*, Oxford University Press.
89. Maurice Mullard (2005), *Policy – Making in Britain: An Introduction*, Published by Routledge
90. Gunter Pauli (2015), *The Blue Economy (Nền kinh tế xanh lam)*, (Phạm Hải Hà dịch), Nxb. Thời đại.
91. B.Guy Peters, *American Public Policy: Promise and Performance*, SEGA Publication, 2013.

92. P.K. Rao (2010), *The Architecture of Green Economic Policies*, Published by Springer.
93. Giorgio Ricchiuti (2013), “*Market equilibrium in the presence of green consumers and responsible firms: A comparative statics analysis*”, www.webmeets.com/files/papers/EARIE/2010/447/earie%20version%20final.pdf
94. Benoit Rihoux and Heike Grimm (2006), *Innovative Comparative Methods for Policy Analysis: Beyond the Quantitative – Qualitative Divide*, Published by Springer
95. Paul A. Sabatier (2007), *Theories of the Policy Process*, Published by Westview Press.
96. David Schultz (2004), *Encyclopedia of Public Administration and Public Policy*, Published by Facts on File, Inc.
97. D.Stone, *Policy Paradox: The Art of Political Decision Making*, Published by Scott, Foresman and Company, 1988
98. UNDP (2012), *Green Economy in Action: Articles and Experts that illustrate Green Economy and Sustainable Development efforts*.
99. Michiel S. De Vries (2010), *The Importance of Neglect in Policy-Making*, Published by Palgrave Macmillan.
100. Sigmund A. Wagner (1997), *Understanding Green Consumer Behaviour: A qualitative cognitive approach*, Published by Routledge
101. World Bank (2012), *Inclusive Green Growth: The Pathway to Sustainable Development*, Published by WB.

PHỤ LỤC

Phụ lục 1. Danh mục các nhóm hàng dán nhãn sinh thái theo quy định của Nhật Bản

STT	Nhóm hàng	Loại sản phẩm
1	Giấy (8 loại)	Giấy photo, giấy in, giấy vệ sinh, và 5 loại giấy khác
2	Văn phòng phẩm (79 loại)	Bút bi, kéo hồ, và 76 loại khác
3	Đồ dùng văn phòng	Ghế, bàn ghế ngồi học và 7 loại khác
4	Thiết bị văn phòng	Máy photo, máy in, máy fax, và 10 loại khác
5	Đồ điện gia dụng	Tủ lạnh và 3 loại khác
6	Điều hòa không khí	Điều hòa nhiệt độ, lò sưởi và 1 loại khác
7	Thiết bị làm nước nóng	Hệ thống cung cấp nước nóng bằng điện, thiết bị đun nấu bằng gas và 2 loại khác.
8	Đèn thấp sáng (3 loại)	Bóng đèn huỳnh quang, thiết bị thấp sáng huỳnh quang, các loại thấp sáng khác
9	Phương tiện giao thông (5 loại)	Phương tiện giao thông, thiết bị phụ kiện cho ô-tô đáp ứng tiêu chuẩn ETC, thiết bị phụ kiện cho ô-tô đáp ứng tiêu chuẩn VICS, lốp, xăng dầu máy.
10	Máy cứu hỏa (1 loại)	Máy cứu hỏa
11	Quần áo đồng phục (2 loại)	Đồng phục học sinh, quần áo bảo hộ lao động
12	Chăn chiếu (9 loại)	Mành rèm, thảm, chăn bông, chăn mền và 6 loại khác.
13	Găng tay (1 loại)	Găng tay lao động
14	Các sản phẩm sợi vải (3 loại)	Lều, lưới, vải dầu
15	Thiết bị (4 loại)	Hệ thống pin năng lượng mặt trời
16	Công trình công cộng	Vòi toilet, vật liệu vỉa hè, xi măng, nóc nhà thân thiện với môi trường và 59 loại khác
17	Dịch vụ	Máy in, dịch vụ đồ uống, sửa chữa ô-tô và 4 loại khác.
	17 nhóm hàng	Tổng cộng 214 loại sản phẩm

Nguồn: for sustainable production & consumption – eco- products directory 2012

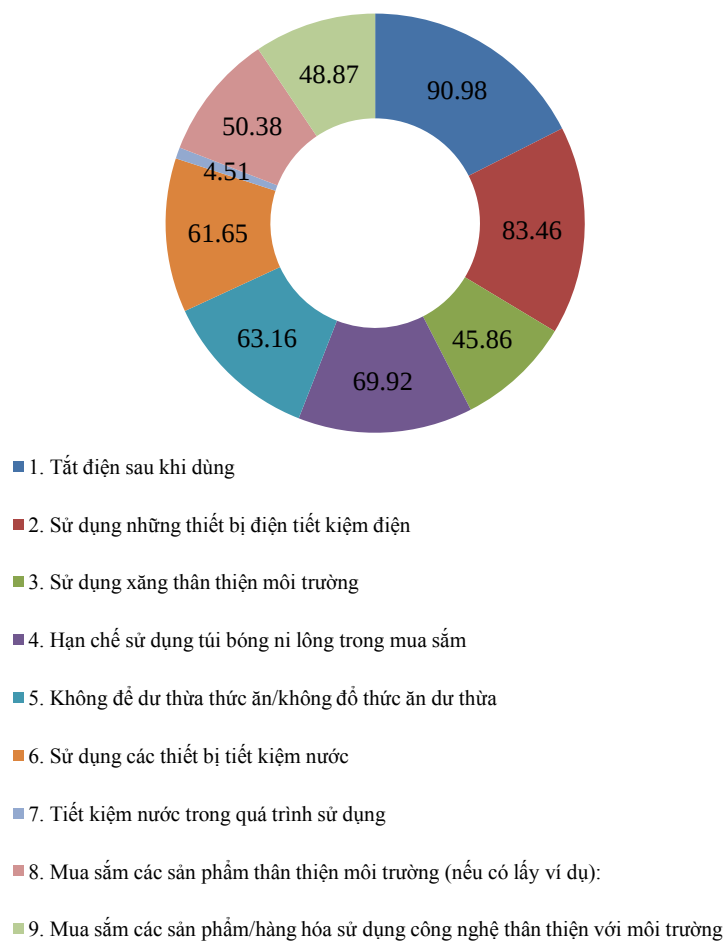
Phụ lục 2. Đánh giá hiệu quả chính sách tiêu dùng xanh

Bảng 2.1 tiêu chí lựa chọn hàng hóa của người tiêu dùng trong mẫu nghiên cứu

Các loại hàng hóa	Tiêu chí để lựa chọn hàng hóa	Điểm trung bình
Đồ điện gia dụng như nồi cơm, tủ lạnh, máy giặt, bóng đèn chiếu sáng	1. Giá cả	3,15
	2. Nguồn gốc xuất xứ, thương hiệu	2,81
	3. Lượng năng lượng mà thiết bị tiêu thụ	3,62
	4. Sự sẵn có của hàng hóa trên thị trường	5
	5. Mức độ hiện đại của máy móc, thiết bị,	4,65
	6. Mẫu mã, màu sắc, hình dáng của trang thiết bị	4,92
	7. Mức độ an toàn của thiết bị	4
	8. Các tiêu chí khác (ghi rõ).	7,58
Lương thực, Thực phẩm	1. Giá cả	2,73
	2. Nguồn gốc xuất xứ, thương hiệu sản phẩm	1,58
	3. Sự thuận tiện khi mua hàng	3,88
	4. Mẫu mã, bao bì đóng gói bắt mắt	4,5
	5. Mức độ tươi, sống của thực phẩm	3,12
	6. Tiêu chí khác	5,08
Các loại đồ gỗ, nhựa	1. Giá thành sản phẩm	2,58
	2. Mẫu mã, kiểu dáng, màu sắc	2,42
	3. Chất liệu, gỗ nguyên chất, nhựa không qua tái chế	3,85
	4. Đồ gỗ nhựa tái chế có hàm lượng tái chế cao	4,23
	5. Thương hiệu sản phẩm	4,23
	6. Sự phổ biến sản phẩm trên thị trường	4,54
	7. Tiêu chí khác	5,15
Nguyên vật liệu xây dựng	1. Giá cả	2,5
	2. Mức độ thân thiện với môi trường	3,38
	3. Khả năng tiết kiệm năng lượng nguyên vật liệu	4,46
	4. Thương hiệu sản phẩm	2,38
	5. Sự phổ biến sản phẩm trên thị trường	4,62
	6. Mẫu mã, kiểu dáng, màu sắc	5
	7. Tiêu chí khác	5,73

Nguồn: Số liệu tác giả điều tra năm 2018

(Người trả lời sắp xếp theo thứ tự ưu tiên giảm dần tiêu chí quan trọng nhất sẽ được đánh số 1)

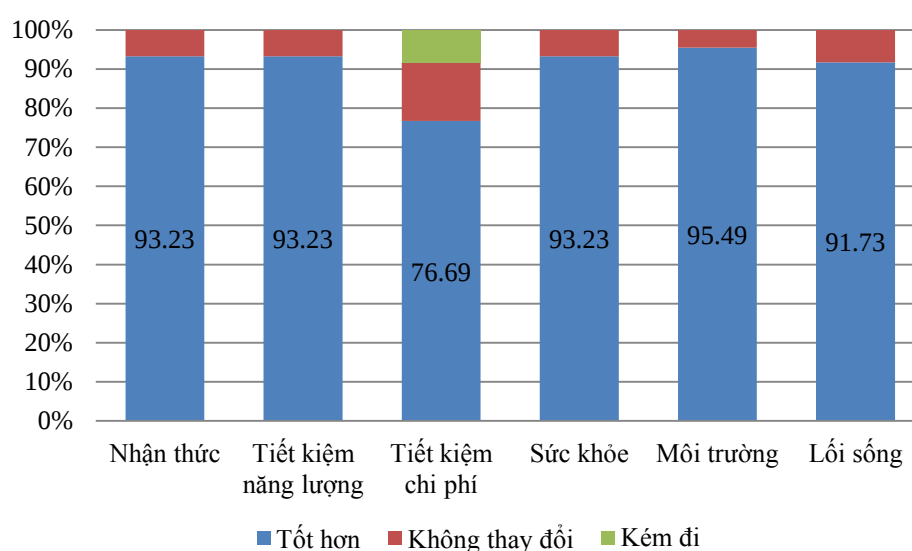


Biểu đồ 2.1 - Hành động mua sắm/tiêu dùng xanh của người tiêu dùng

Bảng 2.2 Các loại thực phẩm hàng hóa thường được tiêu dùng trong các hộ gia đình

Loại thực phẩm hàng hóa	Tỷ lệ hộ gia đình trong mẫu nghiên cứu có sử dụng các sản phẩm (%)
1. Các loại thực phẩm có dán nhãn sinh thái	26,9
2. Các loại thực phẩm hữu cơ	19,2
3. Thực phẩm thông thường	69,2
4. Hàng dệt may thông thường không dán nhãn sinh thái	53,8
5. Hàng dệt may có dán nhãn sinh thái	15,4
6. Giấy, đồ nhựa, đồ gỗ tái chế hay có hàm lượng tái chế cao	11,5
7. Đồ gỗ, đồ nhựa nguyên chất không qua tái chế	42,3
8. Nhà và các công trình khác được xây dựng từ nguyên vật liệu thân thiện với môi trường (gạch bê tông khí chưng áp; Gạch block không nung, gạch bê tông bọt, gói đúc ép không nung, sàn ván tre ép...)	19,2
9. Nhà và các công trình khác được xây dựng từ nguyên vật liệu thông thường như (gạch đất nung, ngói đất nung)	62,3

Nguồn: Số liệu tác giả điều tra năm 2018



Biểu 2.2 - Đánh giá của người tiêu dùng về hiệu quả của chính sách tiêu dùng xanh

Bảng 2.3 Tỷ lệ các doanh nghiệp trong mẫu nghiên cứu nhận được các loại hỗ trợ, ưu đãi để thay đổi dây chuyền sản xuất theo hướng tiêu dùng xanh

Các loại hỗ trợ, ưu đãi	DN không nhận được các loại hỗ trợ, ưu đãi này (%)	DN nhận được các loại hỗ trợ, ưu đãi nhưng ở mức rất thấp (%)
1. Giảm thuế	64,4	19,9
2. Hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực	59	19,5
3. Ưu đãi, hỗ trợ để mở rộng thị trường	41,5	14,1
4. Hỗ trợ về vốn	42	21
5. Hỗ trợ về thủ tục hành chính	23,9	29,8
6. Hỗ trợ cung cấp thông tin về sản phẩm, dịch vụ	41,5	22,4
7. Hỗ trợ xây dựng chuỗi nhà hàng, gian hàng giới thiệu và cung cấp sản phẩm xanh đến tay người tiêu dùng	47,8	22,9
8. Hỗ trợ về giá đối với việc sản xuất, cung cấp sản phẩm, dịch vụ xanh	48,8	17,1

Nguồn: Số liệu tác giả điều tra năm 2018

Bảng 2.4 Số lượng các doanh nghiệp trong mẫu nghiên cứu không có các hoạt động tổ chức, phát triển kênh phân phối sản phẩm, dịch vụ xanh

Các hoạt động	Tỷ lệ %
Cung cấp thông tin trung thực về dịch vụ và sản phẩm cho người tiêu dùng	6,8
Cung cấp thông tin về ảnh hưởng tới môi trường của sản phẩm cho người tiêu dùng	11,7
Xây dựng mạng lưới, cửa hàng, gian hàng cung cấp sản phẩm, dịch vụ xanh đến tay người tiêu dùng	23,4
Cung cấp, phổ biến thông tin về sản phẩm xanh đến người tiêu dùng	21,5
Tổ chức chương trình, chiến dịch quảng cáo, quảng bá sản phẩm, dịch vụ xanh của công ty, doanh nghiệp	35,6
Tổ chức ngày hội tiêu dùng xanh	54,1

Nguồn: Số liệu tác giả điều tra năm 2018

Bảng 2.5- Tiêu chí ưu tiên khi lựa chọn máy móc, thiết bị, dây chuyền sản xuất của doanh nghiệp theo thứ tự ưu tiên giảm dần

Tiêu chí lựa chọn máy móc, thiết bị, dây chuyền sản xuất cho doanh nghiệp	Điểm trung bình
1. Giá cả	3,1
2. Nguồn gốc, xuất xứ, thương hiệu của máy móc, thiết bị, dây truyền sản xuất	3,49
3. Lượng năng lượng mà máy móc, thiết bị, dây truyền sản xuất tiêu thụ	3,87
4. Khả năng tác động đến môi trường của máy móc, thiết bị, dây chuyền sản xuất	5,21
5. Mức độ hiện đại của máy móc, thiết bị, dây truyền sản xuất	3,01
6. Mức độ hao phí nguyên vật liệu của máy móc, thiết bị, dây truyền sản xuất	4,02
7. Khả năng sử dụng máy móc, thiết bị, dây chuyền sản xuất của người lao động	5,25

Nguồn: Kết quả điều tra doanh nghiệp năm 2018 của tác giả

**Bảng 2.6 - Đánh giá của cán bộ tại các cơ quan quản lý nhà nước đối với
tác động của việc thực thi các chính sách tiêu dùng xanh**

Loại chính sách	Bảo vệ sức khỏe, quyền lợi NTD (%)	Giảm thiểu ONMT (%)	Ảnh hưởng tiêu cực đến sự phát triển của DN (%)
Áp thuế môi trường		40,01	45,23
Áp thuế tài nguyên		35,04	40,45
Áp dụng các quy định liên quan đến nhãn sinh thái (nhãn môi trường)	45,24	20,92	10,91
Áp dụng các quy định, tiêu chuẩn nhập khẩu công nghệ, dây chuyền sản xuất	40,52	35,91	35,23
Thực thi Luật sử dụng năng lượng tiết kiệm, hiệu quả	35,21		20,76
Thực hiện các chính sách Hỗ trợ doanh nghiệp đề nghiên cứu phổ biến sản phẩm xanh đến tay người tiêu dùng	40,82		11.1,64
Áp thuế tiêu thụ đặc biệt với các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ gây ảnh hưởng không tốt với môi trường	45,93		40,49
Ban hành và thực thi các chính sách liên quan đến việc buộc các doanh nghiệp cải thiện công nghệ, tăng năng xuất, tăng hiệu quả sử dụng nguồn lực	30,34	35,10	45,03
Ban hành và thực thi các chính sách liên quan đến việc buộc các doanh nghiệp cắt giảm công nghệ gây ô nhiễm	45,06	50,23	40,23
Ban hành và thực thi các chính sách liên quan đến việc buộc các doanh nghiệp cung cấp thông tin trung thực về sản phẩm và dịch vụ	50,02	15,54	5,54
Ban hành và thực thi các quy định liên quan đến việc buộc các doanh nghiệp Sử dụng năng lượng tái tạo hoặc thực hiện các hoạt động bền vững	30,94	80,09	50,19

Nguồn: Số liệu tác giả điều tra năm 2018

Phụ lục 3 Biểu mức thuế suất đối với các loại tài nguyên, trừ dầu thô và khí thiên nhiên, khí than

STT	Nhóm, loại tài nguyên	Thuế suất (%)
I	Khoáng sản kim loại	
1	Sắt	14
2	Măng-gan	14
3	Ti-tan (titan)	18
4	Vàng	17
5	Đất hiếm	18
6	Bạch kim, bạc, thiếc	12
7	Vôn-phờ-ram (wolfram), ăng-ti-moan (antimoan)	20
8	Chì, kẽm	15
9	Nhôm, Bô-xít (bouxite)	12
10	Đồng	15
11	Ni-ken (niken)	10
12	Cô-ban (coban), mô-lip-đen (molipden), thủy ngân, ma-nhê (magie), va-na-đi (vanadi)	15
13	Khoáng sản kim loại khác	15
II	Khoáng sản không kim loại	
1	Đất khai thác để san lấp, xây dựng công trình	7
2	Đá, sỏi	10
3	Đá nung vôi và sản xuất xi măng	10
4	Đá hoa trắng	15
5	Cát	15
6	Cát làm thủy tinh	15
7	Đất làm gạch	15

STT	Nhóm, loại tài nguyên	Thuế suất (%)
8	Gờ-ra-nít (granite)	15
9	Sét chịu lửa	13
10	Đô-lô-mít (dolomite), quắc-zít (quartzite)	15
11	Cao lanh	13
12	Mi-ca (mica), thạch anh kỹ thuật	13
13	Pi-rít (pirite), phốt-pho-rít (phosphorite)	10
14	A-pa-tít (apatit)	8
15	Séc-păng-tin (secpentin)	6
16	Than an-tra-xít (antraxit) hầm lò	10
17	Than an-tra-xít (antraxit) lộ thiên	12
18	Than nâu, than mỡ	12
19	Than khác	10
20	Kim cương, ru-bi (rubi), sa-phia (sapphire)	27
21	Khoáng sản không kim loại khác	10
III	Sản phẩm của rừng tự nhiên	
1	Gỗ nhóm I	35
2	Gỗ nhóm II	30
3	Gỗ nhóm III	20
4	Gỗ nhóm IV	18
5	Gỗ nhóm V, VI, VII, VIII và các loại gỗ khác	12
6	Cành, ngọn, gốc, rễ	10
7	Củi	5
8	Tre, trúc, nứa, mai, giang, tranh, vầu, lồ ô	10
9	Trầm hương, kỳ nam	25

STT	Nhóm, loại tài nguyên	Thuế suất (%)
10	Hồi, quế, sa nhân, thảo quả	10
11	Sản phẩm khác của rừng tự nhiên	5
IV	Hải sản tự nhiên	
1	Ngọc trai, bào ngư, hải sâm	10
2	Hải sản tự nhiên khác	2
V	Nước thiên nhiên	
1	Nước khoáng thiên nhiên, nước nóng thiên nhiên, nước thiên nhiên tinh lọc đóng chai, đóng hộp	10
2	Nước thiên nhiên dùng cho sản xuất thủy điện	5
3	Nước thiên nhiên dùng cho sản xuất, kinh doanh, trừ nước quy định tại Điểm 1 và Điểm 2 Nhóm này	
3.1	Sử dụng nước mặt	
a	Dùng cho sản xuất nước sạch	1
b	Dùng cho Mục đích khác	3
3.2	Sử dụng nước dưới đất	
a	Dùng cho sản xuất nước sạch	5
b	Dùng cho Mục đích khác	8
VI	Yến sào thiên nhiên	20
VII	Tài nguyên khác	10

(Nguồn: Nghị quyết số 1084/2015/UBTVQH13 ngày 10/12/2015)

Phụ lục 4: Các bộ tiêu chí nhãn xanh cho các sản phẩm được triển khai xây dựng qua các năm

STT	Quyết định	Năm	Nội dung	Bộ tiêu chí nhãn xanh cho các loại sản phẩm
1	2322/QĐ-BTNMT	2010	Phê duyệt tiêu chí Nhãn xanh Việt Nam do Bộ trưởng Bộ TN&MT ban hành	1. NXVN 01:2010 – Bột giặt 2. NXVN 02:2010 – Bóng đèn huỳnh quang 3. NXVN 03:2010 – Bao bì nhựa tự phân hủy sinh học dùng gói hàng khi mua sắm
3	223/QĐ-BTNMT	2012	Phê duyệt tiêu chí Nhãn xanh Việt Nam do Bộ trưởng Bộ TN&MT ban hành	1. NXVN 04: 2012 - Bao bì giấy tổng hợp dùng đóng gói thực phẩm 2. NXVN 05:2012 – Vật liệu lọc, ốp, lát thuộc vật liệu gốm xây dựng
4	154/QĐ-BTNMT	2014	Công bố tiêu chí Nhãn xanh Việt Nam do Bộ trưởng Bộ TN&MT ban hành	1. NXVN 01:2014 - Bột giặt; 2. NXVN 02:2014 - Bóng đèn huỳnh quang, 3. NXVN 03:2014 - Bao bì nhựa tự phân hủy sinh học, 4. NXVN 04:2014 - Bao bì giấy tổng hợp dùng đóng gói thực phẩm, 5. NXVN 05:2014 - Vật liệu lọc, ốp, lát thuộc vật liệu gốm xây dựng, 6. NXVN 06:2014 - Ấc quy, 7. NXVN 07:2014 - Giấy văn phòng, 8. NXVN 08:2014 - Chăm sóc tóc, 9. NXVN 09:2014 - Xà phòng bánh,

STT	Quyết định	Năm	Nội dung	Bộ tiêu chí nhãn xanh cho các loại sản phẩm
				10. NXVN 10:2014 - Nước rửa bát bằng tay, 11. NXVN 11:2014 - Sơn phủ dùng trong xây dựng, 12. NXVN 12:2014 - Máy tính xách tay, 13. NXVN 13:2014 - Hộp mực in dùng cho máy in, máy photocopy và máy fax, 14. NXVN 14:2014 - Máy in.
4	2186/QĐ-BTNMT	2017	Công bố tiêu chí Nhãn xanh Việt Nam do Bộ trưởng Bộ TN&MT ban hành	1. NXVN 15:2017 - Pin 2. NXVN 16:2017 - Máy photocopy 3. NXVN 17:2017 - Bóng đèn LED và mô đun LED dùng cho chiếu sáng thông dụng

Phụ lục 5: Nhiệm vụ chiến lược phục vụ phát triển kinh tế xanh

Chỉ tiêu	Giai đoạn		
	2011 - 2020	2020 - 2030	2030 - 2050
1. Giảm cường độ phát thải khí nhà kính và thúc đẩy sử dụng năng lượng sạch, năng lượng tái tạo			
- Giảm cường độ phát thải khí nhà kính mỗi năm	0,8 – 1	1,5 - 2	1,5 - 2
- Giảm tiêu hao năng lượng tính trên GDP %	1 – 1,5		
- Giảm lượng phát thải khí nhà kính trong các hoạt động năng lượng so với bình thường %	10 – 20	20 - 30	
Trong đó: - Tự nguyện %	10	20	
- Hỗ trợ quốc tế %	10	10	
2. Xanh hóa sản xuất			
- Giá trị sản phẩm ngành công nghệ cao, công nghệ xanh trong GDP	42 - 45		
- Tỷ lệ các cơ sở sản xuất kinh doanh đạt tiêu chuẩn về môi trường	80		
- Áp dụng công nghệ sạch hơn	50		
- Đầu tư phát triển các ngành hỗ trợ bảo vệ môi trường và làm giàu vốn tự nhiên - % GDP	3 – 4		
3. Xanh hóa lối sống và thúc đẩy tiêu dùng bền vững			
Tỷ lệ đô thị loại III có hệ thống thu gom và xử lý nước thải đạt quy chuẩn quy định - %	60		
Tỷ lệ đô thị loại IV có hệ thống thu gom và xử lý nước thải đạt quy chuẩn quy định - %	40		
Tỷ lệ đô thị loại V có hệ thống thu gom và xử lý nước thải đạt quy chuẩn quy định - %	100		
Tỷ trọng dịch vụ vận tải công cộng ở đô thị lớn và vừa	35 – 45		
Tỷ lệ đô thị lớn và vừa đạt tiêu chí đô thị xanh phần đầu đạt	50		
4. Quản lý chất thải rắn	2010 - 2020	Đến 2025	

Chỉ tiêu	Giai đoạn		
	2011 - 2020	2020 - 2030	2030 - 2050
Tổng lượng chất thải rắn sinh hoạt đô thị phát sinh được thu gom và xử lý đảm bảo môi trường	90		
- % tái chế, tái sử dụng, thu hồi năng lượng hoặc sản xuất phân hữu cơ	85		
Tổng lượng chất thải rắn xây dựng phát sinh tại các đô thị được thu gom xử lý	80		
- % được thu hồi tái sử dụng hoặc tái chế	50		
% bùn bể phốt của các đô thị từ loại II trở lên	50		
% các đô thị còn lại được thu gom và xử lý đảm bảo môi trường	30		
Khối lượng túi nilon sử dụng tại các siêu thị và trung tâm thương mại giảm so với năm 2010	65		
Các đô thị có công trình tái chế chất thải rắn thực hiện phân loại tại hộ gia đình.	80		
Tổng lượng chất thải rắn công nghiệp không nguy hại phát sinh được thu gom và xử lý đảm bảo môi trường	90		
- % được thu hồi để tái sử dụng và tái chế	60		
Tổng lượng chất thải rắn nguy hại phát sinh tại các khu công nghiệp được xử lý đảm bảo môi trường	70		
Lượng chất thải rắn y tế không nguy hại và nguy hại phát sinh tại các cơ sở y tế, bệnh viện được thu gom và xử lý đảm bảo môi trường	100		
Lượng chất thải rắn phát sinh tại các điểm dân cư nông thôn	70		
Lượng chất thải rắn tại các làng nghề được thu gom và xử lý đảm bảo môi trường	80		
Tổng lượng chất thải rắn sinh hoạt đô thị phát sinh được thu gom và xử lý đảm bảo môi trường	100		
- % được tái chế, tái sử dụng, thu hồi năng lượng hoặc sản xuất phân hữu cơ	90		
Tổng lượng chất thải rắn xây dựng phát sinh tại các đô thị được thu gom xử lý	90		

Chỉ tiêu	Giai đoạn		
	2011 - 2020	2020 - 2030	2030 - 2050
- % được thu hồi để tái sử dụng hoặc tái chế	60		
% bùn bể phốt của các đô thị từ loại II trở lên	100		
% của các đô thị còn lại được thu gom và xử lý đảm bảo môi trường	50		
Khối lượng túi nilon tại các siêu thị và các trung tâm thương mại so với năm 2010	85		
Tổng lượng chất thải rắn công nghiệp không nguy hại và nguy hại phát sinh được thu gom và xử lý đảm bảo môi trường	100		
Các đô thị có công trình tái chế chất thải rắn thực hiện phân loại tại hộ gia đình.		100	

Phụ lục 6. PHIẾU ĐIỀU TRA
MS1: PHIẾU TRƯNG CẦU Ý KIẾN

(Dành cho cán bộ tại các cơ quan quản lý nhà nước)

Kính thưa quý ông/bà!

Để có những đánh giá sát thực về việc hoạch định và thực thi chính sách Tiêu dùng xanh ở Việt Nam phục vụ tiến hành nghiên cứu đề tài: ***“Chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam”***

Xin ông (bà) vui lòng cho ý kiến, đánh giá của mình về những nội dung sau đây bằng cách đánh dấu (X) vào ô trống tương ứng mà ông (bà) cho là phù hợp hoặc điền câu trả lời vào chỗ trống. Thông tin mà Ông/Bà cung cấp chỉ phục vụ cho mục đích nghiên cứu khoa học và được ghi dưới dạng khuyết danh. Rất mong được sự giúp đỡ của quý ông/bà

Giải thích một số thuật ngữ:

* Tiêu dùng xanh là một chuỗi các hành vi: i) Mua sắm một sản phẩm hoặc dịch vụ xanh; ii) Sử dụng xanh: tiết kiệm, tái sử dụng, tái chế, sử dụng bao bì xanh, xử lý rác xanh; iii) Tuyên truyền và tác động đến cộng đồng thực hiện mua sản phẩm xanh và sử dụng xanh

* Một sản phẩm được xem là xanh nếu đáp ứng được một trong 4 tiêu chí: Sản phẩm được tạo ra từ các vật liệu thân thiện với môi trường; Sản phẩm đem đến những giải pháp an toàn đến môi trường và sức khỏe; Sản phẩm giảm tác động đến môi trường trong quá trình sử dụng; Sản phẩm tạo ra một môi trường thân thiện và an toàn đối với sức khỏe.

A. THÔNG TIN NGƯỜI ĐƯỢC PHỎNG VẤN (*) Không bắt buộc)**

Họ và tên:.....

Đơn vị công tác:.....

B. NỘI DUNG CÂU HỎI (Vui lòng trả lời)

Câu 1: Theo Ông/ Bà việc Nhà nước ban hành và thực thi các chính sách liên quan đến việc khuyến khích các doanh nghiệp cải thiện công nghệ, tăng năng suất, tăng hiệu quả sử dụng nguồn lực; Cắt giảm công nghệ gây ô nhiễm; Cung cấp thông tin trung thực về sản phẩm và dịch vụ; Cung cấp thông tin trung thực về ảnh hưởng môi trường của sản phẩm; Sử dụng năng lượng tái tạo hoặc thực hiện các hoạt động bền vững; Áp dụng các quy định liên quan đến lượng năng lượng tiêu thụ của sản phẩm; áp thuế môi trường, thuế tiêu thụ đặc biệt ... sẽ ảnh hưởng như thế nào đến hoạt động của các công ty, doanh nghiệp,? (Ông/ bà có thể lựa chọn nhiều đáp án)

Nội dung	Tất cả các doanh nghiệp sẽ chịu tác động theo hướng này	Phần lớn các doanh nghiệp sẽ chịu tác động theo hướng này	Chỉ có một số ít doanh nghiệp chịu tác động theo hướng này	Không có doanh nghiệp nào chịu tác động theo hướng này
1) Các quy định trên sẽ làm tăng chi phí sản xuất của doanh nghiệp				
2) Các quy định trên sẽ làm giảm kết quả hoạt động tài chính của doanh nghiệp				
3) Các quy định trên sẽ làm giảm sức cạnh tranh trên thị trường của doanh nghiệp				
4) Các quy định trên sẽ cắt giảm lợi nhuận của doanh nghiệp				
5) Các quy định trên sẽ đem đến cho doanh nghiệp các cơ hội tạo ra giá trị mới				
6) Các quy định trên sẽ làm tăng khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường				
7) Các quy định trên sẽ làm tăng doanh thu cho doanh nghiệp				
8) Các tác động khác (ghi rõ)				

Câu 2. Theo Ông/ Bà việc Nhà nước ban hành và thực thi các chính sách liên quan đến tiêu dùng xanh sau đây sẽ ảnh hưởng như thế nào đến người tiêu dùng và sự phát triển kinh tế - xã hội của quốc gia? (Ông/ bà có thể lựa chọn nhiều đáp án)

Chính sách	Bảo vệ sức khỏe, quyền lợi người tiêu dùng	Làm tăng chi phí giá thành sản phẩm ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận sản phẩm của người tiêu dùng	Giảm thiểu ô nhiễm môi trường	Thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội theo hướng bền vững – làm lợi cho sự phát triển của quốc gia	Ảnh hưởng tiêu cực đến sự phát triển của doanh nghiệp
1. Áp thuế môi trường					
2. Áp thuế tài nguyên					
3. Áp dụng các quy định liên quan đến nhân sinh thái (nhân môi trường)					
4. Áp dụng các quy định, tiêu chuẩn nhập khẩu công nghệ, dây chuyền sản xuất					
5. Thực thi Luật sử dụng năng lượng tiết kiệm, hiệu quả					
6. Thực hiện các chính sách Hỗ trợ doanh nghiệp để nghiên cứu phổ biến sản phẩm xanh đến tay người tiêu dùng					
7. Áp thuế tiêu thụ đặc biệt với các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ gây ảnh hưởng không tốt với môi trường					
8. Ban hành và thực thi các chính sách liên quan đến việc buộc các doanh nghiệp cải thiện công nghệ, tăng năng xuất, tăng hiệu quả sử dụng nguồn lực					
9. Ban hành và thực thi các chính sách liên quan đến việc buộc các doanh nghiệp cắt giảm công nghệ gây ô nhiễm					
10. Ban hành và thực thi các chính sách liên quan đến việc buộc các doanh nghiệp cung cấp thông tin trung thực về sản phẩm và dịch vụ					
11. Ban hành và thực thi các quy định liên quan đến việc buộc các doanh nghiệp Sử dụng năng lượng tái tạo hoặc thực hiện các hoạt động bền vững					

Câu 3 Theo ông/ bà hiện tại Nhà nước có nên ban hành và thực thi một cách hiệu quả những chính sách tiêu dùng xanh nêu trên hay không?

1. Có

2. Không

Câu 4. Cơ quan nơi ông bà công tác đã thực hiện những chương trình, hoạt động gì sau đây để triển khai, áp dụng các chính sách liên quan đến tiêu dùng xanh? (Ông bà/ tích “X” vào ô để đánh giá theo các mức)

Trong đó:

0 điểm là không có chương trình, hoạt động này

1 là thực hiện rất ít; 2 là thực hiện ít, 3 là thực hiện ở mức trung bình, 4 là thực hiện tốt, 5 là thực hiện rất tốt.

Chương trình, hoạt động	Mức độ thực hiện
Ban hành và thực thi các chương trình, chiến lược để triển khai hay kiểm tra việc thực hiện	
1. Quy định của nhà nước về Gắn nhãn sinh thái/gắn nhãn xanh cho sản phẩm của công ty, doanh nghiệp trên địa bàn	0 ☐ Ko t/h 1 2 3 4 5 t/h rất ít → t/h rất tốt
2. Chính sách để Khuyến khích, hỗ trợ các doanh nghiệp, người dân sử dụng các công nghệ tiết kiệm năng lượng	0 ☐ Ko t/h 1 2 3 4 5 t/h rất ít → t/h rất tốt
3. Thi hành Luật sử dụng năng lượng tiết kiệm, hiệu quả của cơ quan doanh nghiệp, người dân trên địa bàn	0 ☐ Ko t/h 1 2 3 4 5 t/h rất ít → t/h rất tốt
4. Thi hành Luật chuyển giao công nghệ năm 2006 của cơ quan doanh nghiệp, người dân trên địa bàn	0 ☐ Ko t/h 1 2 3 4 5 t/h rất ít → t/h rất tốt
5. Các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp Xây dựng cửa hàng, gian hàng cung cấp sản phẩm, dịch vụ xanh	0 ☐ Ko t/h 1 2 3 4 5 t/h rất ít → t/h rất tốt
6. Các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp để Tái chế bao bì	0 ☐ Ko t/h 1 2 3 4 5 t/h rất ít → t/h rất tốt
7. Các quy định của pháp luật liên quan đến Thiết lập các ngưỡng phát thải trong sản xuất của các công ty, doanh nghiệp trên địa bàn	0 ☐ Ko t/h 1 2 3 4 5 t/h rất ít → t/h rất tốt

8. Các quy định của pháp luật liên quan đến Áp dụng các tiêu chuẩn công nghệ hiện đại trong sản xuất của các công ty, doanh nghiệp trên địa bàn	0 ☐ Ko t/h 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ t/h rất ít → t/h rất tốt
9. Các quy định của pháp luật liên quan đến Sử dụng hiệu quả năng lượng và giảm ô nhiễm trong quá trình sản xuất của các công ty, doanh nghiệp trên địa bàn	0 ☐ Ko t/h 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ t/h rất ít → t/h rất tốt
10. Các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp, người dân tái sử dụng thông qua sửa chữa và thay thế	0 ☐ Ko t/h 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ t/h rất ít → t/h rất tốt
11. Các quy định của pháp luật liên quan đến thu gom, xử lý chất thải	0 ☐ Ko t/h 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ t/h rất ít → t/h rất tốt
12. Các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp thực hiện các chương trình, dự án, hoạt động nghiên cứu phát triển sản phẩm dịch vụ xanh	0 ☐ Ko t/h 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ t/h rất ít → t/h rất tốt
13. Các quy định của pháp luật liên quan đến Cung cấp thông tin trung thực về dịch vụ và sản phẩm cho người tiêu dùng của công ty, doanh nghiệp trên địa bàn	0 ☐ Ko t/h 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ t/h rất ít → t/h rất tốt
14. Các quy định của pháp luật liên quan Cung cấp thông tin về ảnh hưởng tới môi trường của sản phẩm	0 ☐ Ko t/h 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ t/h rất ít → t/h rất tốt
15. Xây dựng thực thi chính sách hỗ trợ doanh nghiệp cung cấp, phổ biến thông tin về sản phẩm xanh đến người tiêu dùng	0 ☐ Ko t/h 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ t/h rất ít → t/h rất tốt
16. Xây dựng và thực thi chính sách hỗ trợ doanh nghiệp Tổ chức chương trình, chiến dịch quảng cáo, quảng bá sản phẩm, dịch vụ xanh của công ty, doanh nghiệp	0 ☐ Ko t/h 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ t/h rất ít → t/h rất tốt
17. Xây dựng và thực thi chính sách hỗ trợ doanh nghiệp Tổ chức ngày hội tiêu dùng xanh	0 ☐ Ko t/h 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ t/h rất ít → t/h rất tốt
18. Tổ chức Tuyên truyền cho người tiêu dùng hạn chế sử dụng bao bì, túi đựng hàng hóa gây hại đến môi trường như: Hạn chế sử dụng túi nilon...	0 ☐ Ko t/h 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ t/h rất ít → t/h rất tốt
19. Tổ chức Tuyên truyền, cung cấp thông tin để khuyến khích người tiêu dùng sử dụng hàng hóa có dán nhãn sinh thái, dán nhãn tiết kiệm	0 ☐ Ko t/h 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ t/h rất ít → t/h rất tốt

năng lượng	
20. Tổ chức Tuyên truyền, cung cấp thông tin để khuyến khích người tiêu dùng sử dụng hàng hóa có khả năng tái chế, tái sử dụng	0 1 2 3 4 5 ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Ko t/h t/h rất ít → t/h rất tốt
21. Xây dựng trụ sở ; các công trình của cơ quan đơn vị theo hướng tiết kiệm năng lượng, sử dụng nguyên vật liệu thân thiện với môi trường	0 1 2 3 4 5 ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Ko t/h t/h rất ít → t/h rất tốt
22. Có quy định Ưu tiên sử dụng, lắp đặt các thiết bị, các sản phẩm có đánh nhãn sinh thái, nhãn tiết kiệm năng lượng tại cơ quan	0 1 2 3 4 5 ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Ko t/h t/h rất ít → t/h rất tốt
23. Có quy định để cán bộ, công nhân viên của cơ quan sử dụng tiết kiệm năng lượng như: điện, nước; sử dụng tiết kiệm văn phòng phẩm...	0 1 2 3 4 5 ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Ko t/h t/h rất ít → t/h rất tốt
24. Các chương trình, hoạt động khác	

Câu 5. Ông/ bà cho biết những rào cản hay khó khăn mà cơ quan, đơn vị gặp phải trong quá trình thực hiện nhiệm vụ sau?

Ban hành và thực thi các chương trình, chiến lược để triển khai hay kiểm tra việc thực hiện	Thiếu kinh phí, nhân lực để thực hiện	Cơ quan đơn vị, không có trách nhiệm thực hiện nhiệm vụ này	Thiếu kiến thức, kỹ năng/ kinh nghiệm để thực hiện	Nhận thức, tâm lý, thói quen sinh hoạt	Khó khăn do khó áp dụng các quy định của pháp luật cụ thể	Khó khăn khác
1. Thực hiện các quy định của nhà nước về Gắn nhãn sinh thái/gắn nhãn xanh cho sản phẩm của công ty, doanh nghiệp trên địa bàn						
2. Các chính sách để Khuyến khích, hỗ trợ các doanh nghiệp, người dân sử dụng các công nghệ tiết kiệm năng lượng						
3. Thi hành Luật sử dụng năng lượng tiết kiệm, hiệu quả của cơ quan doanh nghiệp, người dân trên địa bàn						
4. Thi hành Luật chuyển giao công nghệ năm 2006 của cơ quan, doanh nghiệp, người dân trên địa bàn						
5. Các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp Xây dựng cửa hàng, gian hàng cung cấp sản phẩm, dịch vụ xanh						
6. Ban hành và thực thi các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp để Tái chế bao bì						
7. Thực hiện các quy định của pháp luật liên quan đến Thiết lập các ngưỡng phát thải trong sản xuất của các công ty, doanh nghiệp trên địa bàn						
8. Thực hiện các quy định của pháp luật liên quan đến Áp dụng các tiêu chuẩn công nghệ hiện đại trong sản xuất của các công ty, doanh nghiệp trên địa bàn						
9. Thực hiện các quy định của pháp luật liên quan đến Sử dụng hiệu quả năng lượng và giảm ô nhiễm trong quá trình sản xuất của các công ty, doanh nghiệp trên địa bàn						
10. Các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp, người dân tái sử dụng thông qua sửa chữa và thay thế						
11. Thực hiện các quy định của pháp luật liên quan đến thu gom, xử lý chất thải						
12. Các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp thực hiện các chương trình, dự án, hoạt động nghiên cứu phát triển sản phẩm dịch vụ xanh						
13. Thực hiện các quy định của pháp luật liên quan đến Cung cấp thông tin trung						

Ban hành và thực thi các chương trình, chiến lược để triển khai hay kiểm tra việc thực hiện	Thiếu kinh phí, nhân lực để thực hiện	Cơ quan đơn vị, không có trách nhiệm thực hiện nhiệm vụ này	Thiếu kiến thức, kỹ năng/kinh nghiệm để thực hiện	Nhận thức, tâm lý, thói quen sinh hoạt	Khó khăn do khó áp dụng các quy định của pháp luật cụ thể	Khó khăn khác
thực về dịch vụ và sản phẩm cho người tiêu dùng của công ty, doanh nghiệp trên địa bàn						
14. Thực hiện các quy định của pháp luật liên quan Cung cấp thông tin về ảnh hưởng tới môi trường của sản phẩm						
15. Xây dựng thực thi chính sách hỗ trợ doanh nghiệp cung cấp, phổ biến thông tin về sản phẩm xanh đến người tiêu dùng						
16. Xây dựng và thực thi chính sách hỗ trợ doanh nghiệp Tổ chức chương trình, chiến dịch quảng cáo, quảng bá sản phẩm, dịch vụ xanh của công ty, doanh nghiệp						
17. Xây dựng và thực thi chính sách hỗ trợ doanh nghiệp Tổ chức ngày hội tiêu dùng xanh						
18. Tổ chức Tuyên truyền cho người tiêu dùng hạn chế sử dụng bao bì, túi đựng hàng hóa gây hại đến môi trường như: Hạn chế sử dụng túi nilon...						
19. Tổ chức Tuyên truyền, cung cấp thông tin để khuyến khích người tiêu dùng sử dụng hàng hóa có dán nhãn sinh thái, dán nhãn tiết kiệm năng lượng						
20. Tổ chức Tuyên truyền, cung cấp thông tin để khuyến khích người tiêu dùng sử dụng hàng hóa có khả năng tái chế, tái sử dụng						
21. Xây dựng trụ sở; các công trình của cơ quan đơn vị theo hướng tiết kiệm năng lượng, sử dụng nguyên vật liệu thân thiện với môi trường						
22. Có quy định Ưu tiên sử dụng, lắp đặt các thiết bị, các sản phẩm có dán nhãn sinh thái, nhãn tiết kiệm năng lượng tại cơ quan						
23. Có quy định đề cán bộ, công nhân viên của cơ quan sử dụng tiết kiệm năng lượng như: điện, nước; sử dụng tiết kiệm nguyên vật liệu						
24. Các chương trình, hoạt động khác						
.....						

Câu 6. Đánh dấu vào đặc điểm của các thiết bị sau đây mà cơ quan, đơn vị nơi ông/bà công tác đang sử dụng?

Loại hàng Hóa	Có dán nhãn năng lượng /là thiết bị tiết kiệm năng lượng	Không có dán nhãn năng lượng / là sản phẩm thông thường không tiết kiệm năng lượng	Là sản phẩm sử dụng năng lượng mặt trời; năng lượng sạch
1. Máy vi tính			
2. Máy phô tô/ máy in			
3. Các loại máy móc, dụng cụ khác			
4. Máy lạnh/điều hòa nhiệt độ			
5. Bồn đèn , thiết bị chiếu sáng			
6. Phương tiện giao thông			
7. Bình nóng lạnh			

Câu 7 Đánh dấu vào đặc điểm của các thiết bị mà Cơ quan, đơn vị nơi ông bà công tác đang sử dụng?

Loại Thiết bị văn phòng	Sản phẩm tái chế / có hàm lượng tái chế cao	Sản phẩm nguyên chất	Không biết/ không quan tâm
10. Giấy			
11. Bàn ghế			
Văn phòng phẩm khác			
12. Tủ , kệ			
13. Đồ dùng làm từ nhựa			
14. Đồ dùng làm từ nhựa tái chế			
15. Đồ dùng làm từ nhựa nguyên chất			
16. Thiết bị, đồ dùng khác			

Câu 8. Theo ông/ bà nhà nước nên thực hiện những biện pháp gì sau đây để thúc đẩy sản xuất, phân phối, tiêu dùng xanh?

(Ông bà/ tích “X” vào ô để đánh giá theo các mức)

Biện pháp	Đánh giá
1. Áp thuế môi trường	Không nên Nên ☐ ☐ Nếu nên thì mức độ cấp thiết 1 2 3 ☐ ☐ ☐ Ít cấp thiết cấp thiết rất cấp thiết
2. Hỗ trợ doanh nghiệp để nghiên cứu phổ biến sản phẩm xanh đến tay người tiêu dùng	Không nên Nên ☐ ☐ Nếu nên thì mức độ cấp thiết 1 2 3 ☐ ☐ ☐ Ít cấp thiết cấp thiết rất cấp thiết
3. Áp thuế tiêu thụ đặc biệt với các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ gây ảnh hưởng không tốt với môi trường	Không nên Nên ☐ ☐ Nếu nên thì mức độ cấp thiết 1 2 3 ☐ ☐ ☐ Ít cấp thiết cấp thiết rất cấp thiết
4. Ban hành và thực thi các chính sách liên quan đến việc khuyến khích các doanh nghiệp cải thiện công nghệ, tăng năng xuất, tăng hiệu quả sử dụng nguồn lực	Không nên Nên ☐ ☐ Nếu nên thì mức độ cấp thiết 1 2 3 ☐ ☐ ☐ Ít cấp thiết cấp thiết rất cấp thiết
5. Ban hành và thực thi các quy định pháp luật liên quan đến việc buộc các doanh nghiệp cắt giảm công nghệ gây ô nhiễm	Không nên Nên ☐ ☐ Nếu nên thì mức độ cấp thiết 1 2 3 ☐ ☐ ☐ Ít cấp thiết cấp thiết rất cấp thiết
6. Ban hành và thực thi các quy định pháp luật liên quan đến việc buộc các doanh nghiệp cung cấp thông tin trung thực về sản phẩm và dịch vụ	Không nên Nên ☐ ☐ Nếu nên thì mức độ cấp thiết 1 2 3

	Ít cấp thiết cấp thiết rất cấp thiết
7. Ban hành và thực thi các quy định pháp luật liên quan đến việc buộc các doanh nghiệp cung cấp thông tin trung thực về ảnh hưởng môi trường của sản phẩm trước khi đưa ra thị trường	Không nên Nên Nếu nên thì mức độ cấp thiết 1 2 3 Ít cấp thiết cấp thiết rất cấp thiết
8. Ban hành và thực thi các quy định pháp luật liên quan đến việc buộc các doanh nghiệp Sử dụng năng lượng tái tạo hoặc thực hiện các hoạt động bền vững	Không nên Nên Nếu nên thì mức độ cấp thiết 1 2 3 Ít cấp thiết cấp thiết rất cấp thiết
9. Áp dụng các quy định liên quan đến lượng năng lượng tiêu thụ của sản phẩm	Không nên Nên Nếu nên thì mức độ cấp thiết 1 2 3 Ít cấp thiết cấp thiết rất cấp thiết
10. Các giải pháp khác.....	1 2 3 Ít cấp thiết cấp thiết rất cấp thiết

C. THÔNG TIN CƠ QUAN, ĐƠN VỊ

Xin ông bà vui lòng cho biết một số thông tin về cơ quan, đơn vị

Câu 1. Cơ quan, đơn vị nơi ông bà công tác là cơ quan nào sau đây? (ông/ bà khoanh tròn vào đáp án phù hợp)

1. Chính phủ,
2. Các Bộ, cơ quan ngang Bộ,
3. Cơ quan trực thuộc chính phủ,
4. UBND cấp tỉnh/ thành phố
5. Các cơ quan chuyên môn thuộc UBND cấp tỉnh/ thành phố
6. UBND cấp quận/huyện /thị xã
7. Các cơ quan chuyên môn thuộc UBND cấp quận Huyện/ thị xã
8. UBND cấp xã /phường
9. Các cơ quan chuyên môn thuộc UBND cấp xã/ phường
10. Cơ quan tư pháp: Tòa án, Viện kiểm sát
11. Hội đồng nhân dân
12. Quốc hội

Câu 2: Ngành, lĩnh vực Ông/ bà công tác hiện nay? (ông/ bà khoanh tròn vào đáp án phù hợp)

1. Tài nguyên, môi trường
2. Công thương
3. Nông nghiệp và phát triển, nông thôn
4. Lao động, thương binh và xã hội
5. Y tế
6. Giao thông, vận tải
7. Tài chính
8. Kế hoạch và đầu tư
9. Du lịch
10. Xây dựng
11. Khoa học và công nghệ
12. Thông tin và truyền thông
13. An ninh, quốc phòng
14. Ngành, lĩnh vực khác

Trân trọng cảm ơn

MS2: PHIẾU TRƯNG CẦU Ý KIẾN

(Dành cho doanh nghiệp sản xuất, phân phối sản phẩm)

Kính thưa quý ông/bà!

Để có những đánh giá sát thực về việc hoạch định và thực thi chính sách Tiêu dùng xanh ở Việt Nam nhằm cung cấp luận cứ khóa học nhằm đề xuất khung chính sách tiêu dùng xanh trong thời kỳ tới chúng tôi tiến hành nghiên cứu đề tài: **“Chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam”**

Xin ông (bà) vui lòng cho ý kiến, đánh giá của mình về những nội dung sau đây bằng cách đánh dấu (X) vào ô trống tương ứng mà ông (bà) cho là phù hợp hoặc điền câu trả lời vào chỗ trống. Thông tin mà Ông/Bà cung cấp chỉ phục vụ cho mục đích nghiên cứu khoa học và được ghi dưới dạng khuyết danh. Rất mong được sự giúp đỡ của quý ông/bà

Giải thích một số thuật ngữ:

* Tiêu dùng xanh là một chuỗi các hành vi: i) Mua sắm một sản phẩm hoặc dịch vụ xanh; ii) Sử dụng xanh: tiết kiệm, tái sử dụng, tái chế, sử dụng bao bì xanh, xử lý rác xanh; iii) Tuyên truyền và tác động đến cộng đồng thực hiện mua sản phẩm xanh và sử dụng xanh

* Một sản phẩm được xem là xanh nếu đáp ứng được một trong 4 tiêu chí: Sản phẩm được tạo ra từ các vật liệu thân thiện với môi trường; Sản phẩm đem đến những giải pháp an toàn đến môi trường và sức khỏe; Sản phẩm giảm tác động đến môi trường trong quá trình sử dụng; Sản phẩm tạo ra một môi trường thân thiện và an toàn đối với sức khỏe.

A. THÔNG TIN NGƯỜI ĐƯỢC PHỎNG VẤN

Họ và tên:..... (Không bắt buộc)

Công ty:.....

Số Điện thoại:..... (Không bắt buộc)

B: NỘI DUNG CÂU HỎI

Câu 1: Theo Ông/ Bà việc Nhà nước ban hành và thực thi các chính sách tiêu dùng xanh như: *(chính sách liên quan đến việc buộc các doanh nghiệp cải thiện công nghệ, tăng năng xuất, tăng hiệu quả sử dụng nguồn lực; Cắt giảm công nghệ gây ô nhiễm; Cung cấp thông tin trung thực về sản phẩm và dịch vụ; Cung cấp thông tin trung thực về ảnh hưởng môi trường của sản phẩm; Sử dụng năng lượng tái tạo hoặc thực hiện các hoạt động bền vững; Áp dụng các quy định liên quan đến lượng năng lượng tiêu thụ của sản phẩm; áp thuế môi trường ...)* sẽ ảnh hưởng như

thể nào đến hoạt động của công ty, doanh nghiệp? (Ông /bà sắp xếp theo thứ tự ưu tiên giảm dần những tác động lớn nhất ông bà đánh số 1 sau đó giảm dần đến hết)

Tác động	Số thứ tự ưu tiên
9) Làm tăng chi phí sản xuất của doanh nghiệp	
10) Làm giảm kết quả hoạt động tài chính của doanh nghiệp	
11) Làm giảm sức cạnh tranh trên thị trường của doanh nghiệp	
12) Sẽ cắt giảm lợi nhuận của doanh nghiệp	
13) Sẽ đem đến cho doanh nghiệp các cơ hội tạo ra giá trị mới	
14) Làm tăng khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường	
15) Làm tăng doanh thu cho doanh nghiệp	
16) Các tác động khác (ghi rõ)	

Câu 2. Công ty/doanh nghiệp của ông/bà lựa chọn máy móc, thiết bị; dây chuyền sản xuất dựa vào những tiêu chí nào sau đây? (Ông /bà sắp xếp theo thứ tự ưu tiên giảm dần những yếu tố quan trọng nhất ông bà đánh số 1 sau đó giảm dần đến hết)

Tiêu chí để lựa chọn máy móc, thiết bị, dây chuyền sản xuất cho doanh nghiệp	Số thứ tự ưu tiên
1) Giá cả	
2) Nguồn gốc, xuất xứ, thương hiệu của máy móc, thiết bị, dây chuyền sản xuất	
3) Lượng năng lượng mà máy móc, thiết bị, dây chuyền sản xuất tiêu thụ	
4) Khả năng tác động đến môi trường của máy móc, thiết bị, dây chuyền sản xuất	
5) Mức độ hiện đại của máy móc, thiết bị, dây chuyền sản xuất	
6) Mức độ hao phí nguyên vật liệu của máy móc, thiết bị, dây chuyền sản xuất	
7) Khả năng sử dụng máy móc, thiết bị, dây chuyền sản xuất của người lao động	
8) Các tiêu chí khác (ghi rõ).	

Câu 3. Hiện tại Doanh nghiệp/ công ty của ông bà nhận được những loại hỗ trợ, ưu đãi nào sau đây từ phía chính phủ để thay đổi dây chuyền sản xuất theo hướng tiết kiệm năng lượng, tiết kiệm nguyên vật liệu; thân thiện với môi trường, thúc đẩy tái sử dụng, tái chế và sản xuất thu hồi năng lượng từ chất thải; sử dụng sản phẩm mới sử dụng năng lượng sạch, năng lượng tái tạo, sản xuất và cung cấp sản phẩm xanh đến người tiêu dùng? (Ông bà/ tích “X” vào ô để đánh giá theo các mức độ nhận được hỗ trợ, ưu đãi trong đó:

0 điểm là không nhận được hỗ trợ, ưu đãi

1 là nhận được hỗ trợ, ưu đãi rất ít;

2 là nhận được hỗ trợ, ưu đãi ở mức trung bình,

3 là nhận được hỗ trợ, ưu đãi ở mức khá nhiều

4 là nhận được hỗ trợ, ưu đãi ở mức rất nhiều .

Các loại hỗ trợ, ưu đãi	Điểm				
1) Giảm thuế	0	1	2	3	4
	☐	☐	☐	☐	☐
	Ko	ít	bt	nhiều	rất nhiều
2) Hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực	0	1	2	3	4
	☐	☐	☐	☐	☐
	Ko	ít	bt	nhiều	rất nhiều
3) Ưu đãi, hỗ trợ để mở rộng thị trường	0	1	2	3	4
	☐	☐	☐	☐	☐
	Ko	ít	bt	nhiều	rất nhiều
4) Hỗ trợ về vốn	0	1	2	3	4
	☐	☐	☐	☐	☐
	Ko	ít	bt	nhiều	rất nhiều
5) Hỗ trợ về thủ tục hành chính	0	1	2	3	4
	☐	☐	☐	☐	☐
	Ko	ít	bt	nhiều	rất nhiều
6) Hỗ trợ cung cấp thông tin về sản phẩm, dịch vụ	0	1	2	3	4
	☐	☐	☐	☐	☐
	Ko	ít	bt	nhiều	rất nhiều
7) Hỗ trợ xây dựng chuỗi nhà hàng, gian hàng giới thiệu và cung cấp sản phẩm xanh đến tay người tiêu dùng	0	1	2	3	4
	☐	☐	☐	☐	☐
	Ko	ít	bt	nhiều	rất nhiều
8) Hỗ trợ về giá đối với việc sản xuất, cung cấp sản phẩm, dịch vụ xanh	0	1	2	3	4
	☐	☐	☐	☐	☐
	Ko	ít	bt	nhiều	rất nhiều
9) Các loại hỗ trợ khác (ghi rõ)	0	1	2	3	4
.....	☐	☐	☐	☐	☐
	Ko	ít	bt	nhiều	rất nhiều

Câu 4. Ông/ bà cho ý kiến đánh giá về những quy định sau đây của chính phủ trên một số tiêu chí (Ông bà/ đánh giá theo thang điểm 5 trong đó:

- 1 là ở mức độ rất kém;
- 2 là ở mức độ kém;
- 3 là mức trung bình;
- 4 là thực hiện tốt;
- 5 là thực hiện rất tốt.

Nếu không biết đến những quy định này ông bà đánh dấu X vào ô không biết)

	Tính bao quát của quy định	Mức độ phù hợp của quy định	Mức độ nghiêm minh, chặt chẽ của quy định	Mức độ chồng chéo của các quy định	Không biết đến quy định này
1) Hệ thống các quy định về môi trường					
2) Chính sách hỗ trợ nhằm thúc đẩy việc sử dụng năng lượng tái tạo hoặc thực hiện các hoạt động bền vững					
3) Thuế tài nguyên					
4) Thuế tiêu thụ đặc biệt đối với các hàng hóa, dịch vụ gây ảnh hưởng không tốt với môi trường					
5) Phí bảo vệ môi trường					
6) Các quy định liên quan đến nhân sinh thái (nhân môi trường)					
7) Các quy định, tiêu chuẩn nhập khẩu công nghệ, dây chuyền sản xuất					
8) Luật sử dụng năng lượng tiết kiệm, hiệu quả					
9) Luật chuyển giao công nghệ năm 2006					
10) Các quy định liên quan đến hỗ trợ sản xuất, tiêu thụ sản phẩm xanh					
11) Các quy định liên quan đến xây dựng mạng lưới tiêu dùng xanh					

Câu 5. Ông/bà cho ý kiến đánh giá về mức độ thực hiện những chương trình, hoạt động sau của công ty, doanh nghiệp? (Ông bà/ tích “X” vào ô để đánh giá theo các mức độ thực hiện trong đó:

0 điểm là không thực hiện

1 là thực hiện ở mức rất ít;

2 là thực hiện ở mức trung bình,

3 là thực hiện ở mức khá nhiều

4 là thực hiện ở mức rất nhiều .

Chương trình, hoạt động	Điểm
1. Gắn nhãn sinh thái/gắn nhãn xanh cho sản phẩm của công ty	0 1 2 3 4 Ko ít bt nhiều rất nhiều
2. Khuyến khích sử dụng các công nghệ tiết kiệm năng lượng	0 1 2 3 4 Ko ít bt nhiều rất nhiều
3. Đóng gói sản phẩm theo tiêu chuẩn xanh	0 1 2 3 4 Ko ít bt nhiều rất nhiều
4. Tái chế bao bì	0 1 2 3 4 Ko ít bt nhiều rất nhiều
5. Thiết lập các ngưỡng phát thải trong sản xuất	0 1 2 3 4 Ko ít bt nhiều rất nhiều
6. Áp dụng các tiêu chuẩn công nghệ hiện đại trong sản xuất	0 1 2 3 4 Ko ít bt nhiều rất nhiều
7. Sử dụng hiệu quả năng lượng và giảm ô nhiễm trong quá trình sản xuất	0 1 2 3 4 Ko ít bt nhiều rất nhiều
8. Khuyến khích tái sử dụng thông qua sửa chữa và thay thế	0 1 2 3 4 Ko ít bt nhiều rất nhiều
9. Sử dụng công nghệ thu gom, xử lý chất thải theo đúng quy định của pháp luật	0 1 2 3 4 Ko ít bt nhiều rất nhiều
10. Xây dựng, thực hiện Chương trình, dự án, hoạt động nghiên cứu phát triển sản phẩm dịch vụ xanh	0 1 2 3 4 Ko ít bt nhiều rất nhiều
11. Cung cấp thông tin trung thực về dịch vụ và sản phẩm cho người tiêu dùng	0 1 2 3 4 Ko ít bt nhiều rất nhiều
12. Cung cấp thông tin về ảnh hưởng tới môi	0 1 2 3 4 Ko ít bt nhiều rất nhiều

trường của sản phẩm cho người tiêu dùng	Ko ít bt nhiều rất nhiều
13. Xây dựng mạng lưới, cửa hàng, gian hàng cung cấp sản phẩm, dịch vụ xanh đến tay người tiêu dùng	0 1 2 3 4 Ko ít bt nhiều rất nhiều
14. Cung cấp, phổ biến thông tin về sản phẩm xanh đến người tiêu dùng	0 1 2 3 4 Ko ít bt nhiều rất nhiều
15. Tổ chức chương trình, chiến dịch quảng cáo, quảng bá sản phẩm, dịch vụ xanh của công ty, doanh nghiệp	0 1 2 3 4 Ko ít bt nhiều rất nhiều
16. Tổ chức ngày hội tiêu dùng xanh	0 1 2 3 4 Ko ít bt nhiều rất nhiều
17. Tuyên truyền cho người tiêu dùng hạn chế sử dụng bao bì, túi đựng hàng hóa gây hại đến môi trường như: Hạn chế sử dụng túi nilon...	0 1 2 3 4 Ko ít bt nhiều rất nhiều
18. Tuyên truyền, cung cấp thông tin để khuyến khích người tiêu dùng sử dụng hàng hóa có dán nhãn sinh thái, dán nhãn tiết kiệm năng lượng	0 1 2 3 4 Ko ít bt nhiều rất nhiều
19. Tuyên truyền, cung cấp thông tin để khuyến khích người tiêu dùng sử dụng hàng hóa có khả năng tái chế, tái sử dụng	0 1 2 3 4 Ko ít bt nhiều rất nhiều
20. Xây dựng các công trình của công ty, doanh nghiệp theo hướng tiết kiệm năng lượng, sử dụng nguyên vật liệu thân thiện với môi trường	0 1 2 3 4 Ko ít bt nhiều rất nhiều
21. Ưu tiên sử dụng, lắp đặt các thiết bị, các sản phẩm có dán nhãn sinh thái, nhãn tiết kiệm năng lượng	0 1 2 3 4 Ko ít bt nhiều rất nhiều
22. Có quy định để cán bộ, công nhân viên của công ty, doanh nghiệp sử dụng tiết kiệm năng lượng như: điện, nước; sử dụng tiết kiệm nguyên vật liệu	0 1 2 3 4 Ko ít bt nhiều rất nhiều
23. Các chương trình, hoạt động khác	0 1 2 3 4 Ko ít bt nhiều rất nhiều

Câu 6. Ông/ bà cho biết một số khó khăn, rào cản mà công ty, doanh nghiệp của ông/ bà gặp phải trong quá trình thực hiện các chương trình, hoạt động sau: Tích “X” vào ô phù hợp

Chương trình, hoạt động	Khó khăn về kinh phí; cơ sở vật chất; mức độ hiện đại của dây chuyền sản xuất (Tài chính, kỹ thuật)	Khó khăn về nguồn nhân lực để thực hiện (Nhân lực)	Khó khăn do thiếu hoặc khó áp dụng các quy định của pháp luật (Chế tài)	Khó khăn khác
1. Gắn nhãn sinh thái/gắn nhãn xanh cho sản phẩm của công ty				
2. Mua sắm xanh ở khu vực công của công ty				
3. Khuyến khích sử dụng các công nghệ tiết kiệm năng lượng				
4. Đóng gói sản phẩm theo tiêu chuẩn xanh				
5. Tái chế bao bì				
6. Xây dựng mạng lưới tiêu dùng xanh				
7. Thiết lập các ngưỡng phát thải trong sản xuất				
8. Áp dụng các tiêu chuẩn công nghệ hiện đại trong sản xuất				
9. Sử dụng hiệu quả năng lượng và giảm ô nhiễm trong quá trình sản xuất				
10. Tái sử dụng thông qua sửa chữa và thay thế				
11. Sử dụng công nghệ thu gom, xử lý chất thải theo đúng tiêu chuẩn, quy định của pháp luật				
12. Cung cấp thông tin trung thực về dịch vụ và sản phẩm				
13. Cung cấp thông tin về ảnh hưởng tới môi trường của sản phẩm				
14. Xây dựng mạng lưới, cửa hàng, gian hàng cung cấp sản phẩm, dịch vụ xanh				
15. Cung cấp, phổ biến thông tin về sản phẩm xanh đến người tiêu dùng				
16. Tổ chức ngày hội tiêu dùng xanh				
17. Nghiên cứu phát triển sản phẩm				

dịch vụ xanh				
18. Tuyên truyền cho người tiêu dùng hạn chế sử dụng bao bì, túi đựng hàng hóa gây hại đến môi trường như: hạn chế sử dụng túi nilon...				
19. Tuyên truyền, cung cấp thông tin để khuyến khích người tiêu dùng sử dụng hàng hóa có dán nhãn sinh thái, dán nhãn tiết kiệm năng lượng				
20. Tuyên truyền, cung cấp thông tin để khuyến khích người tiêu dùng sử dụng hàng hóa có khả năng tái chế, tái sử dụng				
21. Xây dựng các công trình của công ty, doanh nghiệp theo hướng tiết kiệm năng lượng, sử dụng nguyên vật liệu thân thiện với môi trường				
22. Đóng thuế, phí bảo vệ môi trường				
23. Thi hành Luật sử dụng năng lượng tiết kiệm, hiệu quả				
24. Thi hành Luật chuyển giao công nghệ năm 2006				
25. Thi hành Thuế tiêu thụ đặc biệt đối với các hàng hóa, dịch vụ gây ảnh hưởng không tốt với môi trường				
26. Các chương trình, hoạt động khác 				

C. Thông tin về doanh nghiệp, công ty**Câu 1: Địa điểm hoạt động của công ty**

Huyện/Quận/TP:.....Tỉnh/TP.....

...

Câu 2. Công ty, doanh nghiệp của ông / bà sản xuất, kinh doanh những loại sản phẩm, dịch vụ nào sau đây?

Các loại sản phẩm, dịch vụ	Sản xuất
1. Đồ điện gia dụng (bóng đèn, ti vi, tủ lạnh, máy giặt, máy điều hòa.....)	
2. Thực phẩm	
3. Các loại bao bì, đóng gói sản phẩm	
4. Máy móc, Thiết bị, dây chuyền sản xuất	
5. Nguyên vật liệu xây dựng	
6. Thiết bị văn phòng	
7. Quần áo, giày dép	
8. Dịch vụ du lịch	
9. Dịch vụ y tế	
10. Dịch vụ giáo dục	
11. Các loại sản phẩm, dịch vụ khác	

Câu 3. Công ty, doanh nghiệp của ông bà thuộc thành phần kinh tế nào sau đây?

Tích X	Công ty	Tích X	Công ty
	1. Công ty, doanh nghiệp nhà nước		4. Công ty, doanh nghiệp có 100% vốn đầu tư nước ngoài
	2. Công ty, doanh nghiệp liên doanh giữa nhà nước và tư nhân		5. Hợp tác xã
	3. Công ty, doanh nghiệp tư nhân		6. Doanh nghiệp của các tổ chức chính trị - xã hội

Câu 4. Quy mô của doanh nghiệp, công ty?

1.	Doanh nghiệp siêu nhỏ (với 10 người lao động trở xuống)	
2.	Doanh nghiệp nhỏ (Tổng nguồn vốn từ 20 tỷ đồng trở xuống, số lao động từ 10 đến 200 người với doanh nghiệp thuộc lĩnh vực công nghiệp, xây dựng; với doanh nghiệp thuộc lĩnh vực dịch vụ thương mại là có tổng nguồn vốn từ 10 tỷ đồng trở xuống có lao động từ 10 đến 50 người)	
3.	Doanh nghiệp Vừa (Tổng nguồn vốn từ trên 20 đến 100 tỷ đồng, số lao động từ trên 200 đến 300 với doanh nghiệp thuộc lĩnh vực công nghiệp xây dựng và với doanh nghiệp thuộc lĩnh vực dịch vụ là có tổng nguồn vốn trên 10 tỷ đến 50 tỷ và số lao động từ trên 50 đến 100 người)	
4.	Doanh nghiệp lớn Tổng số vốn hơn 100 tỷ hoặc lao động trên 300 người	

Trân trọng cảm ơn!

MS3: PHIẾU ĐIỀU TRA NGƯỜI TIÊU DÙNG

Đề tài: “Nghiên cứu chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam”

“Ghi chú: Phiếu thu thập các số liệu chỉ nhằm mục đích cho nghiên cứu mà không có mục đích nào khác. Mọi thông tin cá nhân sẽ được bảo mật.

Tác giả xin cam kết và chân thành cảm ơn”!

I. Thông tin chung

Phòng vấn ngày: / /2018

Tỉnh:

Họ và tên người được phỏng vấn:

Tuổi:Giới tính:

Trình độ văn hóa:

Trình độ chuyên môn:

Đại học/trên đại học []

Cao đẳng/trung cấp []

Trung học phổ thông []

Loại hộ :

Khá [] Trung bình [] Nghèo []

II. Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh

(Ghi chú: Mức độ ảnh hưởng: 1: 80% - 100%; 2. 60% - 80%; 3. 40% - 60%; 4. 20% - 40%; 5. < 20%)

Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh	Ý kiến				
	1	2	3	4	5
Giá cả hàng hóa					
Nhận thức					
Trình độ văn hóa/giáo dục					
Thu nhập					
Văn hóa tiêu dùng					
Phong tục tập quán/tôn giáo					
Mức độ phát triển kinh tế					
Cơ chế chính sách					
Yếu tố lợi ích trong tiêu dùng					
Môi trường					

III. Kết quả và hiệu quả của quá trình thực thi chính sách tiêu dùng xanh

3.1 Anh/chị biết đến các chính sách tiêu dùng xanh nào? Kể tên một số chính sách?

3.2 Anh/chị đã tham gia các khóa tập huấn về tiêu dùng xanh nào chưa?

Có ☐ Chưa ☐

3.3 Anh/chị biết chính sách/chương trình tiêu dùng xanh qua kênh thông tin nào?

Internet ☐ Bạn bè ☐

Tivi ☐ Sách/báo/tạp chí ☐

Người nhà ☐ Khác ☐

3.4 Anh/chị đã bao giờ thay đổi thói quen để mua các sản phẩm thân thiện với môi trường chưa?

Thay đổi nhiều ☐ Một vài lần ☐

Thay đổi những rất ít ☐ Chưa thay đổi được ☐

3.5 Nếu có. Anh/chị đã thay đổi những thói quen mua sắm/tiêu dùng xanh nào?

☐ Tắt điện sau khi dùng

☐ Sử dụng những thiết bị điện tiết kiệm điện

☐ Sử dụng xăng thân thiện môi trường

☐ Hạn chế sử dụng túi bóng ni lông trong mua sắm

☐ Không để dư thừa thức ăn/không đồ thức ăn dư thừa

☐ Sử dụng các thiết bị tiết kiệm nước

☐ Tiết kiệm nước trong quá trình sử dụng

☐ Mua sắm các sản phẩm thân thiện môi trường (nếu có lấy ví dụ):

☐ Mua sắm các sản phẩm/hàng hóa sử dụng công nghệ thân thiện với môi trường

3.6 Hiệu quả của chính sách tiêu dùng xanh

Kết quả	Tốt hơn	Không thay đổi	Kém đi
Nhận thức			
Tiết kiệm năng lượng			
Tiết kiệm chi phí			
Sức khỏe			
Môi trường			
Lối sống			

IV. Các nhân tố ảnh hưởng đến quá trình hoạch định và thực thi chính sách

(Ghi chú: Mức độ ảnh hưởng: 1: 80% - 100%; 2. 60% - 80%; 3. 40% - 60%; 4. 20% - 40%; 5. < 20% - có thể tích lại 1 mức nhiều lần)

Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạch định và thực thi chính sách	Tuyên truyền	Đào tạo	Thực hành	Hành động
Trình độ văn hóa/giáo dục				
Văn hóa/thói quen tiêu dùng				
Phong tục tập quán/tôn giáo				
Mức độ phát triển kinh tế				
Cơ chế chính sách				
Yếu tố lợi ích trong tiêu dùng				
Môi trường				
Giới tính				
Tuổi				

V. Ảnh hưởng của chính sách tiêu dùng xanh lên tiêu dùng hàng hóa của người dân

Ghi chú: (1) Hoàn toàn không đồng ý; (2) Không đồng ý; (3) Trung lập; (4) Đồng ý; (5) Rất đồng ý

Ảnh hưởng của chính sách tiêu dùng xanh	Ý kiến				
	1	2	3	4	5
Lợi ích của chính sách tiêu dùng xanh					
- Giảm chi phí tiêu dùng					
- Tăng số lượng sản phẩm tiêu dùng					
- Tiếp cận sản phẩm chất lượng hơn/thân thiện môi trường hơn					
- Sử dụng những sản phẩm đảm bảo về sức khỏe					
Nhận thức/hành vi/ứng xử tiêu dùng xanh	1	2	3	4	5
- Tăng hiểu/biết về tiêu dùng xanh					
- Tăng hiểu/biết về tiêu dùng các sản phẩm thân thiện môi trường					
- Thay đổi hành vi tiêu dùng những sản phẩm thân thiện môi trường					
- Tăng nhận thức về trách nhiệm trong tiêu dùng sản phẩm thân thiện môi trường					

- Tăng ứng xử/hành động trong tiêu dùng xanh					
Đầu tư	1	2	3	4	5
- Tăng đầu tư các sản phẩm thân thiện môi trường					
- Tăng hiệu quả của đầu tư cho các hàng hóa và dịch vụ					
- Thay đổi hướng đầu tư và các thị trường hàng tiêu dùng					
- Tăng đầu tư cho các sản phẩm khoa học công nghệ					
- Tăng hiệu quả sử dụng vốn					
Môi trường					
- Giảm ô nhiễm và áp lực lên môi trường					
- Giảm chi phí khắc phục ô nhiễm môi trường					
- Tăng trách nhiệm và nhận thức về môi trường					
- Môi trường phát triển bền vững và thân thiện hơn					
Bền vững trong tiêu dùng	1	2	3	4	5
- Thói quen tiêu dùng xanh bền vững hơn					
- Đảm bảo cân bằng giữa lợi ích – xã hội – môi trường					
- Tăng trách nhiệm và nhận thức về tiêu dùng xanh					
- Đảm bảo tài nguyên và môi trường cho thế hệ tương lai					
Mức độ ảnh hưởng của chính sách tiêu dùng xanh	1	2	3	4	5
- Ảnh hưởng rất lớn đến tiêu dùng hàng hóa					
- Ảnh hưởng cả tích cực và tiêu cực đến tiêu dùng hàng hóa					
- Ảnh hưởng tích cực lớn hơn tiêu cực					

XIN CHÂN THÀNH CẢM ƠN!