TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Bộ Công Thương: Thúc đẩy hoạt động sản xuất và tiêu dùng

15:33 02/10/2024

Cùng với việc tạo cơ chế, chính sách để hỗ trợ doanh nghiệp thực hiện sản xuất xanh, sản xuất bền vững, Việt Nam cần chú trọng nâng cao nhận thức và phát huy sự tham gia từ phía người tiêu dùng trong việc thực hành tiêu dùng bền vững và đồng hành cùng doanh nghiệp để cùng đạt được các kết quả bền vững.

Vừa qua, Bộ Công Thương đã tổ chức những hoạt động cụ thể như: Trong sản xuất bền vững, Bộ Công Thương đã xây dựng được những phương pháp tính định mức tiêu hao nguyên vật liệu trong các ngành công nghiệp. Bộ Công Thương đã xây dựng những mô hình thu gom, tái chế, những mô hình về tái sản xuất, tái sử dụng đối với những mặt hàng, những nguyên vật liệu trong một số lĩnh vực, một số ngành.

Ngoài ra, Bộ cũng xây dựng được những bộ tài liệu từ cơ bản cho đến nâng cao để nhằm nâng cao đội ngũ chuyên gia cũng như các đội ngũ về quản lý nhà nước trong lĩnh vực sản xuất và tiêu dùng bền vững.

Bộ Công Thương đã đẩy mạnh những vấn đề như tái chế, tái sử dụng cũng như thay đổi thói quen của người tiêu dùng. Cụ thể trong hơn 2 năm qua, Bộ Công Thương đã áp dụng trong những hệ thống siêu thị, hệ thống chợ đầu mối nhằm thay đổi nhận thức của người dân trong việc tiêu dùng, sử dụng những túi nilon sử dụng một lần bằng những đồ vật sử dụng vật liệu có thể tái chế được như túi cói hay làm bằng những vật liệu khác.



Thúc đẩy hoạt động sản xuất và tiêu dùng

Bên cạnh đó, Bộ Công Thương cũng chú trọng đến công tác truyền thông. Bằng nhiều hình thức, Bộ Công Thương đã truyền tải và nâng cao nhận thức của cộng đồng doanh nghiệp trong việc sử dụng thông minh hơn những sản phẩm thân thiện với môi trường.

Bộ Công Thương sẽ cố gắng áp dụng mô hình kinh tế tuần hoàn vào những khu công nghiệp, khu chế xuất. Bên cạnh đó, đẩy mạnh áp dụng những mô hình về tái chế, tái thu hồi, tái sử dụng trong các ngành công nghiệp, đặc biệt là trong các ngành có rất nhiều tiềm năng về tái chế như hiện nay.

Ngoài ra, quan tâm chú trọng hơn nữa đến công tác truyền thông, làm sao đó để nâng cao được tư duy, ý thức của cộng đồng doanh nghiệp cũng như thay đổi hành vi tiêu dùng của người tiêu dùng trong việc lựa chọn những sản phẩm xanh, sạch và sản phẩm thân thiện với môi trường.

H.M