TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Người tiêu dùng và doanh nghiệp phải tăng nhận thức về sản xuất - tiêu dùng bền vững như thế nào?

05:51 29/07/2024

Sản xuất, tiêu dùng bền vững có ý nghĩa và vị trí đặc biệt quan trọng, Việt Nam đã có nhiều tiến bộ trong việc ban hành chính sách, pháp luật cũng như trong tổ chức thực hiện nhằm thúc đẩy sản xuất, tiêu dùng bền vững.

Ông Lê Triệu Dũng, Chủ tịch Ủy ban Cạnh tranh quốc gia, Bộ Công Thương cho biết, các đơn vị của Bộ Công Thương ghi nhận sự quan trọng, tính cấp bách của vấn đề sản xuất, tiêu dùng bền vững.



Người tiêu dùng và doanh nghiệp phải tăng nhận thức về sản xuất - tiêu dùng bền vững như thế nào? Ảnh internet.

Vì vậy, trong khuôn khổ Chương trình hành động quốc gia về sản xuất và tiêu dùng bền vững giai đoạn 2021-2030, Chương trình thúc đẩy sản xuất - tiêu dùng bền vững 2024, Bộ Công Thương đã chú trọng tổ chức nhiều sự kiện để thúc đẩy hiệu quả của hoạt động, trong đó đặc biệt là sự kiện diễn đàn và triển

lãm đã được tổ chức trong 2 năm liên tiếp gần đây.

Bà Nguyễn Thị Ngọc Huệ, Giám đốc Truyền thông - Đối ngoại của Aeon Mail Việt Nam cho rằng, xu hướng và nhận thức của người tiêu dùng đang ngày càng tăng. Những người tiêu dùng trẻ ngày càng có nhu cầu và yêu cầu cao đối với những sản phẩm xanh và tiêu dùng xanh.

“Thái độ và nhận thức của người tiêu dùng về sản xuất và tiêu dùng bền vững đã tăng lên rõ rệt trong thời gian qua. Đơn cử như việc người tiêu dùng từ chối sử dụng túi nilon dùng 1 lần tại Aeon Mail, khi mới bắt đầu triển khai chỉ chiếm tỷ lệ 0,1% lượng túi tiêu thụ, nhưng các năm sau đều tăng gấp 2, gấp 3 và định hướng tới năm 2030, tỷ lệ người tiêu dùng từ chối sử dụng túi nilon dùng 1 lần sẽ tăng lên tới 70%”, bà Huệ tin tưởng.

Trước xu hướng chuyển đổi xanh, các doanh nghiệp trong quá trình sản xuất đã phải đầu tư nhiều hơn vào dây chuyền công nghệ cao, không tiêu hao nguồn nguyên liệu hóa thạch, ưu tiên sử dụng các nguồn năng lượng thân thiện với môi trường.



Người tiêu dùng và doanh nghiệp phải tăng nhận thức về sản xuất - tiêu dùng bền vững như thế nào? Ảnh báo Cần Thơ.

Ông Trương Văn Cẩm, Phó Chủ tịch thường trực, kiêm Tổng Thư ký Hiệp hội Dệt may Việt Nam (Vitas) xác nhận, sản phẩm dệt may Việt Nam hàng năm xuất khẩu hàng chục tỷ USD chủ yếu vào các thị trường cao cấp và khó tính với yêu cầu ngày càng cao về sản phẩm xanh.

Do đó, để có 1 sản phẩm “xanh” đúng nghĩa, khâu đầu tiên phải hướng đến việc khai thác nguyên phụ liệu phục vụ cho sản xuất. Trong khi ngành dệt may phải

nhập khẩu trên 70% nguyên phụ liệu từ nước ngoài, do đó yêu cầu đặt ra về nguồn gốc xanh, sạch là hết sức quan trọng và rất đáng lưu tâm đối với các doanh nghiệp.

“Hiệp hội Dệt may Việt Nam ý thức được vấn đề phát triển sản xuất và tiêu dùng bền vững, ngay từ đầu năm 2018 Hiệp hội đã thành lập Ủy ban phát triển bền vững với mô hình “3 chữ P”, gồm phát triển có lãi; nguồn lực bền vững và bảo vệ môi trường. Vitas cũng đã hợp tác với các tổ chức quốc tế tổ chức các hội thảo, tập huấn để nâng cao nhận thức cho người sử dụng lao động và cả người lao động về vấn đề phát triển bền vững.

Đồng thời, Vitas khuyến cáo các doanh nghiệp (DN) đây là xu hướng tất yếu, nếu phù hợp với khả năng và nguồn lực của DN có thể triển khai làm sớm, từ đó tăng thêm cơ hội khai thác những thị trường đẳng cấp, khó tính từ đó mở rộng thêm thị trường”, ông Cẩm thông tin.



Chất lượng sản phẩm ngày càng được doanh nghiệp chú trọng, thể hiện trách nhiệm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Ảnh chinhphu.vn.

Theo đánh giá của ông Tạ Đình Thi, Phó chủ nhiệm Ủy ban Khoa học, Công nghệ và Môi trường của Quốc hội, sản xuất, tiêu dùng bền vững có ý nghĩa và vị trí đặc biệt quan trọng, trong tiến trình phát triển bền vững không chỉ Việt Nam đã đạt được nhiều kết quả, tiến bộ trong việc ban hành chính sách, pháp luật cũng như trong tổ chức thực hiện nhằm thúc đẩy sản xuất, tiêu dùng bền vững. Tuy nhiên vẫn còn nhiều trở ngại, khó khăn, thách thức ở phía trước, làm sao sớm đưa các chính sách, pháp luật đi vào thực tiễn.

Việt Nam đang dần chuyển hướng sang các mô hình sản xuất, tiêu dùng thân thiện hơn với môi trường, ít gây ô nhiễm. Điều này được thể hiện qua việc áp dụng các công nghệ sản xuất sạch hơn, tái chế, tái sử dụng nguyên liệu, giảm thiểu chất thải. Nhiều DN Việt Nam cũng đang nâng cao cam kết và hành động về phát triển bền vững, như sử dụng nguyên liệu tái chế, thiết kế sản phẩm thân thiện môi trường, áp dụng các tiêu chuẩn quản lý môi trường.

Chương trình “Thúc đẩy sản xuất - Tiêu dùng bền vững 2024” sẽ là cầu nối để ghi nhận đầy đủ thông tin, tham khảo ý kiến phân tích, đánh giá đa chiều từ các nhà quản lý, các chuyên gia kinh tế trong nước và quốc tế, các hiệp hội và cộng đồng DN để kịp thời đề xuất những giải pháp có tính chiến lược, kịp thời nhằm thúc đẩy sản xuất, tiêu dùng dùng bền vững tại Việt Nam.

PV *(t/h)*