

TĂNG TRƯỞNG XANH: KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH CHO VIỆT NAM

Nguyễn Thị Tuệ Anh*

Đặng Thị Thu Hoài**

Tóm tắt

Trong những năm gần đây, thúc đẩy tăng trưởng xanh và chuyển đổi sang nền kinh tế xanh đang dần trở thành xu thế phát triển của nhiều nước trên thế giới, đặc biệt là các nước phát triển. Việt Nam cũng đang trong giai đoạn đầu triển khai thực hiện Chiến lược tăng trưởng xanh. Các nước châu Âu nói chung, Cộng hòa liên bang Đức và Thụy sĩ là những nước đi đầu trong xu thế này với hệ thống chính sách thúc đẩy tăng trưởng xanh ban hành từ rất sớm và đầy tham vọng. Cho đến nay, Đức và Thụy sĩ là hai nền kinh tế phát triển, đã cơ bản chuyển đổi theo mô hình tăng trưởng xanh. Bài báo trình bày một số vấn đề lý luận liên quan đến tăng trưởng xanh, kinh nghiệm của Đức và Thụy sĩ trong thúc đẩy tăng trưởng xanh và rút ra hàm ý chính sách cho Việt Nam.

Từ khóa: Tăng trưởng xanh, chính sách, chủ thể thúc đẩy tăng trưởng xanh, kinh tế xanh.

1. Nội hàm của tăng trưởng xanh

Theo định nghĩa của OECD (2011), “tăng trưởng xanh là tăng trưởng và phát triển kinh tế mà vẫn đảm bảo tài nguyên và các nguồn vốn tự nhiên tiếp tục phục vụ nhu cầu phát triển. Do đó, thúc đẩy tăng trưởng xanh là định hướng đầu tư và đổi mới công nghệ để tạo ra tăng trưởng bền vững và những cơ hội mới”. Tăng trưởng xanh là con đường hướng tới nền kinh tế xanh, mà ở đó “phúc lợi xã hội được nâng cao, công bằng xã hội được cải thiện trong khi giảm rủi ro môi trường và sự khan hiếm nguồn lực sinh thái” (Asad Naqvi, 2015).

Thúc đẩy tăng trưởng xanh bắt nguồn từ hệ quả của mô hình tăng trưởng trước đây làm suy giảm nghiêm trọng nguồn vốn tự nhiên trong quá trình tăng trưởng và phát triển, vượt ngưỡng chịu đựng của hành tinh trên nhiều khía cạnh như đa dạng gen, hóa chất, sinh học, v.v.. Thực trạng đó dẫn đến yêu cầu cấp bách của việc phải tách mức độ sử dụng nguồn vốn tự nhiên và tăng trưởng kinh tế.

Thúc đẩy tăng trưởng xanh nhìn chung cần tập trung giải quyết bốn thách thức lớn sau đây:

- Tính cấp bách của nhiệm vụ cắt giảm phát thải và chuyển đổi hoạt động sản xuất, kinh doanh: Thách thức toàn cầu hiện nay là phải ngăn cản sự nóng lên quá cao của trái đất (tăng nhiệt độ quá 2 độ C). Theo tính toán, để đạt được mục tiêu đó thì các nước phát triển

* Nguyễn Thị Tuệ Anh, Tiến sĩ, Phó Viện trưởng, Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương.

** Đặng Thị Thu Hoài, Tiến sĩ, Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương.

phải giảm phát thải 80-95% vào năm 2050 so với mức phát thải 1990. Muốn làm được như vậy, đòi hỏi phải có hành động ngay bởi vì: (i) Các nghiên cứu cho thấy nếu các chính sách này được triển khai càng muộn thì chi phí càng tăng. Ví dụ theo tính toán của OECD, chi phí giảm phát thải theo mục tiêu giảm phát thải khí nhà kính hiện nay cần 2% GDP toàn cầu, nếu không thực hiện chi phí sẽ tăng đến 14% GDP toàn cầu. Càng thực hiện chậm thì khó đạt được mục tiêu và sẽ càng đắt hơn (Tilman Altenburg, 2015 trích từ OECD, 2012); (ii) để các chính sách phát huy tác động thì cần khoảng thời gian tương đối dài do độ trễ của chính sách ví dụ chính sách phát triển năng lượng tái tạo.

- Nhiệm vụ nội hóa những chi phí môi trường: Đây là một trong những thất bại của thị trường trong việc không thể tự nội hóa những tác động tiêu cực đến môi trường của hoạt động sản xuất kinh doanh. Nhiệm vụ của Nhà nước là phải ban hành những chính sách phù hợp để doanh nghiệp hoạch toán chi phí tác động tiêu cực đến môi trường vào giá cả thành hàng hóa và dịch vụ từ đó thị trường sẽ tự điều chỉnh hành vi của các chủ thể theo hướng bền vững hơn.

- Giải quyết những thất bại khác của thị trường: Ngoài thất bại nói trên, thị trường còn nhiều thất bại khác liên quan đến thúc đẩy tăng trưởng xanh như thất bại về thông tin, thất bại về điều phối, thất bại của thị trường vốn. Ví dụ, để xanh hóa lĩnh vực năng lượng cần khoản đầu tư ban đầu rất lớn và những chi phí nghiên cứu và triển khai nhằm sáng kiến ra những công nghệ mới thân thiện hơn với môi trường, mà kết quả của nó chỉ có thể nhìn thấy trong dài hạn hoặc những thay đổi cơ sở hạ tầng điện (mạng lưới điện) phù hợp với cơ cấu năng lượng xanh/ năng lượng tái tạo. Tất cả những nhiệm vụ này đòi hỏi phải có chính sách và sự can thiệp của Nhà nước.

- Cân nhắc và giải quyết sự đánh đổi (trade-offs): Thách thức thúc đẩy tăng trưởng xanh còn nằm ở sự đánh đổi giữa thúc đẩy tăng trưởng xanh và các mục tiêu phát triển kinh tế khác. Ví dụ những quy định chặt chẽ hơn về tiêu chuẩn môi trường hoặc nội hóa chi phí môi trường sẽ ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của hàng hóa và dịch vụ. Hoặc những yêu cầu cao về hoàng hóa và công nghệ thân thiện môi trường mà đó không phải là lợi thế cạnh tranh của một nước thì các nước có lợi thế cạnh tranh hơn sẽ được hưởng lợi, ví dụ năng lượng mặt trời của Trung quốc.

Đối với các nước đang phát triển, ngoài những vấn đề nói trên, tăng trưởng xanh còn bắt nguồn từ hậu quả của mô hình tăng trưởng mà ở đó việc cách thức khai thác và sử dụng nguồn vốn tự nhiên sẽ ảnh hưởng nghiêm trọng đến cuộc sống của những người nghèo và nhóm người dễ bị tổn thương. Kết quả nghiên cứu (Asad Naqvi, 2015) cho thấy thu nhập từ dịch vụ hệ sinh thái và vốn tự nhiên phi thị trường khác cung cấp từ 47% đến 89% thu nhập của người nghèo. Hay nói cách khác, cuộc sống của người nghèo phụ thuộc rất lớn vào dịch vụ sinh thái và vốn tự nhiên. Sự suy giảm vốn tự nhiên và suy kiệt hệ sinh thái sẽ ảnh hưởng tiêu cực đến nhóm người này hoặc ngược lại, khai thác vốn tự nhiên bền vững sẽ có tác động tốt đến việc xóa đói giảm nghèo bền vững tại các nước đang phát triển.

2. Chính sách và các công cụ chính sách thúc đẩy tăng trưởng xanh

Để hóa giải thách thức của tăng trưởng xanh, nhiều nhóm chính sách và công cụ (Asad Naqvi, 2015) có thể được triển khai áp dụng để thúc đẩy tăng trưởng xanh, bao gồm các mảng chính sách sau:

Thứ nhất là nhóm chính sách thúc đẩy xanh hóa sản xuất theo hướng đẩy nhanh việc chấm dứt những công nghệ phát thải nhiều,

kém thân thiện với môi trường và tạo điều kiện hình thành sớm những công nghệ thân thiện môi trường ví dụ thay thế công nghệ trong các ngành sản xuất ô tô, hay ngành sắt thép (luyện kim) hoặc thay đổi căn bản trong hệ thống năng lượng, trong đó tỷ trọng tiết kiệm năng lượng và năng lượng tái tạo phải tăng lên và tỷ trọng năng lượng cổ điển như than phải giảm đi. Nhóm chính sách này có thể được thực hiện thông qua nhiều công cụ như:

- Quy định về tiêu chuẩn công nghệ, tiêu chuẩn hàng hóa và dịch vụ như tiêu chuẩn động cơ, nhãn hàng hóa xanh/thân thiện môi trường.

- Trợ cấp loại công nghệ mới và sản phẩm thân thiện môi trường đặc biệt trong giai đoạn đầu khi quy mô sản xuất chưa đủ lớn để hạ giá thành. Ví dụ như chi phí để sản xuất các loại điện tái tạo sẽ có chi phí cao hơn các loại điện thông thường trong thời gian đầu, sau đó sẽ giảm dần nếu sản xuất nhiều hơn. Do đó, ít nhất trong giai đoạn đầu cần phải có sự hỗ trợ của Nhà nước.

Thứ hai là nhóm chính sách nội hóa những chi phí môi trường. Những công cụ thực hiện chính sách này có thể kể đến như hệ thống mua bán phát thải các bon, nhãn sinh thái và hạn mức tín dụng, thuế các bon, cơ chế sản xuất sạch hơn, v.v.

Thứ ba là nhóm chính sách giải quyết các thất bại khác của thị trường có thể được thực hiện thông qua các khoản đầu tư và trợ cấp của Nhà nước trong việc khuyến khích hoạt động nghiên cứu và triển khai, phát triển công nghệ thân thiện môi trường, quy hoạch và đầu tư cơ sở hạ tầng cho năng lượng xanh, cung cấp tín dụng cho công nghệ xanh và công nghệ sạch.

Thứ tư, để vượt qua thách thức về quản lý sự đánh đổi đòi hỏi thực hiện nghiêm túc nghiên cứu về các khả năng đánh đổi có

thể xảy ra từ đó đưa ra những lộ trình và giải pháp thực hiện đồng bộ nhằm tối thiểu hóa những chi phí ở mức có thể. Ví dụ, trước khi thắt chặt những quy định về phát thải môi trường, cần có những thông báo hoặc những chính sách hỗ trợ phát triển những sản phẩm thân thiện môi trường hoặc ít ra là chính sách hỗ trợ sự chuyển đổi sang sản phẩm theo tiêu chuẩn mới.

Thứ năm, bên cạnh việc nhìn nhận tăng trưởng xanh như một mô hình kinh tế đối phó với những thách thức về hủy hoại và tàn phá môi trường, tăng trưởng xanh có thể mang lại cơ hội cho các nước nếu áp dụng hệ thống chính sách phù hợp. Đó là những cơ hội mang lại do nhu cầu sản phẩm xanh ngày càng tăng cao, không chỉ mang lại cơ hội cho các nước phát triển (như công nghệ xanh) mà còn cả cơ hội cho các nước đang phát triển (nông sản xanh). Những chính sách tạo điều kiện, hỗ trợ khuyến khích những sản phẩm xanh sẽ có khả năng đem lại cơ hội cho các nước.

3. Kinh nghiệm thúc đẩy tăng trưởng xanh của Đức và Thụy sĩ

3.1. Kinh nghiệm ban hành chính sách

Đối với Đức, các chính sách thúc đẩy tăng trưởng xanh được triển khai sớm, đặc biệt tập trung vào một số lĩnh vực chính bao gồm xử lý chất thải, ô nhiễm không khí và năng lượng tái tạo. Các chính sách của Đức được thiết kế và thực hiện dựa trên đặc thù phát triển của nền kinh tế Đức, đồng thời đặt trong khuôn khổ chính sách chung của Liên minh châu Âu, đặc biệt là mục tiêu năng lượng và khí hậu đến năm 2020: 20% giảm phát thải, 20% năng lượng tái tạo, 20% tăng hiệu quả sử dụng năng lượng.

Một số mốc thời gian và mức độ tiến triển của các chính sách thúc đẩy tăng trưởng xanh và chuyển đổi sang kinh tế xanh của Đức có thể tóm tắt như sau:

- Năm 1999-2003: Áp dụng thuế môi trường, bao gồm thuế điện, thuế tiêu thụ đặc biệt sử dụng nhiên liệu hóa thạch. Để có được sự ủng hộ của người dân về các loại thuế này, Chính phủ đã công bố kế hoạch sử dụng nguồn thu thuế cho đảm bảo an ninh xã hội.

- Năm 2002: Ban hành Chiến lược phát triển bền vững với các quy định về các báo cáo tiến độ thực hiện.

- Năm 2010: Đề án Năng lượng đặt ra lộ trình tăng năng lượng tái tạo lên 60% và năm 2022 sẽ bỏ điện hạt nhân, đề ra mục tiêu sử dụng điện hiệu quả, sản xuất điện sạch trọng tâm điện gió và điện mặt trời.

- Năm 2012: Giới thiệu và sử dụng khái niệm hiệu quả tài nguyên. Đặt mục tiêu cao hơn về giảm phát thải khí nhà kính đến 40% đến năm 2020.

Một số ví dụ về các công cụ chính sách cụ thể được áp dụng tại Đức trong ba chính sách trọng tâm của Đức như sau:

- Chính sách phát triển năng lượng tái tạo (NLTT): Trợ giá cho NLTT, chương trình tín dụng cho NLTT, hỗ trợ chương trình nghiên cứu và triển khai về NLTT thông qua hỗ trợ cho Viện Fraunhofer (sẽ trình bày ở mục sau) nhằm phát triển ngành công nghiệp điện gió và năng lượng mặt trời.

- Chính sách khuyến khích xe chạy điện: quy định tiêu chuẩn phát thải châu Âu, chương trình hợp tác công tư để phát triển công nghệ với 7 tổ công tác chuyên ngành về ô tô chạy điện, tham gia của các tổ hợp công nghiệp hàng đầu (đại diện của các nhóm lobby khác nhau); hỗ trợ nghiên cứu triển khai và thí điểm ở cấp thành phố.

- Chính sách khuyến khích tòa nhà tiết kiệm năng lượng: Dẫn ban hành tiêu chuẩn ngày càng khắt khe hơn, gắn cung cấp tín dụng ưu đãi với các tiêu chuẩn cao về tòa nhà tiết

kiệm năng lượng, hỗ trợ nếu được cấp chứng chỉ.

Đối với Thụy sĩ, lộ trình chính sách thúc đẩy tăng trưởng xanh có thể được tóm tắt như sau:

- Giai đoạn 1970-1990: Đưa ra các quy định phát triển sạch bền vững trong nhiều lĩnh vực như phát thải, hệ thống lọc nước, v.v.. (biện pháp mang tính chất khắc phục).
- Giai đoạn 1990-2010: Tầm nhìn xa hơn, áp dụng cơ chế thị trường, phí phát thải, chi tiêu tái tạo/tái chế với các hạn mức trước khi doanh nghiệp đầu tư, các khoản trích nộp sẽ được tái sử dụng cho người dân (các biện pháp mang tính chất đi trước, từ nguồn).
- Giai đoạn 2010-2030: Biện pháp mới bổ sung sử dụng hiệu quả nguyên liệu đầu vào, phát thải khí các bon, Tăng cường công tác truyền thông để dân ủng hộ các biện pháp tăng trưởng xanh.
- Giai đoạn sau 2030: Tầm nhìn bao quát hơn, chính sách mang tính tổng thể, bao trùm nhiều loại chính sách và tầm nhìn dài hạn.

Trong quá trình thúc đẩy tăng trưởng xanh, Thụy Sĩ đặt trọng tâm ở ba lĩnh vực chủ chốt mà phát thải khí nhà kính của ba lĩnh vực này chiếm khoảng 70% mức phát thải của nước này. Các lĩnh vực đó bao gồm xây dựng (chiếm 70% tiết kiệm năng lượng, sinh ra năng lượng, vật liệu xây dựng; công trình công cộng, tiêu dùng hộ/lương thực, rác thải); lương thực (chiếm 60% nhập khẩu, ảnh hưởng chủ yếu ngoài biên giới bao gồm 69% do tiêu dùng, 11% do rác thải, 20% do rác từ chuỗi sản xuất); Giao thông (khuyến khích sử dụng chung ô tô).

Các chính sách ở Thụy sĩ chủ yếu bao gồm một số chính sách sau:

- Phát triển nông nghiệp bền vững: 20 năm trở lại đây đã có những Chương trình hỗ trợ phát triển xanh, sạch, bền vững.
- Khuyến khích công nghệ sạch (sạch nước, sử dụng hiệu quả tài nguyên, kiến trúc, sinh thái, sản phẩm xanh, tư vấn cho doanh nghiệp vừa và nhỏ).
- Khuyến khích tiêu dùng bền vững (thay đổi hành vi tiêu dùng, bảng cân đối sinh thái, tiêu chuẩn hài hòa, tuyên truyền, khuyến khích, thuê mua thay vì mua trực tiếp, giảm hành vi tác động đến tiêu dùng, có hành động cụ thể, tạo cho người tiêu dùng có hành vi tiêu dùng bền vững),
- Phát triển tài chính bền vững/xanh: Thụy sĩ đã đóng góp phối hợp với UNEP, phối hợp với ngân hàng, bảo hiểm để có những chương trình tín dụng xanh, cải tổ chương trình tài chính góp phần vào thực hiện tăng

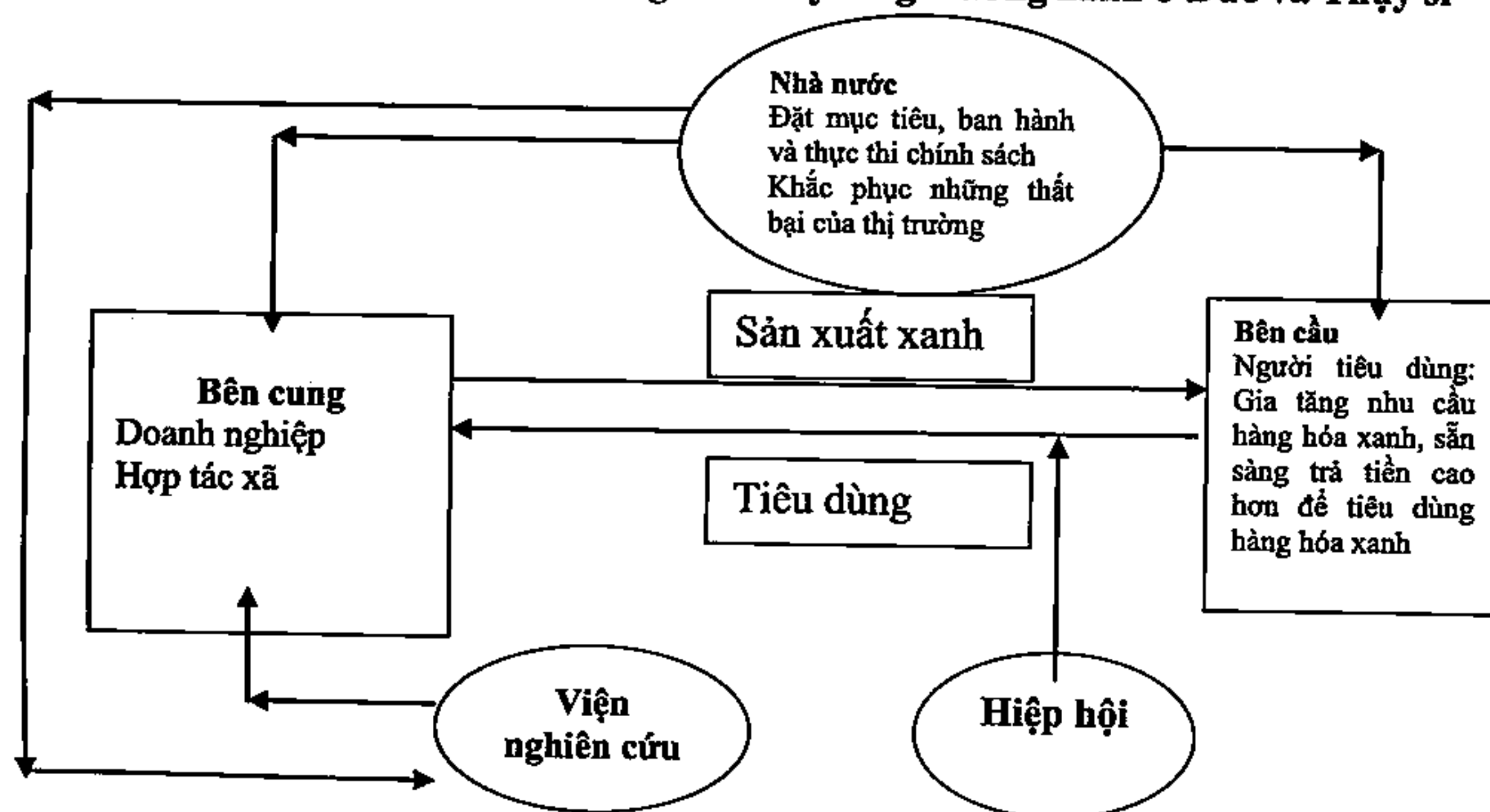
trường xanh, phải có sự tham gia của mảng tài chính.

- Phát triển năng lượng và bảo vệ khí hậu: Phát triển thủy điện bền vững, kết nối với các quốc gia khác, sx điện bền vững, cung cấp các khí sưởi tập trung, lò đốt rác biomass, trích nộp định hướng, điều tiết liên quan đến phát thải CO₂, DN chứng minh được giảm phát thải CO₂ thì không phải trích nộp, nếu không sẽ phải trích nộp (tương tự thuế các bon).

3.2. Kinh nghiệm phát huy vai trò của các chủ thể trong thúc đẩy tăng trưởng xanh

Điểm chung trong thực tiễn thúc đẩy tăng trưởng xanh tại Đức và Thụy sĩ là vai trò và sự đóng góp của rất nhiều chủ thể khác nhau, bao gồm nhà nước, doanh nghiệp, hiệp hội, viện nghiên cứu, người tiêu dùng, v.v. được khái quát trong Hình 2.

Hình 2: Vai trò của các chủ thể trong thúc đẩy tăng trưởng xanh ở Đức và Thụy sĩ



Nguồn: Các tác giả tổng hợp.

Trước hết, Nhà nước đóng vai trò định hướng thông qua các kế hoạch, mục tiêu, chính sách và công cụ tạo môi trường, khuyến khích

doanh nghiệp, người tiêu dùng và các chủ thể khác tự điều chỉnh theo tín hiệu thị trường sau khi đã tính đến các tác động môi trường, Nhà

nước hạn chế các can thiệp trực tiếp. Ở cả hai nước, bên cầu/người tiêu dùng của các nước này đóng vai trò rất quan trọng trong việc gia tăng nhu cầu sản phẩm hàng hóa thân thiện với môi trường, từ đó thúc đẩy sản xuất hàng hóa xanh tương ứng. Bên cung của thị trường, trong đó có doanh nghiệp và hợp tác xã cũng có vai trò lớn. Ngoài việc được dẫn dắt bởi nhu cầu xanh, các doanh nghiệp chủ động nắm bắt cơ hội và đón đầu nhu cầu xanh vừa đem lại lợi ích của người đi đầu, vừa thúc đẩy tăng trưởng xanh.

Đóng vai trò hỗ trợ và thúc đẩy đối với bên cung và cầu trong việc gia tăng giao dịch sản phẩm xanh trên thị trường là vai trò của các cơ quan nghiên cứu và hiệp hội. Trong đó, các tổ chức nghiên cứu góp phần thúc đẩy đổi mới công nghệ thân thiện môi trường, các hiệp hội tạo điều kiện thuận lợi và xúc tiến các giao dịch xanh thông qua các hoạt động như kết nối các nhà sản xuất xanh, tiêu dùng xanh, thúc đẩy hình thành hàng hóa xanh ví dụ thông qua hình thành nhãn xanh, v.v.

Vai trò của các chủ thể nói trên được minh họa qua một số chủ thể cụ thể ở Đức và Thụy Sĩ như sau:

Vai trò của Nhà nước: Nhà nước Thụy Sĩ đã ban hành các chính sách khí hậu, năng lượng, v.v.. Chương trình hành động thực hiện kinh tế xanh, các biện pháp cho từng lĩnh vực, chính sách đồng bộ thực hiện, đối thoại chính quyền và chủ thể có liên quan. Các vai trò, chính sách và các chương trình cụ thể có thể kể đến như:

- + Dự báo tác động của các chính sách: Công nghệ, Đầu tư, Tài chính,
- + Chính sách điều kiện khung/tiêu chuẩn,
- + Thực hiện đối thoại chính sách.
- + Chương trình hành động phát triển kinh tế xanh (Các mảng chính sách):

- Tăng cường nhận thức của người tiêu dùng: Hỗ trợ các dự án khác nhau (dùng chung ô tô, sử dụng lại sản phẩm, thiết lập cân đối các bon-CO₂); Minh bạch và định hướng chính sách thông qua dán nhãn; nghiên cứu về hành vi của người tiêu dùng để có chính sách tác động đến hành vi một cách hiệu quả.
- Mua sắm công xanh: Đang điều chỉnh lại để đưa yếu tố mua sắm bền vững vào mua sắm công trong khi vẫn phải tuân thủ các yêu cầu của WTO; Trao đổi kinh nghiệm tốt với khu vực tư nhân, phát triển các tiêu chí mua sắm xanh đối với nhóm hàng hóa quan trọng (dệt may), Tiêu dùng chính phủ 5 tỷ frank Thụy Sĩ (CHF) hàng năm đối với hệ thống cơ quan hành chính trung ương và đây là tiềm năng lớn để định hướng thị trường.
- Minh bạch và tiêu chuẩn của hàng hóa và nguyên liệu: Ngân hàng dữ liệu các tiêu chuẩn và tác động đến môi trường tương ứng, cung cấp thông tin cho doanh nghiệp để cân nhắc áp dụng sản xuất sạch, tiêu chuẩn đồng nhất, thực hiện sớm, ví dụ như tiêu chuẩn về đường, vải bông. Các sản phẩm trung gian ví dụ màu sơn, lò sưởi, nước thải, chiếu sáng, v.v. Nhãn mác, quy định tối thiểu, phối hợp giữa các doanh nghiệp với nhau, trong cùng ngành, người mua và người bán, liên kết trong quốc gia và trên thế giới ví dụ Tổ chức tái tạo kết hợp với tư vấn các chủ thể tiêu dùng. Nhà nước thúc đẩy quá trình phối kết hợp như đầu tư môi, điều phối và kết nối các mối quan hệ, thiết lập các mạng lưới.

Vai trò của Hợp tác xã (HTX): Được minh họa thông qua Hợp tác xã Năng lượng công dân Sieburg (Đức).

Ở Đức hiện nay hình thức HTX khá phổ biến trong việc cung cấp hàng hóa và dịch vụ, bao gồm cung cấp năng lượng tái tạo. Tốc

độ phát triển HTX cung cấp năng lượng tái tạo tăng trưởng rất nhanh từ 136 HTX năng lượng năm 2008 tăng lên 888 HTX năm 2013, cung cấp một nửa sản lượng điện xanh trên toàn nước Đức (trong tổng số HTX ở Đức là 12.000). Theo kết quả điều tra, hình thức HTX phổ biến ở các địa phương phụ thuộc vào sự chấp nhận của người dân. Đối với HTX năng lượng, hơn 90% coi sự chấp thuận của người dân là rất quan trọng. HTX loại này được hình thành thông qua trao đổi với người dân để họ tham gia và đóng góp về tài chính. HTX Năng lượng công dân Sieburg do chính quyền địa phương phối hợp các công dân và các tổ chức ở địa phương thành lập. Ưu điểm của hình thức này là tính dân chủ (mỗi thành viên đều có quyền như nhau bất kỳ số tiền đóng nhiều hay ít). Điểm đáng chú ý với HTX Năng lượng công dân Sieburg là chỉ có 3% xã viên tham gia HTX vì lợi ích kinh tế, chủ yếu là do muốn tham gia và đóng góp cho phát triển năng lượng tái tạo (ở đây cụ thể là cung cấp điện mặt trời) từ đó góp phần bảo vệ môi trường.

Hàng năm có đại hội xã viên xem xét kế hoạch hàng năm và quyết định kế hoạch trong tương lai: Đại hội bầu ra Ban kiểm soát/Hội đồng quản trị: Các thành viên hội đồng là thành viên HTX, Hội đồng chỉ định ban điều hành (CEO) (2 người). Thành viên của HTX năng lượng: 111 xã viên, trong đó 84% là công dân địa phương và 10 DN thành viên (đóng 25% nguồn vốn), ngân hàng, Quỹ, địa phương, tổ chức phi chính phủ, đảng phái và nhà thờ. HTX hiện đang triển khai Dự án có giá trị 400.000 EUR, trong đó phần lớn vay từ ngân hàng và vốn đóng góp của các xã viên là khoảng 66.000 EUR. Sự phát triển của HTX Năng lượng công dân Sieburg được thể hiện qua ba giai đoạn như sau:

+ Giai đoạn 2011-2012: sản xuất điện và bán vào mạng lưới điện công cộng: công suất cực đại 285 Kwh: 1262 tấm pin mặt trời,

234.000 kwh/năm: 100.000kwh tiêu thụ bản thân (dùng để nén ga, cung cấp cho công ty Reinurg) và 130.000 kwh hòa lưới điện.

+ Giai đoạn 2012-2014: Tự tiêu thụ điện và hòa vào mạng điện chung.

+ Sau 2015: Sử dụng tại chỗ hoặc bán: 95% tiêu thụ tại chỗ.

Vai trò của Hiệp hội: Thể hiện qua Hiệp hội nhân điện xanh Bonn và Hiệp hội Kinh tế 100% năng lượng tái tạo ở vùng Freiburg (Đức).

Hiệp hội nhân điện xanh Bonn là tổ chức tiên phong cung cấp nhân điện xanh ở Đức, được thành lập năm 1998, năm diễn ra tự do hóa thị trường điện ở Đức, trong đó các hộ gia đình có quyền tự chọn nhà cung cấp điện. Hiệp hội là sự kết hợp của 7 tổ chức tập hợp lại, trong đó có 4 tổ chức hiệp hội về môi trường lớn ở Đức. Tầm nhìn của Hiệp hội là khuyến khích phát triển 100% năng lượng tái tạo thông qua cung cấp nhân máy điện xanh và khí ga xanh. Năm 1999, nhân Điện xanh được cung cấp và năm 2013 cấp nhân ga xanh.

Bốn lý do chính hình thành nhân điện xanh, bao gồm:

+ Có nhân xanh là điện được sản xuất từ nguồn tái tạo được.

+ Sản xuất theo công nghệ mới và sử dụng hiệu quả năng lượng

+ Được tư vấn và có ý kiến từ các tổ chức bảo vệ môi trường

+ Có tổ chức độc lập kiểm định và cấp chứng chỉ

Nhà cung cấp điện muốn cung cấp điện xanh thì nộp đơn lên Hiệp hội kiểm tra và cấp nhân máy theo hình thức tự nguyện. Sau khi đã được cấp, Trung tâm nghiên cứu năng lượng mặt trời sau 2 năm sẽ kiểm tra lại một lần để đảm bảo sự tuân thủ, là cơ sở để gia hạn chứng

chi. Cho đến nay, Hiệp hội đã cấp được 70 chứng chỉ Điện xanh và 1 chứng chỉ ga xanh. Nhân mức khí ga xanh chưa phát triển so với điện xanh là do nhiều lý do như thị trường khí ga có cấu trúc phức tạp hơn thị trường điện, ý thức người dân chưa cao, v.v.

Hiệp hội Kinh tế 100% năng lượng tái tạo ở vùng Freiburg (đại diện cho quyền lợi của DN tái tạo trong vùng, được thành lập từ năm 2009 với 9 thành viên. Mục tiêu của Hội là phấn đấu 100% năng lượng tái tạo cho vùng Freiburg. Mục tiêu đó được tiếp cận theo hai hướng: Hiệu quả sử dụng năng lượng và năng lượng tái tạo. Hiệp hội tổ chức như công ty trách nhiệm hữu hạn: nguồn kinh phí từ hội phí của tổ chức thành viên. Hiệp hội không hướng tới lợi nhuận mặc dù hoạt động dưới hình thức công ty trách nhiệm hữu hạn. Hoạt động của Hội nhằm gắn kết giữa các chủ thể, đơn vị thành viên và chính phủ. Các đơn vị thành viên cung cấp sản phẩm để đạt được mục tiêu 100% năng lượng tái tạo cho vùng. Dịch vụ cho các thành viên của Hiệp hội là cung cấp thông tin, mạng lưới, tư vấn. Đối tác của Hiệp hội là chính quyền, cơ quan hành chính và giới khoa học.

Vai trò của doanh nghiệp, thể hiện qua hoạt động của Tập đoàn BASF, tập đoàn hóa chất hàng đầu thế giới. Ví dụ về doanh nghiệp này minh họa cho một doanh nghiệp đã biết tận dụng và nắm bắt được thời cơ từ tăng trưởng xanh và cách thức nội hóa các chi phí môi trường trong hoạt động của doanh nghiệp thông qua sử dụng chỉ số hiệu quả sinh thái và bảng cân bằng sinh thái các sản phẩm của doanh nghiệp.

Tập đoàn BASF đã hoạt động 150 năm và đang thực hiện kế hoạch cho 50 năm tiếp theo. Tập đoàn hoạt động tại trên 80 quốc gia và 6 địa điểm liên kết trên thế giới (kết hợp nhiều nhà máy, không có phát thải (chuỗi sản xuất)). Trong bối cảnh biến đổi khí hậu, Tập

đoàn xác định hai cơ hội đầu tư để phát triển: (1) nguyên liệu môi trường và chống biến đổi khí hậu (thông qua các sản phẩm hóa chất và các sản phẩm nông nghiệp, v.v.); (2) các sản phẩm nâng cao chất lượng cuộc sống. Mục tiêu phát triển của Tập đoàn là phát triển ngành công nghiệp hóa chất phục vụ phát triển bền vững.

Nguyên tắc hoạt động của Tập đoàn là cân bằng các yếu tố cung - cầu của hệ sinh thái, đảm bảo cho cả thế hệ hiện tại và tương lai; Kết hợp với nhiều ngành khác (đầu vào, đầu ra). Động lực là phát kiến đảm bảo phát triển bền vững. Cách thức thực hiện là cân nhắc yếu tố bền vững ở mọi công đoạn từ đầu vào, loại sản phẩm, qui trình sản xuất với tiêu chí: Giảm thiểu rủi ro, phát triển bền vững là cơ hội và nghĩa vụ. Khía cạnh phát triển bền vững được nhìn nhận ở cả 3 chiều cạnh: Lợi ích Kinh tế, sinh thái (bảo vệ môi trường), trách nhiệm xã hội.

Tập đoàn đã phát triển hệ thống các phương pháp và công cụ đo lường để đảm bảo đạt được cả 3 chiều cạnh trên, bao gồm chỉ số vòng đời sinh thái (Eco-life cycle inventory-Life cycle assessment/Carbon Footprint (LCA)) + Chi số chi phí (Life cycle cost of ownership (LC)) từ đó kết hợp hình thành chỉ số Hiệu quả sinh thái (Eco-Efficiency). Các chỉ số này khi phân tích và tính toán thêm yếu tố xã hội sẽ hình thành chỉ số cân bằng tổng quan (SEEBalance/AgBalance).

Việc sử dụng các công cụ phân tích và tính toán trên được bắt đầu thực hiện từ năm 1996, đến nay đã tính toán được cho 550 sản phẩm của Tập đoàn. Tập đoàn hiện nay đã đưa vào áp dụng ISO 14045. Các phương pháp áp dụng được các công ty độc lập đánh giá kiểm định và xác nhận (như TÜV, NSF của Mỹ). Hiện tại Tập đoàn đã tính toán 6 tiêu chí liên quan đến biến đổi khí hậu, bao gồm phát thải khí các bon, Saurer Regen, khói, ô nhiễm

nguồn nước, Eutrophierung, chất độc hại. Các tiêu chí được tổng hợp theo các hệ số và các mức độ khác nhau từ mức vàng (cao nhất) đến, xanh da trời, đỏ, xanh lá cây, tím (thấp nhất).

Mục tiêu của các phân tích hệ số sinh thái nhằm:

+ Chuẩn bị dự án đầu tư, xây dựng công trình;

+ Nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới

+ Marketing cho các sản phẩm mới, thuyết phục khách hàng sản phẩm tốt hơn các sản phẩm hiện có trên thị trường.

+ Đối thoại với các đối tác và chính phủ ví dụ trong trường hợp nhà nước chuẩn bị ban hành đạo luật.

Trong bối cảnh thách thức nóng lên của trái đất, trong đó có nguyên nhân từ hoạt động của con người thì bên cạnh việc xây dựng hiệu quả sinh thái cho các sản phẩm, Tập đoàn còn quan tâm đến các hoạt động liên quan đến biến đổi khí hậu. Tập đoàn có cán bộ chuyên trách về biến đổi khí hậu nằm ở cơ quan tham mưu dưới sự điều hành trực tiếp bởi Tổng giám đốc. Nhiệm vụ này tập trung vào hai mảng hoạt động: thông qua quan hệ với khách hàng và giảm thiểu khí nhà kính phát sinh trong quy trình sản xuất và nhà cung cấp đầu vào. Tập đoàn tiến hành phân tích để xác định các biện pháp giảm phát thải, bao gồm cả các biện pháp chi phí ít và biện pháp tốn kém chi phí, với tôn chỉ sản xuất hóa chất cho tương lai bền vững.

Tập đoàn tiến hành lập bảng cân đối phát thải khí các bon, lượng hóa được lượng CO₂ giảm được của Tập đoàn và hỗ trợ khách hàng trong giảm phát thải khí các bon. Tập đoàn đánh giá tính bền vững của các sản phẩm, hình thành nhóm những sản phẩm tiên bộ, trong đó có yếu tố bảo vệ khí hậu, phân tích các yếu tố trong các sản phẩm để biết

những sản phẩm nào, yếu tố nào đóng góp vào giảm phát thải khí nhà kính.

Ví dụ các sản phẩm điện gió được so sánh với công nghệ khác ít thân thiện hơn với môi trường. Ví dụ công nghệ khác phát thải 1200 tấn, nếu sử dụng sản phẩm của BASF có thể giảm 520 tấn, còn 680 tấn. Do đó đóng góp của BASF làm giảm khoảng 11%, tương đương 520 tấn. Ví dụ năm 2014, Tập đoàn góp phần giảm 90tr tấn khí CO₂ thông qua sp tấm cách nhiệt: BASF đóng góp 10-50%: Nhiều loại chất cách nhiệt, tổng hợp lại giảm khoảng 14 triệu tấn các bon.

Mục tiêu bảo vệ khí hậu và sử dụng năng lượng của Tập đoàn là năm 2020 tăng 35% hiệu quả sử dụng NL so với năm 2002, áp dụng ISO 50001 và giảm 40% phát thải khí nhà kính/tấn sản phẩm.

Vai trò của viện nghiên cứu: Phân viện Điện mặt trời thuộc Viện Fraunhofer

Viện Fraunhofer là Viện nghiên cứu ứng dụng, gắn kết chặt chẽ với doanh nghiệp, có 66 phân Viện. Viện có nhiều nghiên cứu và phát minh, trong đó có phát minh ra quy trình mới về sản xuất thủy tinh và đồng sở hữu nhà máy sx thủy tinh.

Viện nghiên cứu trên cơ sở đơn đặt hàng của doanh nghiệp và chính phủ. Giá trị nghiên cứu 2 tỷ ER/năm, trong đó 2/3 từ doanh nghiệp và 1/3 từ liên bang. Liên quan đến năng lượng mặt trời, Viện phát minh ra đường Fraunhofer trong quang phổ ánh sáng mặt trời, xác định được chất làm nên mặt trời.

Viện đã xây dựng mạng lưới trên thế giới với các chi nhánh, trung tâm nằm rải rác. Viện Năng lượng mặt trời có Boston kết hợp với MIT và Santiago kết hợp với trường ĐH tổng hợp.

Viện nghiên cứu năng lượng mặt trời là một phân viện của Viện Fraunhofer, có 25-30 nhà nghiên cứu, giảng dạy tại các trường đại

học khác nhau. Viện có 1125 cán bộ với doanh thu đạt 86 triệu Euro năm 2014.

Trọng tâm nghiên cứu của phân Viện là: hiệu quả sử dụng năng lượng; sản xuất điện, cải thiện sản xuất hiệu quả hơn năng lượng mặt trời; phân bổ nguồn năng lượng, hợp lý hóa chuyển tải điện; tích trữ điện, năng lượng tái tạo và công nghiệp điện tử, liên quan đến tiết kiệm năng lượng.

Các phạm vi nghiên cứu có tiềm năng của phân Viện như tiết kiệm năng lượng của tòa nhà (có tiềm năng lớn vì chiếm tỷ trọng lớn trong tiêu dùng điện); nghiên cứu liên quan đến pin mặt trời, nghiên cứu để sx một cách hiệu quả, tận dụng nguồn ánh sáng mặt trời để sản xuất (tuốc bin nhà máy); công nghệ hydro, pin ác quy chạy bằng hydro.

4. Hàm ý chính sách đối với thúc đẩy tăng trưởng xanh ở Việt Nam

Việt Nam hiện đang trong giai đoạn đầu của quá trình triển khai thực hiện Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh. Từ kinh nghiệm của các quốc gia được trình bày ở trên Việt Nam có thể học hỏi trong quá trình thực hiện Chiến lược này.

Thứ nhất, triển khai thúc đẩy tăng trưởng xanh là một quá trình, trong đó lộ trình và trọng tâm của từng giai đoạn phải căn cứ vào đánh giá toàn diện thực trạng phát triển, bao gồm cả những đánh giá thận trọng và lộ trình quản lý sự đánh đổi giữa các mục tiêu. Như kinh nghiệm của Đức và Thụy sĩ cho thấy quá trình chuyển đổi và thúc đẩy tăng trưởng xanh được diễn ra dần dần trong một giai đoạn khá dài.

Thứ hai, Nhà nước có vai trò xác định các mục tiêu cụ thể để phát triển nền kinh tế xanh, thúc đẩy tăng trưởng xanh, trong đó xác định rất rõ các ưu tiên và công cụ đi kèm cho một giai đoạn phát triển. CHLB Đức và Thụy Sĩ đều đặt ra các mục tiêu, chỉ tiêu cao hơn mức trung bình của EU, trong đó, mỗi nước dựa vào thực trạng và thế mạnh của mình để

xác định các trọng tâm ưu tiên cho từng giai đoạn phát triển, ví dụ: Đức đặt trọng tâm vào năng lượng tái tạo, xử lý rác thải và ô nhiễm không khí trong khi Thụy sĩ đặt trọng tâm vào nông nghiệp, giao thông và xây dựng.

Đối với Việt Nam, trong bối cảnh đổi mới mô hình tăng trưởng, nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực và hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng, giai đoạn trước mắt Việt Nam có thể xem xét ưu tiên vào lĩnh vực hiệu quả sử dụng bền vững tài nguyên thiên nhiên và ngành nông nghiệp. Hiệu quả sử dụng tài nguyên một mặt nhằm nâng cao chất lượng và thúc đẩy tăng trưởng bền vững. Tập trung vào ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao năng suất sử dụng vốn thiên nhiên, tận dụng triệt để cơ hội xuất khẩu sản phẩm nông nghiệp thân thiện môi trường, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng xanh của thế giới. Việt Nam với thế mạnh của một nước xuất khẩu nông sản nên chủ động nắm bắt được những cơ hội này. Tuy nhiên, để hiện thực hóa được cơ hội đó cần có sự vào cuộc tích cực của Nhà nước với vai trò định hướng, điều phối, tạo điều kiện, khuyến khích và sự hợp tác của các tổ chức liên quan như hiệp hội, viện nghiên cứu, v.v. Các mục tiêu này cần được thực hiện lồng ghép vào quá trình tái cơ cấu ngành nông nghiệp, nhằm vừa nâng cao năng suất, vừa xóa đói giảm nghèo một cách bền vững.

Thứ ba, vai trò quan trọng của Nhà nước trong thúc đẩy tăng trưởng xanh phải là tạo điều kiện để huy động sự tham gia và thu hút nguồn lực của *tất cả* các chủ thể trong nền kinh tế. Nhà nước sử dụng nhiều công cụ chính sách bao gồm pháp luật, kế hoạch, thuế, tín dụng ưu đãi, trợ cấp v.v. để thực hiện mục tiêu đã xác định. Thực tế qua khảo sát ở hai quốc gia cho thấy việc thu hút nguồn lực và sự tham gia tích cực của người dân, các loại hình doanh nghiệp, hiệp hội v.v. trong thúc đẩy tăng trưởng xanh là một nhân tố hết sức quan trọng, phải được chú trọng trong quá trình thực hiện chiến lược và mục tiêu đề ra.

Ở Việt Nam, các văn bản liên quan đến tăng trưởng xanh hiện nay mới chú trọng nhiều đến chủ thể Nhà nước, trong khi các đối tượng khác đặc biệt là doanh nghiệp, các hiệp hội và viện nghiên cứu chưa được thể hiện rõ nét. Điều này cần được bổ sung để đảm bảo quá trình thực hiện chiến lược được triển khai một cách bền vững.

Thứ tư, tiêu dùng xanh là một trong những yếu tố quan trọng đóng góp vào thúc đẩy tăng trưởng xanh tại các nước phát triển.

Mặc dù Việt Nam là quốc gia đang phát triển và ở trình độ phát triển thấp hơn nhiều so với Đức và Thụy Sĩ, nhưng tiêu dùng xanh sẽ là xu hướng tới đây và Việt Nam không là ngoại lệ, nhất là khi Việt Nam đã hội nhập sâu vào nền kinh tế khu vực và thế giới. Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh của Việt Nam hiện nay đã đề cập tiêu dùng xanh là một trong những nội dung chính được triển khai để thúc đẩy tăng trưởng xanh. Tuy nhiên, các công cụ để triển khai thực hiện nội dung này còn rất hạn chế. Đặc biệt, kinh nghiệm cho thấy điều kiện để người tiêu dùng thực hiện tiêu dùng xanh là khả năng phân biệt hàng hóa xanh, trong đó có thể thông qua nhãn xanh và các tiêu chuẩn xanh của sản phẩm. Những điều kiện này của Việt Nam hiện nay còn rất hạn chế, đặc biệt là những quy định và hình thành và thực thi các tiêu chuẩn. Do đó, nhiệm vụ này nên được chú trọng tăng cường khi triển khai thực hiện chiến lược tăng trưởng xanh một mặt cần tuyên truyền nâng cao nhận thức, ý thức về tiêu dùng xanh đối với người dân và tổ chức đi đôi với xây dựng các chính sách khuyến khích tiêu dùng xanh như dán nhãn, mua sắm công xanh v.v. qua đó sẽ tác động đến hành vi của doanh nghiệp..

Thứ năm, kinh nghiệm Đức và Thụy Sĩ cho thấy vai trò rất tích cực và quan trọng của các hiệp hội trong thúc đẩy tăng trưởng xanh, đặc biệt tạo ra môi trường và các điều kiện để xanh hóa sản xuất và tiêu dùng. Vai trò của hiệp hội ở Việt Nam nên được phát huy hơn nữa ở những khía cạnh này.

Thứ sáu, mặc dù xuất phát điểm của tăng trưởng xanh là sự phản hồi lại những thách thức mang tính toàn cầu về môi trường, nhưng kinh nghiệm qua chuyến khảo sát cho thấy xu thế tăng trưởng xanh đã và sẽ mang đến cơ hội bứt phá cho doanh nghiệp tại các nước đang phát triển nếu biết chớp thời cơ, tận dụng và nắm bắt được những cơ hội đó để chuyển hướng sản xuất, tiếp thu công nghệ sản xuất xanh từ các nước phát triển. Đối với Việt Nam cần coi việc thực hiện tăng trưởng xanh cũng là cơ hội cho doanh nghiệp đẩy nhanh tái cơ cấu sản xuất, tiêu dùng năng lượng hiệu quả, tiết kiệm hơn, chuyển dịch cơ cấu sản phẩm theo hướng xanh, qua đó tạo nhiều việc làm xanh. Nhà nước cần khuyến khích và tạo hệ thống động lực như cung cấp thông tin, hỗ trợ kỹ thuật, đào tạo, thuế, tín dụng xanh, chính sách tiêu dùng xanh v.v./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Asad Naqvi, 2015. Uncovering pathways towards inclusive green growth. UNEP.
- Daniel Craffonara, 2015. The Grüner Strom Label e.V. Association.
- Nicola Paczkowski, 2015. Eco-Efficiency analysis in BASF.
- OECD, 2011. Towards green growth.
- Philippe Thalmann, 2015. Transforming to green economy.
- Tilman Altenburg, 2015. Standards and regulations for Green Growth and German experiences.