

Phát triển mô hình kinh doanh tuần hoàn tại Việt Nam

Nguyễn Hoa Cường

Phó Viện trưởng Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương

Việt Nam đang phải đối mặt với các vấn đề về rác thải, suy giảm tài nguyên thiên nhiên, mức độ tiêu thụ chưa bền vững... Để giải quyết nguy cơ cạn kiệt tài nguyên, ô nhiễm và suy thoái môi trường, Việt Nam cần phải thay đổi cách tiếp cận chuyển đổi từ các mô hình “kinh tế truyền thống” sang “kinh tế tuần hoàn” (KTTH), “kinh doanh tuần hoàn” (KDTH). Đây được xem là một ưu tiên trong giai đoạn tiếp theo của phát triển đất nước. Bài viết đề cập đến một số khía cạnh về KDTH được rút ra từ kết quả của nghiên cứu: “Mô hình KDTH: Kinh nghiệm quốc tế và áp dụng tại Việt Nam” do nhóm các nhà nghiên cứu thuộc Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương thực hiện gần đây.

Doanh nghiệp với mô hình KDTH

Nhận thức của doanh nghiệp về KDTH

Kết quả khảo sát năm 2022 của Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương thực hiện đối với 500 doanh nghiệp cho thấy, chỉ 21-33% số doanh nghiệp được hỏi cho biết họ biết rõ hoặc rất rõ về 1 trong 6 mô hình KDTH phổ biến, trong đó mô hình có tỷ lệ biết rõ cao nhất là “tân trang và tái sản xuất” với 33% và mô hình có tỷ lệ biết ở mức rõ trở lên thấp nhất là “sắp xếp và định vị lại mục đích sử dụng” với gần 21%. Các doanh nghiệp đã từng áp dụng biện pháp đổi mới mô hình kinh doanh và/hoặc áp dụng một trong các mô hình kinh doanh theo hướng tuần hoàn cho thấy sự hiểu biết vượt trội so với các doanh nghiệp chưa từng áp dụng (28-38,5% so với 9,4%-22%).

Tỷ lệ các doanh nghiệp chưa biết đến các mô hình KDTH được đề cập là 8-15% tổng số các doanh nghiệp được khảo sát,

trong đó tỷ lệ ở nhóm chưa áp dụng bất cứ hình thức đổi mới mô hình kinh doanh hoặc áp dụng mô hình KDTH là cao hơn đáng kể (10-24%) tùy theo từng loại mô hình, trong đó mô hình “Tái chế” chỉ dưới 10% chưa biết tới.

Mức độ áp dụng KDTH tại các doanh nghiệp

Về áp dụng KTTH ở cấp độ doanh nghiệp, Việt Nam đã bước đầu hình thành một số mô hình KDTH. Ngày 21/06/2019, 9 công ty hàng đầu (TH Group, Coca-Cola Việt Nam, FrieslandCampina Việt Nam, La Vie, Nestlé, Nutifood, Suntory Pepsico Việt Nam, Tetra Pak và Universal Robina Corporation) [1] đã bắt tay thành lập Liên minh Tái chế bao bì Việt Nam (Pro Vietnam) với cam kết tái chế toàn bộ bao bì tại Việt Nam vào năm 2030.

Kết quả khảo sát năm 2022 của Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương thực hiện đối với 500 doanh nghiệp cho thấy, mức độ áp dụng KDTH tại các

doanh nghiệp là tương đối thấp, cả ở góc độ đổi mới mô hình kinh doanh và áp dụng mô hình kinh doanh theo hướng tuần hoàn. Tỷ lệ các doanh nghiệp áp dụng đổi mới mô hình kinh doanh theo 5 hình thức, gồm: “Bán sản phẩm theo chức năng”, “Từ gốc đến gốc”, “Quản lý chuỗi cung ứng xanh”, “Cộng sinh công nghiệp” và “Quản lý thu hồi” ở mức tốt chỉ chiếm 3-6%, tùy thuộc vào hình thức, trong đó hình thức đổi mới mô hình theo cách “Quản lý chuỗi cung ứng xanh” có tỷ lệ áp dụng cao nhất (chiếm 6,1%).

Trong khi đó, tỷ lệ các doanh nghiệp áp dụng mô hình kinh doanh theo hướng tuần hoàn theo 6 hình thức, gồm: “Sửa chữa và bảo trì”, “Sử dụng và phân phối lại”, “Tân trang và sản xuất lại”, “Tái chế và thu hồi vật liệu”, “Sắp xếp và định vị lại mục đích sử dụng sản phẩm” và “Sử dụng nguyên liệu hữu cơ” ở mức tốt dao động 3,3-5,5%, trong đó hình thức “Tái chế và thu hồi vật liệu” có tỷ lệ áp dụng ở mức cao nhất

Diễn đàn Khoa học và Công nghệ

(5,5%). Tỷ lệ các doanh nghiệp chưa từng áp dụng bất kỳ hình thức đổi mới mô hình kinh doanh và/hoặc mô hình kinh doanh theo hướng tuần hoàn nào là 37,6%.

Thực trạng hỗ trợ doanh nghiệp áp dụng mô hình KDTH

Tỷ lệ các doanh nghiệp nhận được một trong các hình thức hỗ trợ như tín dụng, lãi suất, khoa học và công nghệ, đào tạo, thị trường, mặt bằng sản xuất... là khá thấp (chỉ chiếm 2-15%) tùy theo từng hình thức hỗ trợ. Hỗ trợ “mặt bằng sản xuất kinh doanh cho dây chuyền áp dụng quy trình KDTH” là nhóm có tỷ lệ nhận được hỗ trợ thấp nhất (chỉ chiếm 2%), trong khi nhóm hỗ trợ về “đào tạo” có tỷ lệ được nhận hỗ trợ cao nhất (chiếm 15%). Nhóm doanh nghiệp có đổi mới mô hình kinh doanh có tỷ lệ nhận được hỗ trợ cao hơn nhóm có áp dụng mô hình kinh doanh theo hướng tuần hoàn, dao động 2,8-14,9% so với mức 2,3-12% tùy từng hình thức hỗ trợ. Nhóm doanh nghiệp vừa đổi mới mô hình kinh doanh, vừa áp dụng mô hình kinh doanh theo hướng tuần hoàn có tỷ lệ nhận được các hỗ trợ cao nhất (với tỷ lệ 2,9-15,4%) tùy theo hình thức hỗ trợ khác nhau.

Đánh giá của doanh nghiệp về nguyên nhân hạn chế của việc phát triển mô hình KDTH

Kết quả khảo sát của Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương cho thấy: 74% doanh nghiệp cho rằng, việc thiếu sự thích nghi và phù hợp của các chính sách

với bối cảnh địa phương là rào cản ở mức độ lớn và rất lớn đối với phát triển KDTH; 55% doanh nghiệp cho rằng, “thiếu các cam kết về pháp luật cả ở bình diện quốc tế và trong nước, thiếu cam kết trong tham gia các khuôn khổ hỗ trợ cho KTTH” sẽ cản trở việc phát triển KDTH ở mức lớn và rất lớn; 53-55% các doanh nghiệp cho rằng, “mức độ phát triển kinh tế thấp khiến việc triển khai KTTH trên quy mô lớn trở nên khó khăn”, “thiếu sự khuyến khích về mặt kinh tế” và “hệ thống thuế ủng hộ nền kinh tế tuyến tính và chưa hỗ trợ KTTH” là những rào cản lớn và rất lớn đối với phát triển mô hình KDTH; 63% doanh nghiệp cho rằng, “sự không thiện cảm của xã hội đối với việc thay đổi hành vi, giá trị và thái độ hiện tại” tạo nên rào cản lớn và rất lớn cho sự phát triển kinh doanh theo hướng tuần hoàn, 98% doanh nghiệp cho rằng, các hạn chế về trình độ công nghệ hiện tại là rào cản đối với việc phát triển mô hình KDTH.

Một số doanh nghiệp điển hình trong phát triển KDTH

Nestlé Việt Nam: năm 2021, Nestlé Việt Nam được Giải thưởng Doanh nghiệp phát triển bền vững Việt Nam^{*} [2] với một số kết quả: 100% nhà máy “không phát thải chất rắn chôn lấp ra môi trường; 100% bã cà phê của công ty được tái chế và sử dụng làm

^{*}Giải thưởng do Hội đồng Doanh nghiệp vì sự phát triển bền vững Việt Nam (VBCSD) thuộc Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) bình chọn.

nhiên liệu sinh khối (giúp giảm trung bình 12.670 tấn CO₂ phát thải hàng năm), cung cấp 74,4% nguồn nhiên liệu làm chất đốt; tiết kiệm hơn 180.500 m³ nước (40% từ sản xuất cà phê); 93,5% bao bì sản phẩm có thể được tái chế, tái sử dụng; giảm gần 2.000 tấn nhựa nguyên sinh trong sản xuất và giảm gần 16.000 tấn phát thải CO₂.

Coca-Cola Việt Nam: năm 2021, Coca-Cola Việt Nam được vinh danh trong top 3 doanh nghiệp bền vững tại Việt Nam (CSI-100) [3], là năm thứ 6 liên tiếp góp mặt trong bảng xếp hạng này. Các giải pháp đã thực hiện: bỏ màng co nhựa trên sản phẩm chai nước tinh khiết, thay thế chai nhựa xanh đặc trưng bằng chai nhựa PET trong suốt để tạo điều kiện tái chế dễ dàng hơn; hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam thu gom chai nhựa; nâng tỷ trọng sản xuất bao bì từ nguyên liệu tái chế; sử dụng hiệu quả và bồi hoàn nước với việc thành lập 12 trung tâm Ekocenter trên cả nước, cung cấp 13 triệu lít nước sạch cho khoảng 917.000 người...

Heineken Việt Nam: phát triển bền vững là một trong những mục tiêu trọng tâm của Heineken - doanh nghiệp nhiều năm giữ vững vị trí top 3 các doanh nghiệp phát triển bền vững của Việt Nam. Heineken đã ứng dụng mô hình RESOLVE (regenerate - tái tạo, share - chia sẻ, optimize - tối ưu hóa, loop - tái sử dụng, virtualize - số hóa và exchange - chuyển đổi) [4]. Tại nhà máy, phụ

phẩm bã bia sau quá trình sản xuất được sử dụng để làm thức ăn cho gia súc, nước thải được xử lý triệt để có thể tưới cây hoặc nuôi cá. Đối với năng lượng sử dụng trong nhà máy, vỏ trái, mùn cưa được xử lý để tạo ra nhiên liệu sinh khối. Các loại bao bì được thu gom để tái sử dụng, nắp chai được xử lý thành thép... Kết quả là 5/6 nhà máy của Heineken Việt Nam hiện đang sử dụng năng lượng nhiệt tái tạo, không phát thải carbon; sử dụng xe tải đạt chuẩn và tận dụng vận chuyển bằng tàu hỏa giúp giảm 2.000 tấn khí thải CO₂; chuyển sang lắp đặt 100% tủ lạnh xanh thân thiện với môi trường, sử dụng quạt tiết kiệm năng lượng, đèn LED chiếu sáng, môi chất hydrocarbon và được trang bị hệ thống quản lý năng lượng.

Giải pháp khuyến khích, hỗ trợ doanh nghiệp phát triển mô hình KDTH

Đối với Nhà nước

Một là, tăng cường nhận thức về KTTH nói chung và KDTH nói riêng trong toàn xã hội cho đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức ở các cấp, cộng đồng doanh nghiệp và người dân, đặc biệt là về vai trò và cách thức triển khai mô hình, các chủ trương, định hướng, chính sách phát triển KTTH, KDTH.

Hai là, hoàn thiện khung pháp luật về KTTH, KDTH, đặc biệt là các quy định chính sách nhằm khuyến khích, hỗ trợ phát triển các mô hình kinh doanh một cách hiệu quả, phù hợp với đặc điểm

của quốc gia và điều kiện của từng ngành nghề, từng doanh nghiệp. Cần có các quy định cụ thể nhằm khuyến khích phát triển các mô hình KDTH dựa trên nhu cầu của thị trường.

Ba là, phát triển khoa học và công nghệ nhằm hỗ trợ cho các doanh nghiệp chuyển đổi sang mô hình KDTH; đẩy mạnh đổi mới cơ chế quản lý hoạt động khoa học và công nghệ phù hợp với cơ chế thị trường, đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế hiện nay; đẩy mạnh cơ chế phối hợp giữa nhà nước, doanh nghiệp và các tổ chức liên quan trong hoạt động khoa học.

Bốn là, xây dựng và áp dụng các bộ tiêu chuẩn, khung hướng dẫn áp dụng KTTH, KDTH, đặc biệt là xây dựng sổ tay hướng dẫn áp dụng mô hình KDTH cho các doanh nghiệp theo ngành, lĩnh vực, quy mô.

Đối với doanh nghiệp

Thứ nhất, cần thực hiện phân tích chi phí - lợi ích (CBA) của mô hình KDTH mà doanh nghiệp dự kiến áp dụng trước và sau khi chuyển đổi để thấy rõ được tiềm năng, lợi ích của việc chuyển đổi. Nói cách khác, việc áp dụng mô hình đó sẽ đem lại lợi ích như thế nào cho doanh nghiệp. Từ đó đưa ra quyết định có nên chuyển đổi hay không, nếu chuyển đổi thì lộ trình như thế nào, cách thức ra sao.

Thứ hai, tham gia có hiệu quả vào các chuỗi liên kết, mạng sản xuất, từ trong nước đến phạm

vi khu vực và toàn cầu để tăng cường sự kết nối và tìm kiếm cơ hội hợp tác với các doanh nghiệp khác, nhất là các doanh nghiệp có mối liên hệ về sử dụng chất thải đầu ra làm nguyên vật liệu đầu vào cho hoạt động sản xuất kinh doanh của mình.

Thứ ba, chú trọng truyền thông khi chuyển đổi sang mô hình KDTH để nhận được sự ủng hộ và hỗ trợ tốt nhất, hiệu quả nhất, đặc biệt là đối với những doanh nghiệp đang có tác động lớn đến môi trường với mô hình kinh doanh tuyến tính hiện tại.

Thứ tư, chú trọng phát triển thị trường đầu ra, đặc biệt là hướng tới các thị trường xuất khẩu ở các nước phát triển, có ưu tiên đối với các sản phẩm xanh, sản phẩm từ KDTH để tận dụng được sự ủng hộ và những ưu đãi từ chính phủ, người tiêu dùng của thị trường đó.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] <https://baodautu.vn/9-ong-lon-bat-tay-thanh-lap-lien-minh-tai-che-bao-bi-tai-viet-nam-d102501.html>, truy cập ngày 31/08/2022.

[2] <https://baodautu.vn/nestle-dat-thanh-tich-kep-ve-phat-trien-ben-vung-va-nhan-su-d160193.html>, truy cập ngày 31/08/2022.

[3] https://www.cocacolavietnam.com/news/-coca-cola-_c-vinh-danh-trong-top-3-doanh-nghiep-phat-trin-bn-vng, truy cập ngày 31/08/2022.

[4] <https://vietnamcirculareconomy.vn/showcase/mo-hinh-kinh-te-tuan-hoan-cua-heineken-viet-nam>, truy cập ngày 31/08/2022.