

CHƯƠNG TRÌNH NHÃN SINH THÁI CỦA EU

VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM ĐỐI VỚI VIỆT NAM

TS. NGUYỄN HỮU KHÁI

Đại học Ngoại thương

I. Chương trình Nhãn Sinh thái của EU

Tháng 12/1991, Hội đồng Bộ trưởng Môi trường của EU đã thông qua Chương trình cấp Nhãn Sinh thái EU (sau đây gọi tắt là Chương trình) theo Quyết định số 880/92 ngày 23/3/1992, có hiệu lực vào tháng 10/1992, để thúc đẩy việc thiết kế, sản xuất, bán và sử dụng sản phẩm xanh - là những sản phẩm có những tác động đến môi trường được giảm nhẹ trong toàn bộ vòng đời của sản phẩm (từ lúc sử dụng nguyên, nhiên liệu để sản xuất ra sản phẩm cho đến lúc loại bỏ sản phẩm) và cung cấp cho người tiêu dùng thông tin về những sản phẩm xanh này.

Chương trình gồm 18 nước, trong đó có 15 nước là thành viên của EU và 3 nước Na Uy, Aixolen, Leichtenstien.

Nhãn Môi trường Châu Âu (hay còn gọi là Nhãn Sinh thái EU hoặc Hoa - nhãn hiệu có biểu tượng hình bông hoa) là một nhãn hiệu môi trường chính thức của châu Âu, cấp cho những hàng hoá và dịch vụ, không bao gồm thực phẩm, đồ uống và dược phẩm. Các sản phẩm có gắn biểu tượng hình bông hoa là dấu hiệu nhận biết sản phẩm mà những tác động đến môi trường được làm giảm hơn các sản

phẩm cùng loại do những sản phẩm này đã đáp ứng được tập hợp các tiêu chí môi trường được công bố bởi các quốc gia thành viên EU.

Chương trình được sửa đổi lần thứ nhất vào năm 1996 để phù hợp với tình hình và yêu cầu thực tế đặt ra. Việc sửa đổi lần thứ hai vào năm 2000, có mục đích mở rộng phạm vi hoạt động của Chương trình đến dịch vụ, cho phép các đại lý có thể nộp đơn xin cấp nhãn, đưa ra một cơ cấu tính lệ phí mới hấp dẫn hơn với sự miễn giảm cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ và tiểu doanh nghiệp, tăng tính minh bạch và cải thiện sự tham gia của các bên có liên quan trong quá trình xây dựng tiêu chí kỹ thuật cho sản phẩm. Theo kế hoạch, chương trình tiếp tục được sửa đổi vào tháng 9 năm 2005.

Chương trình là một phần trong chiến lược mở rộng của EU “thúc đẩy việc sản xuất và tiêu dùng bền vững”, là một công cụ tự nguyện dựa trên thị trường.

1. Cơ cấu tổ chức

Ủy ban Châu Âu là cơ quan có quyền quyết định cao nhất trong chương trình nhãn sinh thái EU, có vai trò quản lý chương trình,

hoạt động trong Ban Thư ký của EUEB. EUEB được EC thành lập theo Quyết định 1980/2000 gồm các Cơ quan có Thẩm quyền và các thành viên của Diễn đàn Tư vấn. EUEB chịu trách nhiệm khảo sát, lập tiêu chí và các yêu cầu đánh giá, chứng nhận và các hoạt động khác.

Cơ quan có Thẩm quyền là cơ quan đại diện của quốc gia thành viên trong EU. Hiện nay, có 17 quốc gia có Cơ quan Thẩm quyền, 8 trong số đó tham gia trong Chương trình Nhân môi trường của nước mình, còn lại các chương trình quốc gia khác phụ thuộc chủ yếu vào Nhân Sinh thái EU.

Mỗi quốc gia thành viên sẽ chỉ định ít nhất một Cơ quan có Thẩm quyền theo nguyên tắc là cơ quan độc lập, trung lập, chịu trách nhiệm thực hiện chương trình ở cấp quốc gia gồm: soạn thảo tiêu chí, nhận và đánh giá đơn xin cấp nhãn, cấp nhãn, ký kết hợp đồng, quyết định mức phí đóng góp, đóng vai trò trung tâm trong hoạt động của Chương trình và là điểm đầu mối liên lạc để giải quyết mọi thắc mắc. Các cơ quan này phải đảm bảo sự minh bạch, thực hiện đúng theo các quy định của Chương trình.

Diễn đàn Tư vấn: EC đảm bảo trong hoạt động quản lý, EUEB sẽ giữ sự tham gia cân bằng trong mỗi nhóm sản phẩm của các bên quan tâm như các đại diện người tiêu dùng và NGOs môi trường, liên minh thương mại, công nghiệp, các doanh nghiệp vừa và nhỏ và thương mại. Các bên quan tâm sẽ gặp nhau tại Diễn đàn Tư vấn để soạn thảo tiêu chí Nhân Sinh thái.

2. Lựa chọn sản phẩm

Trước hết, lựa chọn nhóm sản phẩm được khởi xướng từ EC hoặc theo yêu cầu của EUEB. Nhóm sản phẩm đó phải đảm bảo đầy đủ các điều kiện: Có một số lượng lớn sản phẩm được bán trên thị trường trong khu vực; Có ít nhất một giai đoạn trong toàn bộ vòng đời của sản phẩm có tác động đến môi trường; Sản phẩm phải có tiềm năng cải thiện môi trường khi được người tiêu dùng lựa chọn cũng như khuyến khích các nhà sản xuất hoặc cung cấp dịch vụ thấy được lợi thế cạnh tranh khi nảy sinh nhu cầu về những sản phẩm được cấp nhãn sinh thái; Một phần trong tổng khối lượng hàng được bán sẽ được bán cho việc tiêu dùng hoặc sử dụng cuối cùng.

Để có thể biết được nhóm sản phẩm có đáp ứng được các điều kiện đề ra hay không, EUEB sẽ tiến hành thu thập số liệu thị trường, tổ chức các cuộc điều tra, tham khảo ý kiến các bên tham gia. Thông qua nghiên cứu khả thi sẽ đưa ra quyết định cuối cùng. Nếu sản phẩm được lựa chọn thì sẽ phải tiến hành thiết lập tiêu chí cấp nhãn.

Nhóm sản phẩm được lựa chọn: Máy giặt, máy rửa bát, tủ lạnh, đèn ống và máy hút bụi; Vô tuyến, máy tính cá nhân, máy tính xách tay; Giấy lụa, giấy in và đồ họa; Sản phẩm dệt, đệm, các loại dây, dép bằng vải; Chất tẩy, bột giặt, các thiết bị vệ sinh, nước rửa bát bằng tay; Thảm, sơn và vécni; Chất cải thiện đất; Phương tiện truyền thông; Khách sạn và nhà nghỉ.

3. Thiết lập tiêu chí

Thủ tục để thiết lập tiêu chí cho một nhóm sản phẩm mới gồm 5 giai đoạn:

Giai đoạn 1: Khi một loại sản phẩm mới được xác định, Ủy ban sẽ uỷ nhiệm cho EUEB để thiết lập tiêu chí sinh thái cụ thể. Theo mục đích này, AHWG gồm các bên quan tâm có liên quan (các nhà đại lý, ngành công nghiệp và tiêu dùng) và Cơ quan có Thẩm quyền được thành lập trong EUEB. Một trong số các cơ quan được chỉ định là Cơ quan có Thẩm quyền đứng đầu để quản lý toàn bộ quá trình.

Giai đoạn 2: AHWG khởi thảo tiêu chí từ kết quả của những công việc chuẩn bị: Nghiên cứu khả thi và thị trường; Nghiên cứu vòng đời của sản phẩm; Phân tích cải thiện môi trường; Thảo luận tiêu chí phù hợp với tiêu chí khởi thảo trong toàn bộ EUEB.

Xem xét bản chất thị trường, nhận thức về các vấn đề môi trường, những thuận lợi của sản phẩm được dán nhãn, nghiên cứu vòng đời sản phẩm nhằm nâng cao tính khả thi khi thiết lập tiêu chí đối với một loại sản phẩm nhất định.

Những tác động đến môi trường trong toàn bộ vòng đời của sản phẩm sẽ được đánh giá ở những khía cạnh: sử dụng tài nguyên và năng lượng, thải vào không khí, nước, đất, phương thức sản xuất, loại bỏ chất thải, tái sử dụng và tái chế, ô nhiễm, tiếng ồn và ảnh hưởng đến hệ sinh thái.

Giai đoạn 3: Ủy ban được thông báo về tiêu chí khởi thảo và quyết định liệu có nên tiếp tục công việc hay không.

Giai đoạn 4: Tiêu chí khởi thảo cuối cùng sẽ được gửi tới Ủy ban Lập pháp gồm các chuyên gia từ các quốc gia thành viên để thông qua.

Giai đoạn 5: Tiêu chí được thông qua được phê chuẩn tại quyết định của Ủy ban và công bố trong tạp chí chính thức.

Những thủ tục trên đảm bảo các nghiên cứu môi trường được đưa vào xem xét và các bên có liên quan đã tham gia. Quá trình này có thể sẽ mất rất nhiều thời gian. Cuối mỗi giai đoạn, cuộc hội thảo của Nhóm Làm việc đặc biệt sẽ tổng kết tiến trình thảo luận và cung cấp thông tin về quá trình này.

4. Tính công khai - tư vấn

** Tính công khai của Chương trình cấp Nhãn hiệu Sinh thái EU*

Các quyết định của EC về nhóm sản phẩm, tiêu chí, danh sách các sản phẩm được cấp nhãn, tên giấy chứng nhận, tên và địa chỉ của cơ quan chuyên môn được công bố tại trụ sở của EU.

Trong bản tin nội bộ ra hàng quý mà EC đã ban hành, cung cấp và cập nhật tiến trình làm việc của chương trình. Trên 10.000 bản in, bản copy, bản thông cáo đã được đưa đến cho trên 50 nước. Các nhà sản xuất nước ngoài có thể có được thông tin thông qua đại diện thương mại của họ tại Bruxel. Cơ quan có thẩm quyền sẽ thông báo cho người nộp đơn tiềm ẩn những kết quả kiểm tra nào phải được cung cấp và bao nhiêu cuộc kiểm tra sẽ được thực hiện.

Bên cạnh đó, trong tài liệu hướng dẫn do EC đưa ra là phải có sự tham gia đóng góp ý kiến của những nhà sản xuất nước ngoài vào trong quá trình thiết lập tiêu chí. Nhưng thực tế sự tham gia của họ là không có hoặc có rất ít và các nhà sản xuất tại nước ngoài đã có một số phản ứng với Chương trình và việc thiết lập tiêu chí lại dựa chủ yếu vào điều kiện và sự ưu đãi về môi trường trong phạm vi đất nước.

* Tư vấn

Trước khi đưa ra bất cứ một quyết định nào về mọi khía cạnh liên quan đến hoạt động của chương trình: lựa chọn sản phẩm, thiết lập tiêu chí, quyết định về mức phí... Hội đồng Tư vấn sẽ được thành lập với nhiệm vụ lấy ý kiến đóng góp rộng rãi từ các bên có quan tâm và liên quan đến Chương trình. Ví dụ, trong việc thiết lập tiêu chí, Hội đồng Tư vấn trong Nhóm Làm việc đặc biệt thảo luận khoảng 4 hoặc 5 lần. Thông qua các lần tiếp xúc này, các chuyên gia có cùng chuyên môn có cơ hội tham gia thiết lập tiêu chí cho sản phẩm trong lĩnh vực chuyên môn của mình.

Hội đồng Tư vấn sẽ tổ chức cuộc hội thảo với các thành viên của Hội đồng và các nhóm chuyên gia đã được chỉ định ở trên để thảo luận các hỗ trợ thiết lập tiêu chí. Sau khi các nhà tư vấn và các nhóm chuyên gia đưa ra các ý kiến đóng góp, tất cả các ý kiến đó sẽ được các thành viên của Hội đồng tham khảo và chốt lại theo một thủ tục chặt

chẽ. Sau khi thống nhất được tất cả các ý kiến đó, bản báo cáo sẽ được gửi đến Hội đồng và Cơ quan Chuyên môn.

Các thành viên trong Hội đồng Tư vấn đã phản nản rằng, ý kiến đóng góp được đưa ra quá muộn. Thực tế còn một vấn đề nữa là sự đóng góp vào quá trình thiết lập tiêu chí bao gồm các thành viên của Hội đồng Tư vấn và các chuyên gia trong AHWG. Các chuyên gia đóng góp ý kiến trong lĩnh vực chuyên môn của mình, nhưng kết quả cuối cùng lại được dựa trên những thông tin từ thành viên của Hội đồng.

5. Việc đăng ký - giấy chứng nhận

Để được cấp Nhân Sinh thái, người nộp đơn phải tuân theo thủ tục:

Người nộp đơn nghiên cứu Chương trình xem hàng hoá của mình có nằm trong phạm vi cấp Nhân hay không, sau đó liên lạc với Cơ quan có Thẩm quyền quốc gia nơi sản phẩm được sản xuất hoặc được nhập khẩu. Cơ quan này sẽ phân tích nhu cầu của người nộp đơn, cung cấp cho người nộp đơn những hỗ trợ kỹ thuật và phân tích điều kiện tài chính.

Nếu sản phẩm được sản xuất tại nhiều quốc gia thành viên, người nộp đơn có thể chọn một Cơ quan có Thẩm quyền của một quốc gia thành viên. Người nộp đơn phải cung cấp tất cả thông tin cần thiết và các kết quả kiểm tra để chứng minh rằng sản phẩm phù hợp với tiêu chí sinh thái và tiêu chí thực hiện.

Cơ quan có Thẩm quyền quốc gia sẽ đánh giá đơn xin chứng nhận dựa trên tiêu chí sinh thái và các yêu cầu đánh giá và chứng nhận. Các phương tiện sản xuất của người nộp đơn có thể bị kiểm tra về sự phù hợp theo tiêu chí, từ đó cơ quan chuyên môn đi đến quyết định cấp hoặc không cấp nhãn hiệu.

Nếu sản phẩm đạt được các yêu cầu về môi trường cơ bản và tiêu chí Nhãn Sinh thái, Cơ quan có Thẩm quyền quốc gia sẽ cho quyền sử dụng Nhãn Sinh thái EU trên sản phẩm và trong việc quảng cáo sản phẩm sau khi nộp đầy đủ các khoản phí.

Để duy trì sự tuân theo Nhãn EU, Cơ quan có Thẩm quyền có thể điều tra các nhà máy, thực hiện thí nghiệm sản phẩm. Điều này đảm bảo với người tiêu dùng rằng, sản phẩm họ mua tiếp tục phản ánh sự thân thiện với môi trường.

Mức phí phải nộp gồm 2 phần: phí nộp đơn và phí sử dụng hàng năm (phí này không bao gồm phí kiểm tra, chứng minh sự phù hợp)

Cơ quan có Thẩm quyền có quyền lập mức phí trong phạm vi của nước mình, tuy nhiên, mức phí phải đảm bảo thuộc trong phạm vi quy định. Mức phí nộp đơn trong khoảng từ 300 – 1.300 euro, mức phí hàng năm trong khoảng 500 – 5.000 euro, mức phí này chưa bao gồm việc miễn giảm. Mức phí hàng năm là 0.45% tổng doanh nghiệp bán hàng hàng năm (sau khi trừ VAT).

Chương trình có quy định cụ thể đối với từng trường hợp được miễn giảm và mức miễn giảm này chỉ áp dụng đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ và tiểu doanh nghiệp và các doanh nghiệp đến từ các nước đang phát triển. Miễn giảm 25% cho 3 doanh nghiệp nộp đơn xin cấp Nhãn đầu tiên cho nhóm sản phẩm mới. Ngoài ra, những doanh nghiệp đã nhận được giấy chứng nhận EMAS hoặc ISO 14001 cũng có thể nhận được sự miễn giảm trong mức phí hàng năm: Miễn giảm đến 30% cho sản phẩm được cấp một Nhãn Sinh thái khác tuân theo các yêu cầu chung của ISO 14024, 15% cho sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký dưới EMAS hoặc có giấy chứng nhận ISO 14001.

Phí nộp đơn không thể hoàn lại khi việc nộp đơn được thực hiện. Phí này không áp dụng đối với sự gia hạn hoặc khi sản phẩm hiện có được thay đổi hoặc khi các sản phẩm mới được thêm vào đối với hợp đồng hiện có.

6. Khoảng thời gian có hiệu lực của tiêu chí

Mỗi nhóm sản phẩm khác nhau, thời gian có hiệu lực sẽ khác nhau để đảm bảo khả năng giảm những tác động đến môi trường. Theo quyết định của Ủy ban, tiêu chí cho một nhóm sản phẩm thường có hiệu lực trong khoảng thời gian từ 3 -5 năm, sau đó có thể bị thu hồi hoặc sửa đổi. Tiêu chí được xây dựng dựa trên nguyên tắc những sản phẩm được cấp Nhãn chỉ nên chiếm khoảng từ 5 đến 30% thị phần của sản phẩm nếu không có sự công bố về công nghệ mới.

7. Kết quả việc thực hiện Chương trình

* Những ảnh hưởng đối với thị trường

Chương trình Nhân Sinh thái Châu Âu là một chương trình mới được bắt đầu từ năm 1992, nhưng đã có những đà phát triển nhất định. Sự thành công này không phải là do nhiều tiêu chí được thiết lập hoặc nhiều sản phẩm được cấp nhãn, trong thực tế, có rất ít sản phẩm được cấp nhãn. Sự thành công của Chương trình là do nó đã bao phủ một thị trường rộng lớn. Có được Nhân Sinh thái trên sản phẩm đồng nghĩa với việc sản phẩm đó sẽ được bán trên thị trường với trên 375 triệu người tiêu dùng.

Tại cuộc điều tra phỏng vấn trực tiếp về sự hiểu biết của người tiêu dùng trong độ tuổi từ 16 - 74 về Nhân Môi trường được thực hiện vào năm 1995, 95% số người được hỏi đều biết về Nhân Môi trường, 68% trả lời lựa chọn mua sản phẩm thân thiện với môi trường trong số 81% người trả lời sẵn lòng chi trả để mua sản phẩm thân thiện với môi trường.

Đến nay, Chương trình đã chứng nhận cho 134 doanh nghiệp với 117.888 sản phẩm được cấp giấy chứng nhận. Xây dựng tiêu chí công bố đối với 11 nhóm sản phẩm và 12 nhóm sản phẩm khác đang trong giai đoạn xây dựng.

Mặc dù không có số liệu đầy đủ, chính xác về toàn bộ thị trường các sản phẩm được cấp Nhãn EU, nhưng hầu hết doanh nghiệp có sản phẩm được cấp Nhãn đều rất lạc quan xác nhận thị phần của những sản phẩm này

đã tăng lên. Bên cạnh đó, cũng có một số sản phẩm có số liệu minh chứng cho sự tăng lên về thị phần. Ví dụ, thị phần của sản phẩm vải may áo khoác với hàm lượng chất hoà tan thấp hoặc không có chất hoà tan có Nhân Sinh thái tăng từ 14% lên 22% trong năm 1993, ngược lại, thị phần của sản phẩm cùng loại có chứa hàm lượng chất hoà tan giảm từ 86% xuống còn 77% trong cùng thời gian đó; thị phần của sản phẩm giấy có khả năng tái chế tăng 50%; thị phần của loại sản phẩm có độ ô nhiễm thấp tăng từ 1%-20% đối với việc tiêu thụ sản phẩm thương mại và 40% đối với việc tiêu thụ sản phẩm dành cho hộ gia đình.

Tuy nhiên, với thị phần khá lớn của những sản phẩm được cấp Nhãn sẽ làm giảm đi tính ưu việt của sản phẩm có nhãn hiệu, giảm khả năng cạnh tranh cao để được cấp Nhãn, từ đó ảnh hưởng đến hiệu quả thúc đẩy việc cải thiện môi trường của Chương trình.

* Hiệu quả đối với môi trường

Cho đến nay, Chương trình chưa đo lường chính xác được những tác động xấu đến môi trường được làm giảm. Thêm vào đó, rất khó xác định được rằng liệu những cải thiện môi trường được làm giảm là do những sản phẩm thân thiện với môi trường hay do những chính sách, những hành động bảo vệ môi trường khác.

Tuy nhiên, một sản phẩm có Nhân Sinh thái EU rõ ràng có một giá trị quan trọng khi có những tác động xấu đến môi trường được làm giảm và tôn trọng những tiêu chuẩn chặt

chế. Ví dụ, năm 1993, việc phát thải chất clo trong quá trình làm trắng bột giấy giảm từ 175.000 tấn xuống còn 10.000 tấn, quá trình sản xuất giấy giảm 11% việc phát thải SO₂, giảm 21% chất COD, giảm 50% chất AOX. Sản phẩm sơn được dán nhãn giảm 78% việc phát thải khí CO, 58% NO_x, 64% C_xH_x so với sản phẩm sơn cùng loại.

** Ảnh hưởng đến hoạt động thương mại*

Chương trình cũng đã gây nhiều khó khăn cho các nhà sản xuất từ các nước phát triển, đang phát triển, từ các nước phụ thuộc phần lớn vào xuất khẩu, từ các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Họ gặp rất nhiều khó khăn khi phải đáp ứng các tiêu chuẩn được quy định cho toàn bộ vòng đời của sản phẩm và điều này có thể dẫn tới khuynh hướng dân tộc chủ nghĩa để bảo vệ nền sản xuất của địa phương. Chương trình đã vấp phải sự phản đối mạnh mẽ từ các nước nhập khẩu.

Năm 1994, tiêu chí Nhãn Môi trường được ban hành cho sản phẩm giấy vệ sinh và giấy cuộn. Tiêu chí này đề cập đến những vấn đề như: Quản lý bền vững nguồn khai thác mà chủ yếu là gỗ; Thay thế, làm giảm việc sử dụng than, dầu, khí đốt bằng những nguồn nguyên liệu khác có khả năng tái chế, giảm thải khí CO₂, SO₂, AOX và một số chất vô cơ khác, tăng hàm lượng có khả năng tái chế của giấy trong quá trình sản xuất giấy. Chính phủ Mỹ, Canada, Brazil, ngành công nghiệp Argentina, Nhật, Anh đã phản đối tiêu chí này. Họ cho rằng, việc đề cập tới toàn bộ vòng đời của sản phẩm như vậy khiến các nhà nhập khẩu rất khó có thể đáp

ứng hoặc việc đáp ứng không đem lại hiệu quả. Ví dụ, nhà nhập khẩu Canada, Brazil cho rằng, tiêu chí nhấn mạnh đến hàm lượng tái chế của giấy, trong khi đó, những nước này có khả năng đưa ra loại giấy có hàm lượng giấy nguyên chất cao. Bên cạnh đó, các nước này cũng phê phán tính thiếu minh bạch của Chương trình khi các nhà nhập khẩu nước ngoài chỉ được đưa ra ý kiến, không được tham gia thảo luận, trao đổi trực tiếp trong quá trình xây dựng tiêu chí.

Phần lớn việc tiêu dùng sản phẩm dệt và quần áo tại EU được cung cấp bởi nhà nhập khẩu, khoảng 80% giá trị nhập khẩu ga trải giường và áo sơ mi được nhập khẩu vào EU đến từ các quốc gia đang phát triển. Tuy nhiên, tiêu chí xây dựng cho sản phẩm dệt đã gặp sự phản đối từ các nhà sản xuất sản phẩm dệt của Mỹ và các nước đang phát triển do tiêu chí đề cập đến cả quá trình sản xuất; từ lúc giảm sử dụng phân bón hoá chất trong trồng bông, đến việc giảm thiểu chất VOC và một số hoá chất khác còn tồn dư trong vải được sử dụng khi làm ẩm, tẩy, nhuộm, hấp...

Hầu hết sản phẩm được cấp Nhãn EU là của doanh nghiệp sản xuất, nhà đại lý bán buôn, bán lẻ...trong nước. Tuy nhiên, không phải tất cả các sản phẩm đó được sản xuất tại EU, nhiều nhà nhập khẩu đã phải thông qua nhà sản xuất, đại lý bán buôn, bán lẻ...trong nước để sử dụng Nhãn trên sản phẩm nhập khẩu của mình.

Cho đến nay, khi một số hoạt động của Chương trình chưa được cải thiện, tiềm ẩn khả năng cản trở hoạt động thương mại, một

số nước nhập khẩu đã chuẩn bị phương án đáp ứng các tiêu chuẩn đó. Ví dụ, 4/5 nhà nhập khẩu sản phẩm dệt đến từ Brazil đã sẵn sàng để đáp ứng các tiêu chí đề ra từ Chương trình, điều này có thể mở ra một lợi thế cạnh tranh cho các sản phẩm dệt của Brazil so với các sản phẩm dệt nhập khẩu khác.

Mặc dù còn tồn tại nhiều mặt hạn chế cần phải khắc phục, nhưng hiệu quả của Chương trình đưa lại đối với thị trường, môi trường, thương mại đóng góp một ý nghĩa quan trọng trong việc đưa ra một cách nhìn nhận mới, một phương pháp tiếp cận mới về sản xuất và tiêu dùng gắn với bảo vệ môi trường.

II. Những kinh nghiệm rút ra từ Chương trình Nhân Sinh thái của EU

1. Nhà nước có vai trò lớn trong việc xây dựng và thực hiện Chương trình Nhân môi trường

Kinh nghiệm từ việc xây dựng Chương trình Nhân Sinh thái của EU chúng ta có thể thấy nhà nước có vai trò rất quan trọng trên cả hai góc độ trực tiếp và gián tiếp:

Trong trường hợp gián tiếp, Nhà nước đưa ra định hướng, chiến lược, thực hiện công tác đối ngoại như tham gia vào các tổ chức, công ước, hiệp định quốc tế có liên quan đến Nhân Sinh thái và một số công việc khác mà tư nhân không thể đảm nhiệm được.

Trong trường hợp trực tiếp, Nhà nước khởi xướng Chương trình, tiến hành tổ chức và quản lý Chương trình, chỉ đạo các bộ, ngành, các viện nghiên cứu, phối hợp xây

dựng, quản lý và thực hiện Chương trình. Trong điều kiện Việt Nam, khi tiềm lực tài chính còn yếu Nhà nước còn có vai trò là nhà tài trợ, tạo điều kiện về cơ sở vật chất cho Chương trình được hoạt động một cách hiệu quả nhất.

2. Cần xây dựng một cơ cấu tổ chức hoạt động hiệu quả

Chương trình luôn có một bộ phận là nơi tập hợp của rất nhiều chuyên gia, nhà khoa học, đại diện của ngành công nghiệp, hiệp hội thương mại, nhà sản xuất, tổ chức người tiêu dùng, tổ chức môi trường và các bên khác có liên quan. Bộ phận này sẽ thảo luận, đóng góp ý kiến trong quá trình lựa chọn sản phẩm và xây dựng tiêu chí.

Để một Chương trình Nhân Sinh thái hoạt động tốt, bất cứ quốc gia nào cũng cần có một cơ cấu tổ chức khoa học, vận hành trôi chảy và có hiệu quả. Chương trình Nhân Sinh thái là một vấn đề mới đối với Việt Nam, do vậy để khởi xướng một Chương trình cần có một tổ chức chuyên trách về vấn đề này. Theo ý kiến của tác giả, Chính phủ nên giao cho Bộ Tài nguyên và Môi trường chủ trì phối hợp cùng các bộ khác.

3. Lựa chọn sản phẩm là giai đoạn quyết định sự thành công hay thất bại của Chương trình

Lựa chọn sản phẩm/nhóm sản phẩm phù hợp là bước đầu tiên và hết sức quan trọng, có tính chất quyết định sự thành công hay thất bại của mỗi Chương trình cấp Nhân Môi trường.

Trong thực tế, việc đề xuất lựa chọn sản phẩm/nhóm sản phẩm có thể do các nhà quản lý Chương trình khởi xướng hay do đề xuất từ phía các nhà sản xuất hoặc kết hợp cả hai. Đối với Việt Nam hiện nay, do hiểu biết của các nhà sản xuất trong nước về các vấn đề môi trường nói chung, nhãn môi trường nói riêng còn hạn chế nên trong bước đầu thực hiện, việc đề xuất sản phẩm/nhóm sản phẩm nên do các nhà quản lý Chương trình phối hợp với các chuyên gia thuộc các trường đại học, viện nghiên cứu và các tổ chức chuyên môn liên quan khác thực hiện. Trước hết nên chú ý tới:

+ Các nhóm sản phẩm được sử dụng rộng rãi và phổ biến ở thị trường Việt Nam;

+ Các nhóm sản phẩm có các tiêu chí môi trường liên quan đã được thiết lập bởi các chương trình nhãn môi trường khác;

+ Các nhóm sản phẩm không đe dọa đến sức khoẻ và sự an toàn của con người;

+ Các nhóm sản phẩm có tiềm năng cải thiện chất lượng môi trường.

4. Tổ chức cấp Nhãn Môi trường nhanh chóng, xây dựng tiêu chí phù hợp

+ Việc tổ chức cấp Nhãn phải nhanh chóng, muốn vậy cần có một cơ cấu tổ chức gọn nhẹ, thủ tục hành chính thông thoáng và chỉ nên thông qua một cửa.

+ Các tiêu chí đánh giá về mức độ thân thiện đối với môi trường của sản phẩm, dịch vụ có những điểm chung và thống nhất ở tất cả các nước trên thế giới nhưng cần được

thiết lập và điều chỉnh phù hợp với điều kiện thực tế của Việt Nam.

+ Yếu tố quyết định chất lượng của các tiêu chí là cơ sở khoa học của việc xác lập các tiêu chí đó.

+ Đảm bảo tính minh bạch, rõ ràng và dễ áp dụng của các tiêu chí.

5. Phải có quá trình công khai và tư vấn thích hợp

Yêu cầu về tính công khai và tư vấn thích hợp nếu được thực hiện tốt sẽ góp phần quan trọng cho các hoạt động của Chương trình, đáp ứng tốt hơn những đòi hỏi của thực tế. Để ra quyết định cuối cùng về lựa chọn sản phẩm, Chương trình cần dựa vào ý kiến của Ban Tư vấn, tổ chức đối thoại với các chuyên gia, cán bộ quản lý cũng như các cơ quan chức năng liên quan, trước hết là Bộ Tài nguyên và Môi trường, Bộ Thương mại, Bộ Công nghiệp, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Tổng cục Tiêu chuẩn - Đo lường - Chất lượng, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, Hội Bảo vệ Thiên nhiên và Môi trường Việt Nam...

6. Tiến hành tổ chức đăng ký và cấp giấy chứng nhận

Đây là bước mang tính chất hành chính, nhưng nó có ý nghĩa rất quan trọng, góp phần làm cho Chương trình thực hiện một cách nhanh chóng, có hiệu quả. Do vậy, ở Việt Nam nên quy định cụ thể sau bao ngày khi đã nhận đơn của doanh nghiệp xin áp Nhãn (nếu không phải là nhãn tự công bố) thì sẽ

đăng ký và cấp Nhân, tránh tình trạng xin cho, điều này sẽ rất dễ dẫn tới tiêu cực.

7. Định ra mức phí hợp lý

Phí áp Nhân sẽ góp một phần bù đắp vào chi phí quản lý của Chương trình, nhưng trong điều kiện của Việt Nam cần định ra một mức phí phù hợp, nếu không sẽ làm cho chi phí của sản phẩm tăng lên mà người cuối cùng gánh chịu sẽ là người tiêu dùng. Khi giá tăng sẽ làm cho sức cạnh tranh của sản phẩm xuất khẩu giảm, ảnh hưởng tới hoạt động kinh doanh của từng doanh nghiệp. Điều này sẽ không khuyến khích các doanh nghiệp dán Nhân Môi trường.

8. Quyết định khoảng thời gian có hiệu lực của tiêu chí

Các tiêu chí cần được xem xét thường xuyên trên cơ sở những thay đổi của công nghệ, thị trường, yêu cầu ưu tiên về môi trường, sự xuất hiện của các sản phẩm mới cũng như thay đổi nhận thức về môi trường và sản phẩm của các nhà sản xuất và người tiêu dùng... Từ việc xem xét đó, trong những khoảng thời gian nhất định (3 đến 5 năm theo kinh nghiệm của nhiều nước), Chương trình Nhân Môi trường sẽ có những quyết định phù hợp về việc có nên huỷ bỏ các tiêu chí đã được xây dựng hay nên sửa đổi, bổ sung, nâng cao... hoặc tiếp tục thực hiện tiêu chí.

Qua phân tích về nội dung Chương trình Nhân Sinh thái của EU và những ảnh hưởng của nó tới thương mại, chúng ta cần nhanh chóng hình thành một tổ chức chuyên nghiên

cứu và xây dựng Chương trình Nhân Sinh thái và đồng thời có một chương trình hành động nhằm nâng cao ý thức của tất cả các loại hình doanh nghiệp về bảo vệ môi trường, mà trong đó Nhân Sinh thái là một phương tiện quan trọng nhằm bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng trong và ngoài nước và nâng cao sức cạnh tranh xuất khẩu của hàng hoá Việt Nam sang chính EU và các nước khác.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường, *Kế hoạch hành động quốc gia về Sản xuất sạch hơn* (Ban hành kèm theo công văn số 1146/BKHCMNT-MTg ngày 6 tháng 5 năm 2002).
2. *Chiến lược bảo vệ môi trường quốc gia đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020*, Quyết định phê duyệt số 256/2003/QĐ-TTg, ngày 2 tháng 12 năm 2003 của Thủ tướng Chính phủ.
3. Chỉ thị số 36-CT/TW, ngày 25 tháng 6 năm 1998 của Ban Chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam về *Tăng cường công tác bảo vệ môi trường trong thời kỳ công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước*.
4. *Các quy định pháp luật về môi trường*. Tập I, II, III, IV, Nxb Chính trị Quốc gia và Nxb Thế giới, từ năm 1997 đến 2001.
5. Website Chương trình Môi trường Liên hiệp quốc <http://www.unep.org/>
6. Website Mạng lưới Nhân sinh thái toàn cầu <http://www.gen.gr.jp>
7. Website Chương trình Nhân Sinh thái Châu Âu <http://eropa.eu.int>.