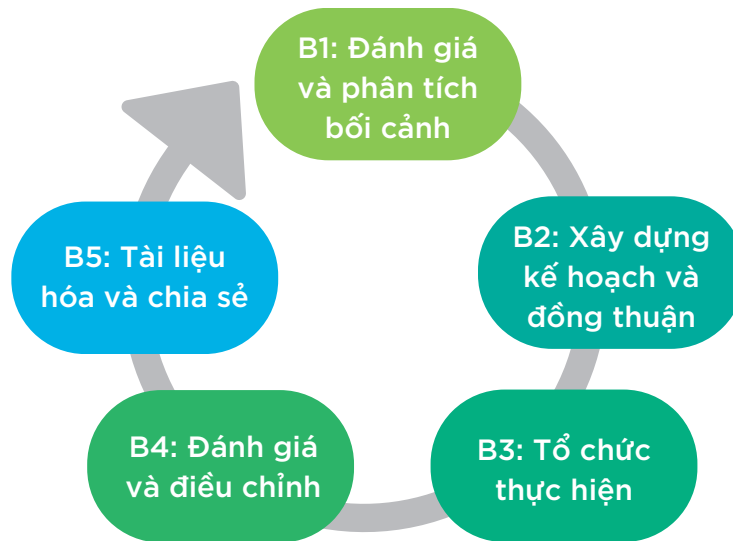


Mô hình chợ truyền thống giảm thiểu rác thải nhựa (TP. Đà Nẵng)

Tài liệu chuyên đề thuộc bộ tài liệu Dự án LSPP — Giảm ô nhiễm rác thải nhựa với các giải pháp địa phương.

2.2.1. Quy trình xây dựng và thực hiện mô hình chợ truyền thống giảm thiểu rác thải nhựa (TP. Đà Nẵng)



Hình . Quy trình xây dựng và thực hiện mô hình

2.2.1.1. Bước 1. Đánh giá, phân tích và xác định điểm can thiệp

a. Đánh giá đầu vào xây dựng mô hình

(i) Phương pháp nghiên cứu dữ liệu thứ cấp

Dữ liệu thứ cấp có vai trò quan trọng trong việc phân tích các vấn đề liên quan đến dự án. Nhóm tư vấn đã tiến hành thu thập, hệ thống hoá và phân tích các tài liệu liên quan sau:

- Thu thập tài liệu về khung lý thuyết qua các bài báo khoa học, các nghiên cứu được công bố trên các nguồn tin cậy như google scholar, pubmed...
- Thu thập các thông tin về RTN qua các văn bản, bài báo và tất cả các tài liệu của dự án như: thông tin, báo cáo, các dự án đã thực hiện và các văn bản khác;
- Thu thập các nhóm chính sách từ cấp trung ương và thành phố được nhóm nghiên cứu thu thập trực tiếp thông qua tìm kiếm các từ khóa RTN, phân loại rác tại nguồn (PLRTN), các sản phẩm nhựa dùng 1 lần (N1L);

(ii) Điều tra xã hội học

Đánh giá nhận thức và hành vi của tiểu thương và người tiêu dùng tại Chợ đối với việc thực hành giảm rác thải nhựa được triển khai nhằm cung cấp cơ sở dữ liệu ban đầu nhằm hỗ trợ Ban quản lý rà soát, sửa đổi, bổ sung, xây dựng chính sách về “Giảm thiểu RTN” và công tác quản lý RTN. Cụ thể:

- Đánh giá nhận thức của tiểu thương và người tiêu dùng về các sản phẩm làm từ nhựa và tác hại của chúng;

- Đánh giá hành vi và mức độ chấp nhận thay đổi hành vi sử dụng các sản phẩm từ nhựa của người dân;
- Đề xuất các giải pháp giúp người dân thay đổi thói quen sử dụng các sản phẩm từ nhựa.

Nghiên cứu trong phạm vi gồm về không gian: triển khai thực hiện tại 6 chợ: chợ Cẩm Lệ, chợ Hoà Cẩm, chợ Hoà Thuận Đông, chợ Hoà An; chợ Hoà Phát; Chợ Hoà Xuân. Nội dung nghiên cứu gồm nhận thức và hành vi của tiểu thương và người tiêu dùng về thực hiện hành vi giảm sử dụng RTN. Đối tượng nghiên cứu là các tiểu thương của các ngành hàng thịt cá, ngành hàng rau-hoa quả, ngành hàng đồ khô (gia vị, bánh tráng, phở khô) và ngành hàng khác (giày dép, áo quần, ăn uống...) và người tiêu dùng.

Bảng câu hỏi khảo sát được xây dựng dựa trên khung lý thuyết MOA nhằm đánh giá hành vi 2 nhóm đối tượng trong hoạt động giảm phát thải RTN, cụ thể (i) tiểu thương và (ii) người tiêu dùng. Nội dung bảng hỏi gồm có 4 thành phần chính, cụ thể:

- Thông tin chung
- Động lực của nhóm đối tượng trong việc thực hiện hành vi giảm phát thải RTN tại chợ
- Cơ hội của nhóm đối tượng trong việc thực hiện hành vi giảm phát thải RTN tại chợ
- Khả năng của nhóm đối tượng trong việc thực hiện hành vi giảm phát thải RTN tại chợ

b. Đánh giá tổng quan hoạt động của tiểu thương tại chợ

Kết quả đánh giá tổng quan sẽ cho thấy đặc điểm các ngành hàng và đưa ra các đề xuất phù hợp trong mô hình. Qua khảo sát sơ bộ, các ngành hàng có những đặc tính khác nhau nên thành phần và lượng rác thải nói chung và rác thải nhựa nói riêng cũng khác nhau.

Bảng. Trường hợp Phân tích các ngành hàng và phát sinh rác thải nhựa tại Chợ Cẩm Lệ

STT	Ngành hàng	Nguy cơ phát sinh rác thải nhựa
1	Nhóm ngành hàng ướt	
1.1.	Ngành hàng thịt (các loại)	- Túi nilon trắng, màu và đen đựng thịt, xương... nhập từ lò giết mổ hoặc cửa hàng bán sỉ (túi nilon dày và kích thước lớn, vứt bỏ vì rất bẩn, lượng phát sinh ít nhất 3kg túi nilon mỗi ngày)- Mỗi loại mặt hàng khách mua sẽ yêu cầu cung cấp ít nhất 1 túi nilon, nếu khách mua nhiều sẽ có 1 túi nilon lớn bỏ chung. Tùy vào quy mô kinh doanh, trung bình mỗi tiểu thương ngành hàng thịt tiêu thụ từ 2 – 4 kg túi nilon. Nilon bán các loại thịt chủ yếu là nilon màu trắng.
1.2	Ngành hàng cá tôm, hải sản	- Cá và hải sản được tiểu thương vận chuyển đến chợ bằng các chậu nhựa hoặc khay lớn xếp chồng lên. Một số mặt hàng chín sẽ được lót lớp nilon trong và dày (lượng phát sinh tối thiểu 1kg/ngày)- Khách hàng thường yêu cầu cung cấp ít nhất 2 túi nilon cho mỗi loại sản phẩm họ mua, trung bình mỗi hộ tiêu thụ từ 3 – 4.5kg/ngày
2	Nhóm ngành hàng rau củ quả	
2.1	Ngành hàng trái cây	- Nilon bọc thùng nhựa và xếp khi nhập hàng về (nhưng lượng không đáng kể), chủ yếu thùng xốp - Khách hàng chỉ lấy 1 túi nilon (trung bình mỗi ngày chỉ tiêu thụ khoảng 1 – 1.5kg/ngày trừ ngày rằm và mừng một)

STT	Ngành hàng	Nguy cơ phát sinh rác thải nhựa
2.2.	Ngành hàng lagim (rau củ)	- Nhập hàng tương tự như ngành hàng trái cây nhưng có túi nilon lớn đựng nông sản - Các sản phẩm nấm, rau củ từ công ty đã đóng gói sẵn (màng bọc thực phẩm và hộp xốp), tuy nhiên lượng này rất ít, chiếm khoảng 1/6 lượng hàng bán - Các loại rau, củ thường được yêu cầu cho bao bì riêng (ước tính trung bình từ 3 - 5 kg/ngày)
3	Nhóm ngành hàng khô	
3.1	Ngành hàng vải	- Vải nhập theo thùng (có phát sinh túi nilon lớn nhưng lượng không đáng kể) - Vẫn phát túi nilon cho khách hàng (đối với nhóm mua làm quà tặng thì còn yêu cầu túi nilon dày và đẹp, giá thành nhập vào mỗi túi từ 600 đến 1000 đồng)
3.2	Ngành hàng áo quần và giày dép	- Hàng hóa nhập về theo thùng nhưng mỗi sản phẩm đều có túi nilon đóng gói, trung bình mỗi ngày phát sinh khoảng 1 - 3 kg nilon và nhựa một lần (đóng gói sản phẩm) - Khách hàng đều yêu cầu phát túi nilon khi mua sản phẩm
3.3	Ngành hàng gia dụng (đồ nhựa)	- Túi nilon nhiều loại và kích thước khác nhau để đóng gói sản phẩm - Khách hàng yêu cầu túi nilon khi mua sắm (kích thước túi rất đa dạng tùy theo sản phẩm)

c. Làm việc với các bên liên quan xác định các ưu tiên và lựa chọn điểm can thiệp, mục tiêu và đối tượng thực hiện

Từ kết quả đánh giá xã hội học và phân tích thông tin thứ cấp, nhóm dự án làm việc với các bên liên quan chủ chốt nhằm thảo luận và xác nhận các vấn đề cần giải quyết, đồng thời làm rõ các nhu cầu, vai trò của các bên liên quan. Thông qua các cuộc họp và trao đổi mục tiêu của mô hình được xác định và thống nhất ở các bên. Trong các cuộc họp, một số công cụ như SWOT, và phân tích các bên liên quan.

2.2.1.2. Bước 2. Xây dựng kế hoạch hành động chung, xây dựng cơ chế và vai trò của các bên

a. Xác định vai trò của từng bên

Các bên liên quan được huy động tham gia các cuộc họp thảo luận nhằm xây dựng kế hoạch hành động chung của mô hình. Thông qua các thảo luận, vai trò của các bên được xác định.

b. Kế hoạch thực hiện

Kế hoạch thực hiện mô hình được xây dựng dựa trên sự thống nhất của các bên liên quan. Mục tiêu của mô hình có thể phụ thuộc vào đặc điểm từng chợ. Mục tiêu ban đầu của mô hình sẽ đóng góp cho mục tiêu chung của kế hoạch hành động chung (JAP) như:

- Nâng cao nhận thức và trách nhiệm của cộng đồng, hỗ trợ người dân thay đổi thói quen sử dụng túi nilon, sản phẩm nhựa một lần, đồng thời thúc đẩy mạnh công tác thu gom, tái chế các sản phẩm nhựa, giảm thiểu ảnh hưởng đến môi trường.
- Thu hút sự tham gia, nâng cao nhận thức cộng đồng về phân loại rác thải và giảm thiểu rác thải nhựa.

Đối với mô hình Chợ truyền thống giảm thiểu rác thải nhựa các mục tiêu chính để ra bao gồm:

- Tỷ lệ các tiểu thương tại 6 chợ chính trên địa bàn quận được tiếp cận với các thông tin về tác hại và giảm thiểu rác thải nhựa.
- Tỷ lệ các tiểu thương tại chợ được truyền thông về tác hại của rác thải nhựa thông qua truyền thông trực quan và thực hiện phân loại rác thải nguồn.

Kế hoạch khung của mô hình như sau:

TT	Danh mục công việc	Cơ quan tham mưu/ thực hiện	Cơ quan phối hợp thực hiện	Thời gian
1	Hoạt động 1: Đánh giá xã hội học về nhận thức và hành vi của tiểu thương và người đi chợ, nhằm xác định các ngành hàng, các tiểu thương và người đi chợ cam kết thực hiện giảm rác thải nhựa	Phòng TN&MT	- Phòng Kinh tế- Ban quản lý các Chợ	1 tháng
2	Hoạt động 2: Tổ chức các chương trình truyền thông, khuyến khích thực hành hạn chế sử dụng rác thải nhựa, thông qua hoạt động kí cam kết giảm rác thải nhựa giữa các tiểu thương và các đơn vị liên quan	Phòng TN&MT	- Phòng Kinh tế- Trung tâm VHTT&TT, UBND các phường- Ban quản lý các Chợ	6 tháng
3	Hoạt động 3: Xây dựng và triển khai thí điểm thực hành “Đi chợ xanh – Đi chợ không túi ni-lông” và 01 thực hành “Gian hàng xanh không túi ni-lông”	Phòng TN&MT	- Phòng Kinh tế- Hội LHPN quận- Ban quản lý các Chợ	6 tháng
4	Hoạt động 4: Tài liệu hoá, Tổ chức hội thảo sơ kết, tham quan mô hình và xây dựng kế hoạch duy trì và nhân rộng mô hình	Phòng TN&MT	- Phòng Kinh tế- Ban quản lý các Chợ	2 tháng

2.2.1.3. Bước 3. Hỗ trợ tổ chức thực hiện

a. Tăng cường năng lực cho ban quản lý (BQL) Chợ và nhận thức cho các hộ tiểu thương

Tập huấn nâng cao năng lực cho cán bộ BQL và các tiểu thương được thực hiện các chợ nhằm:

- Năng lực về quản lý rác thải rắn
- Năng lực tổ chức các chương trình truyền thông, khuyến khích thực hành hạn chế sử dụng rác thải nhựa, thông qua hoạt động kí cam kết giảm rác thải nhựa giữa các tiểu thương và các đơn vị liên quan
- Năng lực xây dựng và triển khai thí điểm thực hành “Đi chợ xanh - Đi chợ không túi ni-lông” và thực hành “ Gian hàng xanh không túi ni-lông”.

Trong đó, năng lực BQL chợ không chỉ liên quan đến các kiến thức về quản lý chất thải rắn mà bao gồm năng lực quản lý tổ chức hoạt động bao gồm quản lý về tài chính, kế hoạch và tăng cường khả năng điều phối. Năng lực về tổ chức được nâng cao sẽ giúp BQL chợ có thể duy trì các hoạt động sau khi dự án kết thúc.

b. Thúc đẩy sự tham gia của tiểu thương và doanh nghiệp

Các tiểu thương được huy động tham gia trong các hoạt động của thực hành Chợ truyền thống giảm thiểu rác thải nhựa. Các hộ được thông tin về hoạt động mô hình, đồng thời BQL chợ cần huy động các doanh nghiệp liên quan đến các sản phẩm thay thế tham gia.

c. Truyền thông

Các hoạt động truyền thông cần thực hiện thường xuyên và xuyên suốt trong hoạt động của mô hình. Điều này cũng cần thể hiện rõ trong kế hoạch hành động mô hình đã được xây dựng và thống nhất bởi các bên liên quan tại bước 2 trong quy trình này.

Các hoạt động truyền thông tập trung vào các yếu tố sau:

- Tổ chức các sự kiện truyền thông về giảm thiểu rác thải nhựa tại Chợ, ví dụ ngày chủ nhật xanh nhằm phát động và duy trì thực hiện chiến dịch “Không sử dụng túi nilon” vào ngày chủ nhật tại Chợ
- Tuyên truyền cho các hộ kinh doanh, người tiêu dùng, khách du lịch về mô hình Chợ giảm thiểu rác thải nhựa
- Xây dựng các tài liệu truyền thông phù hợp với đối tượng tại Chợ truyền thống.

d. Xây dựng kế hoạch và thực hành cụ thể của mô hình

(i) Xây dựng thực hành “Gian hàng xanh không túi nilon”

Cách tiếp cận của mô hình này đó là xác định cán bộ của BQL chợ và tiểu thương là nhóm đối tượng cần thay đổi trước tiên và trọng tâm. Việc xây dựng chợ thành chợ xanh cần thời gian và thay đổi từng bước, từ thay đổi nhận thức thông qua hoạt động truyền thông và can thiệp các sáng kiến giảm thiểu tiêu thụ nhựa, đặc biệt là túi nilon để củng cố thái độ của tiểu thương, khách hàng và dần dần hình thành thói quen, quy tắc ứng xử với môi trường (thông qua hoạt động giảm tiêu thụ nhựa một lần tại chợ). Ví dụ, định hướng quá trình chuyển đổi xanh tại Chợ Cẩm Lệ được trình bày như trong Hình 1.



Hình. Quá trình “xanh hóa” chợ Cẩm Lệ

Thực hành thí điểm “Gian hàng xanh không túi nilon” được thực hiện với hoạt động chính:

- Tiểu thương ngành hàng khô sử dụng giấy thay thế túi nilon: trong giai đoạn đầu, bên cạnh việc sử dụng túi giấy, các tiểu thương nhóm hàng khô được khuyến khích tự làm túi giấy từ các giấy cũ (lịch, sách, báo) trong thời gian nhàn rỗi để giảm phát thải túi nilon ra môi trường
- Tiểu thương ngành hàng trái cây, rau củ, sử dụng túi giấy, lá chuối và túi dễ phân hủy sinh học thay thế túi nilon: tiểu thương sẽ chia sẻ với khách hàng để thuyết phục họ giảm số lượng túi giấy và túi phân hủy sinh học cho mỗi lần mua hàng.
- Tiểu thương ngành hàng ướt sử dụng túi dễ phân hủy sinh học và phát tối thiểu số lượng túi nilon trong một lần buôn bán: tiểu thương sẽ chia sẻ với khách hàng để thuyết phục họ giảm số lượng túi giấy và túi phân hủy sinh học cho mỗi lần mua hàng, khuyến khích dùng hộp nhựa đựng nếu có thể.

Ví dụ, tại Chợ Cẩm Lệ, hiện nay, 10 tiểu thương cam kết tham gia thực hành gian hàng xanh không túi nilon. Kết quả khảo sát cho thấy 8kg túi nilon phân hủy sinh được được cấp phát theo ngày cho tiểu thương tham gia thuộc các ngành hàng: khô, ướt, và rau củ. Trong đó, ngành hàng rau củ quả có tỉ lệ cấp phát cao nhất, với 1,5kg túi nilon phân hủy sinh học trong ngày. Tiếp theo là ngành hàng ướt, với tỉ lệ tiêu thụ trung bình 0,6 kg túi sinh học trong ngày.

Để tạo điều kiện thuận lợi cho tiểu thương và người tiêu dùng, BQL chợ đã bố trí riêng một khu vực gian hàng xanh riêng ngay cổng chợ vừa để cung cấp các sản phẩm thay thế cho tiểu thương, vừa để khách hàng quan tâm có thể tiếp cận.

(ii) Xây dựng thực hành “Đi chợ Xanh – Đi chợ không túi nilon”

Căn cứ vào hoạt động khảo sát về nhu cầu phát thải nhựa của người tiêu dùng, hoạt động khuyến khích mang giỏ đi chợ gặp khó khăn vì khách hàng di chuyển trực tiếp từ địa điểm làm việc đến chợ để mua sắm. Chính vì vậy, dự án đã đề xuất thực hành “Đi chợ xanh - Đi chợ không túi nilon” cho người tiêu dùng, bao gồm các hoạt động:

- Khuyến khích các tiểu thương ngành hàng nhựa cung cấp các loại hộp nhựa đi chợ để đựng thực phẩm ướt (thịt cá, hải sản) thay vì sử dụng túi nilon
- Hỗ trợ tiểu thương mua và sử dụng túi nhựa đi chợ để giảm túi nilon
- Mở một quầy hàng cho thuê giỏ đi chợ trong vòng hai tháng và sau sau thời gian này, người tiêu dùng sẽ dần quan tâm và chuyển đổi từ thói quen sử dụng túi nilon sang các sản phẩm thay thế, nhất là mang theo giỏ đi chợ để giảm phát thải rác thải nhựa khi mua sắm.



Hình . Một số lựa chọn cho khách hàng đi chợ giảm túi nilon

e. Hình thành các tổ /nhóm thí điểm và tăng cường năng lực cho các thành viên

Để triển khai các hoạt động của mô hình, các tổ nhóm thí điểm là nòng cốt của mô hình. Nhóm thí điểm bao gồm các hộ tiểu thương có tinh thần tham gia giảm thiểu rác thải nhựa. Là các hộ đã đăng ký với BQL chợ. Đối với thí điểm thực hành “Đi chợ xanh – Đi chợ không túi ni-lông” tại Cẩm Lệ, đã có 60 hộ gia đình thuộc khu vực dân cư sinh sống gần chợ đã ký cam kết với BQL Chợ. Với thực hành “gian hàng xanh không túi ni-lông” đã có 10 hộ tiểu thương tại chợ Cẩm Lệ đăng ký cam kết.

Các hộ thí điểm được hỗ trợ tập huấn, nâng cao năng lực về quản lý chất thải rắn tại chợ và thực hành giảm thiểu rác thải. Đồng thời được ưu tiên hỗ trợ các sản phẩm thay thế ở giai đoạn đầu nhằm thúc đẩy sự đồng hành và truyền thông đến các hộ kinh doanh xung quanh.

f. Tổ chức thực hiện các hoạt động theo kế hoạch đã thống nhất

Ban quản lý chợ đóng vai trò là cơ quan điều phối, tổ chức hoạt động. Để đảm bảo hiệu quả về công tác tổ chức thực hiện và phân rõ vai trò, BQL chợ ban hành kế hoạch thực hiện. Trong quá trình thực hiện, có thể triển khai các cuộc họp nhằm cập nhật thông tin triển khai và điều chỉnh các hoạt động theo hướng phù hợp. Ban Quản lý Chợ phối hợp chặt chẽ với Phòng TNMT, các UBND phường và bên liên quan trong mô hình để tổ chức triển khai hiệu quả các hoạt động theo kế hoạch.

g. Duy trì các hoạt động và tính bền vững mô hình

Các hoạt động mô hình cần liên tục duy trì thực hiện, trở thành hoạt động thường xuyên tại Chợ. Điều này góp phần tăng cường tính bền vững của mô hình

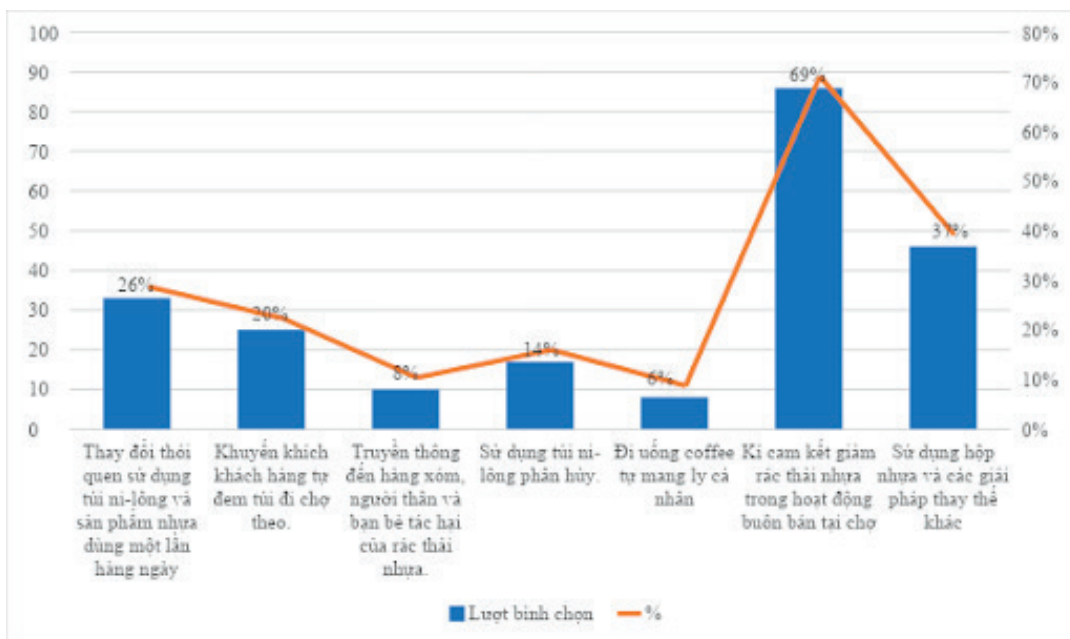
2.2.1.4. Bước 4. Đánh giá và học hỏi

a. Đánh giá sự thay đổi nhận thức và hành vi của tiểu thương sau khi thực hiện mô hình

(i) Đánh giá sự thay đổi nhận thức của tiểu thương các ngành hàng

Hoạt động khảo sát được thực hiện với sự tham gia của các tiểu thương kinh doanh tại chợ nhằm đánh giá sự thay đổi nhận thức của tiểu thương và ban quản lý về ô nhiễm nhựa tại chợ.

Sự đánh giá thay đổi nhận thức có thể được tiến hành sau các khóa tập huấn. Ví dụ tại Chợ Cẩm Lệ, hoạt động tập huấn về “Tuyên truyền, nâng cao triển khai mô hình PLRTN và giảm sử dụng nhựa” được triển khai với sự tham gia của 120 hộ tiểu thương, và 20 cán bộ thuộc ban quản lý chợ và cơ quan chính quyền địa phương. Đánh giá về sự thay đổi nhận thức của người tham gia sau khi tham gia tập huấn được ghi nhận sau: (i) 26% tiểu thương đã thay đổi thói quen sử dụng túi ni-lông và sản phẩm nhựa dùng một lần hàng ngày; (ii) 14% tiểu thương đã sử dụng túi ni lông phân hủy sinh học trong kinh doanh và (iii) 69% tiểu thương ký và thực hiện cam kết giảm RTN trong hoạt động kinh doanh tại chợ.

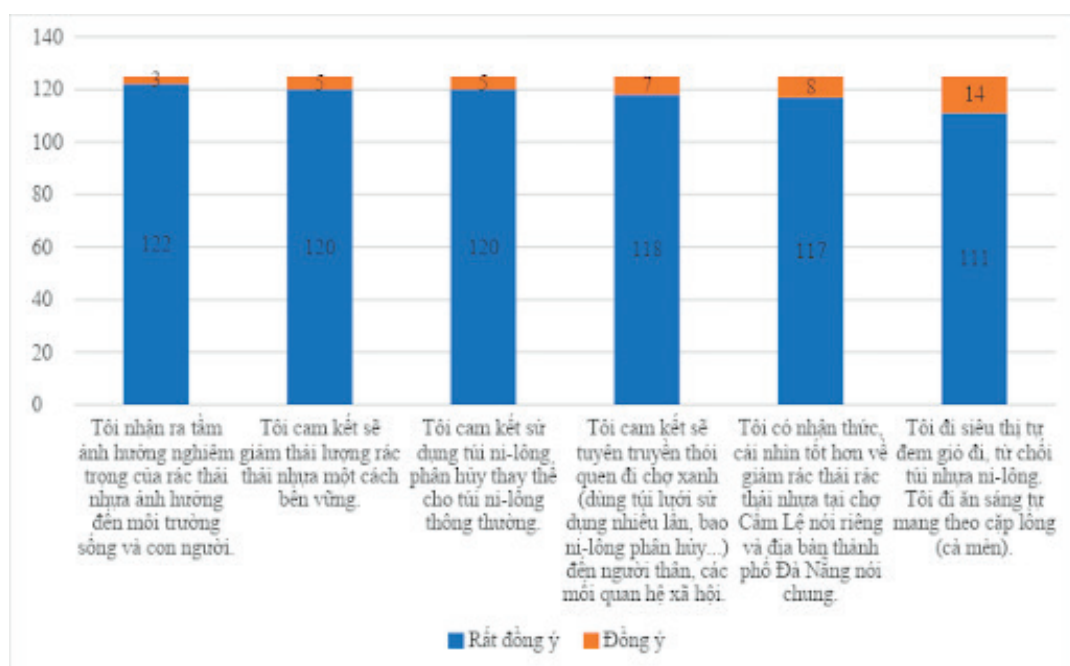


Biểu đồ. Ví dụ về sự thay đổi nhận thức của tiểu thương sau khi mô hình được triển khai

(ii) Đánh giá sự thay đổi hành vi về giảm nhựa của tiểu thương các ngành hàng Căn cứ kết quả đánh giá về sự thay đổi nhận thức, hoạt động khảo sát sự thay đổi hành vi được thực hiện. Cách thức đánh giá tương tự đánh giá sự thay đổi nhận thức. Bảng hỏi sẽ được thiết kế phù hợp với các can thiệp đã được mô tả phần kế hoạch thực hiện mô hình. Các nội dung đánh giá bao gồm:

- Cam kết giảm thải
- Thay đổi về hành vi sử dụng túi nilon
- Thay đổi về hành vi tuyên truyền cho người đến mua hàng
- Tự thực hiện hành vi giảm nhựa

Ví dụ tại mô hình chợ Cẩm Lệ, khảo sát đã được thực hiện và ghi nhận kết quả nổi bật: (i) 80% tiểu thương hoàn toàn đồng ý việc thực hiện cam kết sẽ giảm thải lượng RTN một cách bền vững, cụ thể sử dụng túi ni lông phân hủy sinh học trong kinh doanh với số lượng phát thải tối thiểu hay sử dụng túi giấy cho ngành hàng khô thay thế túi ni lông; (ii) 75% tiểu thương đồng ý thực hiện tuyên truyền hình thức đi chợ xanh không rác thải nhựa và (iii) hơn 50% tiểu thương cam kết thay đổi thói quen sinh hoạt hằng ngày, cụ thể tự trang bị túi xách khi đi siêu thị và hộp đựng thức ăn khi mua thực phẩm.



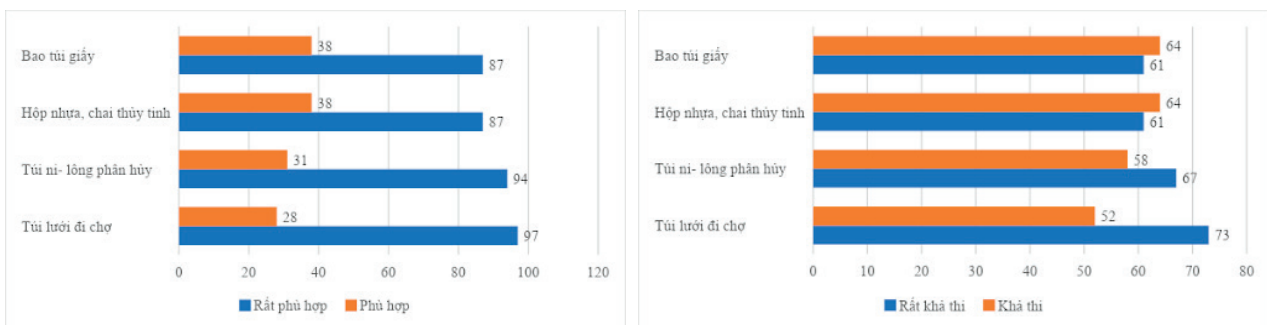
Biểu đồ. Sự thay đổi hành vi của tiểu thương trong thực tiễn sau khi tham gia tập huấn

b. Đánh giá tính khả thi của O2 thực hành thí điểm

Nhằm đánh giá tính khả thi với thực tiễn của O2 thực hành thí điểm, hoạt động khảo sát được triển khai với mục tiêu đánh giá tính phù hợp và tính khả thi của các sản phẩm thay thế (như bao túi giấy, hộp nhựa nhiều lần, chai thủy tinh...).

Bên cạnh đó, việc đánh giá tính phù hợp về cách làm cũng cần được thực hiện nhằm hiểu về sự vận hành của mô hình và sự tham gia của các tiểu thương và người dân. Kết quả đánh giá sẽ góp phần điều chỉnh cách làm trong mô hình, lựa chọn sản phẩm thay thế phù hợp.

Tại Cẩm Lệ, kết quả đánh giá ghi nhận như sau:



Biểu đồ. Tính phù hợp và khả thi của các sản phẩm thay thế trong các mô hình thí điểm

- Đối với thực hành thí điểm “Gian hàng xanh không túi ni lông”, 100% tiểu thương tham gia đồng ý rằng mô hình có thể thực hiện thành công trong thực tế. 77% tiểu thương cho rằng việc sử dụng túi ni lông phân hủy sinh học phù hợp với xu hướng tiêu dùng sạch, an toàn và tiện lợi của người tiêu dùng so với các giải pháp thay thế khác. Đáng chú ý, riêng đối với ngành hàng khô, 70% tiểu thương đồng ý rằng việc sử dụng bao túi giấy và hộp nhựa, chai thủy tinh phù hợp khi áp dụng vào thực tiễn.

- Đối với thực hành thí điểm “Đi chợ xanh – Đi chợ không túi ni lông”, cụ thể cho thuê túi lưới đi chợ, 77% tiểu thương cho rằng mô hình này rất phù hợp với thực tiễn mua sắm của khách hàng hiện nay. Lý do cho sự đồng ý này là hầu hết người tiêu dùng sẽ di chuyển từ nơi làm việc đến chợ để mua sắm nên không trang bị sẵn giỏ đi chợ. Hình thức đặt cọc – hoàn trả này tạo cho người tiêu dùng thói quen sử dụng túi/ giỏ đi chợ khi mua sắm, tăng cường mức độ lan tỏa hoạt động truyền thông giảm phát thải rác thải nhựa tại chợ.

c. Học hỏi và điều chỉnh

Phân tích khó khăn và thuận lợi khi thực hiện mô hình

Hoạt động phỏng vấn nhóm được thực hiện nhằm nhận diện khó khăn và thuận lợi của tiểu thương khi thực hiện mô hình thí điểm giảm nhựa tại chợ, kết quả ghi nhận tại bảng 1. Kết quả khảo sát cho thấy tính ứng dụng của túi ni lông phân hủy sinh học là một trong những trở ngại của hoạt động thực hành giảm nhựa, cụ thể: (i) giá thành sản phẩm; (ii) mẫu mã sản phẩm và (iii) chất liệu sản phẩm, không đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng sản phẩm. Bên cạnh đó, phản ứng tiêu cực từ khách hàng tạo tâm lý chần chừ của tiểu thương khi thực hiện chuyển đổi sản phẩm thay thế, giảm nhựa.

Bảng. Ví dụ tại chợ Cẩm Lệ - Khó khăn và thuận lợi của tiểu thương khi thực hiện mô hình thí điểm giảm nhựa

Thuận lợi	Khó khăn
- Được sự quan tâm của cơ quan chính quyền về hỗ trợ truyền thông nâng cao nhận thức cho tiểu thương và người tiêu dùng về giảm rác thải nhựa - Được hỗ trợ về giá thành khi mua sắm và sử dụng túi ni lông phân hủy sinh học trong kinh doanh - Hỗ trợ triển khai hoạt động thí điểm cho thuê túi lưới đi chợ, tạo sự thoải mái cho khách hàng khi mua sắm	- Người tiêu dùng chưa có thói quen sử dụng sản phẩm thay thế - Thái độ tiêu cực của khách hàng đối với việc giảm thiểu túi ni lông - Giá thành sản phẩm thay thế cao, khó tiếp tục nếu không có sự trợ giá - Túi phân hủy sinh học hiện tại không được thẩm mỹ và thu hút người nhìn - Túi phân hủy sinh học có ít kích thước, dùng chung cho tất cả các gian hàng; điều này gây nên sự lãng phí rất lớn

2.2.1.5. Bước 5. Tài liệu hoá và chia sẻ nhân rộng

a. Tài liệu hoá và chia sẻ

Kết quả mô hình cần được tổng hợp trong báo cáo nhằm thông tin đến cơ quan quản lý địa phương theo yêu cầu của Kế hoạch hành động chung (JAP). Bên cạnh việc báo cáo cho cơ quan quản lý, báo cáo sẽ góp phần chia sẻ thông tin đến các bên quan tâm tới mô hình. Một ví dụ, với chợ Cẩm Lệ, sau khi báo cáo tại Hội thảo năm hai của dự án tại Hội An, đại diện Chợ Hội An đã thể hiện sự quan tâm và mong muốn trao đổi, học hỏi cách làm.

Ngoài ra, tài liệu hoá quy trình thực hiện dự án là một sản phẩm quan trọng, góp phần thúc đẩy nhân rộng mô hình trong tương lai.

b. Khả năng nhân rộng của mô hình

Khả năng nhân rộng mô hình cần được đánh giá một cách khách quan với các đối tượng của mô hình nhằm hiểu về tính bền vững và từ đó đề xuất các hoạt động nhân rộng.

Tại chợ Cẩm Lệ, căn cứ vào kết quả khảo sát, sản phẩm thay thế được đề xuất trong thực hành Gian hàng xanh không túi ni lông được đánh giá có khả năng nhân rộng, cụ thể: (i) 66% cho bao túi giấy thay thế tại ngành hàng khô, 82% cho hộp nhựa, chai thủy tinh tại ngành hàng thực phẩm và 52% cho túi ni lông có khả năng phân hủy sinh học tại tất cả ngành hàng. Tuy nhiên, dữ liệu khảo sát cũng ghi nhận quy mô nhân rộng của sản phẩm này bị giới hạn, cụ thể chỉ 33 % tiểu thương cho rằng việc mô hình này có thể tiếp tục triển khai thí điểm tại ngành hàng hoặc tại Chợ khác.

Đối với thực hành thí điểm cho thuê túi lưới đi chợ, hơn 50% tiểu thương cho rằng mô hình này có thể nhân rộng và với quy mô lớn. Lý do được xem xét là vì mô hình đảm bảo cân bằng lợi ích kinh tế và môi trường của tiểu thương và người tiêu dùng khi hoạt động tại chợ. Cụ thể, tiểu thương giảm chi phí cho việc mua sắm và dự trữ túi ni lông và người tiêu dùng được tạo cảm giác thoải mái, không bị áp đặt khi mua sắm.