

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**  
**Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

Họ và tên tác giả: Nguyễn Gia Thọ                      Khóa: 11                      Mã NCS: 62.182  
Đề tài: **Chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam**  
Chuyên ngành: Quản lý kinh tế  
Mã số chuyên ngành: 9 31 01 10  
Người hướng dẫn khoa học: 1. PGS. TS. Trần Công Sách                      2. TS. Trần Mạnh Hùng  
Tên cơ sở đào tạo: Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương

**TÓM TẮT NHỮNG KẾT LUẬN MỚI CỦA LUẬN ÁN**

**1.** Luận án nghiên cứu bổ sung và hoàn thiện những vấn đề lý luận liên quan đến chính sách tiêu dùng xanh: khái niệm tiêu dùng xanh, chính sách tiêu dùng xanh; Nội dung của chính sách tiêu dùng xanh; Công cụ sử dụng khi thực hiện chính sách tiêu dùng xanh; Các yếu tố ảnh hưởng chính sách tiêu dùng xanh; Kinh nghiệm quốc tế về xây dựng và thực thi chính sách tiêu dùng xanh ở các nước và bài học cho Việt Nam.

**2.** Luận án đã tiến hành phân tích, đánh giá chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam thông qua 04 nhóm chính sách cụ thể:

- Nhóm chính sách nhằm hạn chế tiêu dùng sản phẩm “nâu”;
- Nhóm chính sách nhằm ràng buộc người tiêu dùng thực hiện tiêu dùng xanh;
- Nhóm chính sách nhằm khuyến khích, kích thích và hỗ trợ tiêu dùng xanh;
- Nhóm chính sách bảo vệ người tiêu dùng xanh.

**3.** Từ việc phân tích 04 nhóm chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam, tác giả chỉ ra những khó khăn, bất cập trong chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam và nguyên nhân của những khó khăn, bất cập đó.

**4.** Luận án đề xuất giải pháp hữu hiệu nhằm hoàn thiện chính sách tiêu dùng xanh ở Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển nền kinh tế xanh và chuyển đổi mô hình tăng trưởng xanh hiện nay:

- Rà soát lại toàn bộ chính sách liên quan đến tiêu dùng xanh;
- Hoàn thiện khung thể chế, chính sách cho tiêu dùng xanh;
- Nâng cao hiệu quả quá trình thực thi chính sách tiêu dùng xanh.

**5.** Luận án cũng đưa ra các khuyến nghị với Đảng, Nhà nước và toàn bộ hệ thống chính trị cần phải xây dựng và thực thi các chính sách hỗ trợ, khuyến khích như các doanh nghiệp xây dựng các kênh phân phối và tiếp thị để càng ngày càng có nhiều người tiêu dùng có thể mua được sản phẩm xanh, thúc đẩy niềm tin của người tiêu dùng đối với sản phẩm xanh thông qua việc xây dựng và giám sát chặt chẽ hoạt động gắn nhãn xanh cho sản phẩm.

*Hà Nội, ngày 09 tháng 01 năm 2019*

**Xác nhận của giáo viên hướng dẫn**

**Nghiên cứu sinh**

**PGS. TS. Trần Công Sách**

**TS. Trần Mạnh Hùng**

**Nguyễn Gia Thọ**

