



LIÊN MINH
TÁI CHẾ BAO BÌ
VIỆT NAM
PACKAGING RECYCLING ORGANIZATION VIETNAM

Phân Loại Rác Tại Nguồn ở Việt Nam

PHÂN KHÚC - NHÓM MỤC TIÊU CHÍNH






THÁNG 5 - 2024



VỀ KHẢO SÁT PHÂN LOẠI RÁC TẠI NGUỒN Ở VIỆT NAM NĂM 2024

TGM Research hợp tác cùng Liên minh Tái chế Bao bì Việt Nam (PRO Việt Nam) đã thực hiện một nghiên cứu chuyên sâu về nhận thức và hành vi người tiêu dùng đối với việc phân loại và tái chế rác thải tại 6 thành phố trọng điểm trên toàn quốc.

	Thời gian:	Ngày 18 tháng 3 - ngày 15 tháng 4 năm 2024
	Mẫu:	Một mẫu đại diện gồm N=1676 người tham gia hiện đang cư trú tại Việt Nam, độ tuổi từ 15-64
	Phương pháp nghiên cứu:	Toàn bộ dự án nghiên cứu được thực hiện bởi TGM Research bằng phương pháp phỏng vấn qua Internet (CAWI)





Từ Thờ Ơ đến Hành Động:

Khám phá MỨC ĐỘ THAM GIA của thanh niên từ 15 đến 24 tuổi vào các hoạt động môi trường





NHẬN THỨC

VỀ BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG, CÁC
QUY ĐỊNH PHÁP LUẬT VỀ MÔI
TRƯỜNG VÀ PHÂN LOẠI RÁC THẢI



Trong số những người Việt Nam được khảo sát, 73% thể hiện sự quan tâm đến các vấn đề môi trường. Khuynh hướng này xuất hiện đồng đều ở cả hai giới và trải rộng trên tất cả các thành phố được khảo sát.

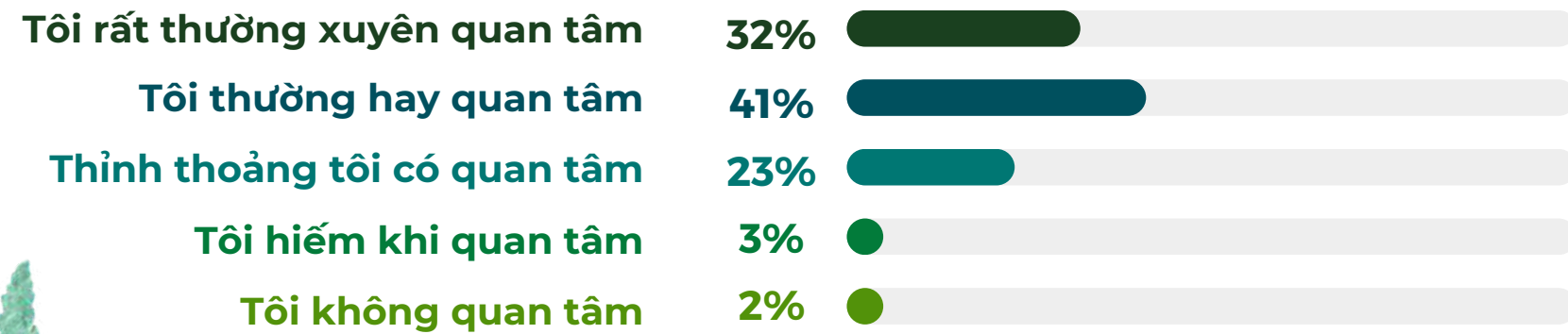


Toàn Việt Nam

73%

người Việt Nam được khảo sát quan tâm đến vấn đề môi trường

Top 2 boxes



Q: Bạn có quan tâm đến các vấn đề về môi trường không (ví dụ như hiện tượng Trái Đất đang nóng dần lên, thay đổi khí hậu, ô nhiễm nguồn nước...)? N=1676



72%

N=957



74%

N=719

Mức độ quan tâm đến các vấn đề về môi trường tại các thành phố trọng điểm

Top 3 boxes

Hà Nội

N=454

79%

60%

Hải Phòng

N=149

Tôi quan tâm đến các vấn đề môi trường

Đà Nẵng

N=304

70%

71%

Khánh Hoà

N=120

Tôi quan tâm đến các vấn đề môi trường

HCMC

N=476

75%

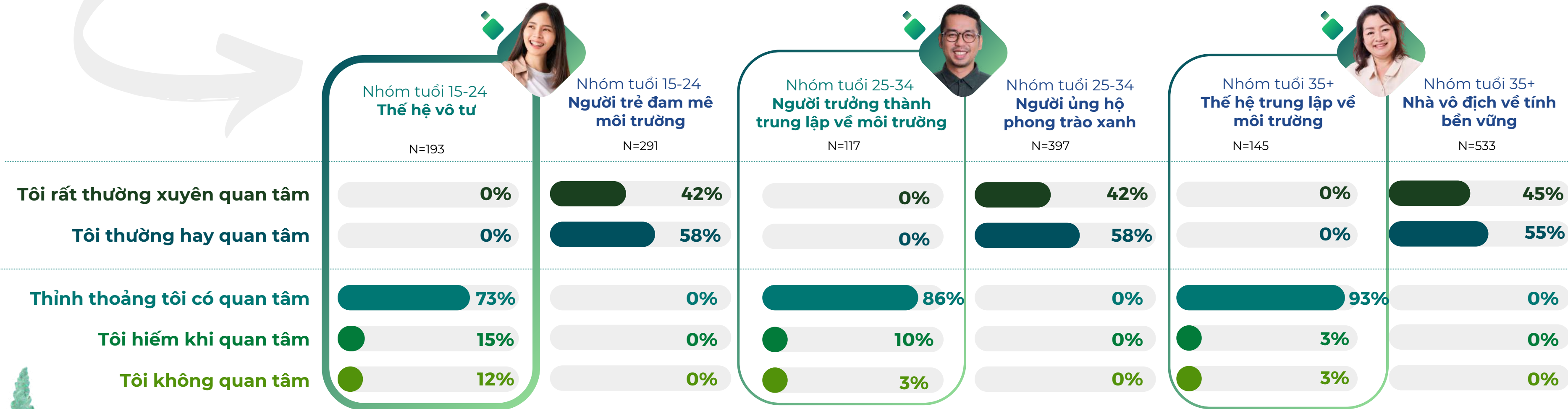
68%

Cần Thơ

N=173

Đâu là nhóm dành ít sự quan tâm đến các vấn đề môi trường nhất?

Bạn có quan tâm đến các vấn đề về môi trường không?



Q: Bạn có quan tâm đến các vấn đề về môi trường không (ví dụ như hiện tượng Trái Đất đang nóng dần lên, thay đổi khí hậu, ô nhiễm nguồn nước...)? N=1676





Định nghĩa phân khúc



LIÊN MINH
TÁI CHẾ BAO BÌ
VIỆT NAM
PACKAGING RECYCLING ORGANIZATION VIETNAM

B1. Bạn có quan tâm đến các vấn đề về môi trường không (ví dụ như hiện tượng Trái Đất đang nóng dần lên, thay đổi khí hậu, ô nhiễm nguồn nước...)?

Nhóm 1



- Người **thỉnh thoảng** quan tâm + **hiếm khi** quan tâm + **không bao giờ** quan tâm đến vấn đề môi trường.

15-24

Thế hệ vô tư

Nhóm 2

- Người **thường** quan tâm + **rất hay** quan tâm đến vấn đề môi trường.

15-24

Người trẻ đam mê môi trường

Nhóm 3



- Người **thỉnh thoảng** quan tâm + **hiếm khi** quan tâm + **không bao giờ** quan tâm đến vấn đề môi trường.

25-34

Người trưởng thành trung lập về môi trường

Nhóm 4

- Người **thường** quan tâm + **rất hay** quan tâm đến vấn đề môi trường.

25-34

Người ủng hộ phong trào xanh

Nhóm 5



- Người **thỉnh thoảng** quan tâm + **hiếm khi** quan tâm + **không bao giờ** quan tâm đến vấn đề môi trường.

35+

Thế hệ trung lập về môi trường

Nhóm 6

- Người **thường** quan tâm + **rất hay** quan tâm đến vấn đề môi trường.

35+

Nhà vô địch về tính bền vững





Nhóm tuổi 15-24

Nhóm 1: Thế hệ vô tư

Đặc điểm của nhóm đối tượng này là gì?

“

Tôi hoạt động rất tích cực trên mạng xã hội

Tôi rất lệ thuộc vào điện thoại di động

Tôi có sự hoài nghi về Internet

Tôi có ý thức xã hội

Tôi hướng về gia đình

Tôi tự đưa ra quyết định của mình

Tôi bị thú hút bởi nội dung hơn là nền tảng

”



Gen Z



Nhận thức của giới trẻ về các vấn đề môi trường là gì và làm cách nào để tạo sự chuyển biến từ nhận thức đến hành động ?





Đây là nhóm có sự quan tâm hời hợt nhất đối với môi trường, tính bền vững và thế giới tự nhiên so với các nhóm khác.



Bạn mô tả cách tiếp cận của mình với môi trường, tính bền vững và thế giới tự nhiên như thế nào?



N=1676

52%

Top box

người Việt Nam được khảo sát **rất quan tâm** đến cách tiếp cận đối với môi trường, tính bền vững và thế giới tự nhiên



15-24

Thế hệ vô tư

Tôi rất quan tâm đến việc này



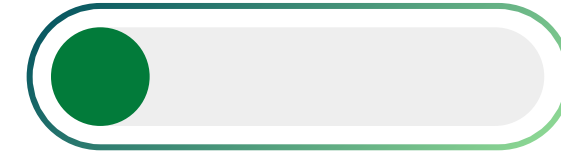
12%

Tôi có chút hứng thú với nó



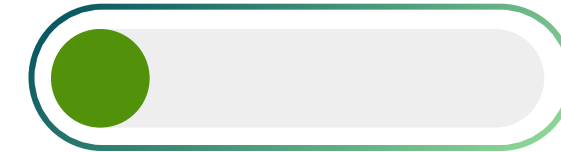
66%

Không quan tâm lắm



20%

Không quan tâm chút nào



1%



Kết quả cho thấy tỷ lệ người mang theo túi tái sử dụng khi mua sắm, tham gia hoặc quyên góp cho các hoạt động bảo vệ môi trường trong nhóm này thấp hơn đáng kể so với các nhóm đối tượng khác.



N=1676

RẤT THƯỜNG XUYÊN THƯỜNG XUYÊN

16% 42%

Tôi mang theo chiếc túi có thể tái sử dụng để đi mua sắm

8% 28%

Tôi mua đồ ăn mang đi làm sẵn trong bao bì dùng một lần

10% 25%

Tôi tham gia hoặc quyên góp tiền cho các hoạt động vì môi trường

24% 44%

Tôi tự mua sắm tại các cửa hàng trực tuyến

13% 42%

Tôi tự đi mua sắm tại các cửa hàng truyền thống



15-24

Thế hệ vô tư

Bạn có thường xuyên làm những việc sau không:

RẤT THƯỜNG XUYÊN THƯỜNG XUYÊN THÌNH THOẢNG KHÔNG BAO GIỜ HIẾM KHI

RẤT THƯỜNG XUYÊN	THƯỜNG XUYÊN	THÌNH THOẢNG	KHÔNG BAO GIỜ	HIẾM KHI
4%	20%	36%	17%	23%
4%	29%	35%	14%	19%
3%	13%	44%	12%	28%
11%	35%	43%	4%	8%
6%	34%	45%	4%	11%

Q: Bạn có thường xuyên làm những việc sau không? Nhóm 1 - Thế hệ vô tư N=193

57%

người Việt Nam được khảo sát thường mang túi tái sử dụng để đi mua sắm

Q: Bạn có thường xuyên làm những việc sau không? N=1676



Bạn thấy khu vực bạn đang sống có **vấn đề môi trường** nào không?

77% người Việt Nam tham gia khảo sát cho rằng các vấn đề môi trường có tồn tại trong khu vực sinh sống của họ.

77%

Việt Nam

23%

CÓ

KHÔNG

Q: Bạn thấy khu vực bạn đang sống có vấn đề gì về môi trường không? N=1676



15-24

Thế hệ vô tư

Bạn thấy khu vực bạn đang sống có vấn đề gì về môi trường không?

N=193



60%

CÓ

40%

KHÔNG

Nếu có thì bạn thấy khu vực bạn đang sống đang có vấn đề gì về môi trường?

N=116

Rác thải

70%

Bụi

69%

Ô nhiễm không khí

54%

Nước thải

42%

Ô nhiễm đất

12%

“

Phần lớn người Việt tham gia khảo sát đều quan sát thấy sự hiện hữu của các vấn đề môi trường tại địa phương nơi họ sinh sống.

Tuy nhiên, vẫn có tới 40% người thuộc nhóm tuổi 15-24 chưa nhận thức được những vấn đề này.

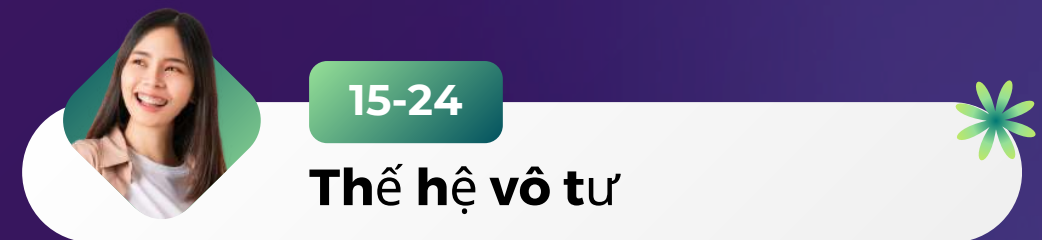




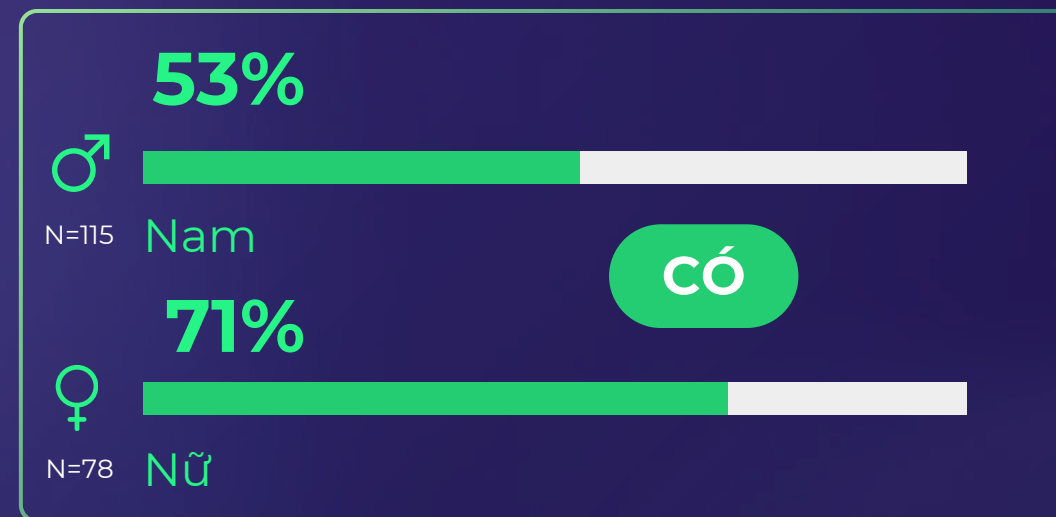
Trong số những người trả lời “Không”, có tới 47% là nam giới. Ngoài ra, 30% thuộc nhóm này không quan tâm hoặc chưa từng tham gia vào các hoạt động bảo vệ môi trường tại địa phương.



LIÊN MINH
TÁI CHẾ BAO BÌ
VIỆT NAM
PACKAGING RECYCLING ORGANIZATION VIETNAM



GIỚI TÍNH

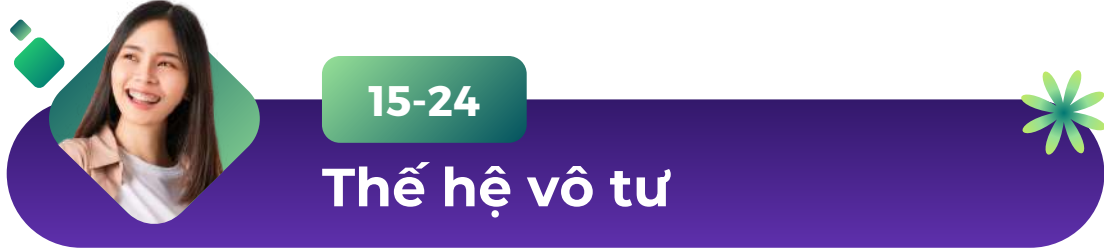


Có bao giờ bạn tham gia các cuộc họp hoặc hoạt động về bảo vệ môi trường tại địa phương hay chưa?





Nhấn mạnh tầm quan trọng của các hoạt động bảo vệ môi trường là một cách hiệu quả để thu hút sự quan tâm của nhóm này, hơn là chỉ tập trung vào kiến thức. Trong đó, tỷ lệ nam giới đồng tình với ý kiến này cao hơn nữ giới.



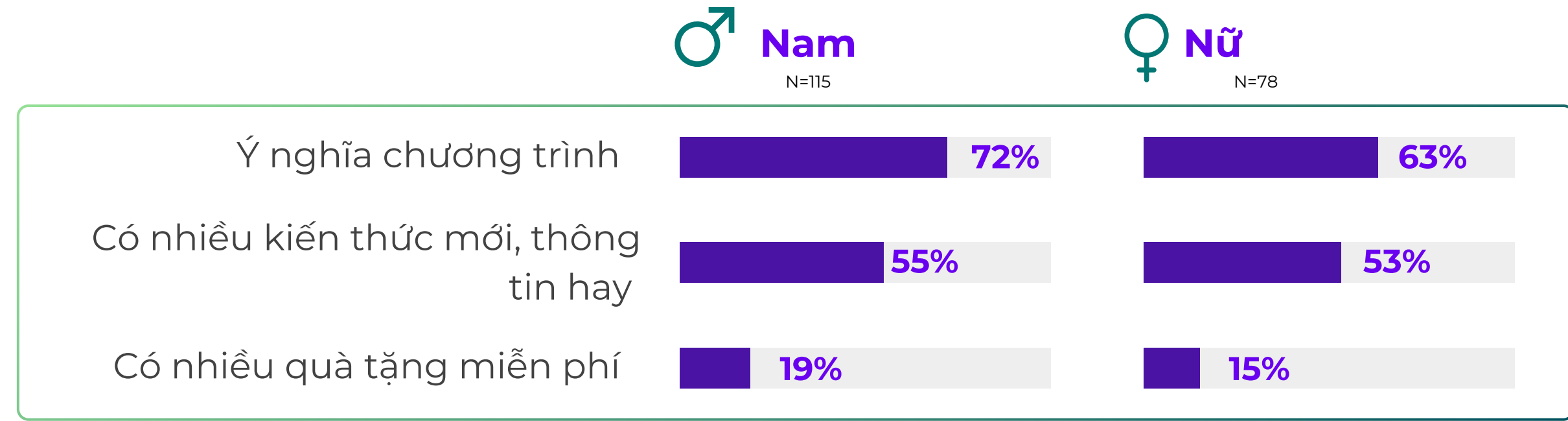
Làm thế nào để khuyến khích họ tham gia?

30%
trong số Thế hệ Gen Z trong độ tuổi 15-24 được khảo sát **chưa bao giờ & không quan tâm** đến việc tham gia các cuộc họp hoặc hoạt động về bảo vệ môi trường tại địa phương.

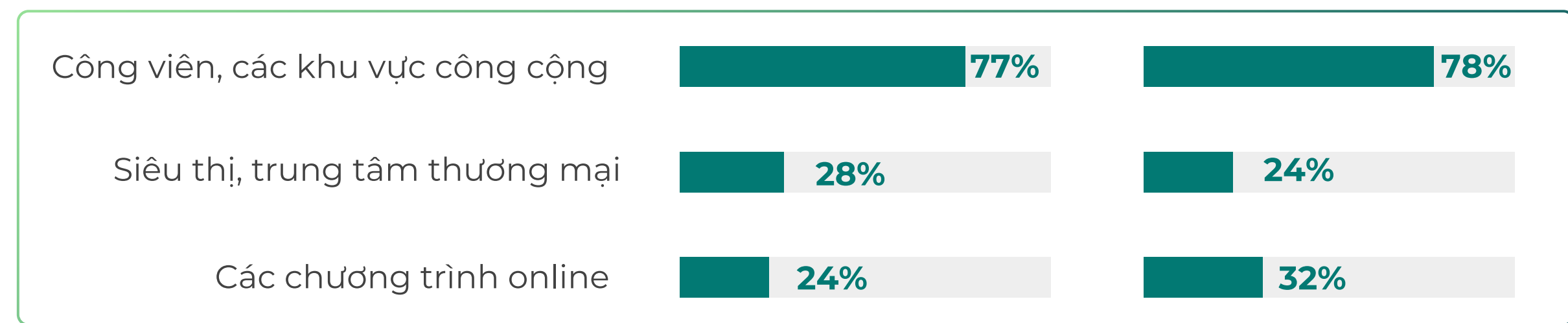
Q: Có bao giờ bạn tham gia các cuộc họp hoặc hoạt động về bảo vệ môi trường tại địa phương hay chưa? N=193

12%
người Việt Nam được khảo sát **chưa bao giờ & không quan tâm** đến việc tham gia các cuộc họp hoặc hoạt động về bảo vệ môi trường tại địa phương.

Bạn QUAN TÂM đến điều gì khi tham gia các sự kiện môi trường?



Bạn thích các sự kiện về môi trường được tổ chức ở đâu?





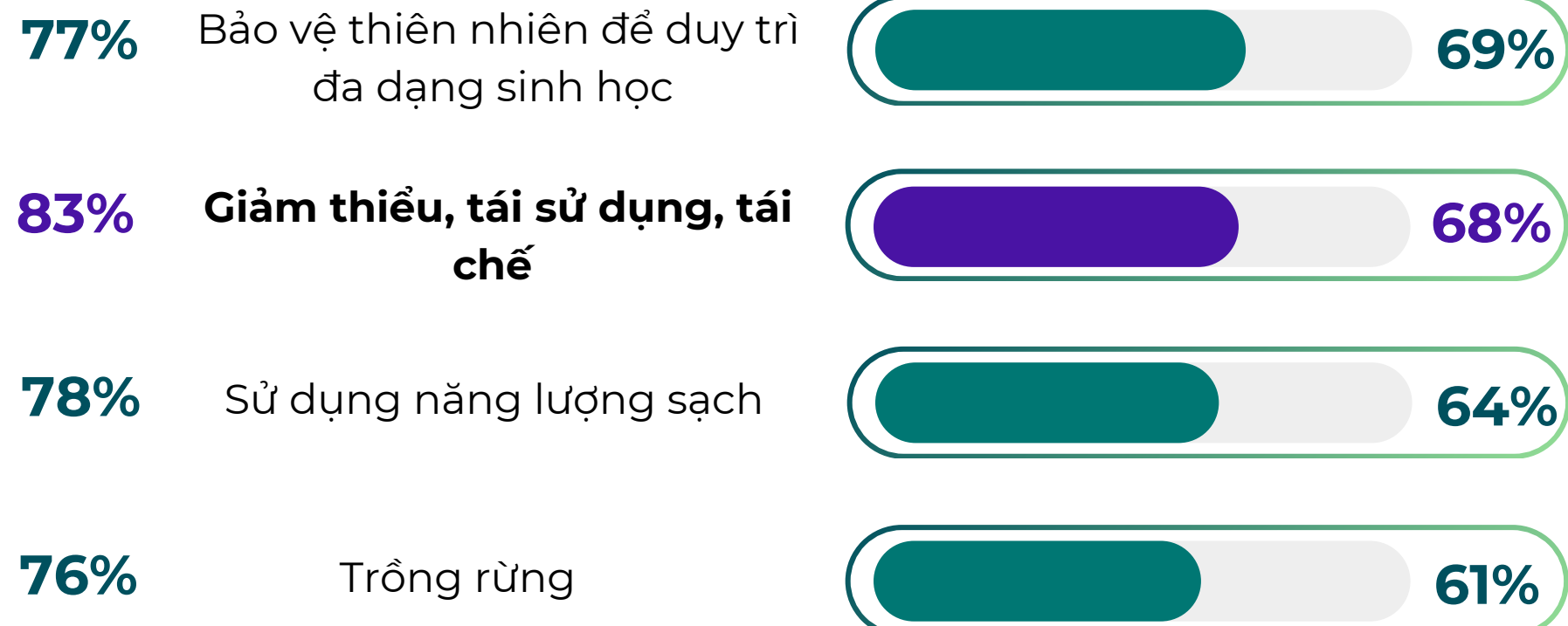
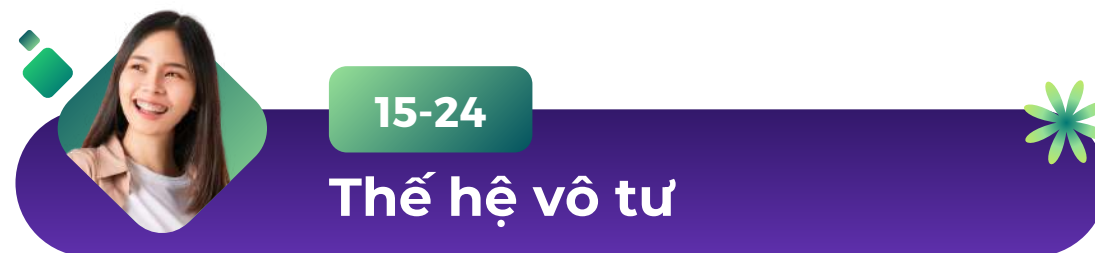
Tuy nhiên, họ vẫn nắm vững kiến thức cơ bản về các hoạt động bảo vệ môi trường. Đáng chú ý, phụ nữ là nhóm có nhận thức sâu sắc nhất về tác động tích cực của việc giảm thiểu, tái sử dụng và tái chế.



LIÊN MINH
TÁI CHẾ BAO BÌ
VIỆT NAM
PACKAGING RECYCLING ORGANIZATION VIETNAM



N=1676



85%
phụ nữ trong nhóm này nhận thức được rằng việc **giảm thiểu, tái sử dụng và tái chế** có tác động tích cực đến môi trường.



Các hoạt động được người tiêu dùng cho rằng có tác động tích cực đến môi trường

Q: Theo bạn, hoạt động nào ảnh hưởng tích cực đến môi trường (vui lòng đánh dấu các hoạt động bạn cho là phù hợp) N=193



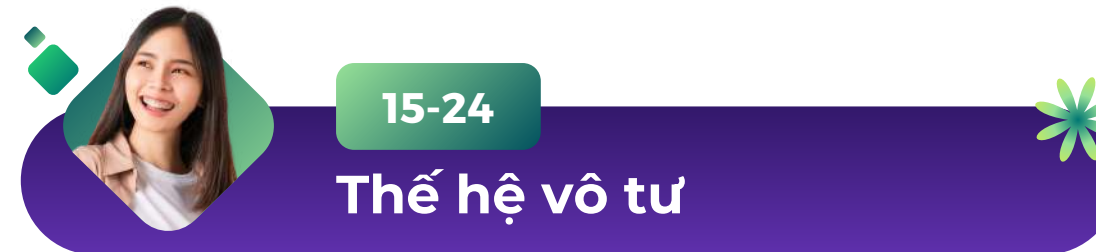
Những hoạt động bảo vệ môi trường phổ biến nhất hiện nay tập trung vào việc xử lý rác thải đúng cách và tiết kiệm điện năng.



LIÊN MINH
TÁI CHẾ BAO BÌ
VIỆT NAM
PACKAGING RECYCLING ORGANIZATION VIETNAM



N=1676



15-24

Thế hệ vô tư

86%

Bỏ rác đúng nơi quy định

77%

79%

Tiết kiệm điện

65%

75%

Sử dụng nước tiết kiệm

64%

72%

Phân loại rác thải

56%

70%

Giảm thiểu, tăng cường tái sử dụng

55%

66%

Sử dụng túi cá nhân khi mua sắm

51%

Các hoạt động được Thế hệ vô tư tham gia để bảo vệ môi trường

Q: Bạn tham gia những hoạt động gì để bảo vệ môi trường? (vui lòng đánh dấu các hoạt động bạn cho là phù hợp) N=193





Khi được hỏi về khái niệm 3R (Giảm thiểu, Tái sử dụng, Tái chế), chỉ có 50% người tham gia khảo sát đã từng đọc hoặc nghe qua về khái niệm này. Điều này cho thấy sự hiểu biết về các nguyên tắc của 3R vẫn còn nhiều hạn chế.



15-24

Thế hệ vô tư

N=193

“

26%

Tôi chưa nghe bao giờ

50%

Tôi có thấy hoặc nghe nói đến



Nhận thức về Khái niệm 3R của nhóm này **thấp hơn đáng kể** so với mức trung bình trên toàn quốc.



13%

N=1676

Tôi chưa nghe bao giờ



LIÊN MINH
TÁI CHẾ BAO BÌ
VIỆT NAM
PACKAGING RECYCLING ORGANIZATION VIETNAM

Bạn có nghe về về 3R (Reduce – Giảm thiểu; Reuse – Tái sử dụng; Recycle – Tái chế) chưa?

♂ Nam
N=115

♀ Nữ
N=78

27%



24%



46%



55%





Nhìn chung, nhóm đối tượng này nắm được những hiểu biết cơ bản về khái niệm giảm thiểu, tái sử dụng và tái chế. Tuy nhiên, kiến thức của họ chỉ mới dừng lại ở mức độ lý thuyết, chưa được áp dụng nhiều vào thực tiễn.



LIÊN MINH
TÁI CHẾ BAO BÌ
VIỆT NAM
PACKAGING RECYCLING ORGANIZATION VIETNAM



15-24

Thế hệ vô tư

N=193

Theo họ, thực hiện 3R sẽ
góp phần:



N=1461

76%

Tiết kiệm chi phí thu gom, và xử lý rác thải

87%

75%

Tiết kiệm nguồn tài nguyên

83%

74%

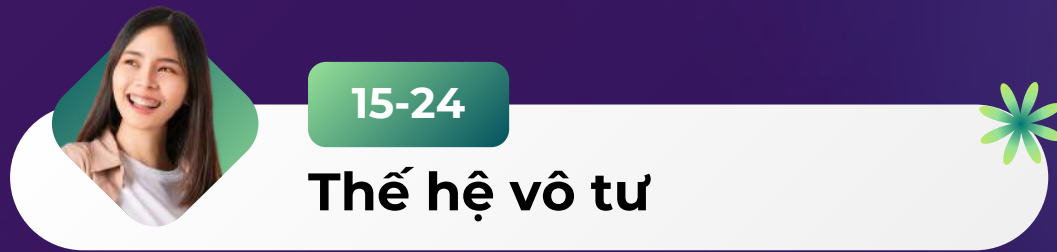
Ngăn ngừa các vấn đề về suy thoái môi trường

83%





Họ dường như chỉ có hiểu biết sơ sài về khái niệm 3R chứ chưa lĩnh hội thấu đáo, đầy đủ về ý nghĩa sâu sắc hơn của khái niệm này.



Theo họ, để thực hiện 3R (Reduce – Giảm thiểu; Reuse – Tái sử dụng; Recycle – Tái chế) ở Việt Nam, chúng ta nên bắt đầu bằng việc:

Phân loại rác thải tại nguồn

75%

Tăng cường việc tái sử dụng

66%

Giảm lượng rác thải

65%

Thế hệ vô tư nghĩ rằng việc phân loại rác thải có thể đạt được 3 điều sau:

66%

Giảm lượng rác thải ra môi trường - tiết kiệm chi phí thu gom, vận chuyển, xử lý

64%

Nâng cao nhận thức về bảo vệ môi trường và sử dụng hợp lý tài nguyên

64%

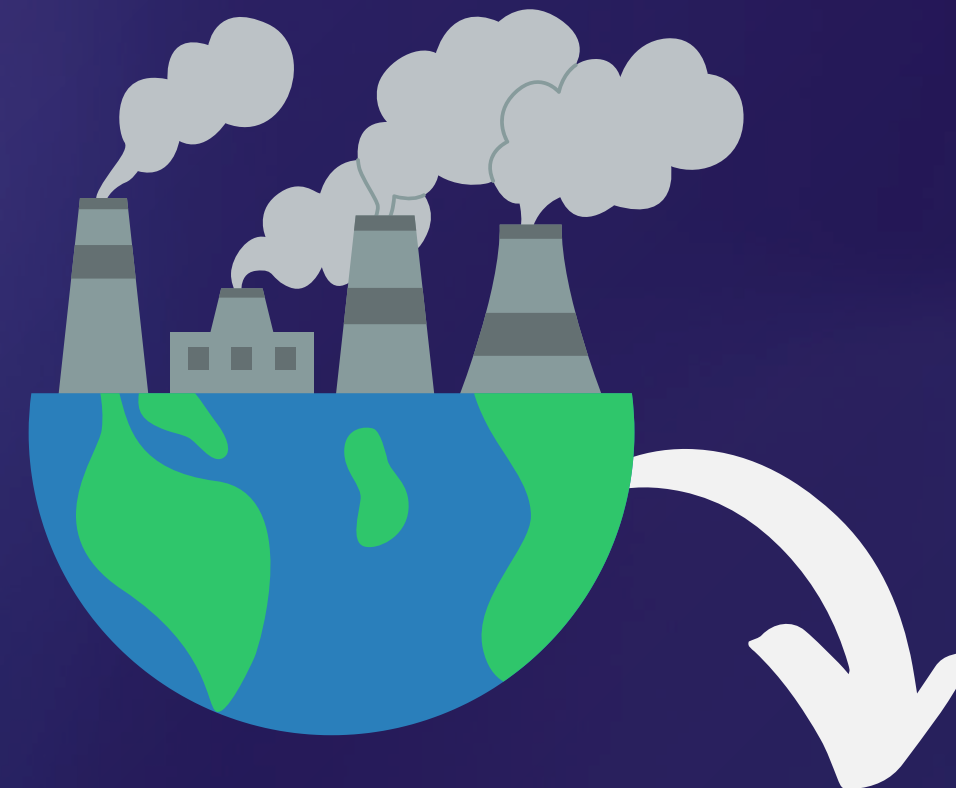
Tăng lượng rác tái chế, tái sử dụng, tiết kiệm và nâng cao hiệu quả sử dụng tài nguyên



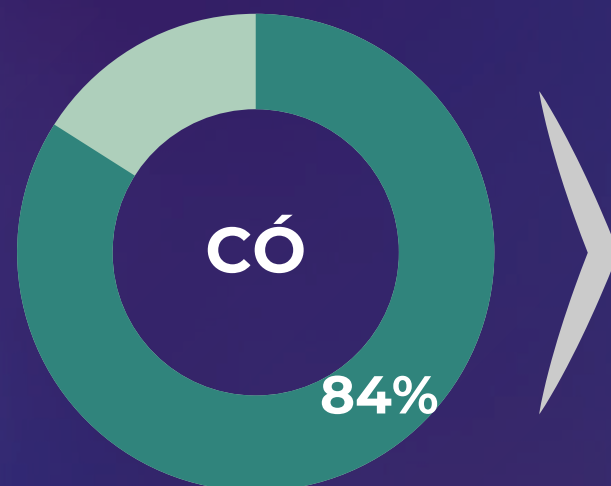
15-24

Thế hệ vô tư

Khi nói đến **tái chế rác thải**, 75% người thuộc Thế hệ vô tư cho rằng biện pháp này sẽ giúp **giảm thiểu ô nhiễm môi trường**.



Với lợi ích của việc tái chế mang lại, theo bạn Việt Nam có nên xây dựng quy định về việc sử dụng tỷ lệ nguyên liệu tái chế bắt buộc trong các sản phẩm không?

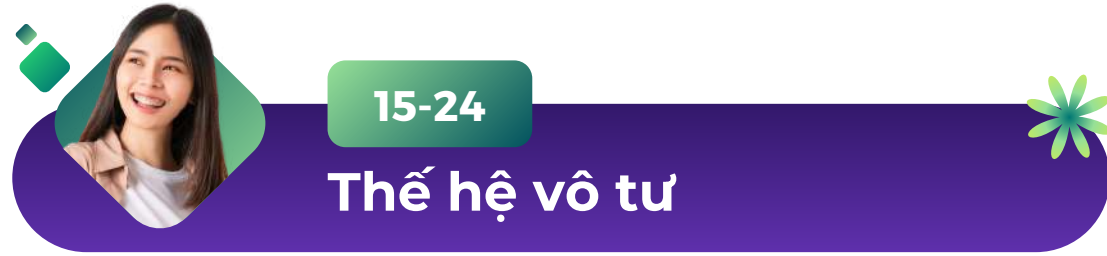


Nhận thức được những lợi ích từ việc tái chế mang lại, họ bày tỏ sự ủng hộ đối với việc ban hành các quy định về sử dụng vật liệu tái chế trong sản phẩm.





Khi được hỏi về bao bì tái chế, nhóm này có sự nhận thức rõ ràng về những lợi ích mà giải pháp này mang lại và bày tỏ sự sẵn lòng ủng hộ. Tuy nhiên, họ cũng lo ngại về vấn đề chất lượng và chi phí của loại bao bì này.



N=193

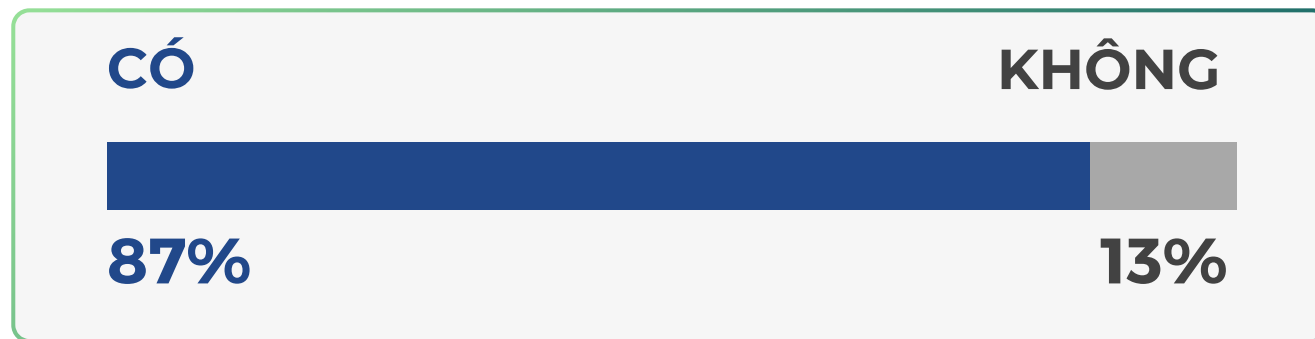
Bạn có sẵn sàng lựa chọn một sản phẩm được đóng gói trong bao bì kém thẩm mỹ nhưng được sản xuất từ quá trình tái chế hoặc vật liệu tái chế, thay vì bao bì tiêu chuẩn không?

N=1676
CÓ
91%

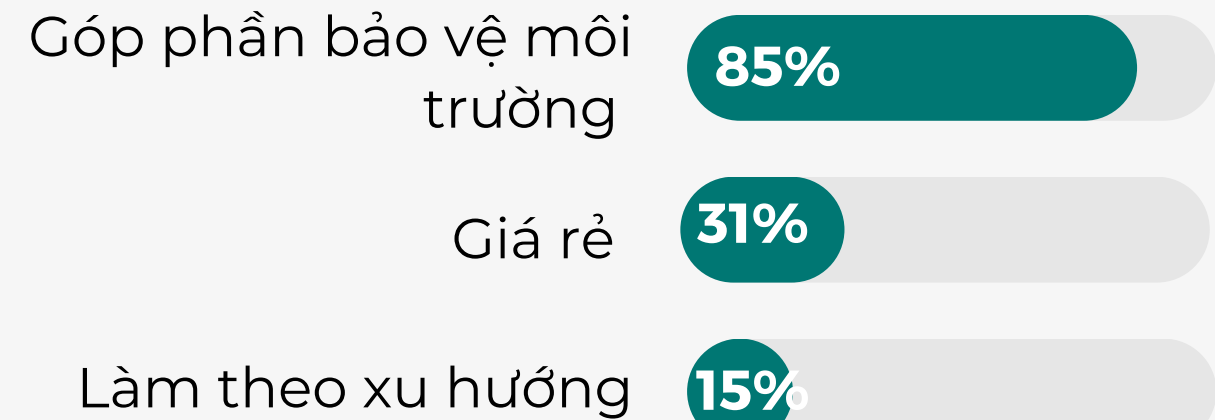


Bạn có nghĩ rằng sử dụng sản phẩm tái chế là tốt cho môi trường?

N=1676
CÓ
93%



Điều gì khuyến khích bạn quyết định chọn sử dụng 1 sản phẩm tái chế?



Điều gì khiến bạn quan ngại khi sử dụng sản phẩm từ vật liệu tái chế?



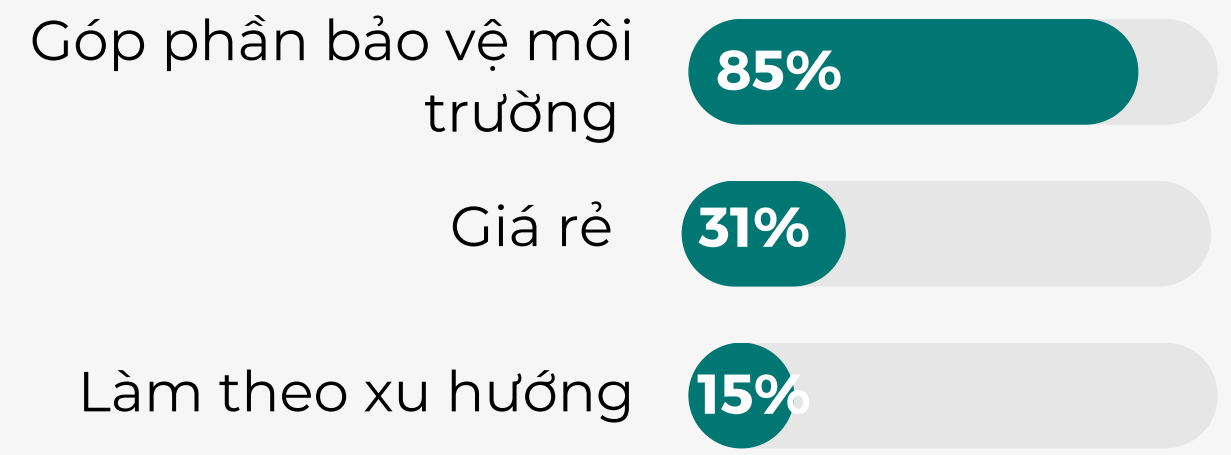


15-24

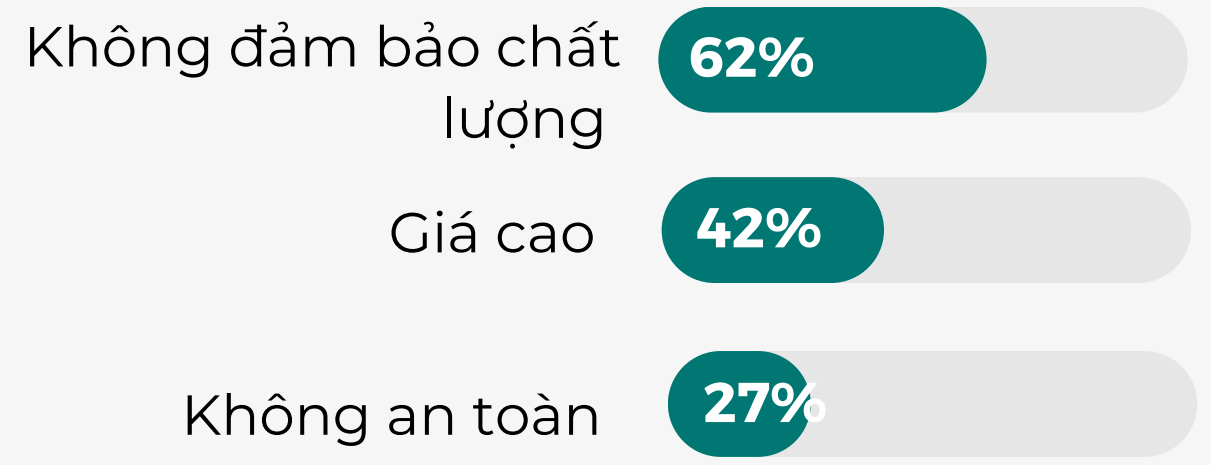
Thế hệ vô tư

N=193

Điều gì khuyến khích bạn quyết định chọn sử dụng 1 sản phẩm tái chế?



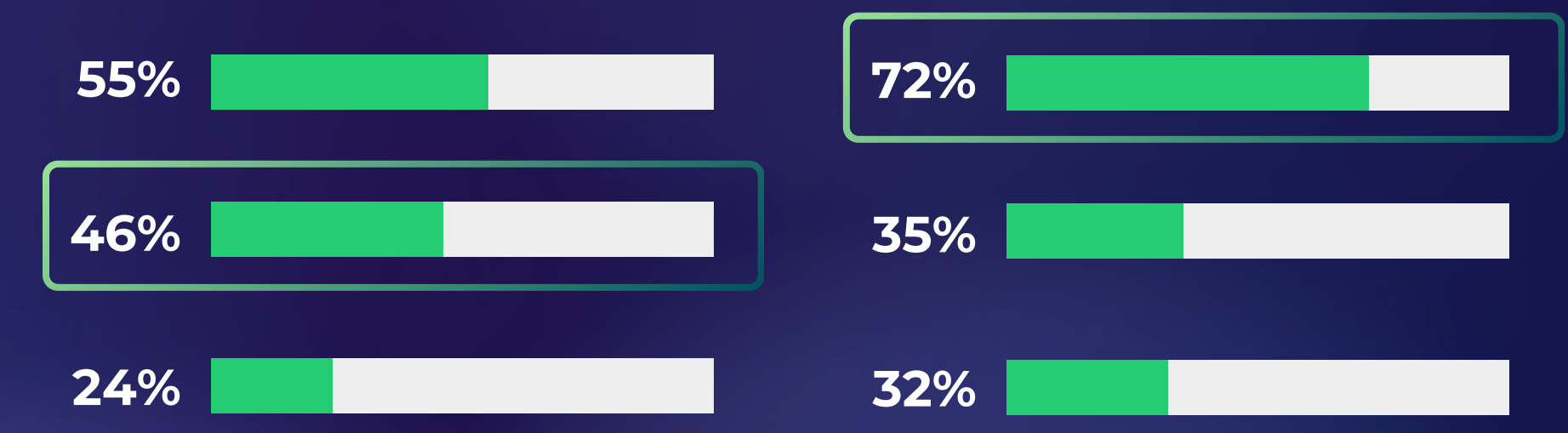
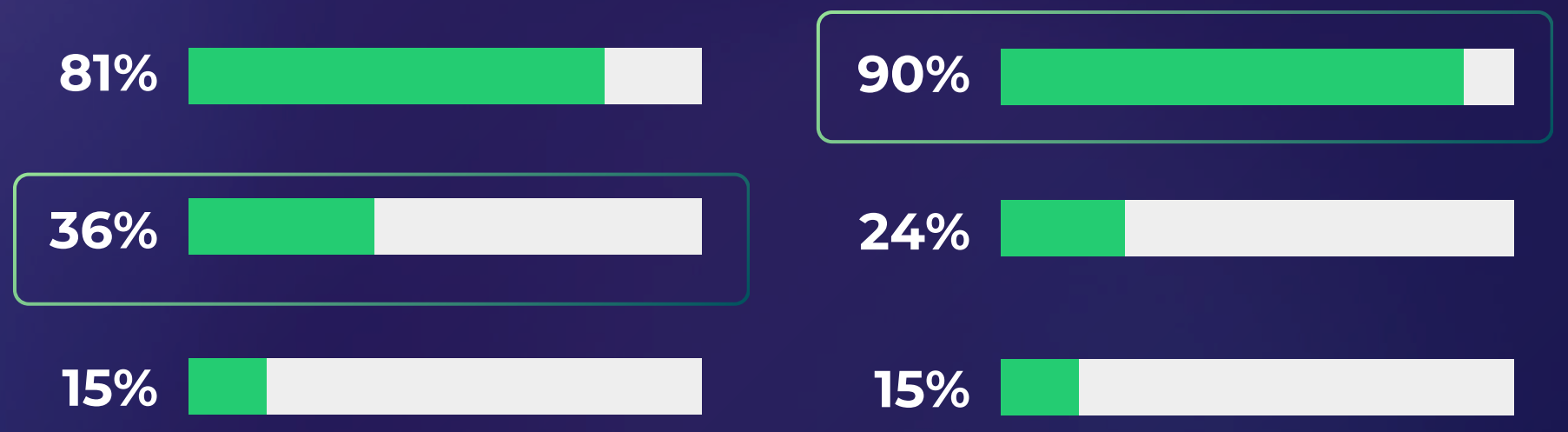
Điều gì khiến bạn quan ngại khi sử dụng sản phẩm từ vật liệu tái chế?



Cụ thể, phụ nữ quan tâm nhiều hơn đến chất lượng sản phẩm, trong khi nam giới lại lo lắng nhiều hơn về giá cả cao.

♂ Nam
N=115

♀ Nữ
N=78





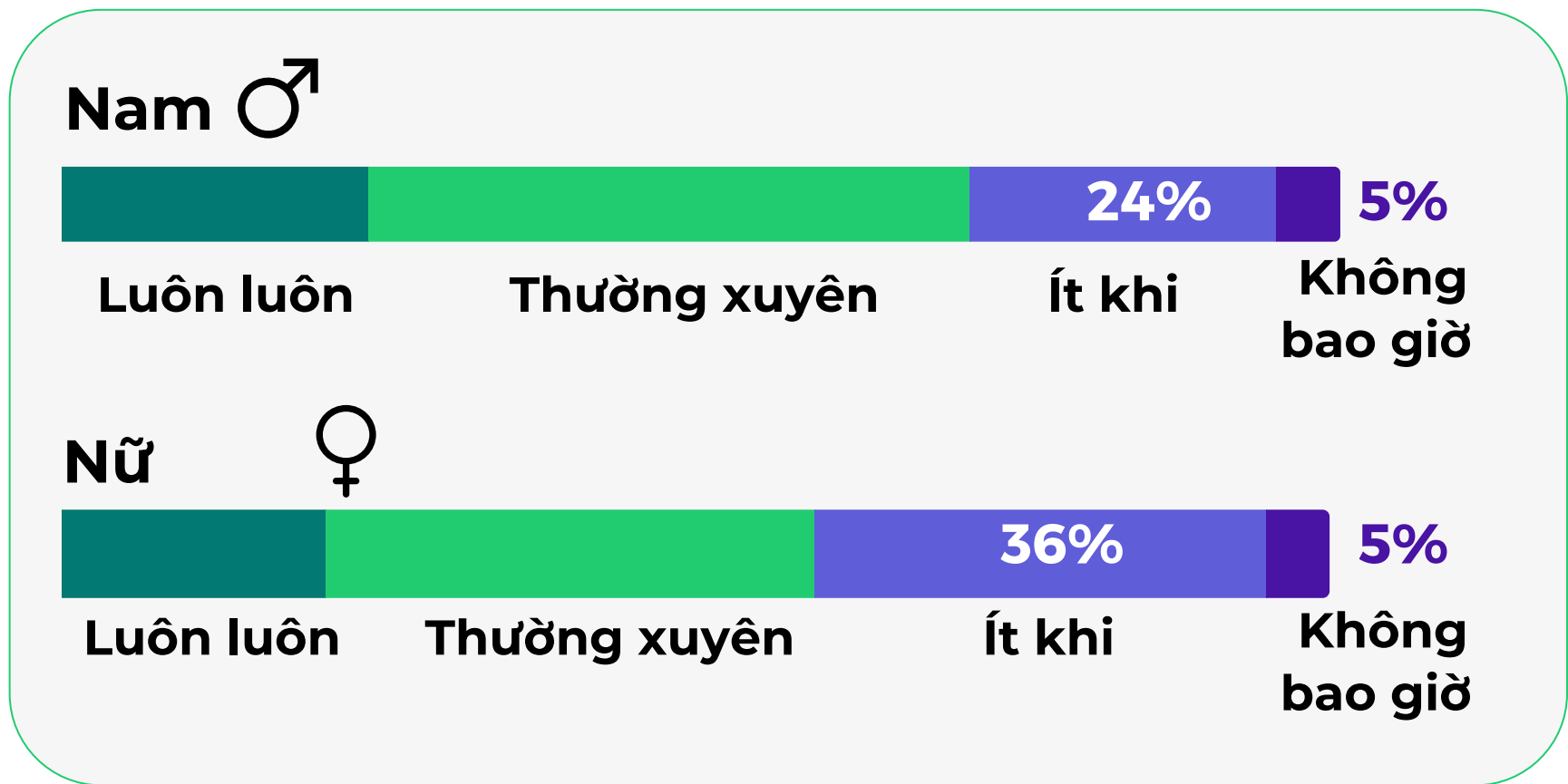
Đáng chú ý, phụ nữ trẻ thường ít khi hoặc gần như không bao giờ quan tâm đến thông tin về tính thân thiện với môi trường của bao bì sản phẩm khi mua sắm thực phẩm hoặc hàng tiêu dùng.




15-24
Thế hệ vô tư
 N=193



Khi tìm mua thực phẩm, hàng tiêu dùng bạn có thói quen tìm kiếm các thông tin về tính thân thiện của bao bì sản phẩm không?





Tuy nhiên, phần lớn trong số họ bày tỏ sự sẵn sàng trong việc cắt giảm sử dụng các sản phẩm nhựa dùng một lần để giảm thiểu rác thải nhựa.



LIÊN MINH
TÁI CHẾ BAO BÌ
VIỆT NAM
PACKAGING RECYCLING ORGANIZATION VIETNAM



15-24

Thế hệ vô tư

N=193

Bạn có sẵn sàng giảm sử dụng các sản phẩm nhựa dùng một lần để giảm thiểu rác thải nhựa không?

Tổng 86% 15%

♂ Nam 87% 13%

♀ Nữ 83% 17%

Có Không





Họ sẵn sàng chi tiêu nhiều hơn cho các sản phẩm thân thiện với môi trường. Tuy nhiên, do tuổi trẻ và điều kiện tài chính hạn chế, vấn đề chi phí vẫn là mối lo ngại đáng kể.

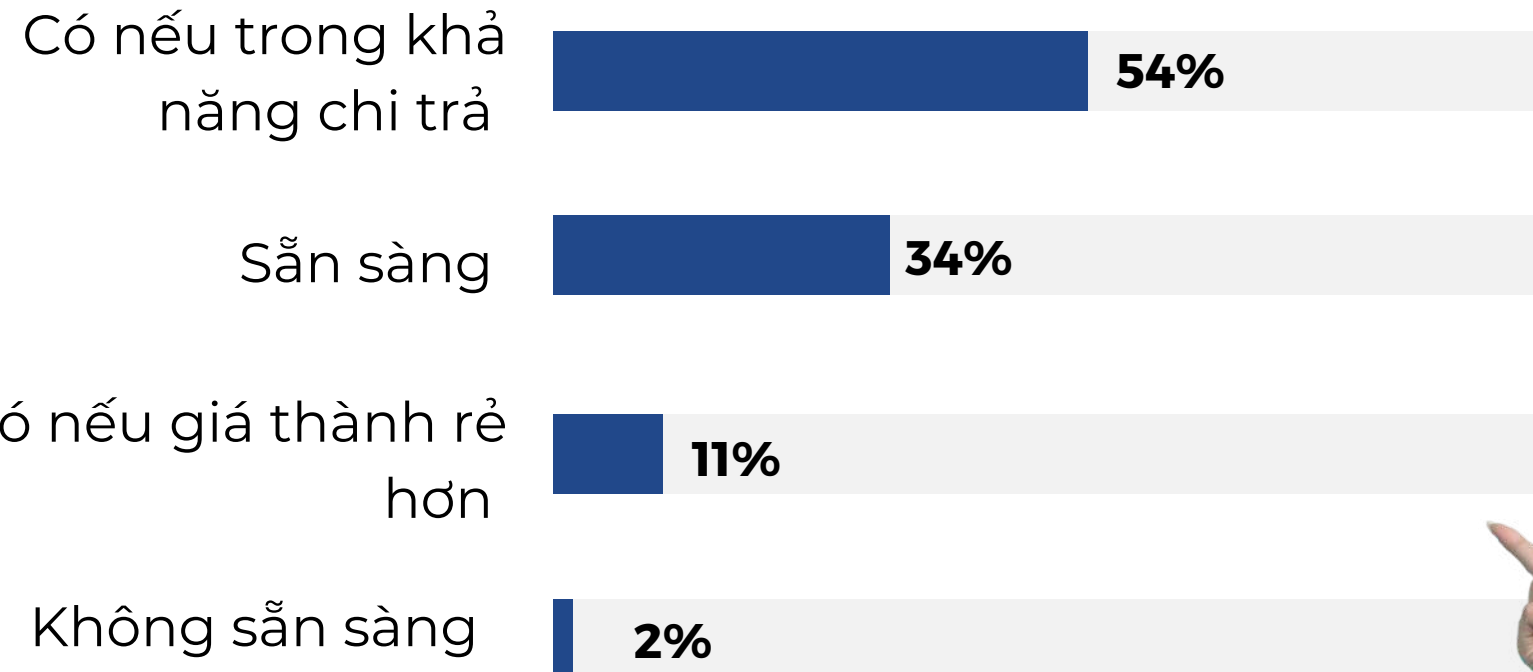


15-24

Thế hệ vô tư

N=193

Bạn có sẵn sàng sử dụng các sản phẩm khác thân thiện với môi trường với giá thành cao hơn để thay thế các sản phẩm nhựa dùng một lần không?



LIÊN MINH
TÁI CHẾ BAO BÌ
VIỆT NAM
PACKAGING RECYCLING ORGANIZATION VIETNAM

Yếu tố nào để bạn chọn lựa giữa các loại bao bì cùng một loại sản phẩm (Ví dụ nước giải khát có dạng chai và dạng lon, sữa tiệt trùng có dạng túi và hộp...)





15-24

Thế hệ vô tư


Nhận thức của Thế hệ vô tư

về phân loại rác thải





Dù sẵn sàng ủng hộ việc phân loại rác thải, họ thường không thực hiện phân loại rác thải tại nhà. Điều này dẫn đến việc họ ít quan tâm đến vấn đề này và thiếu hiểu biết về chính sách mới dự kiến áp dụng từ năm 2025.

15-24
Thế hệ vô tư

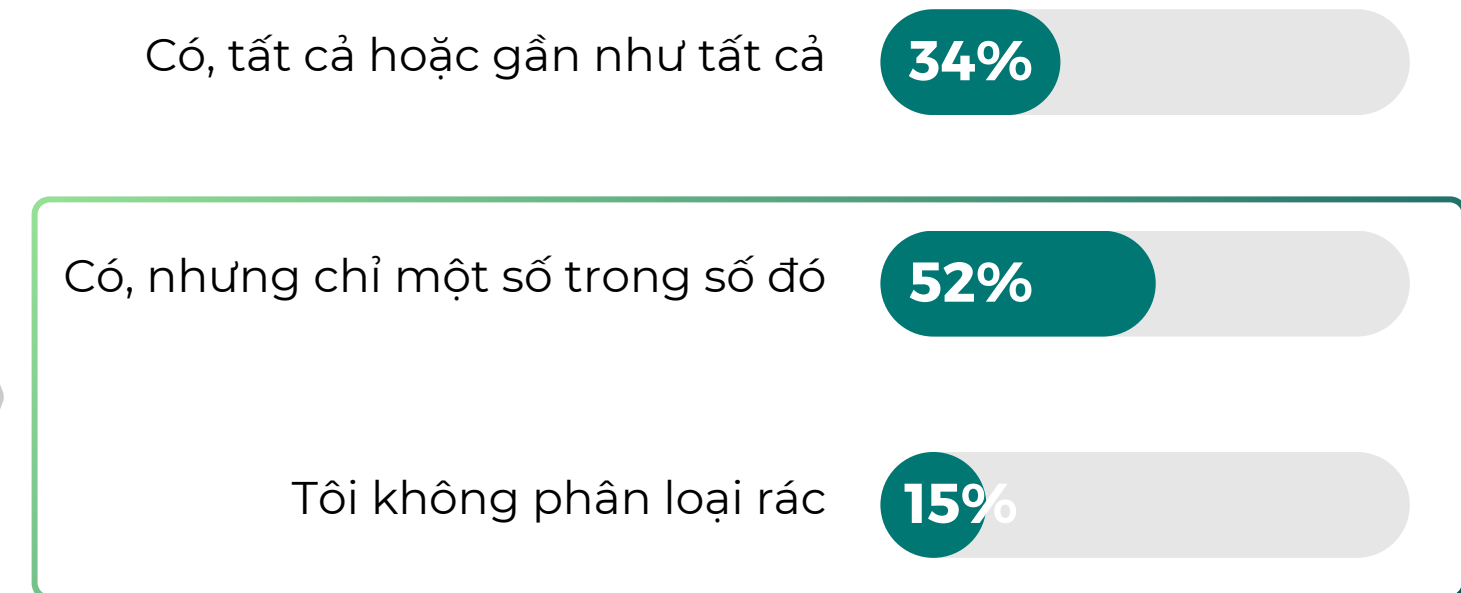
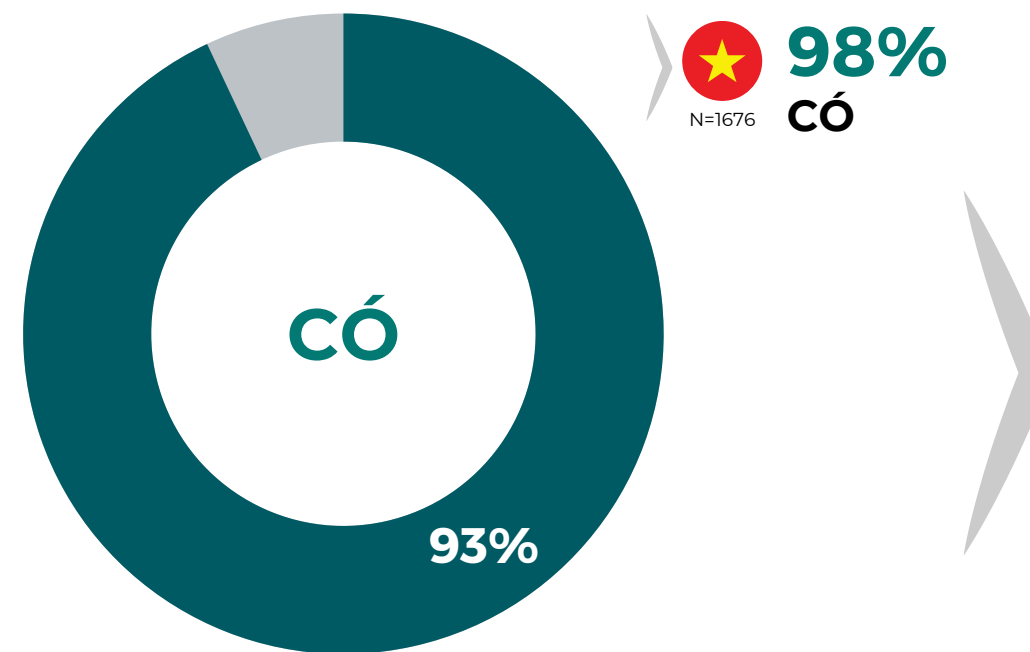
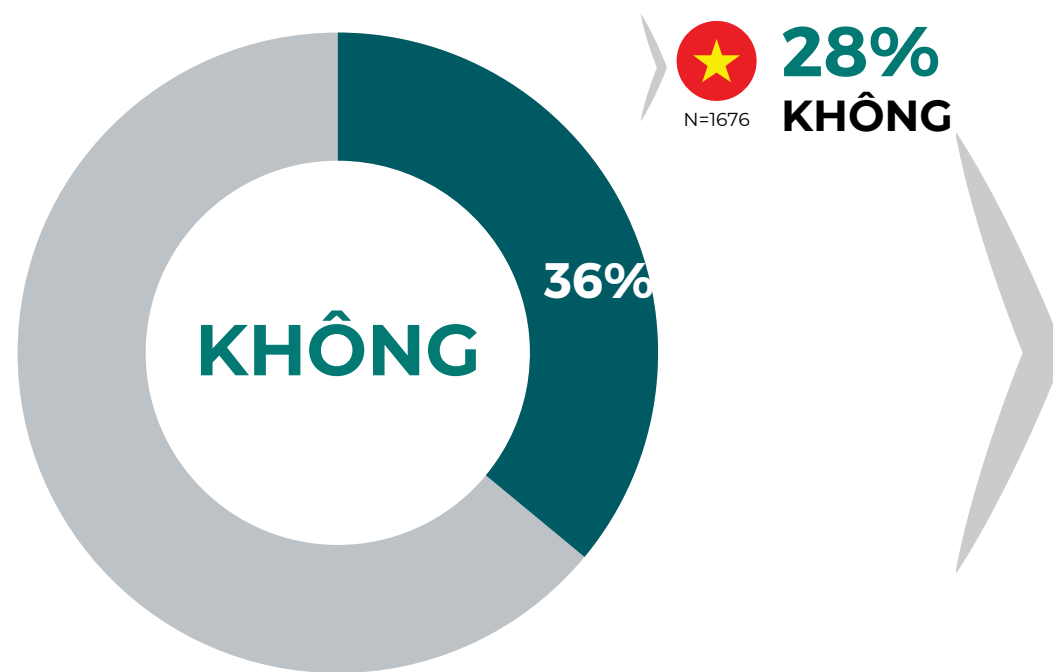
N=193

N=193

Bạn có biết từ 01/01/2025 các hộ gia đình phải phân loại rác thải làm 03 loại: (1) Rác hữu cơ; (2) Rác tái chế; (3) Rác còn lại?

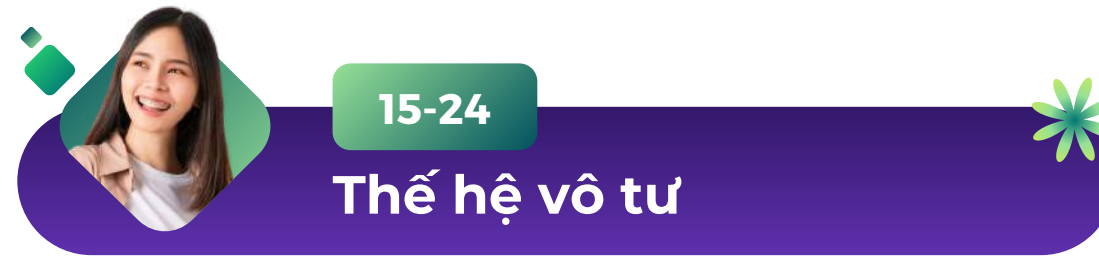
Bạn có ủng hộ việc phân loại rác thải tại nguồn không?

Còn bạn, tại nơi ở/nhà của bạn: Cá nhân bạn có phân loại rác thải của mình không?



Tôi **KHÔNG BIẾT** về quy định mới NHƯNG tôi **ỦNG HỘ** việc phân loại rác thải.

Cá nhân tôi không phân loại rác thải sinh hoạt



Bạn và gia đình đang gặp khó khăn gì trong quá trình phân loại rác thải tại nguồn?

“

15.8%

Quá trình phân loại rác thải mất nhiều thời gian và chi phí

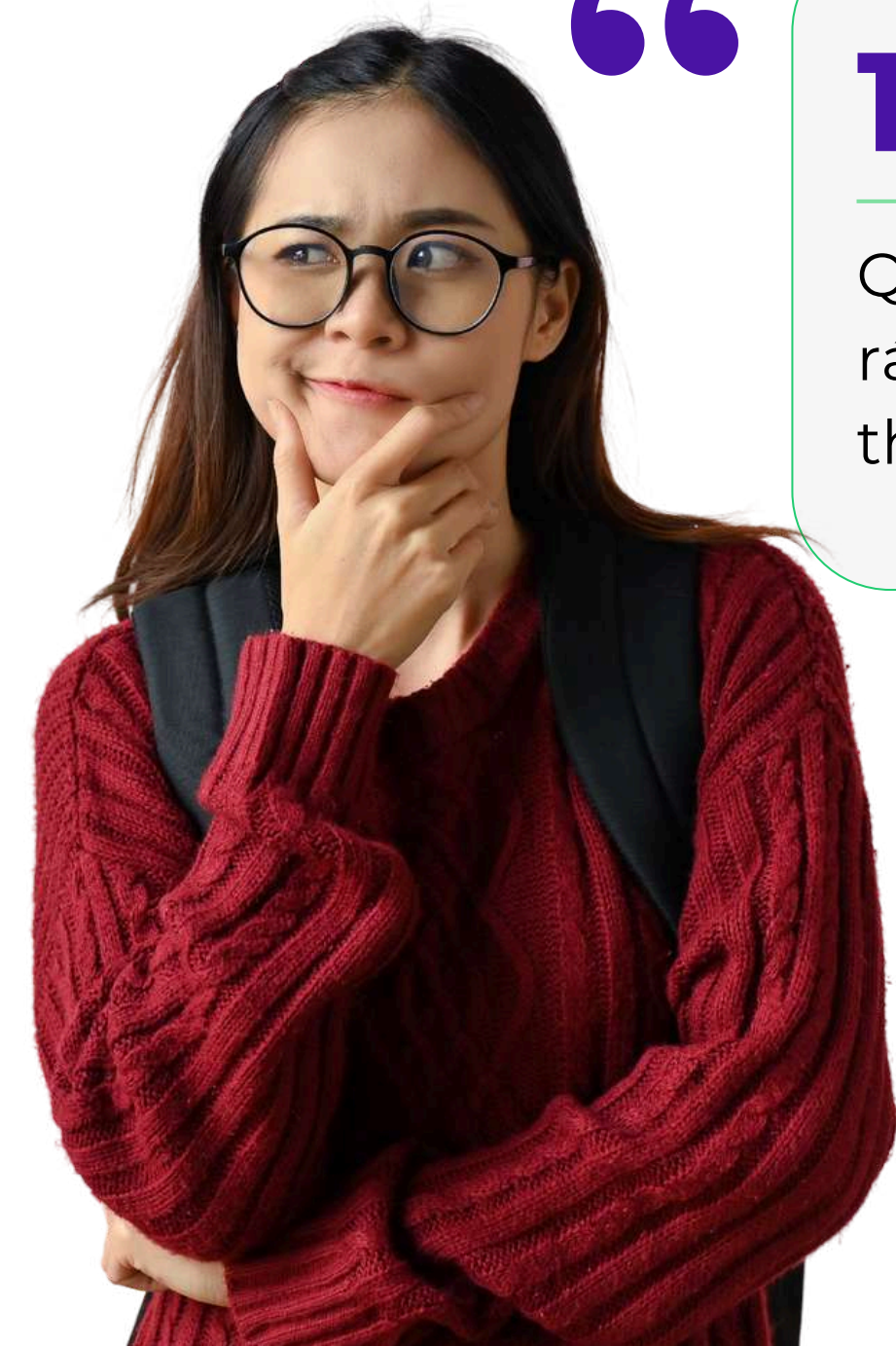
12.7%

Thiếu hiểu biết về các loại rác thải cần được phân loại

5.5%

thiếu kiến thức và thông tin về quy trình/ phương pháp phân loại rác thải

*Kích thước mẫu dựa trên những người tự phân loại rác thải tại nhà.





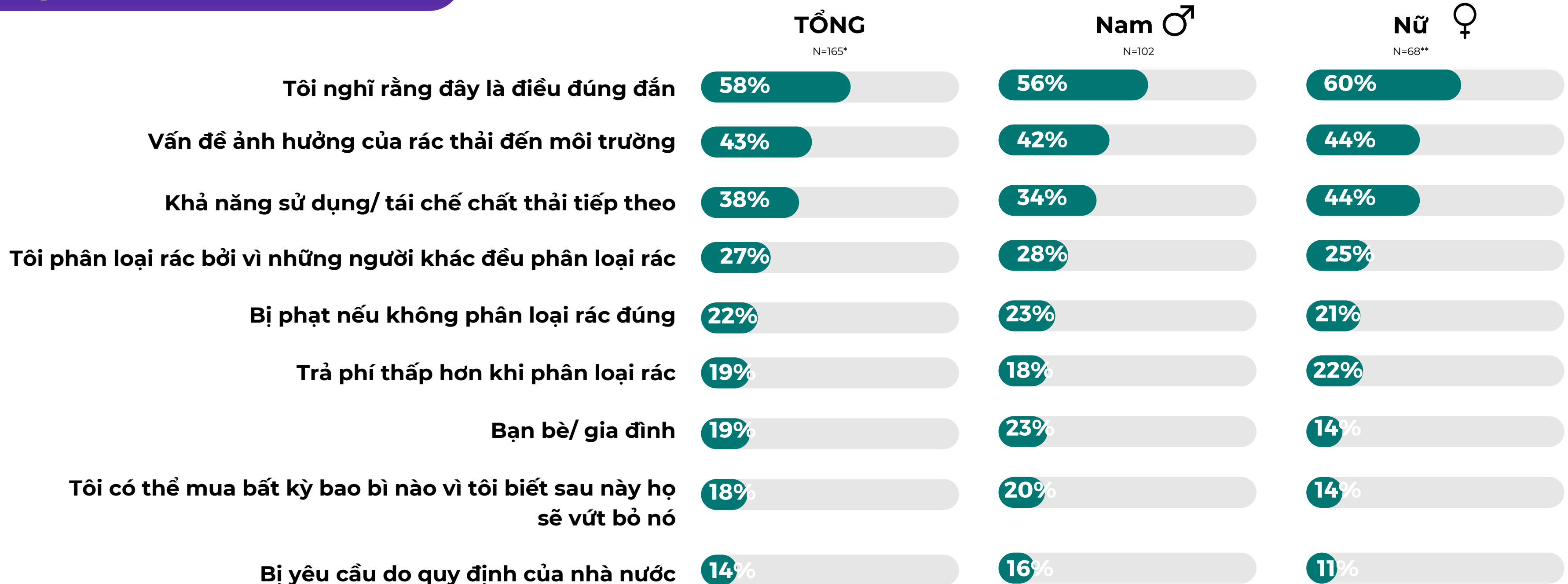
Có sự khác biệt đáng kể giữa nam và nữ trong động lực tái chế. Cụ thể, 44% phụ nữ được thúc đẩy bởi khả năng tái sử dụng hoặc tái chế chất thải trong tương lai, trong khi con số này ở nam giới chỉ là 34%. Điều này cho thấy phụ nữ trẻ có nhận thức rõ ràng hơn về các lợi ích từ việc tái chế.



15-24

Thế hệ vô tư

Động lực nào khiến bạn phân loại rác thải ở nhà?



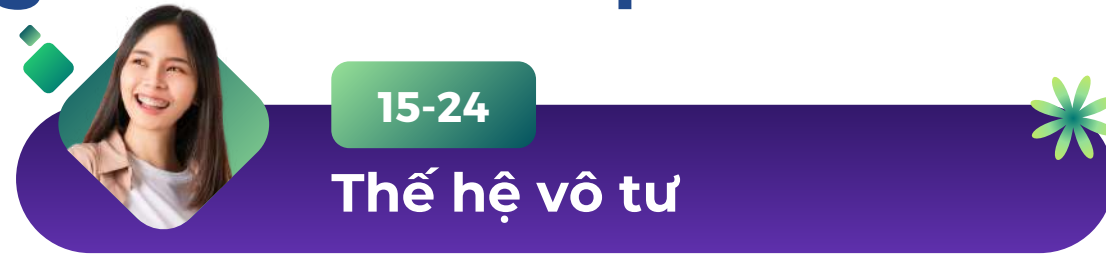
*Kích thước mẫu dựa trên những người tự phân loại rác thải tại nhà.

** Quy mô mẫu nghiên cứu nhỏ

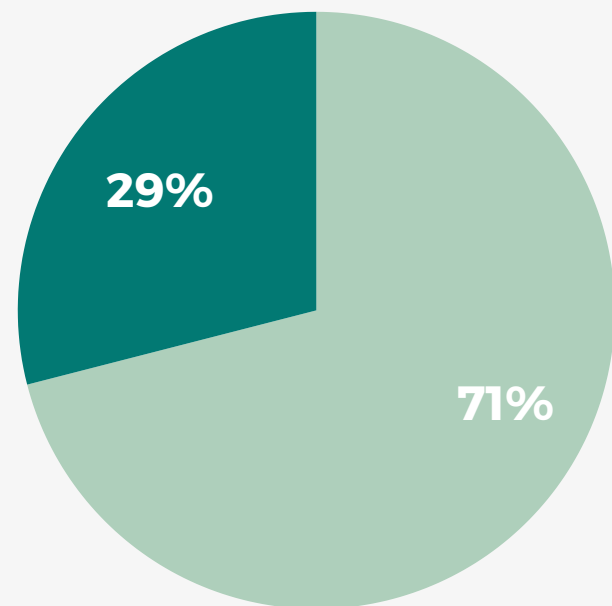



Nhu cầu thông tin

về việc thu gom, phân loại rác
thải tại hộ gia đình, địa phương



Bạn có cảm thấy mình có kiến thức và thông tin cần thiết về chương trình phân loại rác thải của thành phố để phân loại một cách hiệu quả không?
N=193

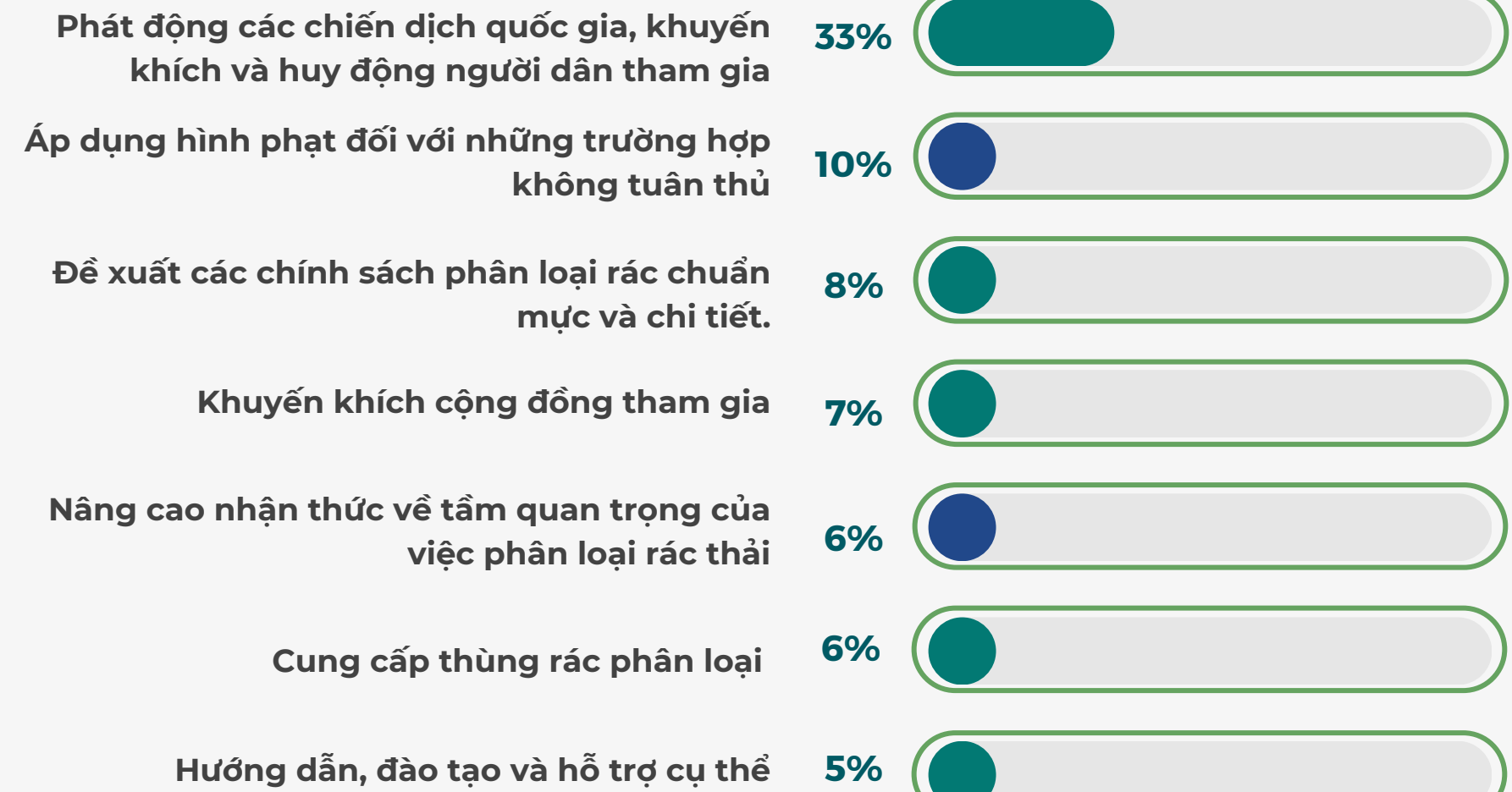


 Tỷ lệ đáp viên thuộc nhóm này cho rằng họ có đủ kiến thức để phân loại rác thải một cách hiệu quả thấp hơn mức trung bình toàn quốc.

 **84%**
Có
N=1676

● Có ● Không

Theo bạn, chính quyền địa phương cần làm gì để bạn và gia đình phân loại rác thải? Top 7



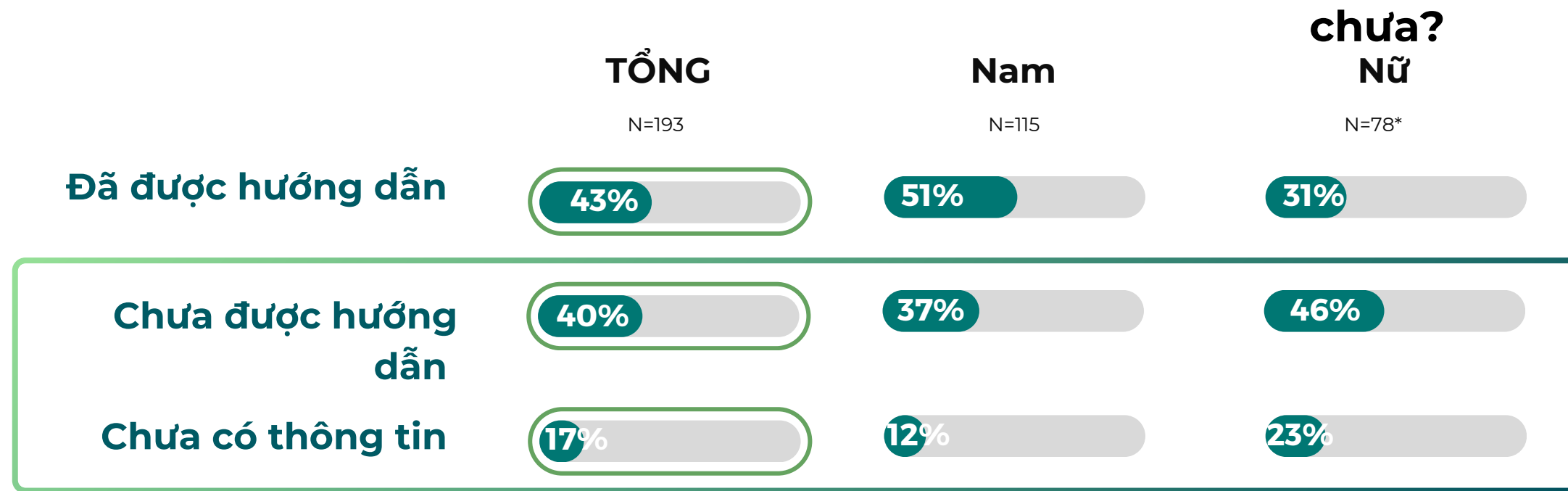


Phân loại rác thải

Hướng dẫn từ chính quyền địa phương



Bạn đã được hướng dẫn phân loại rác thải và thời điểm thực hiện từ Chính quyền địa phương nơi bạn đang sống



*Small base

57%

N=1676

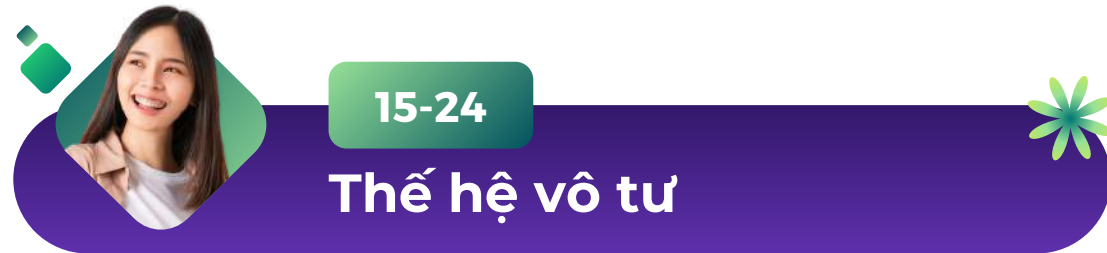
trong số Thế hệ Vô tư được khảo sát cho biết họ chưa được hướng dẫn và thông tin về cách phân loại rác cũng như thời điểm thực hiện theo hướng dẫn của chính quyền địa phương nơi họ sống



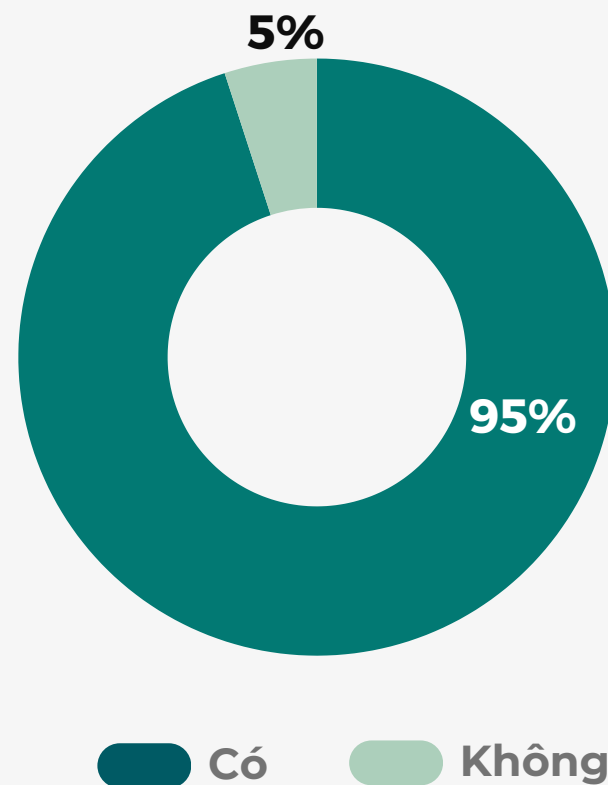


Thông tin về việc phân loại rác thải

Kỳ vọng của người dân với chính quyền địa phương



Theo bạn chính quyền địa phương có nên tăng cường truyền truyền về phân loại rác thải không?



Theo bạn chính quyền địa phương nên tuyên truyền về phân loại rác thải theo hình thức nào? (vui lòng lựa chọn các hình thức mà bạn thấy phù hợp)

Tổ chức tập huấn

78%

Phát tài liệu

55%

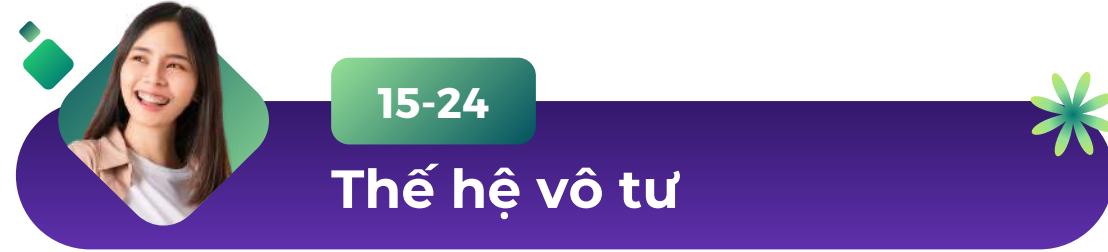
Khác

2%





Đâu là phương tiện hiệu quả nhất để cập nhật thông tin về thu gom rác thải?





Tóm tắt - Nhận thức về khái niệm 3R



15-24

Thế hệ vô tư

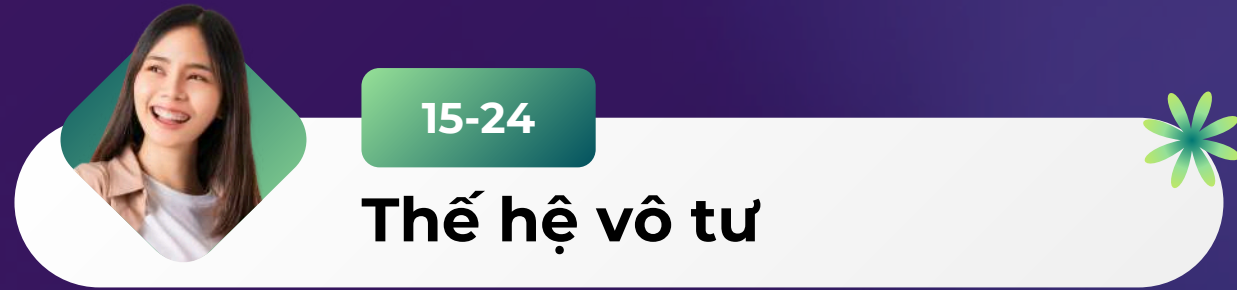


NHẬN THỨC VÀ HIỂU BIẾT VỀ KHÁI NIỆM 3R & PHÂN LOẠI RÁC THẢI

- Nhóm này quan tâm đến các vấn đề môi trường nhưng thiếu hứng thú tìm hiểu sâu về chúng.
- Họ có xu hướng chú ý hơn khi được cung cấp kiến thức mới và thông tin hữu ích.
- Mặc dù đã biết đến khái niệm 3R, nhưng sự hiểu biết của họ chưa sâu và thiếu chi tiết.
- Khi nói đến việc phân loại rác thải, nhận thức của họ về chính sách mới năm 2025 còn hạn chế hơn so với mặt bằng chung của dân số Việt Nam được khảo sát. Tuy nhiên, họ vẫn hiểu được lợi ích mà biện pháp này mang lại và ủng hộ việc phân loại rác thải tại nguồn. Tỷ lệ người không tự phân loại rác thải chỉ chiếm 15%, trong khi 52% chỉ phân loại một phần, cho thấy mức độ quan tâm đến vấn đề này nhìn chung còn hạn chế. Nhóm này cần được cung cấp thêm thông tin để hiểu rõ hơn về cách thức phân loại rác thải.



Tóm tắt - Nhận thức về lợi ích của việc tái chế

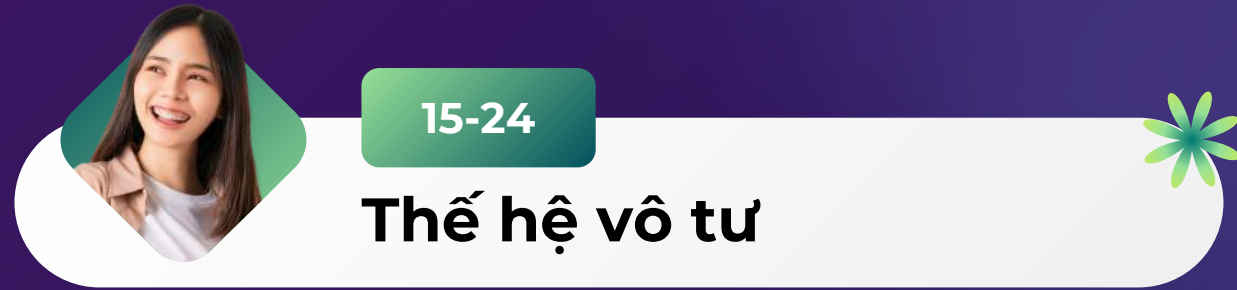


NHẬN THỨC VỀ LỢI ÍCH CỦA VIỆC TÁI CHẾ

- **Nam giới:** Đối với nhóm này, sức hấp dẫn chính của việc tái chế nằm ở những lợi ích kinh tế mà nó mang lại. Trong đó, 77% tin rằng tái chế giúp tiết kiệm chi phí đáng kể bằng cách giảm bớt các chi phí liên quan đến thu gom, vận chuyển và xử lý chất thải. Quan điểm này cho thấy nam giới có cách tiếp cận thực tế đối với tái chế, tập trung vào các lợi ích tài chính cụ thể và rõ ràng.
- **Nữ giới:** Mặt khác, phụ nữ thường có xu hướng ủng hộ các quy định về môi trường nhiều hơn. Đặc biệt, 86% phụ nữ tán thành việc bắt buộc sử dụng vật liệu tái chế trong sản phẩm, thể hiện sự cam kết của họ đối với các biện pháp quản lý nhằm thúc đẩy các hoạt động bền vững. Sự đồng thuận này cho thấy phụ nữ có xu hướng ủng hộ các thay đổi mang tính hệ thống nhằm tăng cường bảo vệ môi trường.



Tóm tắt - Rào cản trong việc sử dụng sản phẩm tái chế



RÀO CẢN TRONG VIỆC SỬ DỤNG SẢN PHẨM TÁI CHẾ

- **Nam giới:** Theo kết quả khảo sát, giá cả là rào cản lớn nhất khiến cho 46% nam giới do dự trong việc sử dụng sản phẩm tái chế. Điều này cho thấy quyết định mua sắm của họ chịu ảnh hưởng mạnh mẽ bởi các yếu tố kinh tế. Vì vậy, việc cung cấp các sản phẩm tái chế với mức giá hợp lý hơn là cần thiết để khuyến khích nam giới sử dụng các sản phẩm này một cách phổ biến hơn.
- **Nữ giới:** Chất lượng sản phẩm là mối lưu tâm hàng đầu của phụ nữ khi sử dụng các sản phẩm tái chế. Khoảng 72% nữ giới được khảo sát bày tỏ sự lo ngại về khả năng chất lượng của các sản phẩm tái chế thấp hơn so với sản phẩm thông thường. Điều này cho thấy, để tăng cường sự chấp nhận và sử dụng sản phẩm tái chế ở nhóm này, việc đảm bảo rằng các sản phẩm tái chế đạt tiêu chuẩn cao và đáng tin cậy là điều vô cùng quan trọng.



Khuyến nghị

ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP



CHIẾN LƯỢC TIẾP THỊ PHÂN BIỆT

Đơn giản hóa và nhấn mạnh tầm quan trọng của phân loại rác thải.

Giới thiệu các phương pháp học tập thú vị về phân loại rác thải.

- **Đối với nam giới:** Nhấn mạnh lợi ích tài chính của các sản phẩm tái chế và hiệu quả tiết kiệm chi phí trong việc giảm thiểu chất thải. Nhấn mạnh việc sử dụng các sản phẩm tái chế có thể tiết kiệm chi phí lâu dài như thế nào.
- **Đối với nữ giới:** Tập trung vào lợi ích môi trường và cam kết về chất lượng của các sản phẩm tái chế. Đảm bảo thông điệp tiếp thị không chỉ giải quyết mà còn xoa tan những lo ngại về chất lượng thông qua chứng nhận của bên thứ ba hoặc cam kết bảo đảm chất lượng từ nhà sản xuất.

PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM

- Phát triển và quảng bá các sản phẩm thân thiện với môi trường với mức giá cạnh tranh, để thu hút khách hàng nam quan tâm đến yếu tố tiết kiệm chi phí.
- Đầu tư sản xuất vật liệu tái chế chất lượng cao và nhấn mạnh yếu tố này trên bao bì sản phẩm và ấn phẩm quảng cáo để thu hút khách hàng nữ đề cao chất lượng.



Khuyến nghị

ĐỐI VỚI CHÍNH QUYỀN ĐỊA PHƯƠNG



NÂNG CAO NHẬN THỨC VÀ KHUYẾN KHÍCH THAM GIA

- Chiến dịch Thông tin: Sử dụng đa dạng các kênh truyền thông như thư chuyển phát thư tại nhà, mạng xã hội và truyền hình quốc gia để nâng cao nhận thức về phân loại và tái chế rác thải.
- Chương trình giáo dục: Tổ chức các buổi tập huấn và phát hành các tài liệu liên quan nhằm tăng cường hiểu biết về lợi ích và các phương pháp phân loại rác hiệu quả. Điều chỉnh nội dung cho phù hợp với những mối quan tâm cụ thể của nam giới và nữ giới.

CHÍNH SÁCH & QUY ĐỊNH

- Ban hành và thực thi các quy định về việc sử dụng vật liệu tái chế trong sản phẩm, kèm theo hệ thống giám sát và đảm bảo chất lượng toàn diện để giải quyết các vấn đề lo ngại về chất lượng của người tiêu dùng.
- Miễn giảm thuế, phí, hỗ trợ doanh nghiệp trong việc áp dụng mô hình sản xuất bền vững và sử dụng vật liệu tái chế.

SỰ THAM GIA CỦA CỘNG ĐỒNG

- Tổ chức nhiều sự kiện và chương trình tại địa phương để khuyến khích người dân tham gia tích cực vào hoạt động phân loại và tái chế rác thải. Việc này không chỉ nâng cao nhận thức cộng đồng về lợi ích của việc bảo vệ môi trường mà còn tạo ra diễn đàn để mọi người cùng chia sẻ kinh nghiệm cá nhân.
- Việc hợp tác với những nhân vật có tầm ảnh hưởng trong cộng đồng cũng vô cùng cần thiết để thúc đẩy sự tham gia của cộng đồng và nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của việc bảo vệ môi trường, góp phần xây dựng một tương lai xanh, sạch và bền vững.



LIÊN MINH
TÀI CHẾ BAO BÌ
VIỆT NAM
PACKAGING RECYCLING ORGANIZATION VIETNAM

Cảm Ơn!

