



ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ

PGS.TS. NGUYỄN TRÚC LÊ (Chủ biên)

VIỆT NAM và VƯƠNG QUỐC ANH

QUAN HỆ KINH TẾ - THƯƠNG MẠI
HƯỚNG TỚI NỀN KINH TẾ CÁC-BON THẤP
VÀ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG



PGS.TS. NGUYỄN TRÚC LÊ
(Chủ biên)

VIỆT NAM VÀ VƯƠNG QUỐC ANH
QUAN HỆ KINH TẾ - THƯƠNG MẠI HƯỚNG TỚI NỀN KINH TẾ CÁC-BON THẤP VÀ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG



TỦ SÁCH KHOA HỌC
MS: 460-KHXH-2021



NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI

DEVELOPING CLIMATE SMART AGRICULTURE SYSTEMS (CSA) IN VIETNAM AND UK

Abstract: Agriculture worldwide faces with three challenges nowadays: (i) ensuring food security and income; (ii) climate change adaptation; and (iii) climate change mitigation. Climate Smart Agriculture (CSA) is one of the solutions to adapt to the impacts of climate change towards sustainable growth. Due to the climate change-resistant smart agricultural system, the main features are: addressing the challenge of climate change; integrating multiple goals and choosing the right solution; maintaining ecosystem services; approaches at different levels; specific; gender and disadvantaged groups.

Agriculture in the UK has applied climate-resilient smart farming practices to ways to reduce emissions in livestock production, to reduce farm inputs to save more resources or to keep carbon stored in the soil. Making farming systems more diverse could also make them more resilient in the face of climate change. According to the EIP-AGRI (2020) database, by converting crop residues from rice and citrus fruits into nutritious food for small ruminants, the Low Carbon Feed project aims to use low carbon consumption, reducing greenhouse gas emissions from the burning of these by-products. Also according to EIP-AGRI data, this feed also causes goats to emit 8 to 22% less methane. In addition, the UK is testing a digital tool that will allow farmers to track and analyze their energy use via mobile phones at any time. A separate computer tool that calculates the farm's carbon footprint helps farmers know how much energy to produce and consume.

Following the experience of the UK, Vietnam has successfully applied CSA in areas such as farming, animal husbandry, forestry, fisheries and agro-forestry-fishery. However, CSA technology has a low or medium adoption rate. The relatively low level of adoption of the practices among farmers suggests a number of challenges and barriers to adoption. Barriers are often related to input supply constraints (lack of quality seed or water scarcity during drought), high costs of adoption (e.g. improved irrigation systems) with limited access to credit and markets, high labor costs, and limited knowledge and technology. Addressing these barriers is an important requirement in the development of a CSA at scale.

Therefore, the research proposes some solutions are proposed in terms of: (i) policies to promote CSA development; (ii) monitoring and evaluation; and (iii) awareness of people, organizations and businesses involved in agricultural production activities.

CHIẾN LƯỢC VÀ CAM KẾT KINH DOANH KHÔNG PHÁ RỪNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP TẠI VƯƠNG QUỐC ANH VÀ VIỆT NAM

Phạm Thu Thủy*, Trần Yến Ly**

1. MỞ ĐẦU

Phá rừng và suy thoái rừng tạo ra 20% lượng phát thải khí nhà kính trên toàn cầu và được coi là một vấn đề nghiêm trọng cần phải được các quốc gia đã kí thỏa thuận Paris ưu tiên trong chính sách biến đổi khí hậu của mình. Nhận thấy nguyên nhân chính dẫn đến phá rừng và suy thoái rừng là mở rộng diện tích sản xuất nông nghiệp quy mô lớn, các chính sách phát triển cơ sở hạ tầng và tranh chấp đất đai (Phạm và cộng sự, 2019), nhiều sáng kiến toàn cầu đã được đưa ra bao gồm Tuyên bố New York về Rừng được ký và công bố tại Đại hội đồng Liên Hợp Quốc và Thách thức Bonn về tái sinh rừng, nguyên tắc Hướng dẫn về Kinh doanh và Nhân quyền (UNGP) bao gồm các yêu cầu báo cáo và thẩm định về quyền con người và môi trường. Vào ngày 29 tháng 4 năm 2020, EU cũng đã thông báo rằng họ sẽ ban hành luật vào năm 2021 để bắt buộc thẩm định về quyền con người và môi trường đối với các công ty EU (RBC, 2020). Cao ủy EU về Tư pháp và Người tiêu dùng gần đây đã xác nhận rằng Ủy ban sẽ đưa quy định này vào Chương trình làm việc chính thức tiếp theo của Ủy ban cho năm 2021 về Thỏa thuận Xanh Châu Âu” (Molyneux và cộng sự, 2020).

Trước áp lực của thị trường về các sản phẩm xanh sinh thái và các khung pháp lý toàn cầu về bảo vệ môi trường, 500 công ty và tổ chức tài chính có ảnh hưởng nhất trên thế giới đã kí cam kết kinh doanh

* Tổ chức Nghiên cứu Lâm nghiệp Quốc tế (CIFOR).

** Trường Đại học Kinh tế, ĐHQGHN.

không phá rừng của mình với kì vọng ngoài việc đảm bảo các hoạt động kinh doanh không liên quan đến phá rừng còn tăng 44% diện tích rừng nguyên sinh nhiệt đới (Dauvergne, 2017; Haupt và cộng sự, 2020; Forest 500, 2021a; Carodenuto và Buluran, 2021). Có ba cách tiếp cận đối với các cam kết kinh doanh không phá rừng: các công ty có thể áp dụng các tiêu chuẩn tự nguyện cấp công ty hoặc cấp nhóm; cam kết can thiệp dựa trên chuỗi cung ứng toàn ngành và tất cả các sản phẩm công ty có liên quan; và thực hiện áp dụng với toàn chuỗi cung ứng theo phương thức tổng hợp theo địa lí, theo nhóm mặt hàng, theo các quy định pháp lý (Pacheco và cộng sự, 2018).

Cho tới nay, có rất ít các bằng chứng khoa học chứng minh các sáng kiến phá rừng đã đạt được những tác động dự kiến (Alix-Garcia và Gibbs, 2017; Randal, 2021) và các doanh nghiệp phần lớn vẫn không tuân thủ với các chính sách cấm phá rừng (Azevedo, 2015). Cộng đồng khoa học quốc tế kêu gọi các nhà nghiên cứu trên toàn cầu tiến hành các nghiên cứu theo dõi, giám sát và đánh giá tính hiệu quả của cam kết toàn cầu này để giải quyết những thách thức đối với việc thực hiện các cam kết không phá rừng và đảm bảo sản xuất hàng hóa không gây hại đến rừng của thế giới (Kissinger, 2021) trong các bối cảnh thể chế đa dạng khác nhau trên toàn cầu (Lyons-White và cộng sự, 2020). Dựa vào tài liệu thứ cấp, bài viết này rà soát các ngành nghề và chuỗi giá trị Việt Nam và UK có liên quan và tham gia vào cam kết kinh doanh không phá rừng, đồng thời thảo luận những thuận lợi và khó khăn cho các doanh nghiệp UK và Việt Nam nói riêng và các doanh nghiệp trên toàn cầu nói chung trong quá trình thực thi chính sách này.

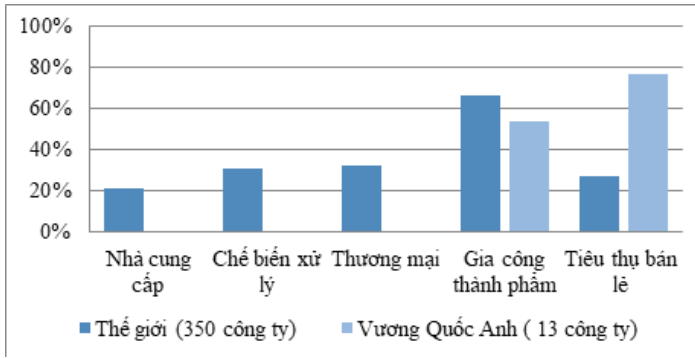
2. CÁC NGÀNH NGHỀ VÀ CHUỖI SẢN PHẨM CỦA VIỆT NAM VÀ VƯƠNG QUỐC ANH LIÊN QUAN ĐẾN CAM KẾT KINH DOANH KHÔNG PHÁ RỪNG

2.1. Vương quốc Anh

Là nước chủ nhà của Hội nghị khí hậu toàn cầu COP26, Vương Quốc Anh đang chịu áp lực phải thể hiện vai trò lãnh đạo quốc tế về các vấn đề khí hậu. Phá rừng là một trong những vấn đề quan trọng mà Chính phủ Anh hi vọng sẽ thấy được những tiến bộ đạt

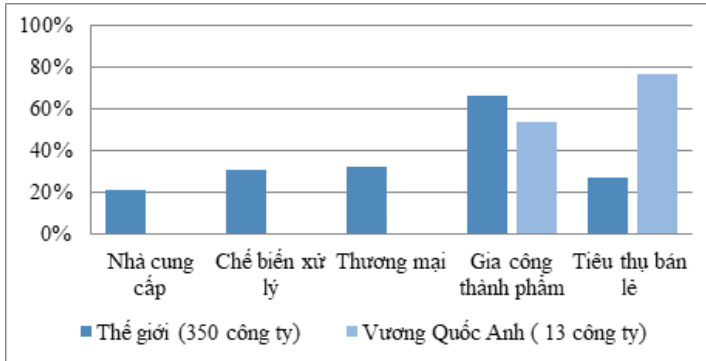
được trên trường quốc tế và do vậy đã cam kết tài trợ 16 triệu bảng để giúp mở rộng quy mô canh tác thân thiện với môi trường và bảo tồn rừng ở Amazon (Department for Environment Food & Rural Affairs, 2020; McGrath, 2020). Vào tháng 5 năm 2021, Dự thảo Luật Môi trường Vương quốc Anh đã xem xét tới việc quy định đảm bảo toàn bộ chuỗi cung ứng sản phẩm của Vương quốc Anh không liên quan tới phá rừng (Chính phủ Vương quốc Anh, 2020) và nếu doanh nghiệp không tuân thủ có thể dẫn đến tiền phạt đáng kể dù mức tiền phạt chính xác vẫn chưa được xác định. Vương quốc Anh dự đoán rằng luật sẽ tác động đặc biệt đến các siêu thị và hãng thời trang, các nhà sản xuất thịt, sữa và các doanh nghiệp sử dụng dầu cọ cùng các thành phần tự nhiên khác (Oryszczuk và cộng sự, 2020). Tuy nhiên, các nhà môi trường trên thế giới cho rằng việc dự thảo luật này chỉ áp dụng với phá rừng bất hợp pháp, có nghĩa rằng rất khó để đảm bảo chuỗi cung ứng của UK không bị mất rừng (Global Witness, 2020).

Trong thực tế, nhiều doanh nghiệp Anh đã cam kết kinh doanh không phá rừng và tìm các giải pháp tổng thể để giải quyết tất cả nạn phá rừng. Hơn 81% các công ty lớn nhất của Vương quốc Anh trong chuỗi cung ứng rủi ro rừng đã tuyên bố rằng họ muốn loại bỏ các yếu tố gây nên tàn phá rừng từ chuỗi cung ứng của họ. 22 doanh nghiệp lớn của Vương quốc Anh gần đây đã kêu gọi Chính phủ xây dựng một khuôn khổ pháp lý để ngăn chặn tất cả các hình thức phá rừng (Collins, 2021). Theo forest500.org, có 13 công ty đặt trụ sở chính tại Vương quốc Anh đang tham gia cam kết kinh doanh và sản xuất không phá rừng đến năm 2021 (Hình 1, 2 và 3). Tuy chỉ chiếm 3.7% số lượng cam kết trên toàn cầu, các công ty này lại sở hữu mạng lưới dày đặc các chi nhánh tại các quốc gia khác nhau. Vương quốc Anh có 12 công ty có các chuỗi giá trị sản phẩm nổi bật tại Việt Nam, chiếm 92.3% số công ty của Vương quốc Anh (Bảng 2). Các công ty đã thâm nhập một thị phần lớn các sản phẩm tại Việt Nam và đặc biệt là đóng góp kinh tế cho nền kinh tế nước nhà. Phần dưới đây sẽ trình bày một vài ví dụ công ty để thấy rõ tác động kinh tế rõ rệt chuỗi sản xuất và kinh doanh ngành nghề này tại Việt Nam.



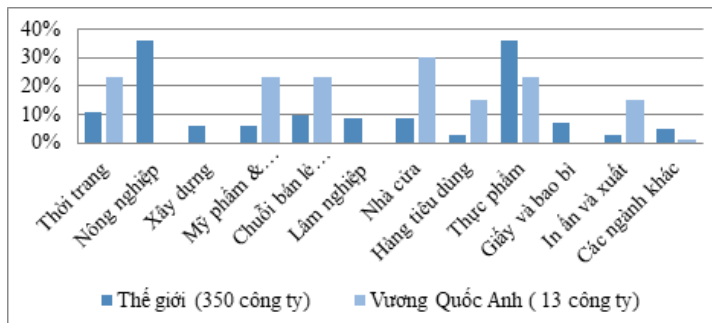
Hình 1. Mức độ thực hiện cam kết không sản xuất và kinh doanh liên quan đến phá rừng của các công ty tại Vương quốc Anh

(Nguồn: Tổng hợp từ dữ liệu của forest500.org)



Hình 2. Cam kết của các công ty ở mức độ chuỗi cung ứng trên thế giới và tại Vương quốc Anh năm 2020

(Nguồn: Tổng hợp từ cơ sở dữ liệu của forest500.org.)



Hình 3. Các ngành nghề chính tham gia vào cam kết trên thế giới và Vương quốc Anh

(Nguồn: Tổng hợp từ dữ liệu của forest500.org)

Bảng 1 cũng chỉ ra các chuỗi siêu thị lớn của Anh, có nhập khẩu các mặt hàng của Việt Nam, đã tham gia cam kết kinh doanh không phá rừng.

Bảng 1. Siêu thị và cam kết không phá rừng

Siêu thị/Ngành hàng	Dầu cọ	Đậu nành	Thịt bò
Tesco	Y	Y	Y
Sainsbury's	Y	Y	Y
Morrisons	Y	chỉ chứng nhận	chỉ bền vững
Aldi (Aldi Group)	Y	N	thỏa thuận gia súc
Lidl (Schwarz Group)	Y	Y	thỏa thuận gia súc
Marks & Spencers	Y	Y	không tiếp xúc

(Nguồn: Burley, 2020)

Tuy nhiên, không một siêu thị nào ở Vương quốc Anh hoặc các nhà bán lẻ khác có thể đảm bảo rằng các sản phẩm có chứa đậu nành, thịt bò Nam Mỹ hoặc dầu cọ là không phá rừng và luật pháp có thể giúp nâng cao mức cấm (Burley 2020). Vấn đề đáng lo ngại nữa là 30.000 tấn thịt bò được nhập khẩu vào Vương quốc Anh từ Brazil mỗi năm - tất cả đều có thể liên quan đến nạn phá rừng tại Brazil (Randal, 2021; Repórter Brasil, 2021, Andrew Wasley và cộng sự, 2019). Ngoài ra, Bảng 2 cũng thể hiện 12 doanh nghiệp UK lớn có trụ sở và hoạt động tại Việt Nam và có cam kết mạnh mẽ đối với cam kết kinh doanh không phá rừng.

Bảng 2. Các công ty trụ sở chính tại Anh cam kết không sản xuất và kinh doanh liên quan đến phá rừng có chuỗi giá trị tại Việt Nam

STT	Tên công ty	Các sản phẩm chính và cam kết kinh doanh không phá rừng
1	Unilever PLC/	Mặt hàng kinh doanh: Mỹ phẩm & chăm sóc cá nhân, Chăm sóc gia đình, Thực phẩm đóng gói. Unilever là một trong những công ty hàng tiêu dùng lớn nhất thế giới, hoạt động trên nhiều phân khúc thị trường. Công ty có hơn 400 thương hiệu, bao gồm nhiều tên gia dụng như Lipton, Knorr, Dove và Hellmann's. Cam kết đạt được chuỗi cung ứng không mất rừng vào năm 2023, nguyên liệu thô được xác minh nguồn gốc là không ảnh hưởng đến việc mất rừng, tập trung vào chuỗi cung ứng dầu cọ, giấy và bìa, chè, đậu nành và ca cao bởi các chuỗi cung ứng này đóng góp tới hơn 65% tổng tác động của Unilever đối với đất đai - và là những cây trồng thường liên quan đến nạn phá rừng.

2	Marks & Spencer Group PLC	Mặt hàng kinh doanh: Phụ kiện & hành lý, Quần áo và giày dép, Bán lẻ thực phẩm. Marks & Spencer là công ty bán lẻ hàng đầu của Anh với hơn 1.000 cửa hàng trên toàn thế giới. M&S Food bán các sản phẩm có chứa dầu cọ, đậu nành và thịt bò. Trong khi đó, các sản phẩm may mặc và hành lý của công ty sử dụng chất liệu da. M&S cũng bán đồ nội thất gia đình và sân vườn, những loại gỗ thường được sử dụng.
3	Reckitt Benckiser Group PLC	Mặt hàng kinh doanh: Mỹ phẩm & chăm sóc cá nhân, Chăm sóc cá nhân, Chăm sóc tại nhà. Reckitt Benckiser Group PLC là nhà sản xuất các sản phẩm chăm sóc sức khỏe, gia đình và cá nhân có trụ sở tại Vương quốc Anh. Các thương hiệu bao gồm Dettol, Vanish, Air Wick, Finish, Strepsil, French's và Cillit Bang. Công ty sản xuất bột giặt, viên xả phòng, sản phẩm sức khỏe, băng và nước sốt cùng các sản phẩm khác và tiếp xúc với cả dầu cọ và đậu nành.
4	Pearson PLC	Mặt hàng kinh doanh: In ấn và xuất bản. Pearson Plc là một công ty truyền thông và học tập có trụ sở tại London. Công ty hoạt động tại hơn 65 quốc gia và xuất bản tài liệu trực tuyến và dưới dạng sách. Các hoạt động xuất bản quy mô lớn đòi hỏi một lượng lớn bột giấy và giấy.
5	GlaxoSmithKline Plc	Mặt hàng kinh doanh: Mỹ phẩm & chăm sóc cá nhân. Glaxo Smith Kline Plc là một công ty chăm sóc sức khỏe có trụ sở tại Vương quốc Anh với các mảng kinh doanh về dược phẩm, chăm sóc sức khỏe người tiêu dùng và vắc xin. Cam kết tìm nguồn cung ứng không mất rừng cho tất cả các mặt hàng nông sản và lâm nghiệp bao gồm: bao bì giấy, các dẫn xuất dầu cọ, đậu nành và các sản phẩm có nguồn gốc từ gia súc
8	Wm Morrison Supermarkets PLC	Mặt hàng kinh doanh: Bán lẻ thực phẩm. WM Morrison Siêu thị PLC tuyên bố là chuỗi siêu thị lớn thứ tư của Vương quốc Anh và điều hành khoảng 500 cửa hàng. Nó có khả năng sản xuất thực phẩm trong thịt, cá và các sản phẩm bánh mì và bề rộng thị trường bán lẻ của nó.
9	Tesco plc	Mặt hàng kinh doanh: Bán lẻ thực phẩm, Nội thất & sàn. Tesco là nhà bán lẻ hàng đầu của Anh với hơn 6.000 cửa hàng trên toàn thế giới. Công ty chuyên về hàng tạp hóa nhưng cũng bán các mặt hàng chăm sóc cá nhân, quần áo và đồ nội thất, cũng như cung cấp các dịch vụ tài chính thông qua ngân hàng con Tesco Bank. Trong số các dòng sản phẩm của mình, Tesco bán một loạt các sản phẩm thương hiệu riêng bao gồm thịt đóng gói, các sản phẩm từ sữa và các mặt hàng bánh kẹo.
10	Associated British Foods Plc	Mặt hàng kinh doanh: Quần áo và giày dép, Nguyên liệu, Thực phẩm đóng gói. Associated British Foods là một tập đoàn đa dạng hoạt động trong lĩnh vực thực phẩm, nguyên liệu và bán lẻ. Các đơn vị kinh doanh của tập đoàn bao gồm trà, ngũ cốc, đường và thức ăn chăn nuôi với các thương hiệu như Twinings, Ryvita và Blue Dragon. Công ty cũng là nhà cung

		cấp hàng đầu trên thị trường nguyên liệu làm bánh và là chủ sở hữu của nhà bán lẻ quần áo Primark và cũng là một trong những nhà sản xuất thức ăn chăn nuôi lớn nhất ở châu Âu. Để nâng cao các tiêu chuẩn xã hội và môi trường mà nguyên liệu thô được sản xuất, Associated British Foods sử dụng một loạt các chương trình và tiêu chuẩn chứng nhận bên ngoài. Các mặt hàng kinh doanh cam kết không phá rừng bao gồm đậu cò, đậu nành, mía đường, trà, các loại thảo mộc, gia vị, ca cao và lúa mì.
11	C&J Clark International Ltd	Mặt hàng kinh doanh: Quần áo và giày dép. C&J Clark International (Clarks) là một công ty giày dép của Vương quốc Anh hoạt động tại hơn 75 quốc gia. Công ty là một nhà bán lẻ giày dép lớn của Châu Âu và là một trong những nhà bán lẻ giày dép lớn nhất trên toàn cầu.
12	GlaxoSmithKline Plc	Mặt hàng kinh doanh: Mỹ phẩm & chăm sóc cá nhân. GlaxoSmithKline Plc là một công ty chăm sóc sức khỏe có trụ sở tại Vương quốc Anh với các mảng kinh doanh về dược phẩm, chăm sóc sức khỏe người tiêu dùng và vắc xin.

(Nguồn: Tổng hợp từ cơ sở dữ liệu của forest500.org; Associated British Foods, 2020; Unilever - không có thông tin ngày xuất bản; GSK, 2020)

2.2. Việt Nam

Hiện nay luật pháp của Việt Nam mới chỉ đề cập đến khái niệm kinh doanh không phá rừng áp dụng cho ngành nông - lâm nghiệp. Cụ thể hơn, Chương trình hành động Giảm phá rừng và suy thoái rừng (REDD+) đã xây dựng nhiều chính sách hỗ trợ các ngành sản xuất nông sản có liên quan đến phá rừng như cao su và cà phê.

Mặc dù chính sách hiện nay mới chỉ tập trung vào ngành nông lâm nghiệp, Bảng 3 cho thấy trong thực tế có rất nhiều ngành nghề và doanh nghiệp đang hoạt động tại Việt Nam (Cả doanh nghiệp nước ngoài và trong nước) đều đã kí cam kết kinh doanh không phá rừng.

Bảng 3. Một số ngành nghề chính của các doanh nghiệp đang hoạt động tại Việt Nam cam kết kinh doanh không phá rừng

Lĩnh vực	Số lượng công ty	Tên công ty
Thời trang	10	H & M Hennes & Mauritz AB; Tapestry; Marks & Spencer Group PLC; Inditex S.A.; Fast Retailing, Asics Corp.; Nike Inc.; Pou chen; Associated British Foods Plc; C & J Clark International Ltd.; Adidas Group; Tesco plc; Wm Morrison Supermarkets PLC; C&J Clark International Ltd.

Nông nghiệp	24	Archer Daniels Midland Co.; Musim Mas; Sime Darby Bhd.; Wilmar International Ltd.; Bunge Ltd.; Louis Dreyfus; Ameropa Ltd.; Sadesa; Glencore; Charoen Pokphand Group; Cargill; Mitsubishi Corp.; COFCO; Olam International.; Haid Group; CJ Cheiljedang Corporation; De Heus; Danish Agro; InVivo; New Hope Group; East Hope Group; Japfa Ltd; Uni-President Enterprises Corp.; Musim Mas.
Xây dựng	5	Mitsubishi Corp.; Daiwa House Group; Sumitomo Forestry; Danzer Group; Nippon Paper Industries Co. Ltd.; CÔNG TY CỔ PHẦN XÂY DỰNG KIẾN TRÚC AA; ARIA COATINGS.
Mỹ phẩm & chăm sóc cá nhân	14	Estée Lauder Companies Inc.; GlaxoSmithKline Plc; Shiseido Co. Ltd.; AmorePacific Corp; CK Hutchison Holdings; Kao Corp.; Henkel AG & Co. KGaA; Procter & Gamble Co.; Colgate-Palmolive Co.; Unilever PLC; Kimberly Clark Group; Unicharm Corporation; Reckitt Benckiser Group PLC.
Chuỗi bán lẻ thực phẩm	6	Marks & Spencer Group PLC; Charoen Pokphand Group; CK Hutchison Holdings; AEON Co. Ltd.; Association Familiale Mulliez (AFM); Lotte Co. Ltd.
Lâm nghiệp	6	COFCO; Olam International; Sumitomo Forestry; Danzer Group; Oji Holdings Corp.; International Paper.; IKEA Group; Công ty Scansia Pacific; Công ty Cổ phần Xuất Nhập khẩu Gỗ Nam Định (NAFOCO); Công ty Woodsland; Công ty Koda Sài Gòn; CÔNG TY CỔ PHẦN SX VÀ XK QUẾ HỒI Việt Nam; CÔNG TY CỔ PHẦN TÂN VĨNH CỬU; CÔNG TY CPKN GỖ TIẾN ĐẠT, Công ty Scansia Pacific, Công ty Cổ phần Xuất Nhập khẩu Gỗ Nam Định (NAFOCO), Công ty Woodsland, Công ty Koda Sài Gòn.
Nhà cửa	12	Inditex S.A.; Association Familiale Mulliez (AFM); Adient; Lear Corp.; Nitori Holdings Co. Ltd.; Ashley Furniture Industries Inc.; 3M Company; Kao Corp.; Henkel AG & Co. KGaA; Procter & Gamble Co.; Colgate-Palmolive Co.; Unilever PLC.
Thực phẩm	38	Mitsubishi Corp.; COFCO; Olam International; Uni-President Enterprises Corp.; Associated British Foods Plc; Unilever PLC; Koninklijke FrieslandCampina N.V.; Lotte Co. Ltd.; Nestlé S.A.; Mars Inc.; Mondelez International Inc.; Kewpie Corp.; Yakult Honsha Co. Ltd.; Yamazaki Baking Co.; Archer Daniels Midland Co.; Cargill.; Koninklijke DSM N.V.; BASF SE; DuPont; Musim Mas; Sime Darby Bhd.; Wilmar International Ltd.; Bunge Ltd.; McDonald's Corp.; Restaurant Brands International; Doctor's Associates Inc.; Dunkin' Brands Group Inc.; Yum! Brands Inc.; Starbucks Corp.; Domino's Pizza Inc. Công ty chè: Phu-Ben Tea Company Ltd.; Asia Tea Company L; Hiep Thanh Co., Ltd.; My Lam Tea Joint Stock Company; Nam Long Company Ltd; The Vietnam National Tea - Joint Stock Corporation; Tonkin Trading Ltd; Van Chan Tea cooperative.

Giấy và bao bì	8	Nippon Paper Industries Co. Ltd.; Kimberly-Clark Group; Unicharm Corporation; Oji Holdings Corp.; 3M Company; Nine Dragons Paper Holdings; Gold Best Holdings; International Paper.
In ấn và xuất bản	1	Dai Nippon Printing, Pearson PLC.
Khác	3	BASF SE; DuPont; Royal Dutch Shell; Casino Guichard Perrachon S.A.
Công nghiệp ô tô	3	Michelin, Pirelli, Bridgestone, Goodyear, Sumitomo, Continental, Yokohama, Hankook Toyo Tires, Halcyon, General Motors, BMW, Toyota.
Tổng số	116	

(Nguồn: Phạm và cộng sự, 2020)

Sự đa dạng của các ngành nghề và khối doanh nghiệp tham gia vào kinh doanh không phá rừng cho thấy nhận thức về môi trường và bảo vệ diện tích rừng hiện có đang ngày càng được nâng cao.

3. THUẬN LỢI CỦA VIỆC THỰC HIỆN CAM KẾT KINH DOANH KHÔNG PHÁ RỪNG

Khi các doanh nghiệp cam kết kinh doanh không phá rừng, họ phải tiến hành thực hiện thẩm định sâu rộng về chuỗi cung ứng của họ để khẳng định các mặt hàng này không dẫn đến phá rừng và suy thoái rừng. Cụ thể hơn, các doanh nghiệp sẽ có nghĩa vụ: đổi chiều thông tin về mức độ rủi ro cụ thể trong chuỗi cung ứng của họ; đánh giá và thực hiện hành động để giảm thiểu những rủi ro và tác động đó; và báo cáo công khai về các bước họ đang thực hiện (Oryszczuk và cộng sự, 2020). Chính điều này sẽ giúp thay đổi hành vi của các nhà cung ứng và họ buộc phải thay đổi cách canh tác hay phương thức mua hàng để đảm bảo không vi phạm pháp luật. Ví dụ, tại Anh, nhiều tập đoàn lớn bao gồm siêu thị Tesco trước sức ép của các nhà môi trường và người dùng, cũng đã phải gây sức ép mạnh hơn và ra quy định chính sách rõ ràng đối với các nhà cung ứng thịt và đậu nành trong chuỗi cung ứng của mình (Holmes, 2021).

Việc các doanh nghiệp cam kết kinh doanh không phá rừng đã phần nào đóng góp vào việc bảo tồn đa dạng sinh học và thúc đẩy nông nghiệp bền vững (Tayleur và cộng sự, 2017). Cụ thể hơn, nhờ có các cam kết kinh doanh không phá rừng, các doanh nghiệp đã đẩy mạnh việc đảm bảo nguồn gốc sản phẩm, cam kết chỉ thực hiện

kinh doanh trên các diện tích có chủ sở hữu rõ ràng, từ đó thúc đẩy diện tích đất trồng trọt được chứng nhận đã tăng 11% (khoảng 8,8-13,5%) mỗi năm từ năm 2000 đến năm 2012, nhưng vẫn chỉ chiếm 1,1% (khoảng 1,0-1,2%) diện tích đất trồng trọt toàn cầu (Tayleur và cộng sự, 2017). Việc các công ty hàng tiêu dùng có ảnh hưởng của châu Âu và Mỹ chủ yếu thúc đẩy xu hướng kinh doanh không phá rừng đã buộc các nhà sản xuất cung ứng hàng phải điều chỉnh hoạt động của họ theo các tiêu chuẩn mua sắm nghiêm ngặt hơn (Jopke và Schoneveld, 2018).

Ngoài việc tuân thủ pháp luật, các doanh nghiệp Anh hiện nay đã nhận thức rõ ràng rằng người tiêu dùng của họ, và công chúng Anh có nhận thức về môi trường rất cao, muốn kiểm chứng chắc chắn rằng các vật dụng hàng ngày họ mua không phải là nguyên nhân dẫn đến nạn phá rừng và do vậy nếu không có những thay đổi tích cực, các công ty sẽ gặp phải sự tẩy chay trên thị trường trong tương lai (NGO Forest Coalition, 2020; Global Witness, 2021). Nhiều doanh nghiệp trên toàn cầu, tại Anh và Việt Nam nói chung cũng nhìn nhận đây là cơ hội nâng cao tên tuổi và tạo sự khác biệt với các đối thủ cạnh tranh khác.

Các tổ chức dân sự xã hội (CSOs) đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao nhận thức và giám sát các hành động của các bên có liên quan về các hoạt động kinh doanh để đảm bảo hoạt động của họ không dẫn đến phá rừng. Hiện nay các mạng lưới tổ chức xã hội dân sự trên toàn cầu và tại Việt Nam phát triển ngày càng mạnh mẽ. Các liên minh toàn cầu này đã tạo ra áp lực không nhỏ cho các doanh nghiệp khiến họ phải xây dựng các chính sách báo cáo về lộ trình thực hiện cam kết này một cách rõ ràng hơn. Nhiều doanh nghiệp cũng tiến hành hợp tác với các CSOs để tìm các giải pháp hiệu quả trong việc thực thi cam kết này.

4. KHÓ KHĂN CỦA VIỆC THỰC HIỆN CAM KẾT KINH DOANH KHÔNG PHÁ RỪNG

Mặc dù đã có nhiều công ty trên toàn cầu cam kết kinh doanh không phá rừng, các công ty này lại không nằm trong số 250 công

ty trên thế giới cần phải thực hiện cam kết để đảm bảo sự thay đổi cục diện phá rừng trên toàn cầu và chỉ khoảng 20% trong số này thực hiện các cam kết về phá rừng bằng 0 (Haupt và cộng sự, 2020). Điều này có nghĩa phá rừng vẫn còn tiếp tục vì chỉ một phần thị trường toàn cầu hiện được bao phủ bởi các cam kết không phá rừng của doanh nghiệp (Leijten, 2020). Ngay cả khi thực hiện, phần lớn các chính sách của các doanh nghiệp hiện nay cũng chỉ dừng lại ở các điều khoản chung bảo vệ đa dạng sinh học (Tayleur và cộng sự, 2017) chứ chưa có hướng dẫn cụ thể về biện pháp thực hiện, giám sát và đánh giá về hoạt động kiểm soát phá rừng.

Việc mỗi công ty lại có cam kết khác nhau, sử dụng các quy chuẩn khác nhau để báo cáo và các cam kết thường không rõ ràng và cụ thể là họ sẽ làm gì khiến các bên khó có thể đánh giá được việc thực hiện cam kết của họ hoặc buộc họ phải chịu trách nhiệm trước các cam kết của mình (Hoang và Kanemoto, 2021; Leijten, 2020). Thực tế hiện nay cho thấy, nhiều công ty cổ tình chỉ đánh giá rủi ro mất rừng trong thời gian ngắn hạn mà bỏ qua các tác động lâu dài về mặt sinh thái cũng như áp dụng hệ thống truy xuất nguồn gốc không đầy đủ (Hoang và Kanemoto, 2021).

Cũng có nhiều bằng chứng trên thế giới cho thấy cam kết kinh doanh không phá rừng đã làm tăng nhu cầu đối với đất không có rừng, làm trầm trọng thêm xung đột với các mục đích sử dụng đất có ý nghĩa xã hội và môi trường khác như đất nông nghiệp, và từ đó gián tiếp gây ra phá rừng ảnh hưởng nghiêm trọng tới các hộ nông dân quy mô nhỏ tham gia vào chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp bởi họ không có khả năng tiếp cận đất và các tiêu chuẩn mà các công ty lớn để ra (Jopke và Schoneveld, 2018; Castro, 2019). Thế giới luôn nhấn mạnh vai trò của đảm bảo quyền con người khi các doanh nghiệp thực hiện cam kết kinh doanh bảo vệ rừng. Tuy nhiên, trên toàn thế giới chỉ có 3/350 công ty có cam kết về quyền con người (Forest 500, 2021b). Có rất ít các công ty trên toàn cầu tuân thủ các quy định về bảo đảm nhân quyền và tránh ảnh hưởng tới cộng đồng dân tộc thiểu số (Jopke và Schoneveld, 2018).

Ngoài ra, các công ty đang gặp nhiều khó khăn trong việc truy xuất nguồn gốc hàng hóa và tránh các tác động rò rỉ (phòng tránh phá rừng tại một địa phương lại làm gia tăng phá rừng ở một địa phương khác (Pacheco và cộng sự, 2018). Việc sử dụng phương thức chọn bên thứ 3 thẩm định cũng gây nhiều lo ngại khi các bên thứ 3 này không phải lúc nào cũng có khả năng để giám sát chuyên sâu mức độ về phá rừng (Holmes, 2021). Cùng lúc đó việc các doanh nghiệp việc chưa có hệ thống trừng phạt rõ ràng với các bên không đáp ứng tiêu chuẩn và quy định này đã làm giảm động lực thay đổi của các công ty cung ứng vẫn còn đang là nguy cơ đối với phá rừng.

Một thách thức lớn khác cần lưu ý đó là tính khả thi của cam kết các doanh nghiệp khi nguồn thu từ việc kinh doanh các sản phẩm có liên quan đến phá rừng lại là nguồn thu chính cho nhiều tập đoàn hoặc một số doanh nghiệp có khả năng liên quan đến phá rừng lại là nhà cung cấp hàng hóa chủ đạo cho các tập đoàn. Ví dụ, mặc dù Tesco của UK cam kết không liên quan đến phá rừng và Cargrill bị chỉ trích nhiều về rủi ro liên quan đến phá rừng khi là nhà nhập khẩu đậu nành Brazil lớn nhất vào Vương quốc Anh mỗi năm, Tesco rất khó có thể loại bỏ doanh nghiệp này vì họ còn là nhà máy nghiền duy nhất của Anh để biến đậu nành thành bột đậu nành thích hợp làm thức ăn gia súc (Holmes, 2021). Chính vì vậy, Tesco đã hoàn toàn thất bại trong việc đáp ứng cam kết không phá rừng vào năm 2020 và đã khởi động nó trong vòng 5 năm nữa và tuyên bố rằng bất kỳ loại đậu nành nào trong chuỗi cung ứng thịt của họ là “không có nạn phá rừng” được coi là sai lầm lớn vì Tesco chỉ mua các khoản tín dụng để bù đắp cho việc sử dụng đậu nành mà không truy tìm nguồn gốc thực sự của nó (Mehmet, 2020). Một thách thức lớn nữa đó là trong thực tế, một công ty có thể vừa yêu cầu một công ty có vài mặt hàng cam kết không phá rừng và đồng thời nhập các mặt hàng có thể liên quan đến phá rừng khác để cho phép các nhà sản xuất chưa được chứng nhận tham gia vào chuỗi được chứng nhận. Điều này làm giảm động cơ khuyến khích nhà sản xuất tuân thủ đầy đủ các tiêu chuẩn bền vững và năng lực của

các công ty hạ nguồn để gây ảnh hưởng đối với các chính sách của từng công ty (Jopke và Schoneveld, 2018).

Ngoài ra, khó khăn cho việc thực thi cam kết kinh doanh không phá rừng là việc cơ chế và chính sách lỏng lẻo và yếu kém của nước sở tại về việc quy định sản xuất và kinh doanh không liên quan đến phá rừng. Để giải quyết vấn đề này, Chính phủ UK đang đưa ra các quy tắc để cấm các doanh nghiệp bán các mặt hàng sử dụng nguyên liệu thô có liên quan đến phá rừng hợp pháp và bất hợp pháp ở nước ngoài theo cả định UK và luật định nước ngoài (Keating, 2020). Các quy định về chính sách áp dụng cho cam kết kinh doanh không phá rừng, ví dụ như ở UK cũng chỉ tập trung vào các doanh nghiệp lớn, được xác định theo doanh thu và số lượng nhân viên (Oryszczuk và cộng sự, 2020) nhưng các bên có liên quan cho rằng cần phải có các giải pháp toàn diện cho mọi loại hình doanh nghiệp bởi chỉ cần một công ty hay một chuỗi cung ứng sản phẩm có liên quan đến phá rừng, hiệu ứng tác động lên tài nguyên thiên nhiên sẽ rất lớn. Ngoài ra, các tổ chức tài chính như ngân hàng, quỹ ủy thác đã cam kết thực hiện chính sách không phá rừng, chưa có thông tin đáng tin cậy nào về tiến độ thực hiện các chính sách của họ (Hoang và Kanemoto, 2021).

KẾT LUẬN

Cam kết kinh doanh không phá rừng sẽ gắn kết các biện pháp khuyến khích giữa các bên, tạo ra nhiều lợi ích cho các công ty, chính phủ và cộng đồng địa phương - bao gồm giảm chi phí giám sát nạn phá rừng, các khu vực rủi ro thấp để đầu tư dài hạn, tăng cường tuân thủ pháp luật và giải quyết xung đột giữa các công ty và cộng đồng địa phương (Forest Trends, 2016).

Để có thể bảo vệ diện tích rừng hiện có trên toàn cầu và khuyến khích các doanh nghiệp tham gia vào công cuộc bảo vệ môi trường, cần có những cải cách đáng kể trong việc cải thiện tính minh bạch của chuỗi cung ứng, quy định cam kết kinh doanh không phá rừng không chỉ là cam kết tự nguyện mà phải mang tính bắt buộc, nâng

cao sự tham gia của công tư và hỗ trợ tài chính cho các vùng lâm nghiệp nhiệt đới, đồng thời hoàn thiện Khung Trách nhiệm Giải trình để giám sát thực thi cam kết của các doanh nghiệp (Hoang và Kanemoto, 2021, Viettel Post, 2021). Cũng cần có những nghiên cứu sâu hơn về các mô hình phát triển kinh và hợp tác công tư để thực hiện mục tiêu giảm phá rừng (Leijten, 2020; Pacheco và cộng sự, 2018). Các cam kết của khu vực tư nhân nhằm giảm nạn phá rừng cần phải được quy hoạch nằm trong các chương trình do chính phủ lãnh đạo nhằm giảm phát thải do mất rừng và suy thoái rừng. (Carodenuto, 2019). Các cam kết công khai và sự phối hợp của các bên thông qua quan hệ đối tác công tư cho phép các chính phủ mở rộng quy mô nỗ lực bằng cách gắn các hoạt động xuyên quốc gia với các ưu tiên quốc gia (Furumo và Lambin, 2020). Các phương pháp tiếp cận để không mất rừng từ các sản phẩm nông nghiệp nên được điều chỉnh cho phù hợp với bối cảnh địa phương, kết hợp các nhu cầu phát triển theo địa điểm cụ thể, bổ sung cho các nỗ lực phát triển nông thôn hiện có, và tăng cường hợp tác giữa các tác nhân hoạt động cả trong và ngoài chuỗi giá trị, và áp dụng dữ liệu có độ phân giải cao để đánh giá các mối quan hệ hàng hóa - mất rừng và xác minh các cam kết không phá rừng (Castro-Nunez và cộng sự, 2020; Austin, 2021). Với thông tin tốt hơn về nơi sản xuất hàng hóa và do ai sản xuất, các công ty, tổ chức phi chính phủ và chính phủ có thể hiểu rõ hơn về nơi rừng bị chặt phá và ai chịu trách nhiệm. Các công cụ như Global Forest Watch Commodities có thể hỗ trợ các nỗ lực giám sát hoạt động của rừng trong chuỗi cung ứng hàng hóa, mặc dù các công ty phải đồng thời lập bản đồ các khu vực sản xuất hàng hóa công khai để cho phép giám sát tốt hơn và thực hiện thành công các cam kết của họ. Chuỗi cung ứng minh bạch cũng giúp tránh dư thừa trong kiểm toán, xác minh và giám sát tại chỗ, cho phép tất cả các công ty cải thiện tính bền vững với chi phí thấp hơn (Lake và Baer, 2015). Các nghĩa vụ Cơ chế chi trả dịch vụ môi trường (PES) có thể giúp các nhà sản xuất và cộng đồng cải thiện quy trình sản xuất không phá rừng (Karsenty, 2015).

Ngoài ra, do nguyên nhân chính dẫn đến phá rừng và suy thoái rừng là việc mở rộng diện tích sản xuất nông nghiệp quy mô lớn, cần hạn chế cấp tín dụng đối với những chủ đất phá rừng bất hợp pháp, đưa các biện pháp bảo vệ môi trường và xã hội vào các kế hoạch cơ sở hạ tầng trong khu vực, củng cố và mở rộng các động lực tích cực để sản xuất hàng hóa bền vững, thiết lập một chính sách mới để đảm bảo tính bền vững về xã hội và môi trường của các khu định cư nông thôn, thực hiện đầy đủ luật pháp quốc gia về bảo vệ rừng, bảo vệ quyền đất đai của người bản địa và cộng đồng truyền thống, và mở rộng mạng lưới các khu bảo tồn hiện có (Moutinho, 2016).

Các cam kết về kinh doanh không phá rừng không chỉ tập trung vào vấn đề môi trường mà còn yêu cầu phải tuân thủ chặt chẽ với quy định về nhân quyền, và các nghĩa vụ này sẽ cần được xác định cẩn thận và rõ ràng; nghĩa vụ đối với công ty phải tương xứng với quy mô của tổ chức, tác động và khả năng ảnh hưởng đến sự thay đổi của họ (Molyneux và cộng sự, 2020). Để tham gia tốt hơn vào các nỗ lực của chuỗi cung ứng và đảm bảo các hộ sản xuất quy mô nhỏ không tham gia các hoạt động phá rừng, cần có các mô hình đa dạng sinh kế, các hộ nông dân nhỏ phải nhận được hỗ trợ kỹ thuật để cải thiện thực hành sản xuất và hỗ trợ sản xuất quy mô lớn theo chuỗi theo mô hình nhóm hộ (Hoang và Kanemoto, 2021). Nạn phá rừng ở các quốc gia một phần là do luật pháp yếu kém, thực thi pháp luật kém và hệ thống tư pháp chậm chạp (Jong, 2021; OBSERVATÓRIO DO CLIMA, 2021). Cam kết của các công ty phải được thực hiện và giám sát bởi các luật định và do vậy cần có nhiều cải cách và hoàn thiện trong lĩnh vực thực thi chính sách.

Mặc dù các doanh nghiệp tại Anh và Việt Nam đều cam kết kinh doanh không phá rừng nhưng trong thực tế chưa có một nghiên cứu khoa học nào chứng minh được cam kết này đã được thực hiện đúng như cam kết. Ngoài ra, các công ty và chính quyền của cả UK và Việt Nam đều gặp khó khăn trong việc chứng thực nguồn gốc sản xuất của nguyên liệu (CDP, WWF, 2016). Ví dụ: Các nhà cung cấp đậu tương khó có thể đảm bảo được các sản phẩm của mình đảm bảo không liên quan đến nạn phá rừng vì thiếu minh

bạch trong chuỗi cung ứng về đậu tương (Forest 500, 2021c). Chưa có các báo cáo hàng năm cụ thể, chi tiết về các công ty nào đã tham gia vào cải tiến để tránh tàn phá rừng ra sao (Forest 500, 2021b). Để công ty có thể chịu trách nhiệm và có thể so sánh với các công ty cùng ngành, các tổ chức tài chính cần xây dựng hệ thống giám sát và đánh giá mức độ ảnh hưởng của các công ty đối với nạn phá rừng (Forest 500, 2021a). Ngoài ra, cần có những biện pháp xử phạt mạnh nếu các doanh nghiệp không thực hiện cam kết của họ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Collins A. 2021. Joint ngo briefing on due diligence and deforestation (schedule 16). Environment bill - house of lords committee stage. Truy cập ngày 04/09/2021.
2. https://forest500.org/sites/default/files/joint_ngo_briefing_deforestation_and_due_diligence_environment_bill_schedule_16_28_june.pdf.
3. Alix-Garcia J và Gibbs HK. 2017. Forest conservation effects of Brazil's zero deforestation cattle agreements undermined by leakage. *Global Environmental Change*, 47, 201-217. Ngày truy cập: 04/09/2021.
4. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S095937801730170X>.
5. Associated British Foods. 2020. Environmental, social and governance Appendix 2020. Truy cập ngày 04/09/2021.
6. https://www.abf.co.uk/documents/pdfs/2020/ar2020/abf_2020_esg-appendix.pdf
7. Austin KG, Heilmayr R, Benedict JJ, Burns DN, Eggen M, Grantham H và Carlson KM. 2021. Mapping and Monitoring Zero-Deforestation Commitments. *BioScience*. Ngày truy cập: 04/09/2021. <https://doi.org/10.1093/biosci/biab082>.
8. Azevedo AA, Stabile MC, Reis TN, Kapuscinski AR và Dooley K. 2015. Commodity production in Brazil: Combining zero deforestation and zero illegality Commodity production in Brazil. *Elementa: Science of the Anthropocene*, 3. Ngày truy cập: 04/09/2021. <https://online.ucpress.edu/elementa/article-abstract/doi/10.12952/journal.elementa.000076/112747>.

9. Burley H. 2020. Tesco urges the UK government to introduce due diligence. Ngày truy cập: 04/09/2021. <https://forest500.org/analysis/insights/are-uk-supermarkets-doing-enough-address-deforestation>.
10. Castro RR. 2019. *Land Cover Change under Future Scenarios of Zero-Deforestation Commitment Implementation in South America* (Doctoral dissertation, University of Hawai'i at Manoa). Ngày truy cập: 04/09/2021. <http://hdl.handle.net/10125/66239>.
11. Castro-Nunez A, Charry A, Castro-Llanos F, Sylvester J và Bax V. 2020. Reducing deforestation through value chain interventions in countries emerging from conflict: The case of the Colombian cocoa sector. *Applied Geography*, 123, 102280. Ngày truy cập: 04/09/2021. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2020.102280>.
12. Carodenuto S và Buluran M. 2021. The effect of supply chain position on zero-deforestation commitments: evidence from the cocoa industry. *Journal of Environmental Policy & Planning*, 1-16. Ngày truy cập 04/09/2021.
13. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1523908X.2021.1910020>.
14. [CDP, WWF] Carbon Disclosure Project, World Wildlife Fund. 2016. Delinking Deforestation from Corporate Supply Chains Proves a Tall Task. Supply Change project. Truy cập ngày 04/09/2021. https://www.forest-trends.org/wp-content/uploads/2016/07/doc_5251.pdf.
15. Keating C. 2020. British supermarkets threaten to boycott Brazilian products over proposed land-grab law. *Business Green*. Ngày truy cập: 04/09/2021.
16. <https://www.businessgreen.com/news/4015451/british-supermarkets-threaten-boycott-brazilian-products-proposed-land-grab-law>
17. Chính phủ Vương quốc Anh. 2020. World-leading new law to protect rainforests and clean up supply chains. Ngày truy cập: 04/09/2021.
18. <https://www.gov.uk/government/news/world-leading-new-law-to-protect-rainforests-and-clean-up-supply-chains>.
19. Dauvergne P. 2017. Is the power of brand-focused activism rising? The case of tropical deforestation. *The Journal of Environment & Development*, 26(2), 135-155. Ngày truy cập 04/09/2021. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1070496517701249>.
20. Department for Environment Food & Rural Affairs. 2020. Due diligence on forest risk commodities. Ngày truy cập: 04/09/2021. https://consult.defra.gov.uk/eu/due-diligence-on-forest-risk-commodities/supporting_documents/duediligenceconsultationdocument.pdf.

21. Forest 500. 2021a. Time for change: Delivering deforestation-free supply chains. A project of Global Canopy. Ngày truy cập: 04/09/2021. https://forest500.org/sites/default/files/forest500_2021report.pdf.
22. Forest 500. 2021b. Nearly 100 financial institutions risk funding deforestation with \$2.7 trillion. A project of Global Canopy. Ngày truy cập: 04/09/2021.
23. <https://forest500.org/analysis/insights/nearly-100-financial-institutions-risk-funding-deforestation-27-trillion>.
24. Forest 500. 2021c. Soy traders failing to stop deforestation, new scorecard shows. A project of Global Canopy. Ngày truy cập: 04/09/2021. <https://forest500.org/analysis/insights/soy-traders-failing-stop-deforestation-new-scorecard-shows>.
25. Global Witness. 2021. The UK government has a chance to make its supply chains deforestation free - will it step up? Ngày truy cập: 04/09/2021.
26. <https://www.globalwitness.org/en/blog/the-uk-government-has-a-chance-to-make-its-supply-chains-deforestation-free-will-it-step-up/>.
27. [GSK] GlaxoSmithKline. 2020. GSK Public policy positions. Truy cập ngày 04/09/2021. <https://www.gsk.com/media/2978/gsk-public-policy-on-deforestation.pdf>.
28. Harry Holmes. 2021. Tesco's new soy policy must go further to tackle deforestation, say campaigners. Ngày truy cập: 04/09/2021.
29. <https://www.thegrocer.co.uk/tesco/tescos-new-soy-policy-must-go-further-to-tackle-deforestation-say-campaigners/658711.article>.
30. Haupt F, Streck C, Bakhtary H, Behm K, Kroeger A và Schulte I. 2018. Zero-Deforestation Commodity Supply Chains by 2020: Are We on Track. *Prince of Wales' International Sustainability Unit*. Ngày truy cập 04/09/2021.
31. <https://climatefocus.com/sites/default/files/20171106%20ISU%20Background%20Paper.pdf>.
32. Hoang NT và Kanemoto K. 2021. Mapping the deforestation footprint of nations reveals growing threat to tropical forests. *Nature Ecology & Evolution*, 5(6), 845-853. Ngày truy cập: 04/09/2021. <https://www.nature.com/articles/s41559-021-01417-z>.
33. Jopke P và Schoneveld GC. 2018. Corporate commitments to zero deforestation. *Center for International Forestry Research*. Ngày truy cập: 04/09/2021.
34. <https://pdfs.semanticscholar.org/0867/2084f495e9a11e488227560656b21cdca4f.pdf>.

35. Jong NH. 2021. Indonesian omnibus law's 'whitewash' of illegal palm oil shocks its architects. *Mongabay news & inspiration from Nature's Frontline*. Ngày truy cập: 04/09/2021. <https://news.mongabay.com/2021/05/indonesian-omnibus-laws-whitewash-of-illegal-palm-oil-shocks-its-architects/>.
36. Karsenty A. 2015. Major food companies, PES and combating deforestation. Using PES to achieve "zero deforestation" agriculture. *Perspective*, (36), 1-4. Ngày truy cập: 04/09/2021. <https://doi.org/10.19182/agritrop/00017>.
37. Kissinger GM, Herold M và De Sy V. 2012. *Drivers of deforestation and forest degradation: a synthesis report for REDD+ policymakers*. Lexeme Consulting. Ngày truy cập: 04/09/2021. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.871.3309&rep=rep1&type=pdf>.
38. Lake S và Baer E. 2015. What Does it Really Mean When a Company Commits to "Zero Deforestation"?. Ngày truy cập: 04/09/2021.
39. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.871.3309&rep=rep1&type=pdf>.
40. Leijten F, Sim S, King H và Verburg PH. 2020. Which forests could be protected by corporate zero deforestation commitments? A spatial assessment. *Environmental Research Letters*, 15(6), 064021. Ngày truy cập: 04/09/2021.
41. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1748-9326/ab8158/meta>.
42. Lyons-White J, Pollard EH, Catalano AS và Knight AT. 2020. Rethinking zero deforestation beyond 2020 to more equitably and effectively conserve tropical forests. *One Earth*, 3(6), 714-726. Ngày truy cập: 04/09/2021.
43. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2590332220305972>.
44. McGrath M. 2020. Climate change: New UK law to curb deforestation in supply chains. Ngày truy cập: 04/09/2021.
45. https://www.bbc.com/news/science-environment-53891421?fbclid=IwAR2T9MO MfIGAmshgOrh4MLjzcaVLNzP9M9yXo_dY9DAVtQaEIXwmUaPSZ64.
46. Mehmet S. 2020. Study reveals scale of illegal soy and beef exports from Brazil to EU. Ngày truy cập: 04/09/2021.
47. <https://www.newfoodmagazine.com/news/114543/study-reveals-scale-of-illegal-soy-and-beef-exports-from-brazil-to-eu/>.
48. Moutinho P, Guerra R, Azevedo-Ramos C, Kapuscinski AR, và Frumhoff PC. 2016. Achieving zero deforestation in the Brazilian

- Amazon: What is missing? Zero deforestation in the Brazilian Amazon. *Elementa: Science of the Anthropocene*, 4. Ngày truy cập: 04/09/2021. <https://online.ucpress.edu/elementa/article-abstract/doi/10.12952/journal.elementa.000125/112859>.
49. Molyneux CG, Redfearn I, Oryszczuk S, Edmond-Camara H, Mertenskötter P và Lasinska K. 2020. European Union Justice Commissioner Commits to Regulation on Corporate Human Rights and Environmental Due Diligence. Ngày truy cập 04/09/2021. https://www.globalpolicywatch.com/2020/05/european-union-justice-commissioner-commits-to-regulation-on-corporate-human-rights-and-environmental-due-diligence/?_ga=2.38475622.431756250.1599392216-1156958273.1599392216.
 50. NGO Forest Coalition. 2020. Position of the Platform on Forests and Communities on the proposals of the European. Ngày truy cập: 04/09/2021.
 51. <http://www.ngoforestcoalition.org/media/ee6c3149-dad6-470e-aeb6-e7a3edf7986a>.
 52. OBSERVATÓRIO DO CLIMA. 2021. PASSANDO A BOIADA O segundo ano de desmonte ambiental sob Jair Bolsonaro. Ngày truy cập: 04/09/2021. <https://www.oc.eco.br/wp-content/uploads/2021/01/Passando-a-boiada-1.pdf>.
 53. Oryszczuk S, Edmonds-Camara H, Stannard A, Mertenskötter P và Mahween S. 2021. The EU's Green Capitalism Takes Shape: Taxonomy Screening Criteria and Corporate Sustainability Reporting. Ngày truy cập: 04/09/2021.
 54. <https://www.insideenergyandenvironment.com/author/soryszczuk/>.
 55. Pacheco P, Bakhtary H, Camargo MC, Donofrio S, Drigo I và Mithöfer D. 2018. The private sector: Can zero deforestation commitments save tropical forests?. *Transforming REDD+ Lessons and new directions*. Ngày truy cập 04/09/2021.
 56. <https://helda.helsinki.fi/handle/10138/304970>.
 57. Pham TT, Hoang TL, Nguyen DT, Dao TLC, Ngo HC và Pham VH. 2019. *The context of REDD+ in Vietnam: Drivers, agents and institutions* (Vol. 196). CIFOR. Ngày truy cập 04/09/2021. <https://www.cifor.org/knowledge/publication/7402/>
 58. Randall J. 2021. There should be no room for deforestation on British plates. Ngày truy cập: 04/09/2021. <https://www.reutersevents.com/sustainability/there-should-be-no-room-deforestation-british-plates>.

59. [RBC] European Parliament Working Group on Responsible Business Conduct. 2020. EUROPEAN COMMISSION PROMISES MANDATORY DUE DILIGENCE LEGISLATION IN 2021. Ngày truy cập 04/09/2021.
60. <https://responsiblebusinessconduct.eu/wp/2020/04/30/european-commission-promises-mandatory-due-diligence-legislation-in-2021/>.
61. Repórter Brasil. 2021. Ngày truy cập: 04/09/2021. <https://reporterbrasil.org.br/>.
62. Tayleur C, Balmford A, Buchanan GM, Butchart SH, Ducharme H, Green RE và Phalan B. 2017. Global coverage of agricultural sustainability standards, and their role in conserving biodiversity. *Conservation Letters*, 10(5), 610-618. Ngày truy cập: 04/09/2021. <https://conbio.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/conl.12314>.
63. Unilever. Không có ngày xuất bản. Giới thiệu về Unilever Việt Nam. Truy cập ngày 04/09/2021. Ngày truy cập 04/09/2021. <https://www.unilever.com.vn/about/who-we-are/introduction-to-unilever-vietnam/>.
64. Viettel Post. 2021. Ngày truy cập: 04/09/2021. <https://viettelpost.com.vn/>.
65. Furumo PR và Lambin EF. 2020. Scaling up zero-deforestation initiatives through public-private partnerships: A look inside post-conflict Colombia. *Global Environmental Change*, 62, 102055. Ngày truy cập: 04/09/2021.
66. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959378019313822>.
67. Wasley A, Heal A và Campos A. 2019. UK purchased £1bn of beef from firms tied to Amazon deforestation. Ngày truy cập: 04/09/2021.
68. <https://www.thebureauinvestigates.com/stories/2019-09-17/uk-purchased-1-billion-of-beef-from-firms-tied-to-amazon-deforestation>.

VIỆT NAM và VƯƠNG QUỐC ANH

QUAN HỆ KINH TẾ - THƯƠNG MẠI
HƯỚNG TỚI NỀN KINH TẾ CÁC-BON THẤP
VÀ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG



PGS.TS. Nguyễn Trúc Lê nhận bằng thạc sĩ Kinh tế, chuyên ngành Ngoại thương gắn với lĩnh vực Tài chính - Ngân hàng tại Trường Đại học Tổng hợp Gdansk (Ba Lan) năm 2000; nhận bằng tiến sĩ Kinh tế tại Đại học Kingston London (Vương quốc Anh) năm 2006. Từ năm 2002 đến 2006, ông nghiên cứu, giảng dạy tại Đại học Kingston London và tham gia vào các dự án của Chính phủ Anh hỗ trợ phát triển cho các doanh nghiệp Anh, Hy Lạp và Ba Lan. Ông từng là nhà tư vấn tài chính trong lĩnh vực ngân hàng, đầu tư, xây dựng hệ thống quản trị cho các tập đoàn kinh tế và có thời gian làm việc với Ngân hàng Trung ương Ba Lan, BIG Bank Gdank (nay là Bank Millennium).

PGS.TS. Nguyễn Trúc Lê hiện là Bí thư Đảng ủy, Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế, ĐHQGHN, đồng thời đảm nhiệm cương vị Phó Chủ tịch thường trực Hội Hữu nghị Việt Nam - Anh và là chuyên gia tư vấn nghiên cứu chính sách cho Trung ương và Chính phủ trong các lĩnh vực: quản lý công, tái cấu trúc các tập đoàn kinh tế và an ninh phi truyền thống. Cho đến nay, ông đã xuất bản 5 sách chuyên khảo, 35 bài báo khoa học về kinh tế và kinh doanh trên các tạp chí uy tín trong nước, quốc tế. Ông cũng là Trưởng ban tổ chức nhiều diễn đàn kinh tế và thương mại quốc tế.

ISBN: 978-604-342-640-3



Giá: 860.000đ