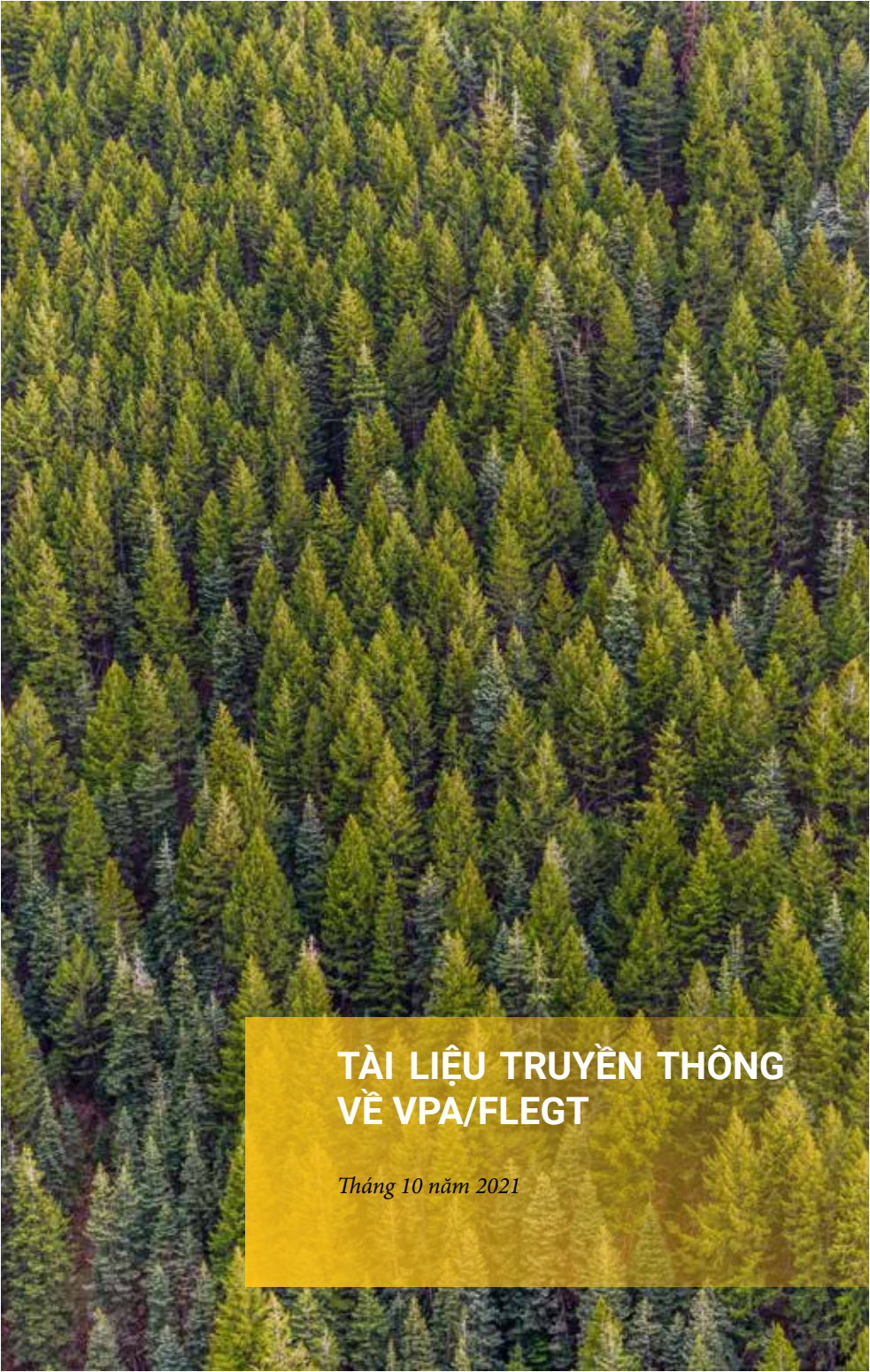




# TÀI LIỆU TRUYỀN THÔNG VỀ VPA/FLEGT

*Tháng 10 năm 2021*

*“Nội dung trong tài liệu này được biên soạn và phát hành với sự hỗ trợ tài chính của chương trình EU-FAO-FLEGT. Toàn bộ nội dung do Trung tâm Giáo dục và Phát triển chịu trách nhiệm và không phản ánh quan điểm của tổ chức Nông lương của Liên Hợp Quốc (FAO) hay Ủy ban Châu Âu (EC), Cơ quan Phát triển Quốc Tế Thụy Điển (SIDA) hay Cơ quan Phát triển Quốc tế Vương Quốc Anh (DFID).”*

*Thông tin chi tiết có thể xem thêm tại: <http://flegtvp.com/>*



## TÀI LIỆU TRUYỀN THÔNG VỀ VPA/FLEGT

*Tháng 10 năm 2021*







# Mục lục

|                                                                                  |           |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Các từ viết tắt</b>                                                           | <b>7</b>  |
| <b>Giới thiệu</b>                                                                | <b>8</b>  |
| <b>Phần 1. Tổng hợp tài liệu truyền thông về VPA/FLEGT</b>                       | <b>10</b> |
| 1.1. Tài liệu chính thống từ các cơ quan nhà nước                                | 10        |
| 1.2. Tài liệu được xây dựng từ dự án của các tổ chức                             | 12        |
| 1.2.1. Tài liệu của Trung tâm Giáo dục và Phát triển                             | 12        |
| 1.2.2. Tài liệu của các tổ chức khác                                             | 13        |
| <b>Phần 2. Hướng dẫn xây dựng một chiến lược truyền thông hiệu quả</b>           | <b>16</b> |
| 2.1. Các nguyên tắc chính xây dựng một chiến lược truyền thông                   | 17        |
| 2.2. Đánh giá nhu cầu truyền thông                                               | 17        |
| 2.3. Các bước xây dựng một chiến lược truyền thông hiệu quả                      | 18        |
| 2.4. Các công cụ truyền thông và phương tiện truyền thông                        | 20        |
| 2.5. Quan hệ báo chí                                                             | 21        |
| <b>Phần 3. Xây dựng chiến lược truyền thông về VPA/FLEGT</b>                     | <b>24</b> |
| 3.1. Đối tượng truyền thông                                                      | 24        |
| 3.2. Các thông điệp chính và nội dung cho từng đối tượng                         | 27        |
| 3.3. Các phương pháp truyền thông cho từng nhóm đối tượng                        | 31        |
| 3.4. Kế hoạch truyền thông và công bố thông tin về VPA/FLEGT trong giai đoạn tới | 32        |
| 3.4.1. Kế hoạch truyền thông về Hiệp định VPA/FLEGT                              | 33        |
| 3.4.2. Kế hoạch công bố thông tin về Hiệp định VPA/FLEGT                         | 33        |
| <b>Tài liệu tham khảo</b>                                                        | <b>36</b> |





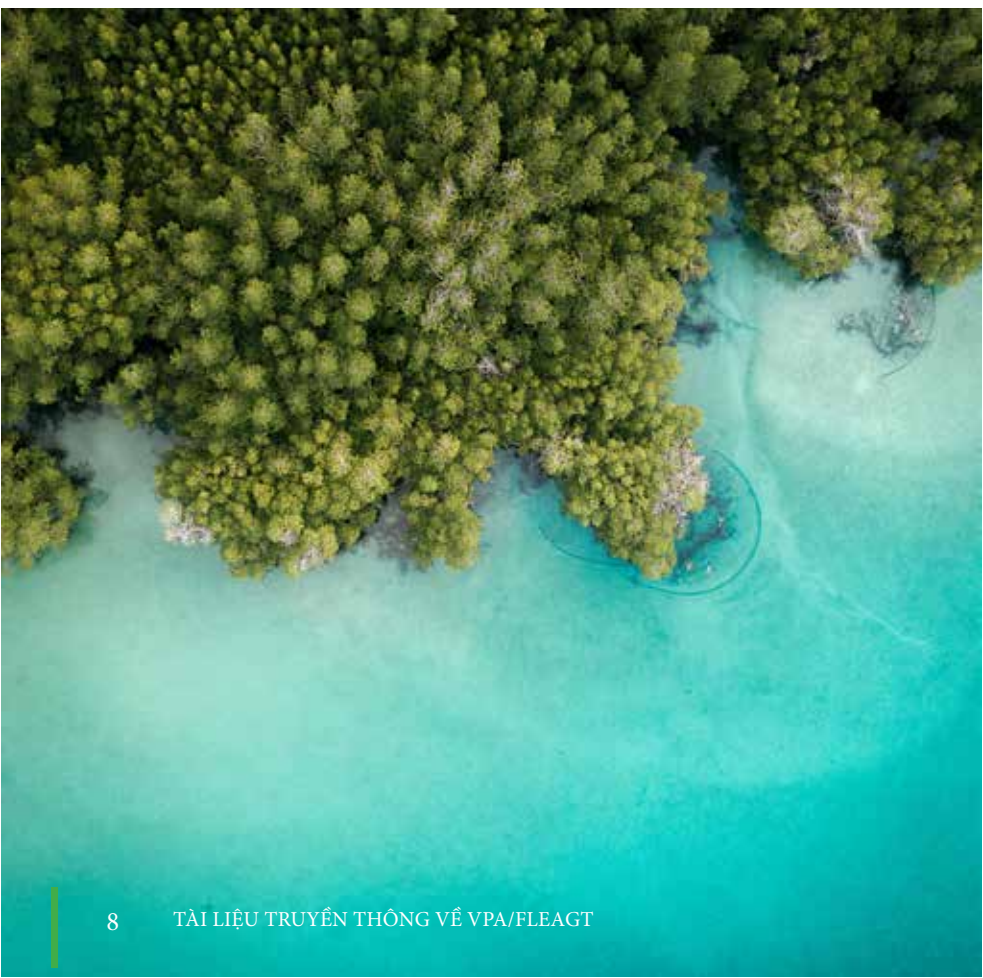
## CÁC TỪ VIẾT TẮT



|           |                                                                                                                                 |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| CED       | Trung tâm Giáo dục và Phát triển                                                                                                |
| COPE      | Trung tâm Con người và Môi trường vùng Tây Nguyên                                                                               |
| CRD       | Trung tâm Phát triển Nông thôn miền Trung                                                                                       |
| JIC       | Ủy ban thực thi chung                                                                                                           |
| TCLN      | Tổng cục Lâm Nghiệp                                                                                                             |
| TRAFFIC   | Mạng lưới giám sát buôn bán động, thực vật hoang dã                                                                             |
| VIFORA    | Hội chủ rừng Việt Nam                                                                                                           |
| VPA/FLEGT | Hiệp định đối tác tự nguyện giữa Việt Nam và Liên minh Châu Âu về thực thi luật lâm nghiệp, quản trị rừng và thương mại lâm sản |
| VCCI      | Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam                                                                                        |



## GIỚI THIỆU





Hiệp định Đối tác tự nguyện về thực thi luật lâm nghiệp, quản trị rừng và thương mại lâm sản (sau đây gọi tắt là Hiệp định VPA/FLEGT) giữa Việt Nam và Liên minh Châu Âu có hiệu lực từ ngày 01 tháng 6 năm 2019. Hiệp định VPA/FLEGT đánh dấu mốc quan trọng trong tiến trình thực hiện quản lý rừng bền vững cũng như phát triển bền vững ngành chế biến gỗ ở Việt Nam. Đây cũng là một bước tiến mới đẩy nhanh tiến độ xây dựng các văn bản pháp luật để thực thi luật Lâm nghiệp 2017 của Việt Nam. Trong năm 2019, Việt Nam đã ban hành 4 nghị định và 7 thông tư mới để thay thế các văn bản pháp luật cũ hướng dẫn thực hiện Luật lâm nghiệp 2017 (các nghị định và thông tư được nêu trong Phụ lục 2). Ngày 1/9/2020, Chính phủ Việt Nam đã ban hành Nghị định số 102/2020/NĐ-CP quy định hệ thống bảo đảm gỗ hợp pháp của Việt Nam với những quy định rất cụ thể về kiểm soát nguồn gốc gỗ. Ngày 14/11/2019, Thủ tướng ban hành quyết định số 1624/QĐ-TTg phê duyệt Kế hoạch triển khai thực hiện Hiệp định VPA/FLEGT. Ngày 16/4/2021 Ủy ban thực thi chung (JIC) ban hành quyết định 03/2021 phê duyệt Kế hoạch hành động về truyền thông và công bố thông tin để thực hiện Hiệp định VPA/FLEGT giữa Việt Nam và EU.

## Mục tiêu tài liệu

Tài liệu này được thiết kế nhằm hỗ trợ các tổ chức truyền thông và cung cấp thông tin hiệu quả về các cam kết và nghĩa vụ thực hiện VPA/FLEGT cho các nhóm đối tượng mà mình phục vụ. CED tổng hợp tài liệu này dựa trên các thông tin và tài liệu sẵn có.

## Nội dung

Tài liệu này gồm 3 phần:

**Phần 1:** Tổng hợp tài liệu truyền thông về VPA/FLEGT. Phần này sẽ tổng hợp tất cả các văn bản quy phạm pháp luật chính thống từ cơ quan nhà nước và tài liệu hướng dẫn được xây dựng từ các dự án của các tổ chức xã hội liên quan đến VPA/FLEGT.

**Phần 2:** Hướng dẫn xây dựng một chiến lược truyền thông hiệu quả. Phần này hướng dẫn các tổ chức các bước xây dựng một chiến lược truyền thông hiệu quả, đồng thời cung cấp một số công cụ và phương tiện truyền thông thường được sử dụng trong lĩnh vực này.

**Phần 3:** Xây dựng chiến lược truyền thông về VPA/FLEGT. Phần này hướng dẫn chi tiết nội dung và phương pháp truyền thông đến với mỗi một đối tượng cụ thể và đưa ra khung kế hoạch công bố thông tin về VPA/FLEGT trong giai đoạn tới dựa trên Kế hoạch truyền thông và công bố thông tin về Hiệp định VPA/FLEGT đã được JIC phê duyệt tại Quyết định số 03/2021 ngày 16/4/2021.

## Đối tượng sử dụng

Tài liệu được thiết kế cho các tổ chức có hoạt động truyền thông về VPA/FLEGT cho các nhóm doanh nghiệp, hộ gia đình, cộng đồng trồng rừng, hoặc các cơ quan báo chí, truyền thông.



## TỔNG HỢP TÀI LIỆU TRUYỀN THÔNG VỀ VPA/FLEGT

### 1.1. Tài liệu chính thống từ các cơ quan nhà nước

- Toàn văn Hiệp định VPA/FLEGT.

- Các phụ lục của Hiệp định VPA/FLEGT.

- Tài liệu hỏi đáp về Hiệp định VPA/FLEGT của TCLN – Bộ NN&PTNT và Tổng vụ Môi trường - Ủy ban Châu Âu. Tài liệu này bao gồm những thông tin chung, giải thích những khái niệm cơ bản và các cấu phần của Hiệp định VPA/FLEGT, đồng thời trả lời các câu hỏi liên quan đến cách thức hai bên triển khai tổ chức thực hiện Hiệp định và các kết quả mong đợi.

- Tài liệu hỏi đáp về Hiệp định VPA/FLEGT của TCLN dành cho hộ gia đình (Link bổ sung sau).

- Tài liệu hỏi đáp về Hiệp định VPA/FLEGT của TCLN dành cho doanh nghiệp (Link bổ sung sau).

- Nghị định 102/NĐ-CP ngày 1/9/2020 của Chính phủ Quy định về VNTLAS.

- Tài liệu hỏi đáp về Nghị định 102 của TCLN (Link bổ sung sau).

- Tài liệu tập huấn cho kiểm lâm, hải quan của TCLN và Traffic 2021

- Bài trình bày “Tổng quan về thương mại gỗ thế giới và ngành chế biến gỗ xuất khẩu Việt Nam, Hiệp định VPA/FLEGT”. Nội dung bài trình bày gồm: Tổng quan thương mại gỗ và đồ gỗ trên thế giới; Quy định quốc tế về gỗ hợp pháp, quy chế gỗ của EU (EUTR); Ngành chế biến gỗ xuất khẩu Việt Nam: cơ hội và thách thức, quan điểm và mục tiêu phát triển; và Giới thiệu về Hiệp định VPA/FLEGT giữa Việt Nam và EU.
- Bài trình bày “Hệ thống bảo đảm gỗ hợp pháp của Việt Nam”. Nội dung bài trình bày gồm: Nguyên tắc xây dựng hệ thống bảo đảm gỗ hợp pháp Việt Nam; Phạm vi và đối tượng của hệ thống; Định nghĩa gỗ hợp pháp Việt Nam; Quản lý chuỗi cung ứng gỗ Việt Nam; Phân loại doanh nghiệp; Xác minh xuất khẩu và cấp phép FLEGT; và Đánh giá độc lập hệ thống.
- Bài trình bày “Kiểm soát và quản lý gỗ nhập khẩu”. Nội dung bài trình bày gồm: Tổng quan về tình hình nhập khẩu gỗ của Việt Nam; Quy trình, thủ tục và hồ sơ gỗ nhập khẩu trước khi Hiệp định VPA/FLEGT và Nghị định 102/2020/NĐ-CP có hiệu lực; Quy trình, thủ tục và hồ sơ gỗ nhập khẩu sau khi Hiệp định VPA/FLEGT và Nghị định 102/2020/NĐ-CP sau khi có hiệu lực; Một số vướng mắc và biện pháp xử lý khi thực hiện Nghị định 102/2020 về QL gỗ NK; và Phối hợp giữa cơ quan Hải quan và Kiểm lâm trong quản lý gỗ nhập khẩu.
- Bài trình bày “Rủi ro về loài và nhận dạng gỗ”. Nội dung bài trình bày gồm: Rủi ro về các loài gỗ khi nhập khẩu; Khó khăn trong nhận dạng gỗ; Các phương pháp nhận dạng gỗ, ưu điểm và hạn chế; Nhận dạng gỗ theo phương pháp so sánh cấu tạo thô đại; và Hướng dẫn nhận dạng một số loại gỗ nhập khẩu.
- Bài trình bày “Nhập khẩu gỗ: rủi ro gắn với xuất xứ địa lý”. Nội dung bài trình bày gồm: Tại sao phải đánh giá rủi ro xuất xứ vùng địa lý khi nhập khẩu gỗ; Giới thiệu phương pháp đánh giá rủi ro gắn với xuất xứ vùng địa lý và kết quả đánh giá rủi ro của 10 quốc gia xuất khẩu gỗ vào Việt Nam; Đánh giá rủi ro nhập khẩu gỗ từ Cameroon và các biện pháp giảm thiểu rủi ro; và Nguồn thông tin tham khảo về rủi ro gắn với xuất xứ vùng địa lý.



## 1.2. Tài liệu được xây dựng từ dự án của các tổ chức

### 1.2.1. Tài liệu của Trung tâm Giáo dục và Phát triển

CED đã xây dựng một số bài trình bày và video về VPA/FLEGT, các tài liệu và video đều được đăng tải trên trang [www.flegtvp.com](http://www.flegtvp.com) nhằm giúp doanh nghiệp, các tổ chức và cộng đồng hiểu đúng và đầy đủ về VPA/FLEGT. Chi tiết tài liệu xem tại các link dưới đây:

#### i. VPA/FLEGT là gì?

- [Video những điều cần biết về VPA giữa Việt Nam và EU](#)

- [Lợi ích mà VPA/FLEGT mang lại](#)

#### ii. Định nghĩa gỗ hợp pháp (LD) là gì?

- [Bài trình bày về các yêu cầu pháp lý quy định gỗ hợp pháp mà doanh nghiệp và hộ gia đình cần tuân thủ.](#)

- [Video định nghĩa gỗ hợp pháp là gì](#)

#### iii. Hướng dẫn tuân thủ VPA/FLEGT dành cho doanh nghiệp

[iv. Cẩm nang Hướng dẫn tuân thủ VPA/FLEGT giúp các doanh nghiệp nắm được các nội dung cơ bản về VPA và những yêu cầu của VPA đối với doanh nghiệp.](#)

Cẩm nang cũng cung cấp bộ công cụ để doanh nghiệp tự đánh giá mức độ sẵn sàng với VPA/FLEGT. Hướng dẫn sử dụng gỗ hợp pháp và bền vững trong đời sống hằng ngày dành cho người tiêu dùng cá nhân và tổ chức.

Tài liệu này gồm 2 phần tại sao nên sử dụng gỗ hợp pháp và lợi ích của vật liệu gỗ, cung cấp những thông tin cơ bản nhất giúp người tiêu dùng hiểu thêm về lợi ích của vật liệu gỗ, thế nào là gỗ hợp pháp và cách thức tránh rủi ro để không mua phải gỗ bất hợp pháp. Tài liệu cũng giới thiệu một số loại gỗ rừng trồng ở Việt Nam có thể sử dụng trong kiến trúc, xây dựng và nội thất.

[v. Khóa học online về sử dụng gỗ hợp pháp trong kiến trúc, xây dựng và thiết kế](#)

Khóa học này cung cấp thông tin cơ bản về gỗ hợp pháp, gỗ bền vững, thông tin liên quan đến ngành gỗ của Việt Nam, tiềm năng phát triển và cơ hội cho ngành thiết kế và nội thất. Khóa học gồm 7 bài học, với thời lượng khoảng 150 phút. Mỗi bài sẽ bao gồm 1 video ngắn khoảng 5', bài trình bày bằng powerpoint, và/ hoặc tài liệu tham khảo kèm theo. Khóa học này được xây dựng nhằm mục tiêu nâng cao nhận thức về gỗ và các sản phẩm gỗ hợp pháp, lợi ích từ việc sử dụng vật liệu gỗ bền vững, khuyến khích

các kiến trúc sư, kỹ sư, nhà quản lý xây dựng và nhà thiết kế nội thất trẻ sử dụng gỗ một cách bền vững trong kiến trúc, xây dựng, và nội thất. Các trường cao đẳng, đại học có khoa kiến trúc, xây dựng, thiết kế nội thất có thể sử dụng các bài học trong này để lồng ghép vào chương trình giảng dạy của nhà trường.

[vi. Hướng dẫn tổ chức hội thảo cung cấp thông tin liên quan đến VPA/FLEGT cho doanh nghiệp \(PDF\)](#)

Tài liệu này miêu tả chi tiết cách tổ chức tập huấn cho đối tượng là doanh nghiệp trong một ngày với các nội dung về: các yêu cầu quốc tế về thương mại gỗ, VPA/FLEGT là gì, đánh giá sự sẵn sàng đáp ứng VPA/FLEGT của doanh nghiệp, những yêu cầu pháp lý của chuỗi cung ứng, trách nhiệm giải trình gỗ hợp pháp. Đối với mỗi nội dung được nêu lên trong tài liệu này đều có đường link liên kết đến bài trình bày hoặc video do CED soạn sẵn để tiện cho các tổ chức sử dụng trong quá trình tập huấn.

**1.2.2. Tài liệu của các tổ chức khác**

[i. Tài liệu của Phòng Công nghiệp và Thương mại Việt Nam \(VCCI\): Sổ tay đấu thầu Gói thầu mua sắm có sản phẩm gỗ](#)

Sổ tay này dành cho các đơn vị mua sắm/mời thầu và cán bộ trực tiếp tham gia đấu thầu các gói thầu có sản phẩm gỗ. Sổ tay giới thiệu những yêu cầu cơ bản về gỗ hợp pháp, các vấn đề mà người đấu thầu cần quan tâm khi mời thầu, đánh giá hồ sơ dự thầu và lựa chọn nhà thầu trong các gói thầu có sản phẩm gỗ.

[ii. Hệ thống giải trình gỗ hợp pháp \(DDS\) của Hội Mỹ nghệ và Chế biến Gỗ Tp. Hồ Chí Minh \(HAWA\)](#)

HAWA DDS là một dự án được tài trợ bởi chương trình FAO-EU FLEGT từ nguồn ngân sách Hỗ trợ Trực tiếp nhằm phát triển một nền tảng Hệ thống Giải trình Gỗ Hợp pháp tự nguyện ở cấp độ hiệp hội để giúp cho các doanh nghiệp sản xuất đồ gỗ Việt Nam chứng minh tính hợp pháp của nguồn gốc các loại gỗ được sử dụng. Nền tảng giải trình gỗ hợp pháp tự nguyện giúp cho doanh nghiệp truy xuất đầy đủ thông tin và hành trình của từng lô gỗ thông qua bản đồ trực quan của chuỗi cung ứng, đánh giá được mức độ rủi ro của lô gỗ trong chuỗi cung ứng trước khi ra quyết định mua hàng, tiết kiệm chi phí, xác minh nhanh chóng...

**iii. Nền tảng đào tạo trực tuyến về trách nhiệm giải trình trong nhập khẩu gỗ tại Việt Nam (GIZ) [Training Hub](#)**

Nền tảng đào tạo trực tuyến này được xây dựng trong khuôn khổ dự án “Hỗ trợ thực hiện Hiệp định Đối tác Tự nguyện về Thực thi luật lâm nghiệp, Quản trị rừng và Thương mại lâm sản (VPA/FLEGT) tại Việt Nam” do Bộ Hợp tác và Phát triển Kinh tế CHLB Đức (BMZ) uỷ thác với sự đồng tài trợ của Bộ Ngoại giao và Phát triển Vương quốc Anh.

Nền tảng này cung cấp các kiến thức cơ bản về nguyên tắc thực hiện trách nhiệm giải trình và cách áp dụng vào hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp gỗ thông qua các bài giảng kết hợp giữa lý thuyết và các bài tập thực hành, được xây dựng dựa trên các trường hợp thực tế và nội dung Hiệp định VPA/FLEGT được các chuyên gia truyền tải tới các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp nhập khẩu gỗ nhiệt đới ở Việt Nam.

Nền tảng này có sự tham gia của các cơ quan xác minh, bao gồm kiểm lâm và hải quan, giúp tăng cường hiểu biết về trách nhiệm giải trình và tính pháp lý của gỗ nhập khẩu đồng thời theo dõi mức độ tuân thủ pháp luật của các doanh nghiệp gỗ.







PHẦN

02

## HƯỚNG DẪN XÂY DỰNG MỘT CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG HIỆU QUẢ

### 2.1. Các nguyên tắc chính xây dựng một chiến lược truyền thông

Để thực hiện tốt hoạt động truyền thông hiệu quả, chúng ta cần xây dựng chiến lược truyền thông chi tiết bao hàm các yếu tố: sử dụng các câu chuyện bằng hình ảnh, sử dụng thông tin có sẵn, trực tuyến hoặc các diễn đàn và mạng xã hội, có kế hoạch cung cấp thông tin thông minh và hiệu quả, phối hợp với các đối tác là những báo có thương hiệu và uy tín, và chính chiến lược truyền thông cũng là công cụ để là nguồn cung cấp thông tin cho báo chí. Cụ thể, để xây dựng một chiến lược truyền thông hiệu quả cần tuân thủ những nguyên tắc sau:

- Cách tiếp cận chủ động, mở và minh bạch;
- Tận dụng các kênh thông tin hiện có;
- Kịp thời, thường xuyên và dễ tiếp cận;
- Phù hợp, rõ ràng và nhất quán – các thông điệp cần phải tránh các thuật ngữ kỹ thuật và dùng ngôn ngữ đơn giản;
- Thông tin chính xác và cô đọng;
- Giao tiếp hai chiều – tạo điều kiện cho các bên liên quan và các nhóm hưởng lợi có cơ hội hỏi và nhận được giải đáp.

## 2.2. Đánh giá nhu cầu truyền thông

Đánh giá nhu cầu truyền thông bằng cách thực hiện khảo sát một nhóm đối tượng cụ thể hay đại diện các nhóm nhằm thu thập thông tin (về những gì họ đã biết, hiểu, thái độ và cách làm hiện tại của đại diện nhóm khảo sát – về một vấn đề cụ thể). Mục đích của đánh giá nhằm:

- Cung cấp thông tin cơ bản để lên kế hoạch, thực thi và đánh giá các chương trình hay hoạt động truyền thông;
- Thu thập thông tin về mức độ hiểu biết, họ nghĩ về vấn đề đó, về hệ thống quản lý ... đối với một vấn đề cụ thể;
- Xác định khoảng trống về hiểu biết, nhận thức, thói quen, niềm tin, thái độ ... dẫn đến những hành động hiện tại của họ;
- Xác định những cản trở hay khó khăn thông qua khảo sát về hiểu biết và thái độ.
- Xác định được các yếu tố ảnh hưởng đến thái độ, hành vi và những thực tiễn hiện tại và những lý do của nó;
- Đánh giá quá trình truyền thông và nguồn – là những yếu tố chủ chốt để xác định các hoạt động và thông điệp hiệu quả;
- Xác định nhu cầu, vấn đề, và những cản trở khi thực hiện chương trình (trong đó có truyền thông) và giúp tìm ra giải pháp.

Khi tiến hành đánh giá nhu cầu thông tin cần xác định được các yếu tố sau:

### **Mục tiêu đánh giá**

- Xác định khoảng trống thông tin;
- Thông điệp, công cụ truyền thông;
- Xây dựng kế hoạch truyền thông.

### **Đối tượng**

Tùy thuộc vào yêu cầu của dự án. Xác định đối tượng truyền thông ngay từ đầu để thu hẹp phạm vi đánh giá và đặt ra tiêu chí lựa chọn (Quy mô, khu vực, độ tuổi,...).

### **Phương pháp đánh giá**

- Định lượng;
- Định tính;
- Theo mục tiêu;

- Nghiên cứu tài liệu sẵn có;
- Kiến thức, thái độ và hành vi (Knowledge Attitude Practice - KAP).

Với mục đích xây dựng các chiến lược và chiến dịch nâng cao nhận thức, khảo sát đầu kỳ về kiến thức, thái độ và các hành vi (viết tắt là KAP) được áp dụng với nhiều dự án. Khảo sát này sẽ được lặp lại khi kết thúc Dự án để đo lường những thay đổi về kiến thức, thái độ và hành vi của các nhóm mục tiêu có được nhờ những can thiệp của Dự án. Các dự án truyền thông có thể tham khảo và áp dụng phương pháp này cho khảo sát.

### Bài trình bày về công cụ KAP.

### **2.3. Các bước xây dựng một chiến lược truyền thông hiệu quả**



Xây dựng kế hoạch truyền thông là một công việc quan trọng, khá tốn thời gian và đòi hỏi sự tư duy logic. Đây được xem là một chiến lược quan trọng để đảm bảo rằng thông điệp của dự án được truyền tải rõ ràng và nhất quán. Chiến lược truyền thông cần đi đúng hướng thiết lập ban đầu, kế hoạch truyền thông càng chi tiết, càng giúp bạn kiểm tra và đo lường kết quả chuẩn xác hơn, đồng thời giúp bạn giảm thiểu được chi phí truyền thông và tiết kiệm thời gian, nhân lực.

#### **i. Xác định đối tượng mục tiêu**

Trước hết, chiến dịch truyền thông cần xác định đối tượng mục tiêu cần truyền thông. Đối tượng truyền thông có thể là những tổ chức, cá nhân hoặc một nhóm người nào đó. Đối tượng mục tiêu có thể được xác định ngay từ đầu dự án hoặc sau khi tiến hành đánh giá nhu cầu truyền thông.

## ii. Xác định mục tiêu truyền thông

Tiếp theo chúng ta xác định mục tiêu truyền thông. Thực hiện chiến dịch truyền thông là khi tổ chức muốn đạt được mục tiêu nào đó. Một chiến dịch truyền thông cần phải đạt được 2 mục tiêu là thay đổi nhận thức và thay đổi hành vi của nhóm đối tượng mục tiêu. Nghiên cứu kỹ càng, phân tích chuẩn xác sẽ giúp chiến lược truyền thông của tổ chức bạn thành công hơn. Và mục tiêu truyền thông phải đảm bảo các tiêu chí dưới đây (gọi tắt là SMART):

- S – Specific: Mục tiêu phải cụ thể, rõ ràng
- M – Measurable: Mục tiêu phải đo đếm được
- A – Attainable: Mục tiêu phải khả thi
- R – Relevant: Mục tiêu phải phù hợp và liên quan
- T – Time-bound: Thời gian thực thi

## iii. Định hướng chiến lược truyền thông

Sau khi đã tiến hành đánh giá nhu cầu truyền thông, tiếp theo là giai đoạn đưa ra các định hướng chiến lược truyền thông cụ thể, bao gồm: Thiết kế thông điệp truyền thông nhằm truyền tải thông điệp đến đối tượng mục tiêu. Bạn cần thiết kế một thông điệp có hiệu quả và một thông điệp truyền thông hiệu quả phải đáp ứng được 4 tiêu chí theo mô hình AIDA:

- A – Attention – Phải gây được sự chú ý
- I – Interest – Tạo được sự quan tâm
- D – Desire – Khơi dậy được mong muốn
- A – Action – Thúc đẩy được hành động

Xây dựng thông điệp là một quá trình giải quyết các vấn đề:

- Nói cái gì (nội dung thông điệp)
- Nói thế nào cho hợp lý (cấu trúc thông điệp)
- Nói thế nào cho diễn cảm (hình thức thông điệp)

Sau khi đã chọn được thông điệp truyền thông, các tổ chức cần chọn lựa công cụ truyền thông và phương tiện truyền thông. Xem ở mục 2.4 dưới đây.



#### iv. Lập bảng kế hoạch chi tiết

Sau khi đã xác định được các thông điệp cần thiết, cần diễn giải chi tiết thành một bảng kế hoạch hoàn chỉnh. Bảng kế hoạch cần có thời gian và nguồn lực cụ thể. Lựa chọn thời điểm và phân bổ nguồn lực hợp lý có tác động quan trọng đến hiệu quả của chiến dịch truyền thông. Điều này giúp các tổ chức kiểm soát được các yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến kế hoạch truyền thông dự án. Nói cách khác, bảng kế hoạch truyền thông chi tiết giúp tổ chức nhìn thấy một bức tranh toàn cảnh để sắp xếp thời gian và nguồn lực truyền thông phù hợp cho dự án.

#### v. Đánh giá kết quả truyền thông

Nhu cầu truyền thông của các nhóm đối tượng có thể thay đổi theo từng giai đoạn, các tổ chức nên chuẩn bị chiến lược truyền thông cho cả dự án và chiến lược truyền thông cho từng sự kiện. Trong quá trình triển khai cần hợp và đánh giá kết quả thực hiện để đảm bảo các thông điệp của dự án được truyền tải chính xác.

### 2.4. Các công cụ truyền thông và phương tiện truyền thông

Công cụ truyền thông là tất cả những cách thức cụ thể được sử dụng truyền tải thông điệp từ chủ thể đến đối tượng nhận thông điệp nhằm thực hiện mục tiêu truyền thông.

Những bộ công cụ truyền thông được các tổ chức sử dụng phổ biến hiện nay gồm: bộ công cụ PR – Mecgries, Truyền thông trực tiếp (Email, gọi điện, tọa đàm, đối thoại,...) và Truyền thông gián tiếp (truyền thông mạng xã hội, ấn phẩm, báo chí, truyền hình,...).

Bộ công cụ Public Relations (PR) – MECGRIS



Hình 1. Bộ công cụ truyền thông PR– MECGRIS. Nguồn Tập đoàn LeBros.

M – Media Relations: Quan hệ với truyền thông

E – Event Organization: Tổ chức sự kiện

C – Crisis Resolution: Xử lý khủng hoảng

G – Govt. Relations: Quan hệ với chính phủ

R – Reputation Management: Quản lý danh tiếng

I – Investors Relations: Quan hệ với nhà đầu tư

S – Social Responsibilities: Xây dựng trách nhiệm xã hội

### Phương tiện truyền thông

Phương tiện truyền thông là phương thức cụ thể truyền tải thông điệp và nội dung truyền thông đến đối tượng mục tiêu. Lựa chọn phương tiện truyền thông phù hợp có tác động lớn đến sự thành công của chiến lược truyền thông.

Các phương tiện truyền thông phổ biến hiện nay:

- Internet: website, mạng xã hội
- Truyền hình
- Báo chí
- Ấn phẩm (in ấn hoặc online)
- Sự kiện trực tiếp hoặc trực tuyến (Hội thảo, diễn đàn, đối thoại)



Hình 2. Các kênh truyền thông mạng xã hội, Nguồn ảnh: Tashin DigiTech.

Các tổ chức có thể tham khảo thêm bài trình bày về công cụ truyền thông và phương tiện truyền thông dành cho các tổ chức xã hội [tại đây](#).

## 2.5. Quan hệ báo chí

Quan hệ báo chí tốt mang lại lợi ích:

- Tăng hiệu quả của dự án;
- Quảng bá hình ảnh tổ chức;
- Kết nối nhà tài trợ;
- Nâng cao nhận thức cộng đồng thông qua nâng cao nhận thức phóng viên.

Để có những bài báo chất lượng, số lượng bài tin lớn và hiệu quả, khi tổ chức một sự kiện trực tuyến hay trực tiếp cũng cần có các bước sau:

- Làm việc với báo chí trước, trong và sau sự kiện;
- Viết thông cáo báo chí: cách viết một TCBC tốt (5W + 1H);
- Viết câu chuyện điển hình (quy trình 8 bước tạo ra một câu chuyện tốt);
- Xây dựng và duy trì quan hệ báo chí bền vững và hiệu quả/ quy trình tổ chức sự kiện/theo dõi đánh giá sau sự kiện.



Hình 3. Hoạt động quan hệ báo chí. Nguồn: Tập đoàn LeBros.

Một thông cáo báo chí tốt hay một câu chuyện điển hình cũng là những công cụ mạnh để thu hút báo chí và lan tỏa thông điệp dự án. Xem hướng dẫn chi tiết về các bước làm việc với báo chí và cách viết thông cáo báo chí, câu chuyện tốt [tại đây](#).



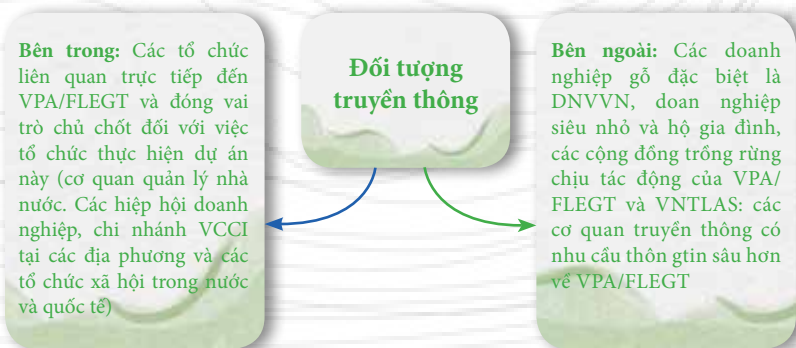


# PHẦN 02

## XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG VỀ VPA/FLEGT

### 3.1. Đối tượng truyền thông

Hiểu được đối tượng truyền thông sẽ giúp cho các cơ quan tổ chức thực hiện được các hoạt động truyền thông hiệu quả. Đối với các vấn đề liên quan đến VPA/FLEGT, có thể chia đối tượng truyền thông thành 2 nhóm chính như sau:

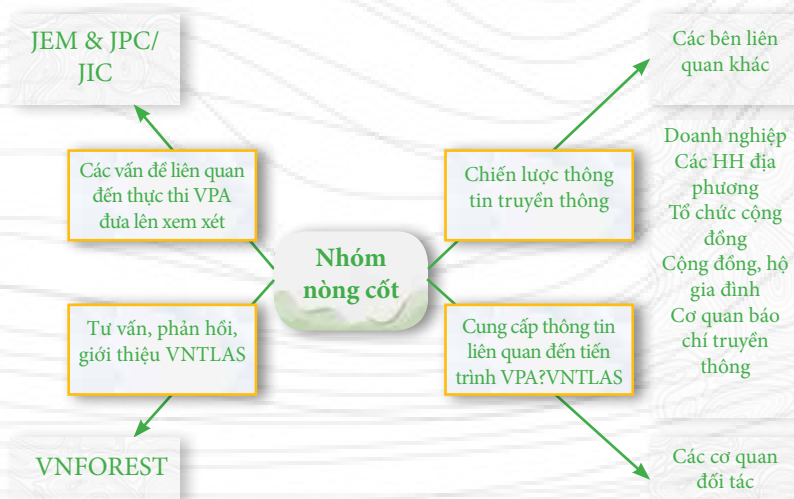


Hình 4. Đối tượng truyền thông.

Ở bước này cần xác định được vai trò và trách nhiệm của mỗi đối tượng truyền thông.

| Nhóm đối tượng                                                                                  | Vai trò và trách nhiệm                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nhóm đối tượng bên trong                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Cơ quan quản lý nhà nước                                                                        | <ul style="list-style-type: none"><li>- Tổng cục Lâm nghiệp (TCLN) đóng vai trò chủ chốt trong việc cung cấp thông tin chính thống. Xây dựng phương án tuyên truyền, tiếp cận và cung cấp các thông tin chính thống;</li><li>- Tổng cục Hải quan (TCHQ) và các cơ quan có trách nhiệm công bố rộng rãi toàn bộ thông tin về thương mại cho người dân và doanh nghiệp theo yêu cầu công bố thông tin đã cam kết;</li><li>- Ủy ban Nhân dân (UBND), các Sở, Ban ngành liên quan chịu trách nhiệm công bố thông tin như đã cam kết trong hiệp định.</li></ul>                                                                                         |
| Các thành viên của các tổ chức ngoài nhà nước thuộc nhóm nông cốt thực thi đa bên về VPA/ FLEGT | <ul style="list-style-type: none"><li>- Sử dụng các thông tin chính thức từ nhóm nông cốt để chuyển tải thành các thông tin ngắn gọn dễ hiểu cho nhóm đối tượng mà mình phục vụ;</li><li>- Cùng với các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội nghề địa phương, cơ quan chính phủ cung cấp thông tin, hỗ trợ kỹ thuật cho DN thông qua các chương trình đào tạo, tập huấn;</li><li>- Tận dụng vai trò và trách nhiệm của Nhóm nông cốt trong việc cung cấp thông tin để đảm bảo triển khai VPA hiệu quả trong tương lai.</li></ul>                                                                                                                        |
| Các Hiệp hội doanh nghiệp                                                                       | <ul style="list-style-type: none"><li>- Lan tỏa thông tin và hỗ trợ DN, cộng đồng giúp họ đáp ứng yêu cầu của LD và VNTLAS;</li><li>- VCCI và các HHDN cung cấp thông tin, giải đáp các thắc mắc và mối quan tâm của DN và cộng đồng về các vấn đề liên quan đến VPA/FLEGT;</li><li>- Các hiệp hội chế biến gỗ cần hợp tác với VCCI (tận dụng lợi thế của các bên trong việc cung cấp thông tin và đại diện tiếng nói cho doanh nghiệp);</li><li>- Phát huy vai trò của các DN thu mua, vận chuyển gỗ và sản phẩm gỗ trong truyền thông và cung cấp thông tin liên quan đến VPA/FLEGT, VNTLAS cho các hộ gia đình và DN nhỏ và siêu nhỏ.</li></ul> |

| Nhóm đối tượng           | Vai trò và trách nhiệm                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nhóm đối tượng bên ngoài |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Báo chí                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tham gia các hội thảo, tập huấn về truyền thông;</li> <li>- Nâng cao hiểu biết về VPA/FLEGT và các vấn đề liên quan (với các thông tin sẵn có/được các dự án cung cấp);</li> <li>- Cung cấp các hỗ trợ và truyền thông chính xác cập nhật các thông tin về VPA/FLEGT tới các độc giả khác nhau qua các kênh truyền thông tương ứng;</li> <li>- Theo dõi, giám sát và đánh giá mức độ hiểu biết về VPA/FLEGT và các vấn đề liên quan đã được truyền thông.</li> </ul> |
| Doanh nghiệp             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nâng cao hiểu biết về VPA/FLEGT và các vấn đề liên quan;</li> <li>- Truyền thông chính xác và cập nhật thông tin về VPA/FLEGT đến các cộng đồng liên quan (khách hàng, đại lý, nhà cung cấp nguyên liệu,...);</li> <li>- Giám sát mức độ hiểu biết về VPA/FLEGT và các vấn đề liên quan.</li> </ul>                                                                                                                                                                  |
| Cộng đồng                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Chủ động tiếp cận nguồn tin chính thống từ các cơ quan nhà nước, nâng cao hiểu biết về VPA/FLEGT và các vấn đề liên quan</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |



Hình 5. Truyền thông và liên kết trong nhóm nòng cốt

3.2. Các thông điệp chính và nội dung cho từng đối tượng

Để thực hiện được chiến lược truyền thông hiệu quả, các cơ quan thực hiện các hoạt động truyền thông cần phải đưa được nội dung truyền thông và thông điệp truyền thông rõ ràng, cụ thể cho từng đối tượng như bảng sau.

| Cơ quan thực hiện truyền thông | Nội dung truyền thông                                                                                                                 | Thông điệp truyền thông                                                                                 | Đối tượng được truyền thông                                    |
|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| Các cơ quan nhà nước           | Theo tiến độ thực hiện VPA và yêu cầu công bố thông tin<br><br>Cập nhật các văn bản mới, tiến độ thực hiện, các thông tin cần công bố | Tùy theo nhóm đối tượng (phối hợp với các cơ quan liên quan: hiệp hội, hiệp hội DN, các tổ chức xã hội) | Doanh nghiệp, hiệp hội doanh nghiệp, các tổ chức phi chính phủ |
| Hiệp hội doanh nghiệp          | Thông tin nhanh nhạy kịp thời, đầy đủ về yêu cầu liên quan đến thực thi VPA/ FLEGT ở Việt Nam<br>VNTLAS/OCS                           | Tuân thủ các yêu cầu về gỗ hợp pháp đối với gỗ và sản phẩm gỗ sản xuất tại Việt Nam (VNTLAS/OCS)        | Doanh nghiệp                                                   |
| Các tổ chức xã hội             | Nội dung dựa trên đánh giá nhu cầu                                                                                                    | Theo các nội dung dựa trên đánh giá nhu cầu                                                             | Doanh nghiệp siêu nhỏ, hộ gia đình, cộng đồng                  |
| Các dự án                      | Nội dung ấn phẩm truyền thông đã thực hiện                                                                                            | Theo các nội dung các nhóm đối tượng đề xuất                                                            | Doanh nghiệp, tổ chức xã hội dân sự, cộng đồng                 |
| Các cơ quan truyền thông       | Các nội dung tùy theo nhóm đối tượng                                                                                                  | Theo các nội dung các nhóm đối tượng đề xuất                                                            | Doanh nghiệp, tổ chức xã hội dân sự, cộng đồng ...             |

Bảng 1. Cách xác định nội dung và thông điệp cho các nhóm đối tượng.



Dưới đây là bảng thông điệp và nội dung liên quan đến VPA/FLEGT cần truyền thông cho mỗi nhóm đối tượng cụ thể.

**Với nhóm đối tượng bên trong**

Các tổ chức liên quan trực tiếp đến VPA/FLEGT và đóng vai trò chủ chốt đối với việc tổ chức thực hiện dự án này (cơ quan quản lý nhà nước, Các hiệp hội doanh nghiệp, chi nhánh VCCI tại các địa phương, các tổ chức xã hội tại địa phương và các tổ chức xã hội trong nước và quốc tế). Đây hầu hết là các tổ chức thuộc thành viên của nhóm nòng cốt thực thi đa bên (gọi tắt là nhóm nòng cốt). Các thông điệp dùng cho nhóm đối tượng này trong gian đoạn tới được thể hiện ở bảng dưới đây.

| Nhóm đối tượng                                 | Thông điệp chủ chốt                                                                                                                                                                                                                                                                | Nội dung chính                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nhóm cơ quan quản lý nhà nước                  | <div>1. Việc phân loại DN và cấp phép FLEGT cần minh bạch</div> <div>2. Hệ thống phân loại doanh nghiệp sẽ giảm bớt số lượng doanh nghiệp cần xác minh trong kỳ</div>                                                                                                              | <div>1. Toàn văn Hiệp định</div> <div>2. Các văn bản quy phạm pháp luật liên quan</div> <div>3. Tài liệu hướng dẫn</div> <div>4. Các công ước quốc tế và các hiệp định khác liên quan</div> <div>5. Thông tin về quản lý rừng</div> <div>6. CSDL phân loại doanh nghiệp và vi phạm Luật Lâm nghiệp</div> <div>7. CSDL cấp phép FLEGT</div> <div>8. Danh sách và địa chỉ liên hệ của Cơ quan cấp phép FLEGT</div> |
| Nhóm các bên liên quan, các tổ chức trong nước | <div>1. Doanh nghiệp tuân thủ các yêu cầu về gỗ hợp pháp, họ có thể tham gia vào các chuỗi cung ứng gỗ trong nước và quốc tế</div> <div>2. CSO tham gia vào giám sát, phân loại doanh nghiệp và xây dựng cơ chế đánh giá, khiếu nại nhằm đảm bảo tính minh bạch của hệ thống</div> | <div>1. Các quy phạm pháp luật hiện hành về gỗ hợp pháp</div> <div>2. Tiến độ triển khai kế hoạch thực hiện VPA/FLEGT</div> <div>3. Các văn bản vi phạm pháp luật liên quan</div> <div>4. Tài liệu hướng dẫn</div> <div>5. Các quy định và tài liệu hướng dẫn thực hiện các cấu phần của VNTLAS</div> <div>6. Phương pháp lập kế hoạch và thực hiện hiệu quả kế hoạch truyền thông</div>                         |

|                      |                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nhóm tổ chức quốc tế | VPA/FLEGT tác động đến tất cả các doanh nghiệp gỗ tham gia vào chuỗi cung ứng thông qua VNTLAS | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tiến độ triển khai Kế hoạch thực hiện VPA/FLEGT</li> <li>2. Các văn bản quy phạm pháp luật liên quan</li> <li>3. Tài liệu hướng dẫn thực hiện</li> <li>4. Các quy định và quy trình hướng dẫn thực hiện các cấu phần của Hệ thống VNTLAS và các hướng dẫn, phương pháp thực hiện liên quan</li> <li>5. Khung Giám sát và Đánh giá tổng thể thực hiện Hiệp định</li> <li>6. Thông tin về các khóa đào tạo và tập huấn do Chính phủ tổ chức</li> </ol> |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

*Bảng 2. Thông điệp và nội dung chi tiết cho mỗi nhóm đối tượng truyền thông bên trong.*

**Với nhóm đối tượng bên ngoài**

Các doanh nghiệp gỗ đặc biệt là DNVVN, doanh nghiệp siêu nhỏ và hộ gia đình, các cộng đồng trồng rừng chịu tác động của VPA/FLEGT và VNTLAS, các cơ quan truyền thông có nhu cầu thông tin sâu hơn về VPA/FLEGT. Các thông điệp và nội dung được sử dụng trong thời gian tới có thể tham khảo bảng dưới đây.

| Nhóm đối tượng                                      | Thông điệp chủ chốt                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Nội dung chính                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nhóm doanh nghiệp nhỏ và vừa, doanh nghiệp siêu nhỏ | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Các doanh nghiệp gỗ hiểu và tuân thủ những yêu cầu về LD, VNTLAS và OCS để tham gia có hiệu quả vào chuỗi cung ứng gỗ hợp pháp</li> <li>2. OCS giúp đánh giá và xác định mức độ tuân thủ VNTLAS của các doanh nghiệp tham gia vào chuỗi cung ứng gỗ</li> <li>3. Doanh nghiệp đóng vai trò chủ chốt trong việc truyền thông nâng cao nhận thức cộng đồng về gỗ hợp pháp</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Các quy phạm pháp luật hiện đang áp dụng cho việc khai thác, tiêu thụ/bán và vận chuyển gỗ rừng trồng và các thông tư hiện hành quy định chi tiết về gỗ hợp pháp</li> <li>2. Hồ sơ vận chuyển gỗ khai thác từ rừng trồng</li> <li>3. Các loài gỗ nguy cấp, quý, hiếm và hồ sơ khai thác các loài gỗ nguy cấp, quý, hiếm trong rừng trồng sản xuất</li> <li>4. Các quy định và hướng dẫn thực hiện VNTLAS</li> </ol> |

|                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nhóm hộ gia đình sản xuất kinh doanh | <ol style="list-style-type: none"> <li>Sử dụng gỗ bất hợp pháp tác động tiêu cực đến môi trường của Việt Nam cũng như Thế giới và là phạm pháp</li> <li>Việc sử dụng gỗ hợp pháp và phát triển bền vững nguồn gỗ nguyên liệu mang lại nhiều lợi ích cho doanh nghiệp và cộng đồng</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>Các quy định về tính hợp pháp của nguồn gỗ nguyên liệu đầu vào</li> <li>Các quy định và hướng dẫn thực hiện VNTLAS</li> <li>Các quy định về xuất nhập khẩu</li> <li>Danh sách vùng địa lý rủi ro, loài rủi ro</li> </ol>                                                                                                                                                                                   |
| Nhóm hộ trồng rừng                   | Việc sử dụng gỗ hợp pháp và sử dụng bền vững nguồn gỗ mang lại nhiều lợi ích cho cộng đồng và đảm bảo sinh kế bền vững                                                                                                                                                                       | <ol style="list-style-type: none"> <li>Các quy phạm pháp luật hiện đang áp dụng cho việc khai thác, tiêu thụ/bán và vận chuyển gỗ rừng trồng và các thông tư hiện hành quy định chi tiết về gỗ hợp pháp</li> <li>Hồ sơ vận chuyển gỗ khai thác từ rừng trồng</li> <li>Các loài gỗ nguy cấp, quý, hiếm và hồ sơ khai thác các loài gỗ nguy cấp, quý, hiếm trong rừng trồng sản xuất</li> <li>Các quy định và hướng dẫn thực hiện VNTLAS</li> </ol> |
| Báo chí/truyền thông                 | <ol style="list-style-type: none"> <li>Việc buôn bán gỗ bất hợp pháp ảnh hưởng tiêu cực đến các doanh nghiệp làm ăn chân chính</li> <li>VPA/FLEGT, VNTLAS là một trong những giải pháp nhằm ngăn chặn nạn chặt phá rừng trái phép ở VN</li> </ol>                                            | Tất cả các thông tin do Chính phủ Việt Nam và phía EU, JIC công bố theo phụ lục 8 của VPA/FLEGT                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

*Bảng 3. Thông điệp và nội dung chi tiết cho mỗi nhóm đối tượng truyền thông bên ngoài.*

Đối với nhóm thông tin về văn bản quy phạm pháp luật liên quan, các tổ chức có thể tìm thấy trên cổng thông tin điện tử của [Chính phủ](#) hoặc trên [website của TCLN](#).

Đối với nhóm thông tin khác liên quan đến Hiệp định VPA/FLEGT các tổ chức có thể tham khảo 4 cuốn tài liệu hỏi đáp về Hiệp định VPA/FLEGT và *Nghị định 102 đã nêu trong mục 1.1.*

### 3.3. Các phương pháp truyền thông cho từng nhóm đối tượng

#### Nhóm đối tượng bên trong

- Các phương pháp truyền thông
- Tăng cường cung cấp thông tin trực tuyến (website, email) và qua các cuộc họp nhóm;
- Thông qua Nhóm nông cốt thực thi đa bên về VPA/FLEGT: các thành viên Nhóm nông cốt sẽ là đầu mối liên lạc chính, đảm bảo thông tin được phổ biến dưới hình thức thân thiện và dễ tiếp cận với doanh nghiệp. Các câu hỏi về VPA/FLEGT từ phía doanh nghiệp có thể thông qua đầu mối thông tin này để được giải đáp và phản hồi thỏa đáng.
- Các phương tiện truyền thông: tập trung vào email, website và các cuộc họp, hội thảo
- Các cuộc họp Nhóm nông cốt định kỳ để cung cấp và trao đổi thông tin;
- Thông tin về các văn bản pháp luật mới, các cuộc họp JIC được cung cấp thường xuyên cho Nhóm nông cốt qua email;
- Các video được thiết kế trực quan để các cơ quan quản lý dễ hiểu và dễ thông tin cho nhân viên của mình về VPA/FLEGT theo một cách nhất quán;
- Email các tóm tắt và cập nhật (định kỳ tháng hay khi có yêu cầu) về quá trình thực thi VPA;
- Các chi tiết và thông tin liên hệ để các cán bộ liên quan đến VPA/FLEGT có thể chủ động yêu cầu hỗ trợ khi cần (ma trận dự án, kế hoạch, danh sách liên hệ,...).

#### Nhóm đối tượng bên ngoài

- Các phương pháp truyền thông: có thể thông qua các kênh của báo chí, HHĐN và VCCI địa phương
- Kênh chính gồm các thông cáo báo chí, bản tin, thông tin tóm tắt cho báo chí, website các cơ quan Trung ương và Địa phương, các ấn phẩm và mạng xã hội (khi phù hợp), tờ rơi, sự kiện và các hội thảo;
- Xây dựng một website riêng về VPA/FLEGT cung cấp tất cả thông tin liên quan đến VPA/FLEGT (cho doanh nghiệp & cộng đồng);
- Thiết kế các bài thuyết trình về VPA/FLEGT cho các cuộc họp mặt trực tiếp. Khi không thể tiến hành trực tiếp, có thể áp dụng các hình thức thảo luận qua mạng khi cần và khi điều kiện cho phép (text, video, audio, skype,...);



- Truyền thông mạng xã hội cung cấp thông tin cập nhật, tức thời và đa chiều. Hình thức này cũng khuyến khích các tranh luận và khuyến khích sự tham gia của cộng đồng trực tuyến đặc biệt là giới trẻ;
- Báo chí bằng các tin, bài và chương trình truyền hình được thiết kế phù hợp để thúc đẩy thông tin đến được những độc giả ưa phong cách truyền thông truyền thống;
- Hội thảo tập huấn cho báo chí được tổ chức để nâng cao hiểu biết của phóng viên về VPA/FLEGT và các vấn đề liên quan;
- Các tổ chức không/khó có khả năng tiếp cận Internet có thể sử dụng các ấn phẩm, tờ rơi và bảng tin,...được thiết kế phù hợp.

### **Các phương tiện truyền thông**

- Thư điện tử (e-mail hay internet);
- Họp nhóm;
- Gặp mặt trực tiếp để thảo luận các vấn đề quan trọng;
- Bản tin vẫn qua các kênh báo chí địa phương;
- Internet và truyền thông mạng xã hội để lan tỏa các tin vẫn từ báo chí địa phương;
- Bài báo xuất bản trong các ấn phẩm chuyên ngành hay thương mại;
- Website xây dựng riêng về chủ đề VPA/FLEGT;
- Phim/phóng sự nhiều kỳ để truyền thông về VPA/FLEGT và các vấn đề liên quan;
- Các tờ rơi và bản tin cho các tổ chức không/khó có truy cập email hay Internet;
- Các bài thuyết trình về VPA/FLEGT và các vấn đề liên quan;
- Hội thảo tập huấn truyền thông cho báo chí;
- Ấn phẩm về VPA/FLEGT cho doanh nghiệp và cho cộng đồng.

### **3.4. Kế hoạch truyền thông và công bố thông tin về VPA/FLEGT trong giai đoạn tới**

Kế hoạch hành động về truyền thông và công bố thông tin để thực hiện Hiệp định VPA/FLEGT giữa Việt Nam và EU (sau đây gọi tắt là kế hoạch hành động) được JIC thông qua tại quyết định số 03/2021 (có hiệu lực từ ngày 16/4/2021). Theo đó, đến năm 2025, các chương trình truyền thông sẽ được tổ chức thực hiện cho tất cả các bên liên quan theo nhu cầu thông tin,

với sự hỗ trợ của TCLN phối hợp với các Bộ, ngành, các hiệp hội gỗ, các tổ chức phi chính phủ và các cơ quan truyền thông. Cùng với đó, các khoảng trống hiện tại trong công bố thông tin sẽ được giải quyết và thông tin sẽ được cung cấp theo các mục/danh mục thông tin được liệt kê trong Phần 2 của Phụ lục VIII, Hiệp định VPA/FLEGT.

### **3.4.1. Kế hoạch truyền thông về Hiệp định VPA/FLEGT**

Kế hoạch truyền thông về Hiệp định VPA/FLEGT được thể hiện tại Phụ lục I của Kế hoạch hành động bao gồm 4 nhiệm vụ chính:

- Tổ chức soạn thảo các tài liệu tuyên truyền và công bố thông tin về Hiệp định VPA/FLEGT;
- Tổ chức tuyên truyền, công bố thông tin về Hiệp định VPA/FLEGT;
- Thực hiện các chương trình phát thanh và truyền hình tuyên truyền về Hiệp định VPA/FLEGT, thay đổi nhận thức, tập quán sử dụng gỗ rừng tự nhiên sang sử dụng gỗ rừng trồng có nguồn gốc hợp pháp, quảng bá ngành công nghiệp chế biến gỗ và thương hiệu gỗ Việt Nam;
- Tổ chức tuyên truyền, công bố thông tin về Hiệp định VPA/FLEGT cho các hiệp hội gỗ, doanh nghiệp, làng nghề, hợp tác xã, hộ gia đình trồng rừng, chế biến và xuất khẩu gỗ.

Các nhóm đối tượng chính của Kế hoạch truyền thông bao gồm:

- Hộ trồng rừng;
- Hộ kinh doanh, chế biến gỗ;
- Doanh nghiệp/các hiệp hội gỗ;
- Chính phủ/các cơ quan xác minh;
- Các tổ chức xã hội/phi chính phủ;
- Các tổ chức quốc tế;
- Các cơ quan truyền thông.

Xem chi tiết Kế hoạch truyền thông về Hiệp định VPA/FLEGT của TCLN [tại đây](#).

### **3.4.2. Kế hoạch công bố thông tin về Hiệp định VPA/FLEGT**

Theo quy định tại Phần 2, Phụ lục VIII của Hiệp định VPA/FLEGT, thông tin do Việt Nam công bố bao gồm chín nhóm và ba mươi sáu mục thông tin như bảng dưới đây.

| Nhóm thông tin |                                                                      | Số mục thông tin | Tên mục thông tin                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------|----------------------------------------------------------------------|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1              | Thông tin về luật pháp                                               | 3                | <p>1. Toàn văn Hiệp định và các Phụ lục của Hiệp định và bất kỳ thay đổi, bổ sung sau đó;</p> <p>2. Các văn bản pháp luật liên quan được dẫn chiếu trong Phụ lục II và Phụ lục V và các văn bản sửa đổi, bổ sung sau đó;</p> <p>3. Các công ước quốc tế và các hiệp định mà Chính phủ Việt Nam đã ký kết và phê chuẩn liên quan đến Hiệp định này.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 2              | Thông tin về quy hoạch sử dụng đất lâm nghiệp và giao đất lâm nghiệp | 6                | <p>1. Dữ liệu và bản đồ quy hoạch ba loại rừng (đặc dụng, phòng hộ và sản xuất) cấp toàn quốc;</p> <p>2. Kế hoạch bảo vệ và phát triển rừng của tỉnh và các loại bản đồ (bản cứng);</p> <p>3. Dữ liệu định kỳ về giao đất lâm nghiệp, cho thuê rừng, và diện tích đất lâm nghiệp được giao cùng với giấy chứng nhận quyền sử dụng đất;</p> <p>4. Theo yêu cầu, và tuân theo quy trình không phân biệt đối xử và không tăng gánh nặng về thủ tục hành chính nhằm đáp ứng yêu cầu này, thông tin liên quan đến giấy chứng nhận giao đất lâm nghiệp và hợp đồng cho thuê rừng sẵn có tại các cơ quan địa phương có thẩm quyền;</p> <p>5. Dữ liệu về diện tích đất lâm nghiệp được chuyển đổi mục đích sử dụng, bao gồm vị trí và các chính sách về trồng rừng thay thế;</p> <p>6. Diện tích đất rừng theo các hợp đồng khoán bảo vệ rừng ở cấp huyện.</p> |
| 3              | Thông tin về quản lý rừng                                            | 5                | <p>1. Dữ liệu về diễn biến rừng cấp tỉnh và toàn quốc hàng năm (rừng tự nhiên và rừng trồng) và số lượng cây trồng phân tán;</p> <p>2. Danh sách và vị trí các khu rừng được các tổ chức quốc tế cấp chứng chỉ quản lý rừng bền vững;</p> <p>3. Kế hoạch quản lý rừng bền vững được phê duyệt;</p> <p>4. Quyết định và báo cáo đánh giá tác động môi trường do Bộ NN&amp;PTNT phê duyệt đối với các dự án lâm nghiệp;</p> <p>5. Ý kiến của Bộ NN-PTNT về báo cáo đánh giá tác động môi trường của các dự án tác động tới tài nguyên rừng.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 4              | Thông tin về sản xuất gỗ trong nước                                  | 2                | <p>1. Số liệu về giá trị và tăng trưởng sản xuất gỗ;</p> <p>2. Số liệu về khối lượng gỗ khai thác (từ rừng trồng, cây trồng phân tán, thanh lý gỗ cao su, nếu có, và khai thác tận thu, tận dụng).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

|   |                                                                                 |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---|---------------------------------------------------------------------------------|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5 | Thông tin vi phạm Luật Bảo vệ và Phát triển rừng và vi phạm trong thương mại gỗ | 4 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Số lượng định kỳ về số lượng vụ vi phạm Luật Lâm nghiệp cấp huyện, tỉnh và toàn quốc liên quan tới: chặt phá rừng; khai thác lâm sản trái phép; vi phạm các quy định về phòng cháy, chữa cháy rừng; vi phạm các quy định về sử dụng đất lâm nghiệp; buôn bán và vận chuyển lâm sản trái phép; và vi phạm các quy định về chế biến lâm sản;</li> <li>2. Số liệu định kỳ về số lượng các vụ vi phạm Luật Lâm nghiệp cấp huyện, tỉnh và toàn quốc và kết quả xử lý vi phạm, bao gồm xử phạt hành chính và hình sự;</li> <li>3. Thông tin định kỳ về các hành vi vi phạm của các tổ chức, cá nhân, loại hình vi phạm và địa phương vi phạm;</li> <li>4. Số liệu định kỳ về số lượng và chủng loại gỗ tịch thu và sau đấu giá.</li> </ol> |
| 6 | Thông tin về chế biến                                                           | 3 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Số lượng và danh sách các doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ được đăng ký chính thức, theo vị trí địa lý (vùng) và loại hình doanh nghiệp doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp nước ngoài);</li> <li>2. Danh sách các doanh nghiệp/công ty chế biến và xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ đã có chứng nhận chuỗi hành trình sản phẩm và/hoặc chứng nhận quản lý rừng bền vững;</li> <li>3. Danh sách tổ chức được cập nhật định kỳ theo từng nhóm rủi ro từ Hệ thống phân loại tổ chức theo quy định tại Mục 5 của Phụ lục V.</li> </ol>                                                                                                                                                                               |
| 7 | Thông tin về đầu tư và doanh thu                                                | 4 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Số liệu hàng năm về giá trị sản xuất ngành lâm nghiệp;</li> <li>2. Số liệu hàng năm về chi trả dịch vụ môi trường rừng;</li> <li>3. Số liệu hàng năm về đầu tư từ ngân sách nhà nước cho Kế hoạch bảo vệ và phát triển rừng;</li> <li>4. Giá đất hàng năm theo quy định của UBND các tỉnh và thành phố trực thuộc trung ương.</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 8 | Thông tin về thương mại                                                         | 2 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Số liệu hàng năm về giá trị xuất, nhập khẩu gỗ và sản phẩm gỗ theo mã HS, theo nước xuất xứ và nhập khẩu, kể cả thông tin về gỗ quá cảnh;</li> <li>2. Thông tin về xuất, nhập khẩu các loài gỗ có giấy phép CITES.</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

*Bảng 4. Nhóm thông tin về VPA/FLEGT Việt Nam công bố theo phụ lục VIII. (Theo phụ lục 2 của Kế hoạch hành động)*

Xem chi tiết về kế hoạch công bố thông tin từ nay đến năm 2025 của TCLN (phụ lục 2 của Kế hoạch hành động) [tại đây](#).

# TÀI LIỆU THAM KHẢO

## Các văn bản pháp luật

1. Quyết định số 4852/QĐ-BNN-TCLN ngày 10/12/2018 của Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn về việc Ban hành Kế hoạch thực hiện Hiệp định đối tác tự nguyện về Thực thi luật lâm nghiệp, Quản trị rừng và Thương mại lâm sản (VPA/FLEGT) giữa Việt Nam và Liên minh Châu Âu (EU);
2. Quyết định số 1624/QĐ-TTg ngày 14/11/2019 Phê duyệt Kế hoạch triển khai thực hiện Hiệp định đối tác tự nguyện giữa nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam và Liên minh Châu Âu về thực thi luật lâm nghiệp, quản trị rừng và thương mại lâm sản (VPA/FLEGT);
3. Quyết định số quyết định số 03/2021 ngày 16/4/2021 của JIC về việc phê duyệt Kế hoạch hành động về truyền thông và công bố thông tin để thực hiện Hiệp định VPA/FLEGT giữa Việt Nam và EU.



## Các tài liệu tham khảo khác

1. CED, 2020, Báo cáo “Khảo sát người tiêu dùng về việc mua sắm, sử dụng gỗ và sản phẩm gỗ”
2. Tổng cục Lâm nghiệp, 2019, Báo cáo “Đánh giá nhu cầu thông tin của các bên liên quan về Hiệp định VPA/FLEGT”
3. VCCI, 2019, “Nghiên cứu về tính hợp pháp của sản phẩm gỗ trong mua sắm công ở Việt Nam”
4. CRD, CED và COPE, 2018, Báo cáo “Đánh giá nhu cầu nâng cao năng lực của các bên liên quan cấp tỉnh nhằm hỗ trợ doanh nghiệp tuân thủ các yêu cầu của LD, VNTLAS và OCS”
5. CRD, CED và COPE, 2018, Báo cáo “Đánh giá khả năng đáp ứng các yêu cầu của VNTLAS, mức độ hiểu biết và nhu cầu hỗ trợ liên quan VPA/FLEGT”
6. Forest Trends và VIFORES, 2018, Báo cáo “Làng nghề gỗ trong bối cảnh hội nhập, thực trạng và lựa chọn về chính sách để phát triển bền vững”
7. VIFORA, 2018, Báo cáo “Đánh giá nhu cầu nâng cao năng lực và truyền thông với các hộ gia đình trồng rừng quy mô nhỏ”
8. CED, 2018, Báo cáo “Đánh giá tổng kết dự án Thúc đẩy sự tham gia của khu vực tư nhân vào quá trình VPA”
9. Hoàng Liên Sơn, Đoàn Thị Tố Uyên và Nguyễn Anh Văn, 2017, Báo cáo “Đánh giá tác động chính sách của VPA/FLEGT”
10. CED, 2016, Báo cáo “Đánh giá nhu cầu tập huấn nâng cao năng lực về truyền thông, vận động chính sách trong VPA/FLEGT”
11. CED, 2014, Báo cáo “Đánh giá về thực tiễn và hiểu biết về VPA/FLEGT và nhu cầu thông tin, đào tạo về VPA/FLEGT của các doanh nghiệp nhỏ và vừa”

