

# Sách hướng dẫn **TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI DOANH NGHIỆP**

**Tốt cho cộng đồng doanh nghiệp  
Tốt cho động, thực vật hoang dã**





Sức tại Chí là một sáng kiến truyền thông thay đổi hành vi nhấn mạnh vai trò tiên phong của cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam trong việc chống lại nạn tiêu thụ trái phép động, thực vật hoang dã nguy cấp, quý, hiếm. Sáng kiến Chí khuyến khích các nhà lãnh đạo doanh nghiệp tích cực hành động và thể hiện quan điểm không khoan nhượng đối với việc buôn bán và tiêu thụ trái phép động, thực vật hoang dã. Kể từ năm 2014, Sáng kiến Chí đã tiếp cận, đào tạo và khuyến khích được hàng ngàn doanh nhân thực hiện các hoạt động trách nhiệm xã hội và lan tỏa thông điệp truyền thông thay đổi hành vi bảo tồn động, thực vật hoang dã góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh cũng như giúp doanh nghiệp tránh những rủi ro kinh doanh liên quan đến tội phạm buôn bán trái phép động, thực vật hoang dã.

Trước sự thay đổi nhanh chóng của thị trường kinh doanh tại Việt Nam, đặc biệt là những tác động lớn từ cuộc Cách mạng Công nghiệp 4.0 trong việc mở rộng thị trường ra toàn cầu, doanh nghiệp Việt Nam cần phải tuân thủ các tiêu chuẩn và thông lệ quốc tế, bao gồm việc không tiếp tay cho tội phạm buôn bán trái phép động, thực vật hoang dã. Đây là thách thức nhưng cũng là cơ hội để cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam thông qua việc tham gia và ủng hộ Sáng kiến Chí thể hiện tinh thần tiên phong và thái độ chủ động, tích cực trong việc thực hiện các hoạt động trách nhiệm với xã hội và môi trường bao gồm việc bảo vệ thiên nhiên hoang dã, hướng tới sự phát triển bền vững.

# NỘI DUNG

<b>1. Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp là gì?</b>	
1.1 Lợi ích của chính sách TNXHĐN.....	4
1.2 Số liệu thống kê.....	6
<b>2. Thực hiện TNXHĐN bảo vệ động, thực vật hoang dã</b>	
2.1 Lồng ghép các hoạt động bảo vệ động, thực vật hoang dã trong chính sách TNXHĐN.....	8
2.2 Tại sao các doanh nghiệp cần quan tâm đến hoạt động bảo vệ động, thực vật hoang dã?.....	9
<b>3. Buôn bán trái phép động, thực vật hoang dã và các quy định pháp luật có liên quan</b>	
3.1 Pháp luật Việt Nam.....	11
3.2 Những lĩnh vực kinh doanh có nguy cơ rủi ro cao liên quan đến hoạt động buôn bán trái phép động, thực vật hoang dã..	12
<b>4. Các doanh nghiệp và doanh nhân đang làm gì để bảo vệ các loài động, thực vật hoang dã nguy cấp?</b>	
4.1 Những doanh nghiệp đi đầu trong công tác bảo vệ động, thực vật hoang dã nguy cấp.....	13
4.2 Cam kết của doanh nhân trong việc bảo vệ động, thực vật hoang dã nguy cấp .....	14
<b>5. Doanh nghiệp Việt Nam có thể làm gì?</b>	
5.1 Tạo ra những xu hướng mới.....	16
5.2 Hành động với một lộ trình có thời gian.....	16
5.3 Một số ví dụ về lồng ghép thông điệp bảo vệ động, thực vật hoang dã.....	18
<b>6. Chúng tôi có thể làm gì để hỗ trợ doanh nghiệp bạn?</b>	
Thông tin liên lạc.....	19
Tài liệu tham khảo.....	19

Bản quyền thuộc Cơ quan Phát triển Quốc tế Hoa Kỳ (USAID) thông qua Hợp đồng số AID-468-I-16-00001, TO AID-486-TO-16-00003 với Tổ Chức Nghiên Cứu Quốc Tế RTI

**Tháng Mười Hai, 2019**

Quan điểm của tác giả thể hiện trong ấn phẩm này không nhất thiết phản ánh quan điểm của Cơ qua Phát triển Quốc tế Hoa Kỳ hoặc Chính phủ Hoa Kỳ.

# 1. TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP (TNXHĐN) LÀ GÌ?

TNXHĐN là một khái niệm trong quản trị kinh doanh, theo đó các doanh nghiệp gắn kết các mối quan tâm về xã hội và môi trường vào những hoạt động kinh doanh. Nhìn chung, TNXHĐN được hiểu là cách thức mà doanh nghiệp cải thiện các hoạt động kinh doanh của mình đồng thời vẫn đáp ứng được kỳ vọng của cổ đông và các bên liên quan thông qua việc áp dụng các sáng kiến đem lại lợi ích về kinh tế, xã hội và môi trường.



## 1.1 LỢI ÍCH CỦA VIỆC THỰC HIỆN TNXHĐN

Thực hiện TNXHĐN giúp doanh nghiệp:

**1** Thu hút được khách hàng mới và giữ chân được khách hàng cũ;

**2** Tạo sự khác biệt với các đối thủ cạnh tranh;

**3** Cải thiện vị thế và uy tín của doanh nghiệp;

**4** Tuân thủ các chính sách quốc tế và quốc gia và quản lý rủi ro;

**5** Tăng tính sáng tạo, đổi mới của doanh nghiệp và gia tăng tầm ảnh hưởng của doanh nghiệp;



6

Phát triển, tăng cường và củng cố mối quan hệ với khách hàng, nhà cung ứng và mạng lưới doanh nghiệp;

7

Thu hút và duy trì lực lượng lao động làm việc tích cực, nhiệt tình;

8

Tiếp cận các cơ hội đầu tư và tài trợ;

9

Tạo ra nhiều lợi thế quảng bá do nhận được sự quan tâm của truyền thông đối với các hoạt động kinh doanh có trách nhiệm đạo đức;

10

Tiết kiệm chi phí hoạt động và vận hành.

## 1.2 SỐ LIỆU THỐNG KÊ

### 1.2.1 Số liệu thống kê trên toàn thế giới về lợi ích của việc thực hiện TNXHĐN<sup>1</sup>



**75%** thanh niên đồng ý làm việc cho doanh nghiệp hoạt động có trách nhiệm với xã hội và môi trường với mức lương thấp hơn



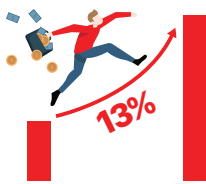
**93%** trong số 250 doanh nghiệp lớn nhất thế giới công bố báo cáo hàng năm về việc thực hiện TNXHĐN



**66%** người tiêu dùng trên toàn thế giới sẵn sàng chi trả thêm cho các dịch vụ và hàng hóa được sản xuất bền vững



**83%** số người được khảo sát thuộc khu vực Châu Á-Thái Bình Dương cho rằng việc các doanh nghiệp thực hiện các hoạt động bảo vệ môi trường là rất quan trọng



Năng suất lao động của người lao động tăng **13%** nhờ áp dụng chính sách TNXHĐN



Tỷ lệ biến động về nhân sự giảm **50%** khi người lao động được tham gia vào các hoạt động TNXHĐN

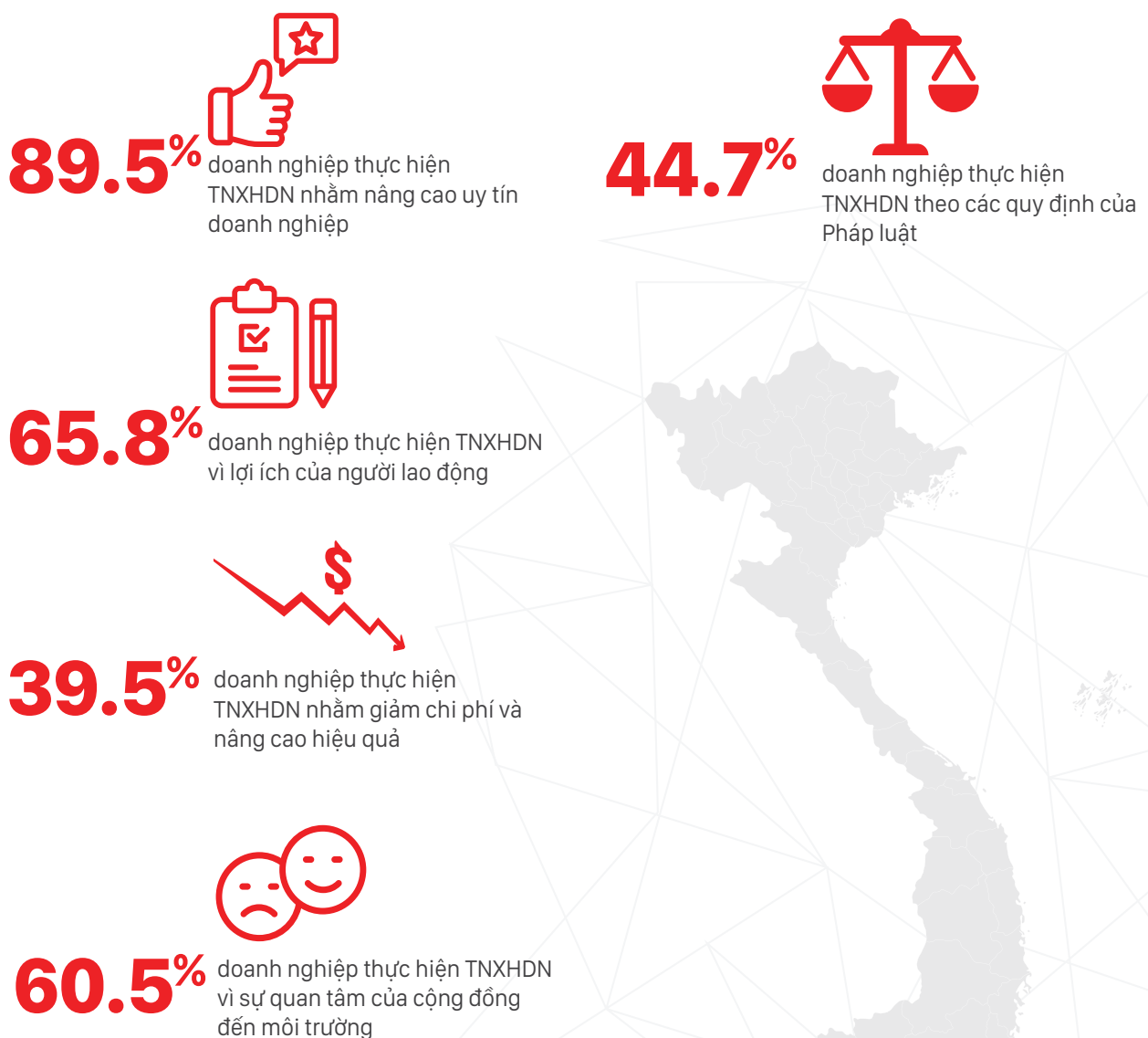
**1.Nguồn:** YourCause Data; Nielsen: Báo cáo bền vững toàn cầu 2015-2018; Nghiên cứu của Tổ chức Double the Donation; Dự án ROI: Báo cáo - Xác định các lợi thế về tài chính và cạnh tranh của Trách nhiệm và Tính bền vững của doanh nghiệp; Khảo sát niềm tin của người tiêu dùng toàn cầu do The Conference Board® và Tổ chức Nielsen phối hợp thực hiện trong Quý 2, 2017.

## 1.2.2. Số liệu thống kê tại Việt Nam về lợi ích của việc thực hiện TNXHĐN

Theo khảo sát được tiến hành nhằm đánh giá mức độ tăng trưởng và thịnh vượng của Top 500 doanh nghiệp hoạt động tại Việt Nam<sup>2</sup>:

- Phần lớn doanh nghiệp tham gia khảo sát khẳng định rằng thực hiện TNXHĐN là công cụ hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam phát triển và trở nên thịnh vượng, giúp nâng cao năng suất và duy trì sự phát triển bền vững của doanh nghiệp;
- Gần 90% doanh nghiệp tham gia khảo sát cho rằng nâng cao uy tín của doanh nghiệp là động lực quan trọng nhất thúc đẩy các doanh nghiệp thực hiện các hoạt động TNXHĐN. Điều này giúp doanh nghiệp gia tăng niềm tin của khách hàng và xã hội.

## 1.2.3. Động lực để doanh nghiệp thực hiện TNXHĐN



**Nguồn:** Khảo sát doanh nghiệp BP500 do Vietnam Report thực hiện tháng 02/2018

2. Thông tin chi tiết, vui lòng truy cập: <http://prosperity500.vn/Home>; <https://vietnamnet.vn/vn/kinh-doanh/500-doanh-nghiep-viet-nam-thinhvuong-nam-2018-437143.html>

## 2. BẢO VỆ ĐỘNG, THỰC VẬT HOANG DÃ NGUY CẤP THÔNG QUA VIỆC THỰC HIỆN TNXHĐN

### 2.1. LỒNG GHÉP CÁC HOẠT ĐỘNG BẢO VỆ ĐỘNG, THỰC VẬT HOANG DÃ NGUY CẤP TRONG CHÍNH SÁCH TNXHĐN

Doanh nghiệp có thể thực hiện các hoạt động TNXHĐN khác nhau. Biểu đồ này thể hiện các nhóm hoạt động TNXHĐN phổ biến trong đó thể hiện vị trí và sự phù hợp của hoạt động bảo vệ động, thực vật hoang dã nguy cấp, quý, hiếm đối với chính sách TNXH của doanh nghiệp





## 2.2 TẠI SAO CÁC DOANH NGHIỆP CẦN QUAN TÂM ĐẾN HOẠT ĐỘNG BẢO VỆ ĐỘNG, THỰC VẬT HOANG DÃ NGUY CẤP?

Buôn bán trái phép động, thực vật hoang dã:

- Ảnh hưởng nghiêm trọng đến công tác quản lý doanh nghiệp;
- Tiếp tay cho các hoạt động tội phạm;
- Đe dọa sự sinh tồn của nhiều giống loài động, thực vật hoang dã;
- Tác động tiêu cực đến sự phát triển kinh tế bền vững;
- Hủy hoại sinh kế bền vững của người dân;
- Giảm vị thế xã hội và gây mất uy tín của doanh nghiệp trong cộng đồng...

...tất cả những điều trên đều ảnh hưởng xấu đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

### MÔ HÌNH THỰC HIỆN TNXHĐN 1: Bảo vệ động, thực vật hoang dã cho thế hệ tương lai



#### CÁC HOẠT ĐỘNG DISNEY ĐÃ THỰC HIỆN NHẪM BẢO VỆ ĐỘNG, THỰC VẬT HOANG DÃ NGUY CẤP:

- Tài trợ cho các dự án bảo tồn nhằm duy trì và gia tăng số lượng của các loài hoang dã trong tự nhiên;
- Yêu cầu nhân viên tham gia trực tiếp vào các dự án bảo vệ động, thực vật hoang dã nguy cấp;
- Thúc đẩy các sáng kiến bảo vệ động, thực vật hoang dã nguy cấp.

#### LỢI ÍCH CỦA CÁC HOẠT ĐỘNG BẢO VỆ ĐỘNG, THỰC VẬT HOANG DÃ MÀ DISNEY THỰC HIỆN:

- Bảo vệ thiên nhiên hoang dã và sự sinh tồn của các giống loài hoang dã cho thế hệ tương lai, góp phần duy trì và củng cố hình ảnh của Disney – vốn luôn gắn liền với những câu chuyện kể về các loài động, thực vật trong hơn 60 năm qua;
- Bảo vệ được nhiều loài động vật hoang dã nguy cấp quý, hiếm và nơi sinh sống của chúng như voi Châu Phi, tê giác Sumatra, hổ và rùa biển;
- Tạo cảm hứng cho hàng triệu người và trẻ em trên toàn thế giới tích cực bảo vệ thiên nhiên hoang dã thông qua các hoạt động giáo dục và tuyên truyền cộng đồng.

## MÔ HÌNH THỰC HIỆN TNXHĐN 2: Du lịch toàn cầu chung tay bảo vệ động, thực vật hoang dã



**Công Ty TripAdvisor** thực hiện cam kết bảo vệ các loài động, thực vật hoang dã nguy cấp của mình bằng việc xây dựng Cổng thông tin về du lịch có trách nhiệm bảo tồn động, thực vật hoang dã

<https://www.tripadvisor.com/blog/animal-welfare-education-portal/>

Với hàng triệu lượt truy cập mỗi tháng, TripAdvisor đã gửi một thông điệp rõ ràng cho thấy đây là nền tảng mang tính tiến bộ, thể hiện sự quan tâm tới môi trường hướng tới sự phát triển bền vững. Hoạt động TNXHĐN này không chỉ giúp công ty trở nên nổi bật hơn so với đối thủ mà còn góp phần xây dựng tương lai cho du lịch thân thiện với môi trường.

## MÔ HÌNH THỰC HIỆN TNXHĐN 3: Thúc đẩy du lịch có trách nhiệm gắn liền với bảo vệ động, thực vật hoang dã nguy cấp tại Việt Nam

**Công ty du lịch Buffalo Tours Việt Nam đã đi đầu trong việc thực hiện các hoạt động bảo vệ động, thực vật hoang dã, cụ thể:**

- Sản xuất các ấn phẩm, sản phẩm truyền thông lồng ghép các thông điệp thay đổi hành vi khuyến khích nhân viên, đối tác, khách hàng (khách du lịch) và cộng đồng không sử dụng các sản phẩm có nguồn gốc từ động vật hoang dã nguy cấp, quý, hiếm;
- Tham gia vào các hoạt động, chương trình, sự kiện bảo vệ động, thực vật hoang dã nguy cấp;
- Xây dựng ấn phẩm Không nên ăn gì tại Châu Á (<https://www.buffalotours.com/blog/what-not-to-eat-in-asia/>) nhằm cung cấp thông tin và khuyến khích khách du lịch từ chối ăn, mua và/hoặc sử dụng các sản phẩm có nguồn gốc từ các loài động vật hoang dã nguy cấp, quý, hiếm.

Các hoạt động của Công ty du lịch Buffalo Tour Việt Nam đã góp phần định hướng khách du lịch về du lịch có trách nhiệm gắn liền với bảo tồn đa dạng sinh học trong đó bao gồm các loài động vật hoang dã nguy cấp. Những hoạt động này thể hiện cam kết tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế về du lịch của Công ty, qua đó nâng cao danh tiếng và uy tín của doanh nghiệp giúp thu hút thêm nhiều khách hàng yêu thiên nhiên tìm đến các dịch vụ của Công ty.



## 3. BUÔN BÁN TRÁI PHÉP ĐỘNG, THỰC VẬT HOANG DÃ VÀ CÁC QUY ĐỊNH PHÁP LUẬT CÓ LIÊN QUAN

### 3.1 PHÁP LUẬT VIỆT NAM









- **Bộ Luật Hình sự** số 100/2015/QH13<sup>3</sup> đã ban hành các quy định nghiêm khắc và chặt chẽ hơn đối với các hành vi vi phạm quy định về quản lý và bảo vệ động, thực vật hoang dã, cụ thể tại các Điều 234, 242 và 244. Ngoài các hành vi săn bắn, bắt, giết, nuôi, nhốt, vận chuyển và/hoặc buôn bán các loài động, thực vật nguy cấp, quý, hiếm và các bộ phận và sản phẩm của chúng, Bộ Luật Hình sự cũng quy định việc sở hữu các loài động, thực vật nguy cấp, quý, hiếm là một tội danh có thể bị truy tố trách nhiệm hình sự chứ không chỉ bị phạt hành chính như trước đây. Quy định này đảm bảo việc xử phạt thích đáng những tội phạm thực hiện các hành vi trái phép như nuôi nhốt các cá thể hổ hoặc sở hữu sừng tê giác.
- Pháp nhân hoặc doanh nghiệp bị cáo buộc vi phạm các quy định của Bộ Luật Hình sự có thể bị xử phạt lên tới 15 tỷ đồng; bị đình chỉ hoạt động vĩnh viễn; bị cấm kinh doanh; hoặc bị cấm hoạt động trong một số lĩnh vực nhất định (từ 6 tháng đến 3 năm); hoặc bị cấm huy động vốn từ 1 đến 3 năm.
- Các cá nhân vi phạm các quy định của Bộ Luật Hình sự có thể bị kết án đến 15 năm tù và bị phạt lên tới 2 tỷ đồng.
- **Luật an ninh mạng** số 24/2018/QH14 quy định về các hoạt động trực tuyến nhằm bảo vệ an ninh quốc gia, bảo đảm trật tự xã hội và an toàn trên không gian mạng thông qua việc xác định trách nhiệm của các cơ quan, tổ chức và các cá nhân có liên quan.
- Một bài đăng hoặc đơn giản chỉ là một lượt thích, chia sẻ và/hoặc bình luận trên mạng xã hội liên quan đến việc mua, bán và/hoặc sử dụng các sản phẩm có nguồn gốc từ các loài động, thực vật hoang dã được bảo vệ có thể hủy hoại danh tiếng của tổ chức hoặc cá nhân, thậm chí một số trường hợp gây hậu quả nghiêm trọng có thể bị xử phạt theo các quy định của pháp luật.



<http://theconversation.com>

### 3.2 NHỮNG LĨNH VỰC KINH DOANH CÓ NGUY CƠ RỦI RO CAO LIÊN QUAN ĐẾN HOẠT ĐỘNG BUÔN BÁN TRÁI PHÉP ĐỘNG, THỰC VẬT HOANG DÃ NGUY CẤP

Buôn bán trái phép động, thực vật hoang dã nguy cấp có thể gây ra những ảnh hưởng tiêu cực đến nhiều lĩnh vực kinh doanh, tuy nhiên tác động nhiều nhất phải kể đến:

 <p>Ngành dịch vụ bao gồm du lịch, khách sạn và nhà hàng</p>	 <p>Vận chuyển và giao nhận hàng hóa/dịch vụ</p>	 <p>Thương mại điện tử</p>
 <p>Các sản phẩm thủ công mỹ nghệ, đồ trang sức và quà lưu niệm</p>	 <p>Ngành thực phẩm và dược phẩm</p>	 <p>Các ngành sản xuất phụ thuộc vào các sản phẩm có nguồn gốc từ động, thực vật hoang dã hợp pháp (ví dụ: sản xuất đồ gỗ nội thất)</p>
 <p>Các nhà bán buôn và bán lẻ các sản phẩm cao cấp</p>		 <p>Sưu tầm đồ cổ</p>

#### Doanh nghiệp sẽ phải đối mặt với những rủi ro nào?

Buôn bán trái phép động, thực vật hoang dã nguy cấp đang diễn ra tại nhiều quốc gia và châu lục gây ra những tác động xấu đến nhiều lĩnh vực và nhiều đối tượng trong đó có cộng đồng doanh nghiệp. Một số lĩnh vực kinh doanh như vận chuyển, giao nhận hàng hóa và thương mại điện tử sẽ gặp nhiều rủi ro hơn khi vô tình liên quan hoặc hỗ trợ các hoạt động buôn bán trái phép động, thực vật hoang dã. Ngăn chặn rủi ro, đặc biệt là các loại hình rủi ro dưới đây, chính là động lực quan trọng thúc đẩy doanh nghiệp thực hiện các hoạt động bảo vệ động, thực vật hoang dã nguy cấp:

- Rủi ro danh tiếng:**

Sự ra đời của mạng Internet đã tạo ra cuộc cách mạng trong việc chia sẻ thông tin, chỉ trong vòng vài phút thông tin có thể lan truyền nhanh chóng trên toàn cầu. Điều này thúc đẩy và tăng hiệu quả cho các hoạt động kinh doanh nhưng cũng đặt ra nhiều thách thức cho doanh nghiệp khi những tin tức hoặc nhận xét tiêu cực có thể ngay lập tức ảnh hưởng đến uy tín doanh nghiệp. Mỗi doanh nghiệp hoạt động trên thị trường cần nhiều năm để xây dựng danh tiếng nhưng chỉ cần vài phút mọi nỗ lực đó có thể bị phá hủy. Việc từ chối tham gia hoặc hỗ trợ các hoạt động buôn bán trái phép động, thực vật hoang dã nguy cấp là lựa chọn tốt nhất để các doanh nghiệp thuộc nhóm gặp rủi ro cao có thể bảo vệ danh tiếng của mình đồng thời giảm thiểu những thiệt hại liên quan đến khủng hoảng về truyền thông.

- Rủi ro pháp lý:**

Bất kỳ doanh nghiệp nào dù vô tình hay cố ý tham gia vào các hoạt động buôn bán trái phép động, thực vật hoang dã nguy cấp đều phải đối mặt với nguy cơ bị khởi tố hình sự. Các hình phạt đối với doanh nghiệp có thể bao gồm phạt tiền, tạm dừng kinh doanh hoặc cá nhân liên quan phải nhận án phạt tù.

- Rủi ro kinh tế:**

Hệ lụy của những rủi ro về danh tiếng và pháp lý chính là sự mất mát về tài chính. Việc bị điều tra và khởi tố khi liên quan đến các hoạt động buôn bán trái phép động, thực vật hoang dã nguy cấp sẽ khiến doanh nghiệp mất nhiều chi phí tốn kém, mất thời gian dẫn đến việc suy giảm năng suất sản xuất.

## 4. CÁC DOANH NGHIỆP VÀ DOANH NHÂN ĐANG LÀM GÌ ĐỂ BẢO VỆ CÁC LOÀI ĐỘNG, THỰC VẬT HOANG DÃ NGUY CẤP?

### 4.1 NHỮNG DOANH NGHIỆP ĐI ĐẦU TRONG CÔNG TÁC BẢO VỆ ĐỘNG, THỰC VẬT HOANG DÃ NGUY CẤP



Tập đoàn Alibaba đã ký Biên bản ghi nhớ với Mạng lưới giám sát buôn bán động, thực vật hoang dã - TRAFFIC<sup>4</sup> - nhằm tăng cường các hoạt động giám sát trực tuyến và chia sẻ thông tin giúp ngăn chặn việc đăng tải rao bán các sản phẩm có nguồn gốc từ động, thực vật hoang dã nguy cấp, quý, hiếm trên sàn thương mại điện tử.

Tập đoàn Sony đã hỗ trợ bảo vệ khu rừng di sản thế giới trên đảo Sumatra của Indonesia - là nơi cư trú của các loài động vật có nguy cơ tuyệt chủng cao như tê giác, voi và hổ.



Công ty DHL e-Commerce và Công ty DHL Express tuyên bố Công ty không vận chuyển các loài động vật sống và các sản phẩm có nguồn gốc từ các loài động, thực vật hoang dã nguy cấp, quý, hiếm như ngà voi.



★ Công ty gốm sứ Quang Vinh đã từ chối sản xuất đĩa mài sừng tê giác theo đơn hàng của đối tác và tham gia truyền tải các thông điệp thay đổi hành vi không sử dụng các sản phẩm có nguồn gốc từ động, thực vật hoang dã nguy cấp cho đối tác và khách hàng của doanh nghiệp mình.



★ Tập đoàn Vingroup và Big C Việt Nam đã hỗ trợ tài chính tổ chức các cuộc triển lãm về bảo vệ động, thực vật hoang dã tại trung tâm mua sắm Vincom Mega Mall Royal City, siêu thị Big C Thăng Long, Big C Long Biên và Big C Đà Nẵng nhằm nâng cao nhận thức của cộng đồng về công tác bảo vệ động, thực vật hoang dã.



★ Công ty phần mềm FPT Software cùng với các tổ chức phi chính phủ khác đã thực hiện nhiều hoạt động bảo vệ môi trường và động, thực vật hoang dã.

## MÔ HÌNH THỰC HIỆN TNXHĐN 4: Xử lý nhân viên vi phạm các quy định về bảo vệ động, thực vật hoang dã nguy cấp

Ông Shen Jianping, Phó Giám đốc của Công ty Yintai in77, một công ty bán lẻ hàng cao cấp tại Trung Quốc, đã bị sa thải sau khi đăng tải bức ảnh ăn thịt tê tê và cây hương trong chuyến du lịch tại Việt Nam trên tài khoản Weibo cá nhân.

Công ty Yintai in77 xác định Ông Shen đã vi phạm các quy định của công ty về việc bảo vệ động, thực vật hoang dã và đã giải quyết vi phạm này như sau:

- Đuổi việc Ông Shen và thông báo rộng rãi về quyết định đuổi việc trên tài khoản Weibo của Công ty.
- Cam kết đẩy mạnh các hoạt động đào tạo nhân viên về các nội dung liên quan đến môi trường.
- Cam kết sẽ tiếp tục áp dụng các hình phạt đối với nhân viên có những vi phạm tương tự.
- Khuyến khích các cơ quan báo chí và cộng đồng giám sát các hành vi vi phạm các quy định về bảo vệ động, thực vật hoang dã.

Những biện pháp này thể hiện Công ty đã tuân thủ đúng các quy định về xử phạt nhân viên khi vi phạm các quy định nội bộ của doanh nghiệp, đồng thời cũng là giải pháp hiệu quả giúp Công ty tránh được những rủi ro về danh tiếng. Công ty Yintai in77 đã nhận được sự ủng hộ và tán thưởng của cộng đồng từ hành động của mình, qua đó góp phần củng cố và nâng cao hình ảnh và uy tín của Công ty.



4. TRAFFIC là mạng lưới giám sát buôn bán động, thực vật hoang dã trên toàn cầu. Vui lòng tìm hiểu thêm tại phần Thông tin liên lạc

Dưới đây là một số ví dụ về những người đã từng bước trở thành cá nhân tiêu biểu cho phong trào bảo vệ động vật hoang dã, nguy cấp đại diện cho doanh nghiệp của họ:

"Sáng kiến Sức tại Chí là một sáng kiến thay đổi hành vi đầy sáng tạo đã góp phần khuyến khích doanh nhân thể hiện tầm ảnh hưởng và danh tiếng của mình thông qua các hoạt động trách nhiệm xã hội và bảo vệ thiên nhiên hoang dã chứ không phải bằng việc sở hữu một mẫu súng tê giác. Tôi khẳng định rằng thành công đến từ kinh nghiệm, sự quyết tâm và những tháng ngày lao động vất vả. Là một doanh nhân có tầm ảnh hưởng, tôi kêu gọi doanh nhân Việt Nam hãy tiên phong bảo vệ động vật hoang dã không sử dụng sừng tê giác cũng như không mua, bán, tặng cho sừng tê giác vì mục đích cá nhân hoặc kinh doanh. Tôi tự hào khi trở thành Đại sứ của Sáng kiến Sức tại Chí".

**ÔNG NGUYỄN XUÂN PHÚ**  
CHỦ TỊCH  
TẬP ĐOÀN SUNHOUSE



Giám khảo chương trình Shark Tank Việt Nam



**BÀ HÀ THỊ VINH**  
GIÁM ĐỐC  
CÔNG TY GỐM SỨ QUANG VINH

"Công ty Gốm sứ Quang Vinh hướng đến những sản phẩm gốm sứ thủ công truyền thống mang tính sáng tạo cao. Công ty hoạt động với mục đích tạo ra những giá trị hài hòa giữa cuộc sống và thiên nhiên trong đó bao gồm việc bảo tồn các giống loài động, thực vật hoang dã".

"Chúng tôi cam kết và sẵn sàng hỗ trợ cộng đồng và các hoạt động bảo vệ môi trường và thiên nhiên hoang dã đặc biệt là bảo vệ các loài động vật hoang dã nguy cấp như tê giác".

**ÔNG TRẦN PHƯƠNG AN**  
PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC  
ĐỒ SƠN RESORT



**BÀ TRƯƠNG THANH THANH**  
PHÓ CHỦ TỊCH TẬP ĐOÀN  
FPT VIỆT NAM

"Lãnh đạo và toàn thể nhân viên FPT cam kết không sử dụng các sản phẩm có nguồn gốc từ các loài động, thực vật hoang dã nguy cấp, quý, hiếm. Với những lợi thế về công nghệ, FPT sẽ truyền tải các thông điệp thay đổi hành vi không sử dụng động, thực vật hoang dã rộng rãi hơn trong cộng đồng và trong xã hội".

"Để hỗ trợ cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam trong việc bảo vệ động, thực vật hoang dã và nói không với các sản phẩm có nguồn gốc từ các loài động, thực vật hoang dã, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam đã phối hợp với Tổ chức TRAFFIC cung cấp thông tin và trang bị cho doanh nghiệp những công cụ cần thiết hỗ trợ doanh nghiệp thực hiện lồng ghép các nội dung bảo vệ động, thực vật hoang dã vào chính sách trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Điều này góp phần nâng cao hiệu quả trong việc quản trị doanh nghiệp và thúc đẩy thực hành trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp Việt Nam".

**BÀ LÊ THỊ THU THỦY**  
PHÓ GIÁM ĐỐC TRUNG TÂM HỖ TRỢ  
DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA,  
PHÒNG THƯƠNG MẠI & CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM





## ÔNG NGUYỄN THANH HƯNG

CHỦ TỊCH HIỆP HỘI THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM

“VECOM cam kết thúc đẩy việc thực hiện trách nhiệm xã hội đối với các doanh nghiệp trong lĩnh vực thương mại điện tử. Năm ngoái, VECOM đã tổ chức cuộc thi về tối ưu hóa công cụ tìm kiếm và lựa chọn sừng tê giác là một trong những từ khóa chính của cuộc thi với mong muốn lan tỏa mạnh mẽ hơn thông điệp không sử dụng sừng tê giác. VECOM đã phối hợp với Tổ chức TRAFFIC tham gia Hội nghị Thương mại Điện tử Việt Nam qua đó thảo luận và hướng dẫn doanh nghiệp lồng ghép nội dung bảo vệ động, thực vật hoang dã trong chính sách trách nhiệm xã hội doanh nghiệp để đấu tranh chống lại hoạt động buôn bán trái phép động, thực vật hoang dã trên mạng Internet”.

“Bảo tồn thiên nhiên hoang dã và các nguồn tài nguyên là nhiệm vụ chung của tất cả các quốc gia và châu lục”

## ÔNG JACK MA

GIÁM ĐỐC ĐIỀU HÀNH  
TẬP ĐOÀN ALIBABA



đồng Chủ tịch Quỹ Paradise - tổ chức đã đóng góp 1,65 tỷ đô la Mỹ trong 10 năm qua để bảo vệ nơi sinh sống của nhiều loài động vật hoang dã nguy cấp tại Châu Phi nhằm định trách nhiệm bảo vệ thiên nhiên hoang dã.



## ÔNG RENUKA FERNANDO

GIÁM ĐỐC ĐIỀU HÀNH  
NGÂN HÀNG CHỮ TÍN QUỐC GIA

Ngân hàng Chữ tín Quốc gia (Nations Trust Bank), Sri Lanka đã phối hợp với Tổ chức bảo vệ động, thực vật hoang dã và tự nhiên thực hiện các hoạt động TNXH nhằm giảm thiểu việc khai thác thương mại các loài động, thực vật hoang dã.

“Chúng tôi tin tưởng rằng sự đa dạng sinh học đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì các hoạt động của hệ sinh thái. Thông qua việc bảo vệ các loài động, thực vật hoang dã và nơi cư trú của chúng tại Sri Lanka, chúng ta đang góp phần làm phong phú thêm sự đa dạng sinh học và duy trì hệ sinh thái của toàn thế giới”.

“Những câu chuyện về thế giới động vật mà chúng tôi vẫn đang kể hàng ngày và những gì mà Quỹ Bảo tồn Disney đã thực hiện không chỉ là những câu chuyện kể. Đó là những câu chuyện của thế giới thực tại của tất cả chúng ta. Chúng ta đều đang sinh sống trên trái đất mà ở đó thiên nhiên hoang dã, hệ sinh thái và các loài động vật hoang dã là tài sản chung của chúng ta. Hơn một thập kỷ qua, thông qua Quỹ Bảo tồn Disney, chúng tôi đã nỗ lực để hướng tới việc duy trì giấc mơ của Disney: nơi mà thế hệ tương lai vẫn được đắm chìm trong sự tuyệt diệu và kỳ vĩ của thiên nhiên, của những cánh rừng và của vô vàn những loài sinh vật tuyệt vời mà có lẽ chúng ta vẫn chưa thể khám phá hết – tất cả đang cùng tồn tại và cư trú trên trái đất dưới cùng một bầu trời với chúng ta”.

## ÔNG JOE ROHDE

GIÁM ĐỐC SÁNG TẠO  
DISNEY



“Các hoạt động giáo dục và cung cấp thông tin cho khách du lịch về bảo vệ động vật hoang dã của TripAdvisor hướng đến việc bảo vệ sự sinh tồn của các giống loài hoang dã trong bối cảnh còn thiếu các quy định pháp lý. Đồng thời, chúng tôi cũng muốn vinh danh những địa điểm du lịch, những khu vui chơi đi đầu trong việc quan tâm đến vấn đề phúc lợi động vật và bảo tồn các giống loài hoang dã nguy cấp. Chúng tôi cũng muốn tri ân tới các tổ chức thương mại, các nhà khoa học và các tổ chức phi chính phủ đã giúp chúng tôi hoạch định kế hoạch và thực hiện các hoạt động này với tư cách là một đơn vị doanh nghiệp”.



## ÔNG STEPHEN KAUFER

CHỦ TỊCH KIỂM GIÁM ĐỐC ĐIỀU HÀNH  
CÔNG TY TRIPADVISOR



**Sử dụng sùng tê giác và động vật hoang dã bất hợp pháp làm giảm vị thế và uy tín của doanh nhân trong cộng đồng quốc tế**



**Sức khỏe và sự dẻo dai đến từ lòng quyết tâm, sự kiên nhẫn và tinh thần tập luyện, chứ không đến từ động vật hoang dã bất hợp pháp**

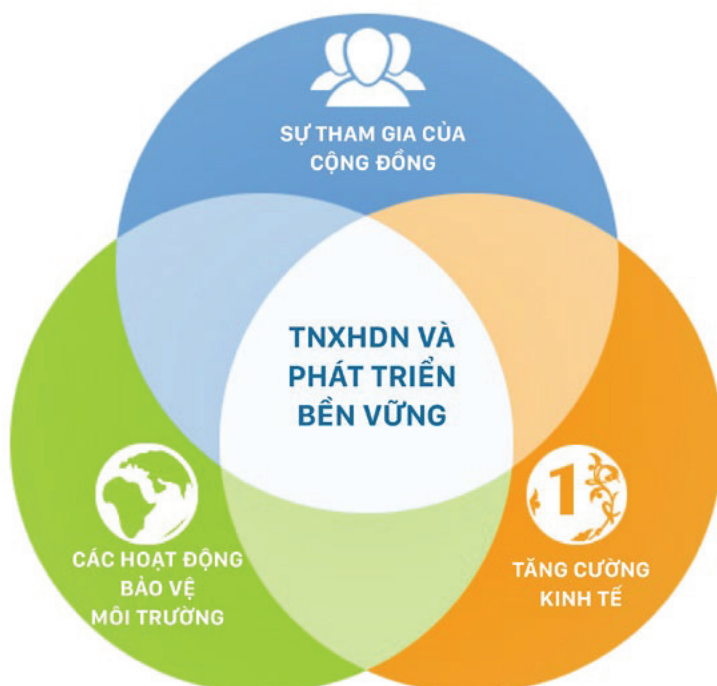


## 5. DOANH NGHIỆP VIỆT NAM CÓ THỂ LÀM GÌ?

### 5.1 DOANH NGHIỆP CẦN TẠO RA NHỮNG XU HƯỚNG MỚI

Trong Chiến lược phát triển bền vững giai đoạn 2011-2020 của Việt Nam, những vấn đề như công bằng và tiến bộ xã hội, tài nguyên thiên nhiên, bảo vệ môi trường, ổn định chính trị-xã hội, bảo vệ độc lập, chủ quyền, thống nhất và toàn vẹn lãnh thổ là những nội dung đóng vai trò quan trọng trong việc hoạch định chiến lược phát triển và tăng trưởng kinh tế.

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 và việc Chính phủ ký kết các thỏa thuận thương mại tự do tiêu biểu như Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) đã đem lại cho các doanh nghiệp Việt Nam nhiều cơ hội để gia tăng thị phần tại các thị trường quốc tế nhằm thu lợi nhuận cao nhưng cũng đòi hỏi các doanh nghiệp phải tuân thủ các chuẩn mực quốc tế, trong đó có các quy định về bảo vệ các loài động, thực vật hoang dã nguy cấp.



### 5.2 DOANH NGHIỆP CẦN HÀNH ĐỘNG VỚI MỘT LỘ TRÌNH RÕ RÀNG

Dưới đây là một số cách đơn giản mà doanh nghiệp của bạn có thể thực hiện các hoạt động TNXH bảo vệ các giống loài động, thực vật hoang dã nguy cấp, quý, hiếm một cách hiệu quả:

#### Tuân thủ trong nội bộ

- Ra tuyên bố khẳng định doanh nghiệp không tiếp tay và/hoặc tham gia vào các hoạt động buôn bán trái phép động, thực vật hoang dã nguy cấp.
- Bổ sung các thông điệp về thay đổi hành vi không sử dụng động, vật hoang dã nguy cấp vào các kênh truyền thông của doanh nghiệp (website, Facebook, ấn phẩm truyền thông) và nêu rõ quan điểm và chính sách của doanh nghiệp về việc không sử dụng các sản phẩm có nguồn gốc từ động, thực vật hoang dã nguy cấp.
- Chia sẻ và đăng tải các thông điệp thay đổi hành vi không sử dụng động, vật hoang dã nguy cấp.
- Xây dựng các bản cam kết khuyến khích nhân viên ký, cam kết không gây tổn hại đến thương hiệu, uy tín của doanh nghiệp thông qua việc không mua, sử dụng hoặc tặng, cho các sản phẩm có nguồn gốc từ động, thực vật hoang dã nguy cấp cũng như không chia sẻ, hoặc bấm yêu thích các thông tin/các bài đăng trên mạng xã hội về việc mua, bán và sử dụng các sản phẩm này.

### Xây dựng chính sách với đối tác, nhà cung cấp và khách hàng

- Xây dựng bộ Quy tắc ứng xử với các đối tác bao gồm việc sẽ không hợp tác với đối tác tham gia vào việc buôn bán trái phép động, thực vật hoang dã hoặc sử dụng các sản phẩm có nguồn gốc từ động, thực vật hoang dã.
- Nêu rõ trong Hợp đồng, Biên bản ghi nhớ và các tài liệu khác với nhà cung cấp và khách hàng việc doanh nghiệp không tiếp tay và/hoặc tham gia vào các hoạt động buôn bán trái phép động, thực vật hoang dã



### Đề xuất thực hiện các hoạt động bảo vệ động, thực vật hoang dã nguy cấp

- Sử dụng mẫu chữ ký điện tử có lồng ghép thông điệp bảo vệ động, thực vật hoang dã nguy cấp;
- Khuyến khích nhân viên tham gia vào các hoạt động bảo vệ động, thực vật hoang dã nguy cấp;
- Tài trợ cho các hoạt động/chiến dịch bảo vệ động, thực vật hoang dã nguy cấp;
- Lồng ghép các hình ảnh và thông điệp truyền thông thay đổi hành vi bảo vệ động, thực vật hoang dã vào các tài liệu truyền thông của doanh nghiệp;
- Lồng ghép vấn đề bảo vệ động, thực vật hoang dã vào chương trình đào tạo nhân viên;
- Tổ chức sự kiện hoặc đăng bài để truyền tải thông điệp truyền thông thay đổi hành vi bảo vệ động, thực vật hoang dã nguy cấp;
- Tham gia vào Cộng đồng thực hành truyền thông thay đổi hành vi bảo vệ động, thực vật hoang dã nguy cấp tại địa chỉ: <https://www.changewildlifeconsumers.org/>.

### Trưng bày standee thay đổi hành vi bảo vệ động, thực vật hoang dã



Standee tại cửa hàng trưng bày sản phẩm gốm sứ của công ty gốm sứ Quang Vinh.

### Trưng bày poster thay đổi hành vi bảo vệ động, thực vật hoang dã



Poster được dán trên xe chờ khách của doanh nghiệp Tuấn Hoàn

## 5.3 MỘT SỐ VÍ DỤ VỀ LỒNG GHÉP THÔNG điệp BẢO VỆ ĐỘNG, THỰC VẬT HOANG DÃ NGUY CẤP, QUÝ, HIẾM

Dưới đây là một số thông điệp mẫu mà doanh nghiệp của bạn có thể lồng ghép vào các hoạt động truyền thông và đào tạo để thể hiện sự ủng hộ của doanh nghiệp mình đối với việc bảo vệ động, thực vật hoang dã nguy cấp, quý, hiếm:

1

### Tuyên bố của doanh nghiệp

Bảo vệ động, thực vật hoang dã nguy cấp, quý, hiếm là một khía cạnh trong phương châm kinh doanh của [tên doanh nghiệp]. Đây là một phần không thể thiếu trong chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp. Quy định bảo vệ động, thực vật hoang dã của doanh nghiệp yêu cầu mọi nhân viên của [tên doanh nghiệp] tại [địa chỉ trụ sở, chi nhánh, văn phòng đại diện,...] không mua, sử dụng hoặc tặng, cho các sản phẩm có nguồn gốc từ động, thực vật hoang dã nguy cấp, quý, hiếm.

2

### Lồng ghép vào chính sách trách nhiệm xã hội doanh nghiệp về bảo vệ môi trường

Mục tiêu của doanh nghiệp là thúc đẩy hoạt động kinh doanh gắn liền với bảo tồn thiên nhiên hoang dã, trong đó bao gồm các loài động, thực vật hoang dã nguy cấp, quý, hiếm. Chính sách bảo vệ môi trường của doanh nghiệp dựa trên các nguyên tắc sau:

- Chỉ sản xuất các sản phẩm không gây nguy hại đến môi trường ngay cả khi người tiêu dùng sử dụng hay vứt bỏ sản phẩm;
- Bảo tồn tài nguyên thiên nhiên thông qua việc cấm sử dụng các loài động, thực vật hoang dã nguy cấp, quý, hiếm.

3

### Lồng ghép vào bộ Quy tắc ứng xử hoặc các quy định nội bộ của doanh nghiệp

Các nhân viên được yêu cầu:

- Không mua, sử dụng hoặc tặng, cho các sản phẩm trái phép, trong đó bao gồm các sản phẩm có nguồn gốc từ động, thực vật hoang dã nguy cấp, quý, hiếm được bảo vệ.
- Chủ động tham gia vào các chương trình cộng đồng và bảo vệ môi trường do doanh nghiệp hoặc các tổ chức khác phát động, bao gồm các chiến dịch bảo vệ động, thực vật hoang dã nguy cấp, quý, hiếm.

## 6. CHÚNG TÔI CÓ THỂ LÀM GÌ ĐỂ HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP BẠN?

- Giúp doanh nghiệp phát triển và củng cố chiến lược TNXHĐN, bộ Quy tắc ứng xử và/hoặc các quy định nội bộ bao gồm các kế hoạch và hành động cụ thể nhằm thể hiện cam kết bảo vệ động, thực vật hoang dã nguy cấp của doanh nghiệp;
- Cung cấp thông tin có liên quan về động, thực vật hoang dã, thực hiện các bài trình bày và hướng dẫn doanh nghiệp áp dụng các phương pháp nâng cao nhận thức và khuyến khích nhân viên thực hiện các hoạt động cụ thể góp phần ngăn chặn cuộc khủng hoảng buôn bán trái phép động, thực vật hoang dã nguy cấp trên toàn thế giới;
- Củng cố uy tín của doanh nghiệp thông qua việc thực hiện các hoạt động có trách nhiệm với xã hội và môi trường;
- Hỗ trợ doanh nghiệp tham gia các hội thảo/sự kiện về bảo vệ động, thực vật hoang dã nguy cấp;
- Hỗ trợ doanh nghiệp và lãnh đạo doanh nghiệp trở thành những Đại sứ của các chiến dịch bảo vệ động, thực vật hoang dã hoặc tham gia trình bày tại các hội thảo/sự kiện về bảo vệ động, thực vật hoang dã nguy cấp;
- Hỗ trợ thiết kế các hình ảnh, thông điệp và ấn phẩm truyền thông thay đổi hành vi bảo vệ động, thực vật hoang dã nguy cấp;
- Cung cấp thông tin và hướng dẫn doanh nghiệp tuân thủ các quy định pháp luật về bảo vệ động, thực vật hoang dã nguy cấp.

## THÔNG TIN LIÊN LẠC

Liên hệ với Chương trình Động vật hoang dã Châu Á của USAID hoặc Tổ chức TRAFFIC để được giải đáp thắc mắc về việc thực hiện TNXHĐN bảo vệ động, thực vật hoang dã nguy cấp. Tham khảo tài liệu về truyền thông thay đổi hành vi và mô hình thực hiện TNXHĐN tại [ChangeWildlifeConsumers.org](http://ChangeWildlifeConsumers.org)



<https://www.usaidwildlifeasia.org>

<https://www.traffic.org>

<https://www.changewildlifeconsumers.org>

Chương trình Động vật hoang dã châu Á của USAID hoạt động nhằm mục đích ngăn chặn việc buôn bán trái phép động, thực vật hoang dã xuyên quốc gia. Chương trình tập trung giảm thiểu nhu cầu sử dụng các bộ phận và sản phẩm có nguồn gốc từ động vật hoang dã nguy cấp; nâng cao năng lực thực thi pháp luật; tăng cường các cam kết chính trị và hỗ trợ sự phối hợp trong khu vực nhằm hạn chế tình trạng buôn bán trái phép động, thực vật hoang dã ở Đông Nam Á, đặc biệt là tại Campuchia, Lào, Thái Lan, Việt Nam và Trung Quốc. Các loại động vật hoang dã được USAID Wildlife Asia đặc biệt chú trọng là voi, tê giác, hổ và tê tê.

TRAFFIC là Mạng lưới giám sát buôn bán động, thực vật hoang dã toàn cầu vì mục tiêu bảo tồn đa dạng sinh học và phát triển bền vững. TRAFFIC hoạt động nhằm đảm bảo buôn bán động, thực vật hoang dã không phải là mối đe dọa đến bảo tồn thiên nhiên.

### Văn phòng dự án Tổ chức TRAFFIC International tại Việt Nam

Phòng 307 - 308, nhà A2,  
Khu Ngoại Giao Đoàn Vạn Phúc,  
số 298 Kim Mã, Quận Ba Đình, Hà Nội,  
Việt Nam  
SDT: +84 24 3726 5023  
Fax: +84 437 264 665  
Email: [tsea.gmp@traffic.org](mailto:tsea.gmp@traffic.org)

Cộng đồng thực hành Truyền thông thay đổi hành vi bảo vệ động, thực vật hoang dã là một cộng đồng tập hợp các nhà bảo tồn, các tổ chức phi chính phủ, các cơ quan chính phủ, các nhà khoa học, các nhà nghiên cứu, chuyên gia nghiên cứu thị trường và quảng cáo có nhiều kinh nghiệm và kiến thức trong việc áp dụng khoa học thay đổi hành vi để giảm nhu cầu sử dụng các sản phẩm có nguồn gốc từ động, thực vật hoang dã được bảo vệ góp phần quan trọng trong việc duy trì sự sinh tồn và giống nòi của các loài động, thực vật hoang dã nguy cấp.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Double the donation. Why Corporate Social Responsible is important? [Online]. Available at: <https://doublethedonation.com/tips/why-corporate-social-responsibility-is-important/>.
2. Nielsen. Global consumers seek companies that care about environmental issue. [Online]. Available at: <https://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2018/global-consumers-seek-companies-that-care-about-environmental-issues.html>.
3. Karsten Strauss. The 10 Companies with the best CSR reputations in 2017, September 13, 2017. [Online]. Available at: <https://www.forbes.com/sites/karstenstrauss/2017/09/13/the-10-companies-with-the-best-csr-reputations-in-2017/#4d019f35546b>.
4. André Gonçalves. The Top 100 Companies with the best CSR (Corporate Social Responsibility) Reputation, November 9, 2018. [Online]. Available at: <https://e-csr.net/top-100-companies-best-csr-corporate-social-responsibility-reputation-26948/>.
5. Ryan Scott. Doing Good Is Good Business, But Can You Prove It, August 26, 2015. [Online]. Available at: <https://www.forbes.com/sites/causeintegration/2015/08/26/doing-good-is-good-business-but-can-you-prove-it/#1d6b5676a52d>.
6. Hency Thacker. CSR: Wildlife Conservation Efforts by Amazon India, January 24, 2019. [Online]. Available at: <https://theecsrjournal.in/csr-wildlife-conservation-efforts-by-amazon-india/>.
7. Chevrolet and Media Help Protect Wildlife, January 15, 2018. [Online]. Available at: [https://media.gm.com/media/th/en/chevrolet/home.detail.html/content/Pages/news/th/en/2018/jan/0115\\_csr.html](https://media.gm.com/media/th/en/chevrolet/home.detail.html/content/Pages/news/th/en/2018/jan/0115_csr.html).
8. MarEx. DHL Works to Prevent Wildlife Smuggling, October 4, 2015. [Online]. Available at: <http://seafarersrights.org/dhl-works-to-prevent-wildlife-smuggling/>.
9. Tu Linh. 03 thách thức khi thực hiện các hoạt động CSR tại Việt Nam, March 22, 2018. [Online]. Available at: <http://enternews.vn/03-thach-thuc-khi-thuc-hien-cac-hoat-dong-csr-tai-viet-nam-126527.html>.
10. [Online]. Available at: [http://globalbizresearch.org/Swiss\\_Conference/pdf/Z5100.pdf](http://globalbizresearch.org/Swiss_Conference/pdf/Z5100.pdf).
11. D.S. Prathima. The 10 Companies with Best CSR Reputations Zurich-Switzerland, 3-5 July, 2015 Paper ID: Z5100. [PDF report]. Available at: <https://www.sony.net/SonyInfo/csr/ForTheNextGeneration/sumatraforest/>.
12. NTB supports Wildlife and Nature Protection Society through CSR initiative, December 29, 2016. [Online]. Available at: <http://www.dailymirror.lk/article/NTB-supports-Wildlife-and-Nature-Protection-Society-through-CSR-initiative-121387.html>.
13. Pacific Asia Travel Association. TripAdvisor announces commitment to improve wildlife welfare standards in tourism with industry-leading education effort and booking policy changes, October 12, 2016. [Online]. Available at: <https://www.pata.org/tripadvisor-announces-commitment-to-improve-wildlife-welfare-standards-in-tourism-with-industry-leading-education-effort-and-booking-policy-changes/>.
14. The Voice of Vietnam. Businesses team up to protect wildlife, January 8, 2014. [Online]. Available at: <https://english.vov.vn/society/businesses-team-up-to-protect-wildlife-279591.vov>
15. Change Wildlife Consumer. Community of Practice. [Online]. Available at: <https://www.changewildlifeconsumers.org>
16. Walt Disney World News. Saving wildlife. Inspiring action. Protecting the planet in 2017; (Online); Available at: <https://wdwnews.com/fact-sheets/2018/04/20/the-disney-conservation-fund-fact-sheet/>
17. Ir.tripadvisor.com. TripAdvisor Announces Commitment to Improve Wildlife Welfare Standards in Tourism with Industry-Leading Education Effort and Booking Policy Changes. Oct 11, 2016; (Online); Available at: <http://ir.tripadvisor.com/news-releases/news-release-details/tripadvisor-announces-commitment-improve-wildlife-welfare>
18. Buffalotours.com. Buffalotours responsible travel report in 2017. [Online]. Available at: [https://www.buffalotours.com/media/2351/rt\\_report\\_2017.pdf](https://www.buffalotours.com/media/2351/rt_report_2017.pdf)
19. Roar Wildlife News. Chinese company's vice-president sacked for eating endangered pangolin and civet on holiday, May 22, 2018. [Online]. Available at: <https://ps-af.facebook.com/roarwildlifeneeds/photos/chinese-companys-vice-president-sacked-for-eating-endangered-pangolin-and-civet-/1437752976329498>.



<http://suctaichi.com/>