

Một số kỹ thuật vận động hành lang tại các nước phương Tây, Mỹ và kinh nghiệm cho Việt Nam

TS MẠCH LÊ THU

Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh
Email: lethumach@gmail.com

TS NGUYỄN THỊ MINH HIỀN

Học viện Báo chí và Tuyên truyền
Email: nguyentminhien2016@gmail.com

Nhận ngày 10 tháng 10 năm 2021; chấp nhận đăng tháng 2 năm 2022.

Tóm tắt: Bài báo tóm lược 10 kỹ thuật vận động hành lang phổ biến và hợp pháp ở các quốc gia phương Tây. Đây là cách thức các tổ chức sử dụng báo chí, quản lý thông tin, thực hiện các hình thức tài trợ và thiết lập mối quan hệ với những người có quyền để thu hút sự ủng hộ, tác động tới những người hoạch định chính sách nhằm xây dựng chính sách có lợi cho các tổ chức. Để làm rõ hơn cách thức áp dụng những kỹ thuật này, bài báo phân tích quá trình Việt Nam vận động hành lang Quốc hội Mỹ để thiết lập quy chế thương mại bình thường vĩnh viễn (PNTR) Mỹ - Việt Nam, từ đó rút ra một số kinh nghiệm cho Việt Nam trong thực hiện vận động hành lang tại các nước phương Tây.

Từ khóa: vận động hành lang; quản trị truyền thông; quy chế thương mại bình thường vĩnh viễn; PNTR.

Abstract: This article summarizes 10 common legal lobbying tactics in Western countries. To establish beneficial policies for organizations, people use journalism, manage information, conduct sponsorships, and establish relationships with powerhouses to gather support and influence policymakers. To further clarify how to apply these tactics, the article analyzes the process of Vietnam lobbying the US Congress to establish permanent normal trade relations (PNTR), thereby giving experience for Vietnam when lobbying in Western countries.

Keywords: lobbying; media administration; Permanent Normal Trade Relations; PNTR.

1. Khái quát về vận động hành lang

Theo Từ điển Cambridge, vận động hành lang (VĐHL) là cố gắng thuyết phục một chính trị gia, chính phủ, hay một nhóm quan chức về một điều cụ thể nên hoặc không nên xảy ra, hoặc một luật nên được thay đổi⁽¹⁾. “Nói một cách đơn giản, lobby thuyết phục người được vận động ban hành chính sách theo ý muốn của người vận động. Vấn đề cần vận động có thể là một dự luật, hoặc đơn giản là yêu cầu nghị sĩ tiếp xúc thường xuyên hơn với một nhóm cử tri nào đó. Một cách khái quát, VĐHL là đưa ra chính kiến của một nhóm lợi ích đối với một chính sách của nhà nước và tác động để biến đổi chính sách đó theo nhu

cầu của nhóm lợi ích”⁽²⁾.

Chủ thể của hoạt động VĐHL thường là các nhóm lợi ích, các doanh nghiệp, tập đoàn có tiềm lực kinh tế... Những người VĐHL là người chuyển tải quan điểm của một bộ phận dân cư trong xã hội, chủ yếu là những doanh nghiệp lớn, tới những người có thẩm quyền xây dựng pháp luật và chính sách, như các nghị sĩ, lãnh đạo. Tại các nước coi VĐHL là hợp pháp và phổ biến, hoạt động này sẽ do những nhà VĐHL chuyên nghiệp với kiến thức, kinh nghiệm và kỹ năng thuyết phục đảm nhiệm. Đối tượng mà hoạt động VĐHL hướng tới chính là các nghị sĩ, quan chức chính phủ, các thẩm phán, công chức nhà nước,

hay những người nắm giữ quyền lực nhà nước để thực hiện một chức trách nhất định. Những người VĐHL có khả năng tác động trực tiếp hoặc gián tiếp tới những thành viên của cơ quan lập pháp, thuyết phục họ thực hiện, hoặc không thực hiện quá trình ban hành dự luật, chính sách mới, để đạt được kết quả theo ý muốn của những người VĐHL.

Trên thế giới, đặc biệt là những nước có nền kinh tế phát triển như Mỹ, Anh, và các nước phương Tây khác, VĐHL là một nghề hợp pháp, hoạt động trong khuôn khổ các luật và các quy tắc đạo đức của các hiệp hội nghề nghiệp. Xét về quy mô và tác động, theo Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế (OECD), VĐHL là một hoạt động kinh doanh toàn cầu mang lại trị giá hàng tỷ đô và sử dụng một khối lượng nhân sự lớn. Vào năm 2013, số lượng các nhà VĐHL đã đăng ký ở cấp liên bang (Mỹ) là 11.400 người. Tại Canada, số lượng các nhà VĐHL ở cấp liên bang vượt quá 5.000. Ở châu Âu, gần 6.000 nhà VĐHL đã tự nguyện đăng ký với các tổ chức châu Âu (OECD, 2013)⁽³⁾.

2. Mục đích của vận động hành lang

Theo nhóm tác giả Đề tài định hướng giáo trình *Vận động hành lang trong quan hệ công chúng*, mục đích của VĐHL cụ thể như sau:

VĐHL là những nỗ lực của cá nhân hoặc nhóm, tổ chức gây ảnh hưởng đến cơ quan nhà nước trực tiếp hoặc gián tiếp theo hướng có lợi cho mình hoặc cho xã hội. Nói cách khác, VĐHL bao gồm tất cả các giao tiếp nhằm ảnh hưởng đến các thành viên của cơ quan lập pháp, quan chức chính phủ hoặc bất cứ ai có thể tham gia, tác động vào quá trình chính sách. Mục đích của quá trình này là nhằm giành được lợi ích từ các chính sách, những hợp đồng, dự án có giá trị của chính phủ cho nhóm hay tập đoàn mình.

Mục đích trực tiếp của VĐHL là có được các quyết định chính sách từ các quan chức nhà nước, các cơ quan có thẩm quyền theo hướng có lợi cho mình. Để đạt được điều đó, VĐHL có thể tham gia vào tất cả các khâu, các giai đoạn của quy trình chính sách⁽⁴⁾.

Trước hết, VĐHL thuyết phục các nhà hoạch định chính sách rằng một vấn đề nào đó nên được lựa chọn là vấn đề chính sách để đưa vào chương trình nghị sự quốc gia đồng thời nỗ lực nhằm ngăn chặn một vấn đề khác trở thành vấn đề chính sách.

Thứ hai, VĐHL tác động vào giai đoạn thảo luận

chính sách nhằm đưa ra những phương án chính sách và lựa chọn tối ưu sau khi chính sách đã được đưa vào chương trình nghị sự và đang trong quá trình bàn bạc, thảo luận trước Quốc hội hay Nghị viện.

Thứ ba, VĐHL tác động vào giai đoạn ra quyết định chính sách nhằm thúc đẩy việc ban hành các thủ tục pháp lý cần thiết để chính sách chính thức được thông qua hoặc ngược lại, ngăn cản hoặc trì hoãn việc thông qua một chính sách bất lợi cho chủ thể vận động.

Thứ tư, VĐHL tác động vào giai đoạn thực thi chính sách nhằm làm cho quá trình thực thi chính sách đúng mục đích nếu việc thực hiện chính sách có lợi cho chủ thể. Đôi khi VĐHL ở giai đoạn thực thi chính sách cũng là để ngăn cản việc thực thi một chính sách nào đó hoặc gây áp lực để làm cho việc thực thi chính sách đi chệch mục đích ban đầu nhưng lại có lợi cho chủ thể vận động.

Cơ sở quan trọng cho toàn bộ quá trình này chính là việc cung cấp thông tin và phân tích, xử lý thông tin theo hướng có lợi cho nhóm vận động mà lại có sức thuyết phục với các chủ thể hoạch định và thực thi chính sách. Như vậy, VĐHL có mục đích là cung cấp những thông tin, tư liệu cho các quan chức nhà nước có thẩm quyền, các chính khách, từ đó tác động đến quá trình hoạch định chính sách, ban hành những quyết định có lợi cho xã hội hoặc các cá nhân hay nhóm lợi ích có liên quan. Theo nghĩa đó, VĐHL xuất hiện trong suốt cả quy trình chính sách công nhưng đặc biệt quan trọng ở giai đoạn đầu khi chính sách chưa được chính thức ban hành. Tùy bối cảnh mà mục đích vận động có thể có sự điều chỉnh.

3. Các kỹ thuật vận động hành lang

Chương trình đào tạo Cử nhân quốc tế Quảng cáo, PR và Thương hiệu của Đại học Middlesex (Vương quốc Anh) hiện đang được giảng dạy tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền đề xuất dạy cho người học biết 10 kỹ thuật cốt lõi của quá trình thực hành VĐHL trên thế giới, cụ thể như sau⁽⁵⁾.

Thứ nhất, kỹ thuật đóng khung nội dung tranh luận (framing). Những người VĐHL hướng nội dung của các cuộc tranh luận vào những chủ đề họ có nhiều điểm lợi và thế mạnh, và điều khiển các cuộc tranh luận tránh xa những chủ đề họ có nhiều điểm yếu và không thể thắng. Ví dụ, nếu công ty bị tai tiếng xấu về

vấn đề môi trường, các nhà VĐHL sẽ đẩy cuộc tranh luận đến chủ đề lợi ích kinh tế mà công ty có thể mang lại. Khi cả chính giới và báo giới chỉ chú ý đến khuôn khổ hẹp của cuộc tranh luận do nhà VĐHL khoanh vùng, thì những tiếng nói bất đồng với doanh nghiệp trở nên lạc lõng và yếu ớt.

Thứ hai, kỹ thuật tận dụng báo chí truyền thông (media spinning). Bí quyết của những nhà VĐHL là biết khi nào sử dụng báo chí và khi nào nên tránh. Báo chí truyền thông càng tạo ra nhiều ý kiến, thì khả năng những nhà VĐHL có thể kiểm soát thông điệp càng ít. Vì lý do đó, những nhà VĐHL thường tránh để báo chí tùy ý đưa tin về các công ty. Tuy nhiên, báo chí là kênh quan trọng để nhà VĐHL nói lên câu chuyện của họ với chính phủ. Thông điệp phải được sáng tạo và lựa chọn cẩn trọng trước khi đưa lên báo chí. Ngay cả khi mục tiêu của công ty là thuần túy tư lợi, thì mục tiêu này phải được truyền đạt cho báo chí dưới dạng trùng hợp với lợi ích quốc gia, phù hợp với lợi ích của số đông người dân. Ví dụ, tăng trưởng của công ty đồng nghĩa với phát triển kinh tế và tạo công ăn việc làm cho người dân.

Thứ ba, kỹ thuật tạo dựng một tập thể có cùng ý kiến thống nhất. Nếu chỉ có một công ty duy nhất đưa ra ý kiến với chính phủ, thì ý kiến đó giống như lời khẩn cầu của một cá nhân đơn lẻ. Vì thế, mỗi công ty cần tạo ra một số lượng lớn các ý kiến thống nhất của các cơ quan, tổ chức khác cùng ủng hộ quan điểm của công ty, hoặc mỗi công ty tìm kiếm ý kiến ủng hộ của hiệp hội ngành nghề mà công ty đó hoạt động. Nhà VĐHL có thể giúp tạo dựng một tập thể như vậy. Một trang trại nuôi cá khó có thể kêu gọi chính sách có lợi cho mình nhưng một tập hợp các trang trại hoặc hiệp hội nuôi cá có thể tác động đến việc đánh thuế cao vào các mặt hàng thủy sản nhập khẩu, để bảo vệ quyền lợi của các nhà sản xuất thủy sản trong nước.

Thứ tư, kỹ thuật trả tiền cho người có uy tín để họ giới thiệu và nhận xét tốt cho công ty. Công chúng ít có lòng tin vào những gì công ty tự quảng cáo. Vì vậy, các công ty thường tìm những tiếng nói khách quan, độc lập, ngoài công ty để thay họ nói lên những thông điệp có lợi cho công ty. Ví dụ, những bài báo quảng bá cho công ty, những chuyên gia có uy tín nêu lên ý kiến khen ngợi công ty.

Thứ năm, kỹ thuật tài trợ cho một nhóm chính trị

gia tư vấn chiến lược (thành lập các think tank, là các cơ quan nghiên cứu, tư vấn chính sách, thường có sự tham gia của nhiều chính trị gia kỳ cựu). Nhóm chính trị gia tư vấn chiến lược cũng có thể hoạt động như những nhà VĐHL. Nhóm này có thể giúp doanh nghiệp đưa ra những báo cáo thân thiện với giới truyền thông, tổ chức những sự kiện ở các trung tâm chính trị, các buổi gặp gỡ với lãnh đạo và những người làm luật.

Thứ sáu, kỹ thuật tham khảo ý kiến của phe phản đối. Những công ty bị cộng đồng địa phương phản đối thường nhờ các nhà VĐHL làm trung gian để tham vấn ý kiến cộng đồng. Thông qua tham vấn cộng đồng, các doanh nghiệp biết được phe phản đối có những lý lẽ, lập luận ra sao, từ đó dự đoán rủi ro và nắm bắt được các vấn đề cần phải xử lý. Tham vấn cộng đồng có thể thực hiện thông qua những cách như phỏng vấn nhóm tập trung, triển lãm, các cuộc họp với công chúng, qua đó công ty có thể trực tiếp nghe những ý kiến phản đối và những mối lo ngại của công chúng thông qua những kênh và sự kiện do công ty kiểm soát.

Thứ bảy, kỹ thuật nhận diện và trung hòa phe đối lập. Những người VĐHL muốn chính quyền lắng nghe thông điệp của họ, đồng thời muốn chính quyền bác bỏ thông điệp của phe đối lập. Phe đối lập thường có các nhà hoạt động xã hội để bảo vệ môi trường, bảo vệ quyền của người lao động, nữ quyền, phúc lợi động vật, ... Nhà VĐHL cần phát triển mô hình nhận diện những cá nhân và tổ chức có tiếng nói đối lập với công ty. Sau đó, tổ chức giám sát để kịp thời vô hiệu hóa mối đe dọa từ phe đối lập. Họ cần thiết lập cơ chế lắng nghe để nhận ra những tín hiệu cảnh báo sớm về hoạt động của phe đối lập.

Thứ tám, kỹ thuật kiểm soát nội dung trên các trang mạng. Một cách quan trọng để kiểm soát thông tin trên mạng là phải tạo ra thật nhiều thông tin tích cực. Khi tối ưu hóa các công cụ tìm kiếm trên mạng, ví dụ Google hay Bing, thông tin tích cực sẽ tràn ngập, đẩy thông tin tiêu cực xuống thứ hạng rất thấp, và ít người đủ kiên nhẫn để đọc hết. Các cơ quan VĐHL tạo ra rất nhiều các blog nói tốt cho khách hàng, và các thông cáo báo chí xuất hiện với tần suất dày đặc, nhưng không cần nhà báo đọc. Tất cả bài blog và thông cáo báo chí đều có những nội dung tích cực,

đánh lừa các công cụ tìm kiếm để đẩy nội dung tích cực lên trên, dồn các nội dung tiêu cực xuống dưới khi tìm kiếm trên mạng. Cũng có thể coi đây là kỹ thuật tối ưu hóa công cụ tìm kiếm.

Thứ chín, kỹ thuật thiết lập mối quan hệ thân thiết với chính trị gia. Các nhà VĐHL cần tiếp cận, gặp gỡ với các chính trị gia đương nhiệm, có khả năng quyết định chính sách. Vì vậy nhà VĐHL thường tận dụng kênh bạn bè, người thân, đồng nghiệp, nhân viên cũ... của các chính trị gia để nhờ giới thiệu, tạo dựng thiện cảm, xây dựng lòng tin với chính trị gia. Không ngạc nhiên khi có nhiều nghiên cứu chỉ ra rằng, các đại biểu quốc hội, những nhà lập pháp sau khi kết thúc nhiệm sở (nghỉ hưu) thì bắt đầu công việc VĐHL, để tận dụng vốn quan hệ xã hội họ đã gây dựng được trong thời gian làm việc cho cơ quan lập pháp. Theo báo cáo của cơ quan nghiên cứu và tư vấn chính sách (think tank) Public Citizen có trụ sở chính tại Washington D.C, Mỹ, tính từ năm 1998 đến 2013, có tới 43% trong tổng số 198 cựu thành viên Quốc hội Mỹ đã rời khỏi chính trường để hành nghề VĐHL.

Thứ mười, kỹ thuật hứa hẹn mang lại vị trí việc làm cho chính trị gia sau khi hoàn thành nhiệm kỳ và rời nhiệm sở. Nhiều quyết định của quan chức chính phủ có thể bị ảnh hưởng bởi những lời hứa hẹn vị trí chức vụ, việc làm sau khi quan chức kết thúc nhiệm kỳ. Theo Đại học Middlesex, Vương quốc Anh, từ năm 1996, các quan chức và sĩ quan quân đội Anh đã đảm nhận hơn 3.500 công việc trong các công ty liên quan đến vũ khí và quốc phòng. Trong đó riêng năm 2011-2012 đã có 231 cựu quan chức và sĩ quan nghỉ việc để làm nghề VĐHL⁽⁶⁾.

Cần lưu ý rằng những kỹ thuật trên là hợp pháp, được giảng dạy và thực hành trong những khóa đào tạo về truyền thông, luật, báo chí, VĐHL. Không loại trừ có những kỹ thuật vận động trái luật như đút lót, đưa hối lộ, đe dọa, ép buộc người ra quyết sách. Nhưng đó là những cách thức phi chính thống thậm chí vi phạm pháp luật, không được công nhận, và cần phải loại trừ.

Cách phân loại các kỹ thuật VĐHL như trên được thực hiện trên quan điểm của ngành Quan hệ công chúng với những đặc trưng cụ thể là: chú trọng vận dụng báo chí, truyền thông; thiết lập mạng lưới mối quan hệ tốt đẹp với những người có ảnh hưởng trong

giới lập pháp; làm giảm dung lượng các ý kiến phản đối; để đạt được mục tiêu cung cấp thông tin có lợi cho khách hàng; nhằm thay đổi thái độ, dẫn tới thay đổi hành vi, cụ thể là hành vi bỏ phiếu ủng hộ khách hàng của người VĐHL.

4. Việt Nam vận động hành lang để đạt PNTR

Việc nhận diện các cách thức thực hiện VĐHL có thể giúp các doanh nghiệp, các cơ quan, tổ chức Việt Nam ý thức rõ hơn về việc những chính sách có thể được can thiệp bằng những con đường nào, từ đó áp dụng vào quá trình Việt Nam việc VĐHL ở nước ngoài.

Giáo trình “PR - Lý luận và Ứng dụng”⁽⁷⁾ nhận định, chiến dịch VĐHL trên đất Mỹ, cuộc vận động giành Quy chế thương mại bình thường vĩnh viễn cho Việt Nam năm 2006 là lần đầu tiên Chính phủ Việt Nam sử dụng dịch vụ VĐHL chuyên nghiệp. Đây là ví dụ điển hình của việc Chính phủ Việt Nam dùng VĐHL một cách khéo léo để đạt thành công đáng kể trên mặt trận ngoại giao và quan hệ kinh tế quốc tế. Chiến lược ngoại giao sắc sảo, cùng với sự kiên trì, VĐHL tích cực và quyết tâm cao, Việt Nam đã vượt qua khó khăn, giành được thắng lợi trên chính trường Mỹ.

Đối chiếu với 10 kỹ thuật trong chiến dịch này, Việt Nam đã thực hiện các kỹ thuật sau:

Thứ nhất, kỹ thuật tận dụng báo chí truyền thông. Việt Nam đã làm tốt công tác tạo dựng mối quan hệ với báo chí Mỹ. Một số tờ báo lớn của Mỹ đăng bài ủng hộ Việt Nam trong vấn đề PNTR.

Thứ hai, kỹ thuật tạo ra tập thể có cùng ý kiến. Việt Nam đã tranh thủ được tiếng nói ủng hộ của nhiều hiệp hội và các tập đoàn lớn, ví dụ như Hội thân hữu Việt - Mỹ vì một Việt Nam giàu mạnh, các công ty lớn đã từng làm việc với các đối tác Việt Nam như công ty ExxonMobil, Chevron, Conoco Phillips, Black và Veatch, hay hãng xe máy Harley Davidson. Tập thể các hiệp hội và tập đoàn này cùng phát ngôn ca ngợi tiến trình Đổi Mới, mở cửa của Việt Nam và hy vọng được tạo điều kiện thuận lợi để hoạt động tại Việt Nam.

Thứ ba, kỹ thuật thiết lập mối quan hệ chuyên nghiệp với các chính trị gia. Đoàn đại biểu Quốc hội Việt Nam do đồng chí Vũ Mão, khi đó là Chủ nhiệm Ủy ban Đối ngoại của Quốc hội, đã gặp gỡ nhiều

chính trị gia để thuyết phục họ có tiếng nói ủng hộ Việt Nam trong vấn đề thiết lập quy chế PNTR.

Tuy các tài liệu học thuật không đề cập tới phe phản đối việc trao PNTR cho Việt Nam, nhưng quan sát những gì báo chí tường thuật về các vòng bỏ phiếu, chúng ta cũng có thể hình dung ra có sự tồn tại của phe phản đối. Lần bỏ phiếu thứ nhất diễn ra ngày 13.11.2006 tại Hạ viện Mỹ, với 228 phiếu thuận, 161 phiếu chống, và 43 phiếu trắng, đã không có đủ trên 2/3 tổng số phiếu để Hạ viện Mỹ thông qua quy chế PNTR cho Việt Nam⁽⁸⁾. Cuộc VĐHL trở nên hết sức kịch tính và gấp rút cho tới ngày 9.12.2006, Hạ viện Mỹ đã bỏ phiếu với đủ số phiếu cần thiết để thông qua quy chế PNTR với Việt Nam. Kết quả là phiếu ủng hộ tăng lên, phiếu phản đối giảm đi, dẫn tới kết quả có lợi cho Việt Nam. Việc thông qua PNTR đã khép lại hoàn toàn chế độ phân biệt đối xử quốc gia do phía Mỹ đặt ra và áp dụng đối với Việt Nam, đưa mối quan hệ Việt - Mỹ sang chương mới. Kết quả đó không thể thiếu sự đóng góp kiên trì, khéo léo, chuyên nghiệp của những người VĐHL.

Để có chiến thắng này, Việt Nam đã có bài học kinh nghiệm từ vụ việc bị Hiệp hội cá da trơn Mỹ kiện các công ty xuất khẩu cá basa và cá tra vào Mỹ trong khoảng 2001-2002. Tháng 12.2001, do Hiệp hội cá da trơn Mỹ (CFA) kiện, Quốc hội Mỹ đã thông qua lệnh cấm tạm thời, theo đó, chỉ có cá da trơn của Mỹ mới được ghi trên bao bì sản phẩm là *catfish*, còn cá của Việt Nam khi bán vào Mỹ phải được gọi bằng tên *basa* hay *tra*. Thượng nghị sỹ bang Texas, ông Phil Gramm và Thượng nghị sỹ John McCain, một người bạn của Việt Nam, đã lên tiếng phản đối quyết định này, nhưng CFA đã VĐHL quá mạnh, dẫn đến việc các doanh nghiệp xuất khẩu cá da trơn của Việt Nam bị thua⁽⁹⁾.

Từ những bài học này, chúng ta có thể rút ra kinh nghiệm như trên một bài xã luận có tiêu đề “Làm ăn với Mỹ, phải biết lobby” (VĐHL) đăng trên báo *Nhân Dân* ngày 15.9.2006. Bài báo giải thích: “Chính trường Mỹ tương đối minh bạch, nhưng hệ thống vận hành chẳng chặt, phức tạp, không phải lúc nào cũng công bằng. Trong lĩnh vực chính trị, ngay cả những nước thân thiện với Mỹ và có văn hóa gần gũi với Mỹ như Anh, Pháp, Đức, Úc cũng cần chuyên gia VĐHL để thường xuyên vận động chính khách Mỹ. Ở châu Á, các nước đồng minh lâu đời của Mỹ như Nhật Bản,

Hàn Quốc cũng phải có một đội VĐHL hùng hậu có trụ sở ở Mỹ”⁽¹⁰⁾.

Nhận diện rõ các kỹ thuật VĐHL ở các nước phương Tây và Mỹ giúp cho các nhà truyền thông và doanh nghiệp Việt Nam tăng cường hiểu biết về VĐHL hợp pháp, hỗ trợ quá trình Việt Nam chủ động hội nhập với nền kinh tế thế giới. Tuy hoạt động VĐHL chưa được luật hóa tại nước ta, nhưng các kỹ thuật VĐHL nêu trên đã được thực hiện trong một số chiến dịch truyền thông gây ảnh hưởng lên chính sách. Đó là minh chứng rõ ràng cho việc nghề VĐHL đã mạnh mẽ xuất hiện để đáp ứng quá trình phát triển kinh tế ngày càng phong phú và đa dạng tại nước ta. Cần có thêm các nghiên cứu học thuật và nghiên cứu thực tế nghề VĐHL, kèm theo quá trình luật hóa quy chuẩn hoạt động VĐHL phù hợp với diễn biến thực tế đang phát triển năng động của Việt Nam./

(1) Cambridge Dictionary, Definition of lobby, Cambridge University Press(2021), Truy cập link <https://dictionary.cambridge.org/vi/dictionary/english/lobby> ngày 29.9.2021.

(2) Minh Đức (2007), *Vận động hành lang trong các nền dân chủ nghị viện*, truy cập link <https://www.daibieunhandan.vn/van-dong-hanh-lang-trong-cac-nen-dan-chu-nghi-vien-5049> ngày 28.9.2021.

(3) Organisation for economic co-operation and development (2013), *Transparency and Integrity in Lobbying*, truy cập link <https://www.oecd.org/corruption/ethics/Lobbying-Brochure.pdf> ngày 29.9.2021

(4) Đề tài định hướng giáo trình *Vận động hành lang trong quan hệ công chúng*, Khoa Quan hệ công chúng và Quảng cáo, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Hà Nội, 2020.

(5) Chương trình cử nhân quốc tế Quảng cáo, PR và Truyền thông (2020), *Bài giảng “Vận động hành lang”, môn Chiến dịch và Tác động xã hội*, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Hà Nội.

(6) Đào Minh Hồng - Lê Hồng Hiệp (chủ biên) (2013), *Sổ tay Thuật ngữ Quan hệ Quốc tế*, Khoa QHQT – Đại học KHXH&NV TPHCM, TPHCM, truy cập link <http://nghiencuuquocte.org/2016/10/08/van-dong-hanh-lang-lobbying/> ngày 28.9.2021.

(7) Đinh Thị Thủy Hằng (chủ biên) (2008), *PR Lý luận và Ứng dụng*, Nxb. Lao động-Xã hội, Hà Nội.

(8) Báo Dân Trí (2006), *Hạ viện Mỹ hoãn bỏ phiếu PNTR cho Việt Nam*, truy cập link <https://dantri.com.vn/xa-hoi/ha-vien-my-hoan-bo-phiieu-pntr-cho-viet-nam-1163639554.htm>.

(9) Thư viện Học liệu Mở Việt Nam (VOER), *Tổng quan về vụ kiện cá tra, cá basa của Mỹ đối với Việt Nam*, xem tại <https://voer.edu.vn/m/tong-quan-ve-vu-kien-ca-tra-cabasa-cua-my-doi-voi-vietnam/8aeaf36e>.

(10) Báo Nhân Dân (2006), *Làm ăn với Mỹ phải biết “lobby”*, 15.9.2006, xem tại <https://nhandan.com.vn/chuyen-lam-an-lam-an-voi-my-phai-biet-lobby-503901> ngày 29.9.2021.