

HỆ SINH THÁI CHO DOANH NGHIỆP XÃ HỘI: NGHIÊN CỨU QUỐC TẾ VÀ KHUYẾN NGHỊ CHÍNH SÁCH CHO VIỆT NAM

Trương Thị Nam Thăng*

Ngày nhận: 01/7/2015
Ngày nhận bản sửa: 17/7/2015
Ngày duyệt đăng: 25/7/2015

Tóm tắt:

Doanh nghiệp xã hội về mặt hình thức đã tồn tại ở Việt Nam từ khá lâu ở các hình thức pháp lý khác nhau, tuy nhiên đến cuối những năm 2000 cộng đồng doanh nghiệp mới bắt đầu sử dụng tên này. Tháng 11 năm 2014, Luật Doanh nghiệp sửa đổi đã ghi nhận khái niệm này trong điều 10. Sự phát triển của khu vực kinh tế không vì mục tiêu lợi nhuận này còn mới ở giai đoạn bắt đầu, và hệ sinh thái hỗ trợ cho sự phát triển của loại hình doanh nghiệp này cũng đang dần hình thành. Bài viết tiến hành hệ thống các khái niệm cơ bản về doanh nghiệp xã hội, hệ sinh thái cho doanh nghiệp xã hội. Bài viết nghiên cứu các cấu phần cơ bản của hệ sinh thái cho doanh nghiệp xã hội ở một số nước được coi là khá phát triển về doanh nghiệp xã hội, đồng thời liên hệ với thực trạng ở Việt Nam, từ đó đưa ra 9 quan sát chính từ kinh nghiệm quốc tế và 6 khuyến nghị chính sách cho Việt Nam.

Từ khóa: Doanh nghiệp xã hội, Kinh tế xã hội, Khu vực không vì lợi nhuận, Việt Nam

Ecosystem for social enterprises: International experiences and policy recommendations for Vietnam

Abstract

Social enterprises have existed in Vietnam for a long time in different forms of legal status; however, the name social enterprise has only been used by corporate community since the end of 2000s. In November 2014, Enterprise Law was amended acknowledging this new concept in its Article 10. This not-for-profit economic sector is still at initial stage of development. The ecosystem that supports the development of social enterprises is being formed. This article summarizes key concepts of social enterprise and ecosystem for social enterprises. The paper also studies key components of social enterprise ecosystem in the countries where social entrepreneurship has developed, and the current situation of Vietnam social enterprise ecosystem. On this basis, nine main observations as learning points from international experiences and six policy implications for Vietnam are provided.

Keywords: Social enterprise; social economy; not-for-profit sector; Vietnam.

1. Giới thiệu

Doanh nghiệp xã hội được giới thiệu vào Việt Nam như một khái niệm từ cuối những năm 2000. Một loạt các cấu phần của hệ sinh thái cho doanh nghiệp xã hội dần được hình thành. Một cấu phần quan trọng là khuôn khổ pháp lý đã được ra đời với điều 10 của Luật Doanh nghiệp sửa đổi năm 2014, với tiêu chí chính “doanh nghiệp với mục tiêu hoạt

động nhằm giải quyết vấn đề xã hội, môi trường vì lợi ích cộng đồng, sử dụng ít nhất 51% tổng lợi nhuận hàng năm của doanh nghiệp để tái đầu tư nhằm thực hiện mục tiêu xã hội, môi trường như đã đăng ký”. Tuy nhiên, để doanh nghiệp xã hội trở thành một khu vực năng động, có thể đóng góp một cách có ý nghĩa vào nền kinh tế, giải quyết một số thất bại thị trường trong việc giải quyết các vấn đề

xã hội và môi trường còn là một chặng đường dài đối với Việt Nam.

Bài viết được thực hiện mục tiêu nghiên cứu kinh nghiệm trong việc xây dựng khu vực doanh nghiệp xã hội của một số nước trên thế giới, cũng như đánh giá thực trạng một số cấu phần của hệ sinh thái cho doanh nghiệp xã hội tại Việt Nam, từ đó đề xuất một số khuyến nghị về chính sách trong việc xây dựng hệ sinh thái lành mạnh hỗ trợ cho sự phát triển của doanh nghiệp xã hội Việt Nam.

Phần đầu của bài viết tập trung vào các khái niệm cơ bản về doanh nghiệp xã hội và hệ sinh thái cho doanh nghiệp xã hội. Phần hai của bài sẽ tiến hành nghiên cứu hệ sinh thái cho doanh nghiệp xã hội của quốc tế và Việt Nam. Phần ba của bài đưa ra các khuyến nghị chính sách.

2. Doanh nghiệp xã hội và hệ sinh thái cho doanh nghiệp xã hội

2.1. Khái niệm doanh nghiệp xã hội

Doanh nghiệp xã hội về cơ bản phát triển từ bên trong của khu vực kinh tế xã hội, nằm giữa khu vực kinh tế tư nhân và kinh tế nhà nước, thường được gọi là “khu vực thứ ba” hoặc “khu vực phi lợi nhuận”. Các dạng thức tổ chức của doanh nghiệp xã hội của các nước trên thế giới không thực sự giống nhau, phụ thuộc vào khung pháp lý, thể chế kinh tế-chính trị liên quan đến việc phân chia phúc lợi quốc gia, truyền thống văn hóa, lịch sử, thái độ công chúng về các hoạt động phi lợi nhuận. Khu vực doanh nghiệp xã hội gồm các hình thức tổ chức mới, bên cạnh các tổ chức phi lợi nhuận truyền thống có điều chỉnh hoạt động và sứ mệnh của mình cho phù hợp với điều kiện thị trường mới.

OECD (OECD & European Union, 2013, 3) đưa ra định nghĩa sau: “Doanh nghiệp xã hội là những tổ chức hoạt động dưới nhiều hình thức pháp lý khác nhau vận dụng tinh thần doanh nhân nhằm theo đuổi cùng lúc cả hai mục tiêu xã hội và kinh tế, doanh nghiệp xã hội thường cung cấp các dịch vụ xã hội và việc làm cho các nhóm yếu thế ở cả thành thị và nông thôn. Ngoài ra, doanh nghiệp xã hội còn cung cấp các dịch vụ cộng đồng, các lĩnh vực giáo dục, văn hóa, môi trường”.

Có 2 cách tiếp cận chính đối với khái niệm doanh nghiệp xã hội trên thế giới: (1) cách tiếp cận động như một khái niệm mở với 2 cấu phần chính là sử dụng mô hình kinh doanh và phục vụ sứ mệnh xã hội; (2) cách tiếp cận pháp lý với định nghĩa chặt

chẽ về mức độ đóng góp và giải quyết các vấn đề xã hội, cũng như mức độ hạn chế phân chia lợi nhuận, đi kèm với các lợi ích cụ thể về tài chính.

Các khái niệm thường đi cùng và liên quan đến doanh nghiệp xã hội thường được nhắc đến là kinh tế xã hội, khu vực phi lợi nhuận, sáng tạo xã hội, tinh thần kinh doanh xã hội và doanh nhân xã hội.

2.2. Vai trò của doanh nghiệp xã hội

Doanh nghiệp xã hội được coi là một công cụ hữu hiệu giúp giải quyết các vấn đề về chính sách liên quan đến xã hội và kinh tế, bên cạnh những đóng góp truyền thống như một loại hình doanh nghiệp hoặc tổ chức xã hội truyền thống, doanh nghiệp xã hội giúp cung cấp dịch vụ xã hội và tạo điều kiện hòa nhập xã hội:

Thứ nhất, doanh nghiệp xã hội có thể cung cấp các dịch vụ về an sinh cho các cá nhân hoặc nhóm người cụ thể, hoặc một cộng đồng dân cư.

Thứ hai, doanh nghiệp xã hội giúp những người bị lề hóa (do thất nghiệp lâu năm, người khuyết tật, người thiểu số...) được hòa nhập xã hội thông qua việc cung cấp đào tạo, phát triển kỹ năng, sử dụng lao động bán thời gian hoặc toàn thời gian trong một doanh nghiệp có hoạt động thương mại trên thị trường và có sứ mệnh xã hội.

Thứ ba, doanh nghiệp xã hội là cách thức mà các tổ chức xã hội dân sự có thể huy động các nguồn lực từ cộng đồng, tăng cường tinh thần công dân của doanh nghiệp, xây dựng các cơ chế hợp tác phát triển tính sáng tạo xã hội.

2.3. Tiêu chí phân biệt doanh nghiệp xã hội và các doanh nghiệp vì lợi nhuận

Có nhiều quan điểm về đặc điểm giúp phân biệt giữa doanh nghiệp xã hội và các loại hình tổ chức khác. Tuy nhiên, trong bài này tác giả trình bày 2 quan điểm chính của OECD và Cộng đồng Châu Âu.

OECD (OECD & LEED Programme, n.d., 1-2) cho rằng có 2 nhóm tiêu chí về kinh tế và xã hội giúp xác định doanh nghiệp xã hội như sau:

4 tiêu chí kinh tế

(OECD 1): Doanh nghiệp xã hội tham gia trực tiếp vào việc sản xuất và/hoặc bán các sản phẩm/dịch vụ;

(OECD 2): Doanh nghiệp xã hội được thành lập một cách tự nguyện và được quản lý bởi một nhóm công dân. Mặc dù doanh nghiệp xã hội có thể nhận

được các khoản tài trợ hoặc từ thiện từ các cơ quan công quyền hoặc từ các doanh nghiệp tư nhân, doanh nghiệp xã hội vẫn có được một mức độ tự chủ nhất định, cổ đông được quyền tham gia và rút vốn khỏi doanh nghiệp;

(OECD 3): Tính bền vững về tài chính phụ thuộc vào nỗ lực của các thành viên trong doanh nghiệp xã hội, người có trách nhiệm đảm bảo các nguồn tài chính phù hợp, không giống như các tổ chức công. Chính vì thế, doanh nghiệp xã hội có mức độ rủi ro kinh tế khá lớn;

(OECD 4): Các doanh nghiệp xã hội thường phải có một lượng tối thiểu các nhân sự được trả lương, mặc dù nhân sự của doanh nghiệp xã hội có thể bao gồm cả nhân viên trả lương hoặc tình nguyện viên.

5 tiêu chí xã hội

(OECD 5): Doanh nghiệp xã hội là kết quả của sáng kiến của công dân, có sự tham gia của cá nhân thuộc một cộng đồng hoặc nhóm người chia sẻ một nhu cầu hoặc mục tiêu chung;

(OECD 6): Việc ra quyết định được chia sẻ bởi các bên liên quan, thường theo nguyên tắc “một thành viên, một phiếu bầu”. Mặc dù việc sở hữu vốn trong doanh nghiệp xã hội đóng vai trò quan trọng, nhưng quyền ra quyết định không dựa trên việc sở hữu vốn.

(OECD 7): Doanh nghiệp xã hội về bản chất mang tính tham gia, nên ngay cả bên bị ảnh hưởng bởi hoạt động của doanh nghiệp xã hội (có thể là người sử dụng dịch vụ của doanh nghiệp xã hội) cũng được đại diện và tham gia vào quản trị doanh nghiệp xã hội.

(OECD 8): Doanh nghiệp xã hội thường hạn chế hành vi tối đa hóa lợi nhuận, nên không cho phép hoặc hạn chế việc chia sẻ lợi nhuận.

(OECD 9): Doanh nghiệp xã hội theo đuổi mục tiêu rõ ràng về phục vụ cộng đồng hoặc một nhóm người, nên doanh nghiệp xã hội giúp khuyến khích tính trách nhiệm xã hội trong cộng đồng.

Trong khi đó, Ủy ban Châu Âu EC (2014, 5) xác định rằng doanh nghiệp xã hội cần phải có đầy đủ 3 phương diện: phương diện doanh nghiệp; phương diện xã hội và phương diện quản trị. 3 phương diện này được EC chi tiết hóa thành 5 tiêu chí:

EC1: Doanh nghiệp xã hội phải tham gia vào hoạt động kinh tế.

EC2: Doanh nghiệp xã hội theo đuổi mục tiêu xã

hội và môi trường được thể hiện rõ nét.

EC3: Doanh nghiệp xã hội có hạn chế phân phối lợi nhuận và/hoặc tài sản.

EC4: Doanh nghiệp xã hội phải độc lập.

EC5: Doanh nghiệp xã hội có cơ chế quản trị mang tính tham gia và/hoặc dân chủ.

Có thể quan sát thấy các tiêu chí trùng giữa 2 nhóm tiêu chí của OECD và EU, trong đó khái niệm của OECD tập trung vào tiêu chí về việc doanh nghiệp xã hội giúp giải quyết vấn đề kinh tế và xã hội. Trong khi đó, khái niệm của EC về cơ bản mở hơn, với ít tiêu chí hơn, coi doanh nghiệp xã hội sử dụng cơ chế kinh tế để giải quyết vấn đề xã hội và môi trường.

2.4. Hệ sinh thái doanh nghiệp xã hội

EC (2014, 13) cho rằng hệ sinh thái cho doanh nghiệp xã hội bao gồm các cấu phần góp phần tạo môi trường hỗ trợ cho doanh nghiệp xã hội trong đó có khả năng giúp giải quyết các vấn đề và thách thức chính mà doanh nghiệp xã hội gặp phải. Các cấu phần quan trọng của hệ sinh thái doanh nghiệp xã hội theo quan điểm của EC bao gồm khung pháp lý, thị trường tác động xã hội, khung chính sách chung, dịch vụ phát triển hỗ trợ kinh doanh, hệ thống báo cáo và đo lường tác động và các mạng lưới, cơ chế hỗ trợ (Hình 1).

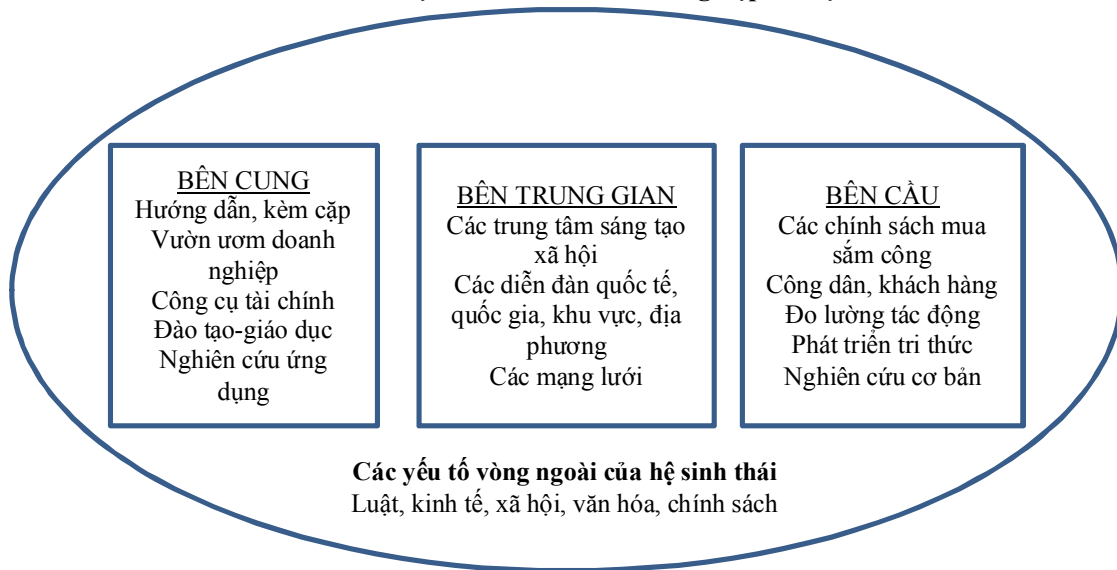
Một cách tiếp cận khác từ Báo cáo nghiên cứu hệ sinh thái cho sáng tạo xã hội Thụy Điển (*An Ecosystem for Social Innovation in Sweden: A strategic research and innovation agenda*, 2014) của cho

Hình 1: Một số cấu phần chính của hệ sinh thái doanh nghiệp xã hội



Nguồn: EC (2014, 14)

Hình 2: Hệ sinh thái cho doanh nghiệp xã hội



Nguồn: An Ecosystem for Social Innovation in Sweden: A strategic research and innovation agenda (2014, 17)

rằng hệ sinh thái cho sáng tạo xã hội bao gồm các cá nhân và tổ chức thúc đẩy sự phát triển của sáng tạo xã hội, cũng như các cấu trúc và mối quan hệ giữa các cá nhân và tổ chức này (Hình 2). Theo cách tiếp cận này, sẽ có các tổ chức và cá nhân thuộc về phía cung như các nguồn lực tài chính, và phi tài chính và các đối tượng thúc đẩy cầu của sáng tạo xã hội đòi hỏi các doanh nghiệp xã hội phải cung cấp các sản phẩm, dịch vụ. Bên cạnh đó sẽ có các bên đóng vai là bên trung gian giữa bên cung và bên cầu.

Tác giả cho rằng hệ sinh thái bao gồm các tác nhân hỗ trợ và thúc đẩy việc phát triển doanh nghiệp xã hội, trong đó bao gồm trước hết là chính sự cạnh tranh của các doanh nghiệp xã hội trên thị trường, khuôn khổ pháp lý - chính sách, các cơ chế - định chế tài chính, thị trường nguồn nhân lực, hoạt động nghiên cứu- đào tạo, các hoạt động truyền thông và các bên trung gian (Truong Thi Nam Thang, 2015). Trong khuôn khổ bài viết này, dựa trên tính sẵn có của các dữ liệu khai thác được, tác giả sẽ phân tích một số cấu phần của hệ sinh thái cho doanh nghiệp xã hội bao gồm:

- Các doanh nghiệp xã hội hiện tại trên thị trường;
- Chính sách tổng thể/quan điểm phát triển chính về doanh nghiệp xã hội;
- Cơ quan quản lý, phụ trách doanh nghiệp xã hội;
- Khung pháp lý;
- Các hỗ trợ, công cụ tài chính cho doanh nghiệp xã hội;

- Các mạng lưới, tổ chức trung gian hỗ trợ doanh nghiệp xã hội;

- Hoạt động đo lường, báo cáo doanh nghiệp xã hội;

- Hoạt động nghiên cứu, giáo dục, đào tạo về doanh nghiệp xã hội.

3. Nghiên cứu quốc tế về hệ sinh thái cho doanh nghiệp xã hội

3.1. Các đặc điểm chính của doanh nghiệp xã hội trên thế giới

Về tổng quan tình hình doanh nghiệp xã hội trên thế giới, doanh nghiệp xã hội trên thế giới có 03 đặc điểm chính sau (OECD & European Union, 2013, 6):

Thứ nhất, phần lớn các doanh nghiệp xã hội đều đang ở giai đoạn đầu của phát triển với tuổi đời trung bình là 42 tháng. Trừ Đức và Italia, số lượng doanh nghiệp xã hội khởi sự và ổn định là tương đương nhau (số liệu nghiên cứu năm 2009);

Thứ hai, doanh nghiệp xã hội trên thế giới có 3 nhóm chính: doanh nghiệp xã hội phi lợi nhuận, doanh nghiệp xã hội lai ghép có xu hướng kinh tế; doanh nghiệp xã hội lai ghép có xu hướng xã hội. Khoảng 1/2 doanh nghiệp xã hội ở Anh và Mỹ là doanh nghiệp xã hội phi lợi nhuận. Các nước còn lại doanh nghiệp xã hội phi lợi nhuận chỉ chiếm khoảng 20%, trừ ở Brazil con số này là 100%. doanh nghiệp xã hội xu hướng kinh tế rất mạnh ở Trung Quốc và Nga, với tỷ lệ tương ứng là 67,4% và 71,7%. Ngược

lại doanh nghiệp xã hội xu hướng xã hội chiếm đến 40% số lượng doanh nghiệp xã hội ở Pháp, và khá lớn ở Nam Phi và Anh Quốc;

Thứ ba, trong một nghiên cứu khác trên 5 nước Châu Âu cho thấy 75% các doanh nghiệp xã hội tập trung vào các ngành kinh doanh về dịch vụ xã hội, lao động và đào tạo, giáo dục, phát triển kinh tế, xã hội và cộng đồng. Khoảng 15% doanh nghiệp xã hội có mục tiêu tuyển dụng người yếu thế và tăng cường hòa nhập xã hội. Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy đặc điểm quốc gia cũng ảnh hưởng đến xu hướng ngành kinh doanh của các doanh nghiệp xã hội, các nước ở Trung và Đông Âu có xu hướng tập trung vào chăm sóc sức khỏe, dịch vụ xã hội và giáo dục. Trong khi đó các nước Tây và Bắc Âu không thực rõ về xu hướng này. Các nước Bắc Âu có số lượng doanh nhân xã hội nữ giới lớn hơn các nước còn lại.

3.2. Nghiên cứu hệ sinh thái cho doanh nghiệp xã hội một số nước và Việt Nam

Tác giả tiến hành nghiên cứu tài liệu về các cấu phần chính của hệ sinh thái cho doanh nghiệp xã hội của một số nước được đánh giá là phát triển trong phong trào doanh nghiệp xã hội bao gồm Italia, Pháp, Anh ở Châu Âu, Hàn Quốc và Singapore ở Châu Á (EC, 2014; Prakash & Tan, 2014; Cho, 2015; Truong Thi Nam Thang, 2015). Từ kinh nghiệm xây dựng hệ sinh thái cho doanh nghiệp xã hội ở 6 quốc gia được nghiên cứu và liên hệ với thực trạng doanh nghiệp xã hội ở Việt Nam, 9 quan sát chính sau được đưa ra:

Thứ nhất, cách tiếp cận của mỗi quốc gia là rất đa dạng. Nhiều nước Châu Âu bị ảnh hưởng của triết lý phát triển về kinh tế thị trường xã hội, cộng với sự phát triển khá tích cực của khu vực phi lợi nhuận và các tổ chức xã hội dân sự, dẫn đến sự phát triển của doanh nghiệp xã hội như một phong trào (movement), như là một sự sáng tạo của các mô hình tổ chức khi phải đối mặt với các sức ép thị trường.

Thứ hai, có thể quan sát thấy các cấp độ phát triển của quan điểm về doanh nghiệp xã hội trong các quốc gia trên thế giới. Ở giai đoạn đầu của phát triển doanh nghiệp xã hội, mô hình doanh nghiệp xã hội tập trung chủ yếu vào việc khái niệm work integration social enterprise (WISE) – doanh nghiệp xã hội hòa nhập công việc - tập trung vào tạo việc làm cho nhóm người yếu thế trong xã hội. Cùng với sự phát triển của doanh nghiệp xã hội cũng như nhận thức xã hội, quan điểm về doanh nghiệp xã hội được mở

rộng ra hơn về giải quyết các vấn đề xã hội rộng hơn như sáng tạo xã hội, kinh tế xã hội.

Thứ ba, chính vì cách tiếp cận tạo việc làm hay là hình thức doanh nghiệp phục vụ lợi ích cộng đồng mà các nước sẽ giao vai trò quản lý doanh nghiệp xã hội cho các Bộ tương ứng. Với cách tiếp cận tạo việc làm, thường sẽ là Bộ liên quan đến lao động, việc làm phụ trách. Cách tiếp cận kinh doanh phục vụ cộng đồng sẽ do các Bộ về kinh tế, thương mại, kế hoạch- đầu tư quản lý. Có vẻ như Việt Nam có xu hướng theo cách tiếp cận thứ hai, theo quan sát của người viết vào thời điểm hiện tại.

Thứ tư, cái tên “doanh nghiệp xã hội” hầu như chỉ được các quốc gia ghi nhận như là một khái niệm động, bao trùm nhiều loại hình tổ chức, doanh nghiệp có các sứ mệnh, cách thức tổ chức tương tự. Mặc dù có hình thức pháp lý cụ thể bằng cách sử dụng một cái tên khác phù hợp với đặc điểm kinh tế, chính trị của quốc gia đó, nhưng có thể quan sát số lượng doanh nghiệp được đăng ký dưới hình thức pháp lý đó khá hạn chế ở tất cả các nước, bởi vì các yêu cầu nghiêm khắc về cam kết sử dụng tài sản, phân chia lợi nhuận và đo lường, báo cáo tác động xã hội.

Thứ năm, nếu xét về khái niệm doanh nghiệp xã hội của Luật Doanh nghiệp Việt Nam và khái niệm của EC và OECD, chúng ta đã đề cập đến phương diện kinh tế, phương diện xã hội-môi trường. Khái niệm doanh nghiệp xã hội trong Luật Doanh nghiệp Việt Nam được đánh giá là rộng và mở. Tuy nhiên, ở phương diện quản trị về việc hạn chế mức độ phân phối lợi nhuận, tuy nhiên cơ chế quản trị về ra quyết định mang tính tham gia và dân chủ thì người viết chưa quan sát thấy trong cả điều 10 của Luật Doanh nghiệp 2014 và Dự thảo Nghị định hướng dẫn thi hành Luật Doanh nghiệp 2014 dự kiến sẽ được trình ký vào tháng 9-2015 này.

Thứ sáu, trong số các nước được nghiên cứu, khả năng tự bền vững về tài chính (ít dựa vào các nguồn tài trợ, thiện nguyện) của các doanh nghiệp xã hội ở Italia được báo cáo là ở mức độ tốt nhất. Với lý do chính là nguồn doanh thu chủ yếu của họ đến từ việc tiếp cận các hợp đồng mua sắm, dịch vụ công. Đây cũng là một bài học cần thiết cho Việt Nam trong lĩnh vực ưu tiên hỗ trợ doanh nghiệp xã hội.

Thứ bảy, trong các cấu phần của hệ sinh thái doanh nghiệp xã hội của các nước được nghiên cứu đã khá đầy đủ, mặc dù ở trình độ phát triển khác nhau. Điểm mạnh nhất của hệ sinh thái hiện tại liên

quan đến khung pháp lý, chính sách tổng thể của quốc gia, các hỗ trợ chính sách như nâng cao năng lực, thuế, tài chính, các mạng lưới - tổ chức trung gian, các hoạt động giáo dục, nghiên cứu, hoạt động truyền thông. Mảng cấu phần còn thiếu hụt tập trung vào thị trường tài chính đầu tư tác động xã hội, chuẩn hóa các yêu cầu về đo lường tác động xã hội và báo cáo xã hội.

Thứ tám, nhiều nước đã có các hoạt động nghiên cứu về tinh thần kinh doanh xã hội và giáo dục và đào tạo về doanh nghiệp xã hội, cũng như các cơ chế hỗ trợ tài chính phát triển hoạt động học thuật về doanh nghiệp xã hội rất phát triển như Anh Quốc, Hàn Quốc, với các chương trình hỗ trợ vốn cho các trường đại học từ Chính phủ (Anh Quốc) và các quỹ thiện nguyện-thực hiện trách nhiệm của các tập đoàn tư nhân (Hàn Quốc). Các trường, học viện đào tạo doanh nhân xã hội và chương trình đào tạo thạc sỹ về khởi sự doanh nghiệp xã hội, quản trị doanh nghiệp xã hội đều đã được mở ra được một số năm ở cả Anh Quốc, Hàn Quốc, Pháp và Italia. Nhiều nước khác trên thế giới như Singapore, Philippines, Mỹ, Canada việc lồng ghép môn học tinh thần kinh doanh xã hội vào các trường đại học tổng hợp và trường chuyên ngành kinh tế và kinh doanh là khá phổ biến.

Thứ chín, các thách thức chính mà các doanh nghiệp xã hội ở nhiều nước đều gặp phải liên quan đến khả năng tiếp cận tài chính, đầu thầu mua sắm công, và năng lực quản trị nội bộ của các doanh nhân xã hội. Các doanh nghiệp xã hội Việt Nam cũng gặp phải những vấn đề tương tự, tuy nhiên, chúng ta còn gặp phải vấn đề bán hàng, đảm bảo đầu ra cho sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp xã hội, vấn đề này phụ thuộc vào cả cung và cầu của sản phẩm. Sản phẩm, dịch vụ chưa thực sự hấp dẫn thị trường, đồng thời chưa có các cơ chế hỗ trợ bao tiêu sản phẩm từ hoạt động mua sắm công.

4. Các khuyến nghị chính sách cho Việt Nam

Từ việc nghiên cứu khái niệm doanh nghiệp xã hội, hệ sinh thái cho doanh nghiệp xã hội, quan sát thông lệ tốt về xây dựng và phát triển khu vực doanh nghiệp xã hội tại nhiều nước trên thế giới, quy chiếu về thực trạng của hệ sinh thái doanh nghiệp xã hội tại Việt Nam, người viết đưa ra 05 khuyến nghị sau:

Phát triển tinh thần kinh doanh xã hội

Để có thể xây dựng khu vực doanh nghiệp xã hội, việc đầu tiên cần làm là xây dựng một thái độ tích

cực đối với tinh thần kinh doanh xã hội. Một số cách thức bao gồm việc thu hút những người trẻ vào khu vực doanh nghiệp xã hội thông qua lồng ghép tinh thần kinh doanh xã hội vào đào tạo tại các trường đại học. Đây chắc chắn phải là cấu phần chính của chiến lược tổng thể phát triển tinh thần kinh doanh xã hội. Một cách thức khác là lồng ghép mục tiêu phát triển tinh thần kinh doanh/khởi sự doanh nghiệp xã hội vào chiến lược phát triển kinh tế xã hội các địa phương, tạo ra các trung tâm về khởi sự doanh nghiệp xã hội khu vực và địa phương đi cùng với các chính sách hỗ trợ nguồn lực địa phương. Các chính sách này đã được áp dụng khá tốt ở các nước như Pháp, Hàn Quốc và Anh Quốc. Việc lồng ghép tinh thần kinh doanh xã hội có thể được thực hiện như sau: (1) lồng ghép vào hoạt động đào tạo đại học và sau đại học thấp nhất là lồng ghép vào các môn học hiện có, cao hơn là môn học mới, chuyên ngành cấp độ đại học hoặc thạc sỹ về khởi sự doanh nghiệp xã hội; (2) tăng cường nghiên cứu trong trường đại học về doanh nghiệp xã hội ở 2 hướng: nghiên cứu học thuật và nghiên cứu ứng dụng; (3) gắn kết chặt chẽ khu vực doanh nghiệp xã hội và các trường đại học thông qua chia sẻ tri thức, áp dụng kết quả nghiên cứu, đào tạo năng lực quản trị, tư vấn, truyền cảm hứng cho sinh viên; (3) trường đại học trở thành trung tâm, vườn ươm doanh nghiệp xã hội thông qua các cuộc thi, tài trợ vốn khởi sự, tư vấn phát triển ý tưởng kinh doanh xã hội của sinh viên; (4) xây dựng cơ chế hợp tác chặt chẽ và hiệu quả giữa các bên hữu quan: Bộ Giáo dục và Đào tạo trong việc khuyến khích lồng ghép, Bộ Kế hoạch và Đầu tư trong chính sách hỗ trợ doanh nghiệp xã hội, tạo sức hút đối với ngành học, các doanh nghiệp lớn trong việc làm, các đối tác quốc tế tích cực như Hội đồng Anh, các nhà tài trợ quốc tế như AFD, JICA, KOICA... và các tổ chức trung gian như CSIP, Spark., cũng như các sáng kiến của mạng lưới dân sự như VSEN- Mạng lưới các doanh nhân xã hội, VSES- Mạng lưới các học giả doanh nghiệp xã hội, VSEED- Mạng lưới những người trẻ yêu doanh nghiệp xã hội.

Xây dựng khung pháp lý, chính sách và thuế hỗ trợ doanh nghiệp xã hội

Chúng ta đã có các tiêu chuẩn của doanh nghiệp xã hội trong Luật Doanh nghiệp 2014. Nghị định hướng dẫn thi hành đang được soạn thảo và sẽ được ban hành khá sớm. Việc tiếp cận mở về doanh nghiệp xã hội giải quyết cả vấn đề xã hội và môi

trường là cách tiếp cận đúng đắn, tuy nhiên, Việt Nam cần hết sức thật trọng trong việc áp dụng cơ chế thuế đặc biệt cho doanh nghiệp xã hội. Nếu không có các tiêu chí đánh giá rõ ràng về mức độ cam kết và giải quyết vấn đề xã hội, môi trường có thể dẫn đến hành vi cơ hội, tạo điều kiện cho một sân chơi không bình đẳng giữa các doanh nghiệp, cũng như tạo hình ảnh không tích cực về khu vực doanh nghiệp xã hội nếu trong trường hợp không được điều chỉnh tốt. Việt Nam nên xem xét việc chia thành các nhóm, loại doanh nghiệp xã hội với các mức độ cam kết khác nhau, mức độ phù hợp giải quyết các ưu tiên về xã hội và môi trường, sẽ có mức độ về các lợi ích về thuế khác nhau. Như ở trên đã phân tích, doanh nghiệp xã hội sẽ có 2 hình thức chính: (1) doanh nghiệp xã hội được đăng ký là doanh nghiệp xã hội theo Luật Doanh nghiệp; (2) các hình thức kinh doanh, tổ chức có sứ mệnh, cách thức tổ chức tương tự phù hợp với các tiêu chí của doanh nghiệp xã hội nói chung. Chính phủ nên có các hình thức hỗ trợ về thuế, chính sách, tài chính phù hợp cho cả 2 nhóm này, với mục tiêu chung nâng cao chất lượng sống của tổng thể xã hội.

Cung cấp các nguồn tài chính bền vững

Nguồn tài chính lớn nhất của các doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp xã hội nói riêng đến từ các định chế tài chính truyền thống. Chính phủ có thể áp dụng các biện pháp đảm bảo vay dành riêng cho doanh nghiệp xã hội tại các ngân hàng thương mại. Các cơ quan quản lý tài sản và đầu tư thuộc chính phủ cũng có thể cùng với khu vực tư đồng đầu tư vào các doanh nghiệp xã hội nhằm tìm kiếm tác động xã hội, thay vì lợi nhuận tài chính. Một hình thức của đồng đầu tư này là PPP, các dự án hợp tác công tư hướng đến phục vụ giải quyết các vấn đề xã hội và môi trường. Chính phủ cũng có thể phát triển các quỹ hỗ trợ khởi sự doanh nghiệp xã hội, bằng các khoản tài trợ hoặc cho vay ưu đãi hỗ trợ các doanh nghiệp xã hội trong 3 năm đầu khởi nghiệp, tạo điều kiện cho doanh nghiệp xã hội được ưu tiên tiếp cận cung cấp dịch vụ, sản phẩm cho khu vực công. Tất cả các cơ chế hỗ trợ hoặc tạo điều kiện về tài chính này Chính phủ có thể thực hiện trực tiếp thông qua các Bộ và hệ thống của mình, hoặc thông qua các bên trung gian như ngân hàng, hoặc phát

triển thị trường đầu tư tác động, các tổ chức trung gian, các quỹ tín dụng địa phương...

Cung cấp các dịch vụ hỗ trợ phát triển kinh doanh chuyên biệt cho doanh nghiệp xã hội

Bên cạnh việc được thu nhận các dịch vụ hỗ trợ thông thường, các dịch vụ chuyên biệt như xây dựng các trung tâm về doanh nghiệp xã hội hoặc vườn ươm doanh nghiệp xã hội nên là một phần nỗ lực và được hỗ trợ về chính sách của chính phủ. Bên cạnh các doanh nghiệp xã hội đăng ký chính thức theo Luật Doanh nghiệp 2014, sẽ có một lượng lớn các doanh nghiệp xã hội không đăng ký. Cần thiết phải có một cơ quan, tổ chức độc lập tiến hành đánh giá, cung cấp nhân, mác doanh nghiệp xã hội cho cả 2 loại hình doanh nghiệp này. Đây cũng là một phần nỗ lực nâng cao tính minh bạch và hình ảnh tích cực của khu vực doanh nghiệp xã hội, hỗ trợ cả cung và cầu là doanh nghiệp xã hội trong việc marketing, quảng bá sản phẩm/dịch vụ và người tiêu dùng dễ dàng định vị tổ chức mà mình muốn ủng hộ, hỗ trợ.

Hỗ trợ doanh nghiệp xã hội ra nhập thị trường

Khó khăn lớn nhất của các doanh nghiệp xã hội đó là khả năng marketing và bán hàng. Chính sách có thể giúp giải quyết vấn đề này thông qua việc mở cửa cho doanh nghiệp xã hội dễ dàng tiếp cận đấu thầu mua sắm công. Bên cạnh việc mở cửa về chính sách, Nhà nước cũng nên có những hỗ trợ về nâng cao năng lực của chính các doanh nghiệp xã hội trong việc tham gia đấu thầu, mở rộng quy mô để có năng lực tham gia vào các cấu phần, hoặc cả dự án mua sắm, cung cấp dịch vụ công.

Hỗ trợ hoạt động nghiên cứu

Các hoạt động nghiên cứu nên tập trung vào việc đánh giá liên tục nhu cầu của khu vực doanh nghiệp xã hội, tính hiệu quả và các lĩnh vực cần được hỗ trợ bởi các chính sách cấp quốc gia và địa phương. Kết quả nghiên cứu còn có thể được chuyển giao vào việc áp dụng tại các doanh nghiệp, cũng như lồng ghép vào hoạt động đào tạo nghề và giảng dạy chính thức trong các trường đại học. Một trong những ưu tiên nghiên cứu có thể liên quan đến việc đo lường tác động xã hội và môi trường của doanh nghiệp xã hội và xây dựng các tiêu chuẩn về đo lường và báo cáo tác động xã hội dành cho doanh nghiệp xã hội. □

Tài liệu tham khảo

- An Ecosystem for Social Innovation in Sweden: A strategic research and innovation agenda* (2014), Lund University, Malmö University & Centre for Social Entrepreneurship Sweden, truy cập ngày 15 tháng 6 năm 2015, tại <http://luopen.lu.se/media/An-Ecosystem-for-Social-Innovation.pdf>
- Cho Y. (2015), 'Social Enterprise in Korea: Achievements and Future Directions', Keynote presentation International Conference on Social Enterprise (ICSE) 2015 *Social Enterprise: Global Trends and Prospects*, Pusan National University & Research Institute of Social Enterprise (RISE), Busan, Korea, April 2015.
- EC [European Commission] (2014), *A map of social enterprise and their eco-systems in Europe*, European Union.
- OECD & European Union (2013), *Policy Brief on Social Entrepreneurship: Entrepreneurial Activities in Europe*, truy cập ngày 15 tháng 6 năm 2015, từ http://www.oecd.org/cfe/leed/Social%20entrepreneurship%20policy%20brief%20EN_FINAL.pdf
- OECD & LEED Programme (n.d.), *The Social Enterprise Sector: A Conceptual Framework*, truy cập ngày 15 tháng 6 năm 2015, tại <http://www.oecd.org/cfe/leed/37753595.pdf>
- Prakash R. & Tan P. (2014), *Landscape of Social Enterprise in Singapore*, National University of Singapore, truy cập ngày 15 tháng 6 năm 2015, từ <http://bschool.nus.edu/Portals/0/docs/Social-Entrepreneurship-in-Asia-Working%20Paper-Landscape-of-Social-Enterprises-in-Singapore.pdf>
- Truong Thi Nam Thang (2015), 'Social Enterprise and Its EcoSystem: a Vietnamese Perspective', Keynote presentation International Conference on Social Enterprise (ICSE) 2015 *Social Enterprise: Global Trends and Prospects*, Pusan National University & Research Institute of Social Enterprise (RISE), Busan, Korea, April 2015.

Thông tin tác giả:

***Trương Thị Nam Thắng**, Phó Giáo sư, Tiến sĩ

- Tổ chức tác giả công tác: Khoa Quản trị kinh doanh, Đại học Kinh tế Quốc dân

- Địa chỉ liên hệ: Địa chỉ Email: nthang@cfvg.org