
ĐÁNH GIÁ TÁC ĐỘNG CỦA KHÁI NIỆM PHÁP LÝ VÀ CHÍNH SÁCH LIÊN QUAN LÊN KHU VỰC DOANH NGHIỆP XÃ HỘI

Trương Thị Nam Thắng

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân
Email: truongnamthang@neu.edu.vn

Bùi Đức Thọ

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân
Email: thobd@neu.edu.vn

Vũ Hoàng Nam

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân
Email: namvh@neu.edu.vn

Trần Hoài Nam

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân
Email: namth@neu.edu.vn

Đoàn Thanh Nga

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân
Email: doanthanhnga@neu.edu.vn

Trương Tuấn Anh

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân
Email: anhtt@neu.edu.vn

Ngày nhận: 06/11/2020

Ngày nhận bản sửa: 25/01/2021

Ngày duyệt đăng: 05/02/2021

Tóm tắt

Nghiên cứu này được thực hiện với mục tiêu khám phá những thay đổi của khu vực doanh nghiệp xã hội 5 năm kể từ khi có quy định về doanh nghiệp xã hội trong Luật Doanh nghiệp 2014. Nghiên cứu sử dụng phương pháp so sánh trước-sau, nghiên cứu định tính kết hợp với phân tích hồi quy. Kết quả nghiên cứu khẳng định khái niệm pháp lý có tác động tích cực đến sự phát triển của khu vực doanh nghiệp xã hội về quy mô, kết quả tài chính và giải quyết các vấn đề xã hội và môi trường địa phương. Bài báo đưa ra một số khuyến nghị giúp phát triển khu vực doanh nghiệp xã hội phục vụ chiến lược phát triển kinh tế-xã hội Việt Nam trong thời gian tới.

Từ khoá: doanh nghiệp xã hội, đánh giá chính sách, đo lường tác động xã hội

Mã JEL: O21, O43, L31

Impacts of changes in regulations and policies on performance of social enterprises in Vietnam

Abstract

This study explores implications of changes in the legal framework since the introduction of Enterprise Law 2014 on the development of social enterprises. Results from various analyses including a “before and after” analysis, a regression analysis and a qualitative analysis, show that positive legal changes as perceived by social enterprise owners and managers bring about increases in performance of social enterprises in terms of financial viability and achievement of social missions. Policy recommendations are made to foster the growth of social enterprises.

Keywords: Social enterprise, policy assesment, social impact measurement

JEL Codes: O21, O43, L31

1. Giới thiệu nghiên cứu

Doanh nghiệp xã hội là “tổ chức kinh doanh đồng thời theo đuổi mục tiêu xã hội và mục tiêu tài chính” (Young & Lecy, 2014, 1309) và là giải pháp sáng tạo để giải quyết các vấn đề xã hội một cách bền vững (Di Domenico & cộng sự, 2006). Doanh nghiệp xã hội có tiềm năng và đóng góp để giải quyết các vấn đề xã hội, môi trường và kinh tế mà khu vực công và tư nhân không sẵn sàng hoặc không thể giải quyết (Arena & cộng sự, 2015; Miller & cộng sự, 2012; Vickers & Lyon, 2012), có thể tạo ra các đóng góp quan trọng và đa dạng đối với cộng đồng, giải quyết nhiều thách thức về xã hội và môi trường (Harding, 2004; Trương Thị Nam Thắng, 2020; Zahra & cộng sự, 2009).

Thuật ngữ doanh nghiệp xã hội được giới thiệu ở Việt Nam từ năm 2008 và các tiêu chí của doanh nghiệp xã hội được xác định trong Luật Doanh nghiệp (Quốc hội, 2014). Trong khuôn khổ của bài báo này, doanh nghiệp xã hội được hiểu theo nghĩa rộng, gồm các doanh nghiệp đăng ký cam kết xã hội và môi trường theo Luật Doanh nghiệp (được gọi là doanh nghiệp xã hội đăng ký theo Luật) và các doanh nghiệp tạo tác động xã hội – là những doanh nghiệp hoặc loại hình tổ chức kinh doanh khác (ví dụ hợp tác xã) có mô hình kinh doanh và mục tiêu xã hội tương đồng nhưng không đăng ký là doanh nghiệp xã hội theo Luật Doanh nghiệp (Quốc hội, 2014).

Nghiên cứu này được thực hiện với mục tiêu đánh giá tác động của sự thay đổi pháp lý trên đây đến các doanh nghiệp xã hội, tập trung vào mức độ phát triển của khu vực doanh nghiệp xã hội, kết quả hoạt động của khu vực doanh nghiệp xã hội, phát hiện những thành công và hạn chế về chính sách đối với khu vực này, từ đó đưa ra một số khuyến nghị chính sách giúp phát triển khu vực doanh nghiệp xã hội phục vụ chiến lược phát triển kinh tế-xã hội Việt Nam trong thời gian tới.

2. Phương pháp nghiên cứu

Đánh giá hiệu quả chính sách là đánh giá tác động của chính sách lên các đối tượng của chính sách đó. Tác động của chính sách là sự thay đổi của kết quả khi chính sách được thực thi. Nghiên cứu này sử dụng phương pháp so sánh trước-sau (Vũ Cao Đàm, 2011) để so sánh sự khác biệt về các kết quả ở đối tượng chính sách trước và sau khi chính sách được áp dụng.

Nghiên cứu này đánh giá tác động của khái niệm pháp lý về doanh nghiệp xã hội đến các doanh nghiệp xã hội thông qua sự thay đổi về số lượng, hiệu quả hoạt động của khu vực doanh nghiệp xã hội này kể từ khi có chính sách dành riêng cho khu vực này. Hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp xã hội được xét ở khía cạnh kinh tế và mức độ hoàn thành sứ mệnh xã hội của doanh nghiệp. Mức độ hoàn thành sứ mệnh xã hội của doanh nghiệp thể hiện qua tác động xã hội tích cực của doanh nghiệp đến nhóm hưởng lợi.

Nhóm nghiên cứu khảo cứu các văn bản pháp lý, hướng dẫn thi hành các luật liên quan như Luật Doanh nghiệp (Quốc hội, 2014), Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa (Quốc hội, 2017) và một số chính sách khác liên quan đến doanh nghiệp xã hội. Các cuộc tọa đàm, khảo sát thực địa đối với đại diện doanh nghiệp xã hội và năm người hưởng lợi từ mỗi doanh nghiệp xã hội trong năm 2020 đã được thực hiện tại 06 tỉnh thành gồm Hà Nội, Sơn La, Hải Phòng, Nghệ An, Đà Nẵng, thành phố Hồ Chí Minh và Kiên Giang. Theo Trương Thị Nam Thắng & cộng sự (2018), các địa phương này là nơi tập trung hơn 70% số lượng doanh nghiệp xã hội cả nước.

Các yếu tố môi trường kinh doanh của doanh nghiệp xã hội được xác định dựa vào kết quả nghiên cứu của Hội đồng Anh tại Việt Nam (2019) và Trương Thị Nam Thắng & cộng sự (2018) và từ đó xây dựng mô hình hệ sinh thái của doanh nghiệp xã hội ở Việt Nam gồm 8 yếu tố: quy định pháp lý, mua sắm công, tổ chức trung gian, tổ chức nghiên cứu và phát triển, doanh nghiệp hoạt động vì lợi nhuận, tổ chức tài chính, tổ chức truyền thông và tổ chức quốc tế. Mô hình này là sự vận dụng cách tiếp cận hệ sinh thái trong nghiên cứu về doanh nghiệp xã hội (During & cộng sự, 2018; During & cộng sự, 2016) vào bối cảnh cụ thể ở Việt Nam.

Phiếu khảo sát được xây dựng với các câu hỏi kế thừa từ Trương Thị Nam Thắng & cộng sự (2018) để thu thập dữ liệu. Kết quả hoạt động của doanh nghiệp xã hội được đo bằng (i) thặng dư tài chính và (ii) việc hoàn thành sứ mệnh của doanh nghiệp xã hội. Dữ liệu thu thập từ 450 doanh nghiệp được sử dụng để phân tích. Các doanh nghiệp này hoạt động trong nhiều lĩnh vực: nông nghiệp, lâm nghiệp, chăm sóc sức khỏe, tư vấn doanh nghiệp, năng lượng, dịch vụ tài chính, dịch vụ pháp lý, cung cấp nước sạch, du lịch và thủ công mỹ nghệ.

3. Khung pháp lý cho doanh nghiệp xã hội và các chính sách liên quan

3.1. Khung pháp lý cho doanh nghiệp xã hội

Luật Doanh nghiệp (Quốc hội, 2014) quy định doanh nghiệp xã hội: (i) đăng ký là doanh nghiệp; (ii) có mục tiêu xã hội, môi trường rõ ràng; (iii) cam kết tái đầu tư ít nhất 51% lợi nhuận để phục vụ mục tiêu xã hội, môi trường đã đăng ký. Để được ghi nhận là doanh nghiệp xã hội, doanh nghiệp cần: (i) hoàn thành và nộp cam kết trong đó nêu rõ mục tiêu xã hội và môi trường; (ii) nêu rõ về tỷ lệ lợi nhuận tái đầu tư từ 51% - 100%; (iii) mẫu cam kết được điền và gửi đến cơ quan đăng ký kinh doanh; (iv) mẫu cam kết được thông báo rộng rãi trên các phương tiện báo chí, truyền thông.

Chính phủ (2015) đã hướng dẫn thi hành Luật Doanh nghiệp (Quốc hội, 2014) và đưa ra một số chính sách khuyến khích phát triển khu vực này, gồm khuyến khích và tạo điều kiện thành lập doanh nghiệp xã hội, ưu đãi và hỗ trợ đầu tư cho doanh nghiệp xã hội và cho doanh nghiệp xã hội được nhận viện trợ phi chính phủ nước ngoài để thực hiện mục tiêu giải quyết các vấn đề xã hội và môi trường.

3.2. Chính sách hỗ trợ cho doanh nghiệp tham gia xã hội hóa các dịch vụ công

Bên cạnh Luật Doanh nghiệp (Quốc hội, 2014) và Nghị định 96/2015/NĐ-CP (Chính phủ, 2015), các doanh nghiệp có lĩnh vực hoạt động tương đồng với doanh nghiệp xã hội theo Nghị định 69/2008/NĐ-CP (Chính phủ, 2008) được hưởng ưu đãi khi tham gia xã hội hóa các dịch vụ công. Các loại ưu đãi bao gồm: (i) ưu đãi về cơ sở hạ tầng, đất đai như thuê dài hạn với giá ưu đãi, cho thuê, miễn tiền thuê đất; (ii) ưu đãi thuế như thuế thu nhập doanh nghiệp 10% trong suốt thời gian hoạt động, miễn thuế thu nhập doanh nghiệp trong 4 năm kể từ khi có thu nhập chịu thuế, miễn thuế VAT; và (iii) được tham gia cung cấp các dịch vụ công do Nhà nước tài trợ, đặt hàng; tham gia đấu thầu thực hiện dự án sử dụng nguồn vốn trong và ngoài nước.

3.3. Chính sách hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ, doanh nghiệp khởi nghiệp

Theo Nghị định 39/2018/NĐ-CP (Chính phủ, 2018) về hướng dẫn thi hành Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa (Quốc hội, 2017), các doanh nghiệp nhỏ và vừa được hưởng nhiều chính sách hỗ trợ từ Nhà nước như hỗ trợ thông tin, tư vấn, phát triển nguồn nhân lực, chuyển đổi từ hộ kinh doanh, khởi nghiệp sáng tạo, tham gia cụm liên kết ngành và chuỗi giá trị.

Năm 2016, Quỹ Phát triển Doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEDF) ra đời với tổng vốn ban đầu là 2.000 tỷ VND (tương đương 85 triệu USD), tập trung vào các doanh nghiệp nhỏ và vừa thuộc lĩnh vực sản xuất và chế tạo, các doanh nghiệp đổi mới khoa học công nghệ và trang thiết bị tiên tiến. Các doanh nghiệp được vay với mức lãi suất ưu đãi là 5,5% đối với khoản vay ngắn hạn và 7%/năm với khoản vay trung và dài hạn.

3.4. Chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp tham gia đầu tư vào các khu vực, lĩnh vực và phục vụ đối tượng khó khăn

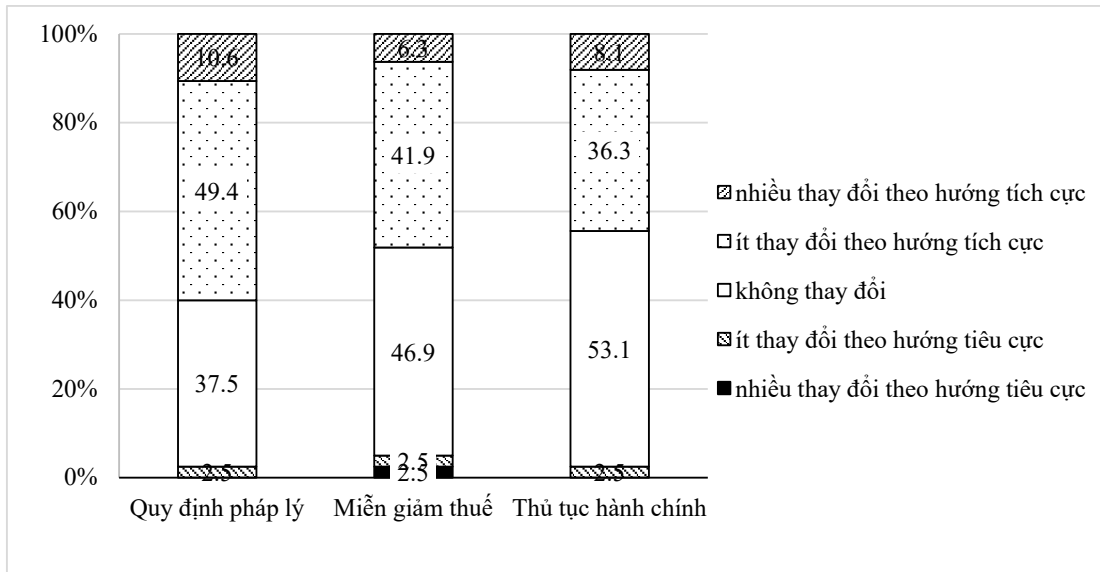
Khi đầu tư vào khu vực để phục vụ đối tượng khó khăn, doanh nghiệp được hưởng những ưu đãi về thuế thu nhập doanh nghiệp. Doanh nghiệp thực hiện dự án đầu tư mới thuộc các lĩnh vực năng lượng sạch, bảo vệ môi trường, xử lý rác thải được áp dụng thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp 10% trong thời hạn 15 năm, miễn thuế 4 năm và giảm 50% số thuế phải nộp trong 9 năm tiếp theo. Doanh nghiệp thực hiện dự án đầu tư mới trong lĩnh vực xã hội hóa tại địa bàn không thuộc danh mục địa bàn có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn hoặc đặc biệt khó khăn được miễn thuế 4 năm, giảm 50% số thuế phải nộp trong 5 năm tiếp theo. Các cơ sở sản xuất, kinh doanh sử dụng từ 30% tổng số lao động trở lên là người khuyết tật được hưởng một số chính sách ưu đãi như hỗ trợ cải tạo điều kiện, môi trường làm việc phù hợp cho người khuyết tật; miễn thuế thu nhập doanh nghiệp, giảm tiền thuê đất, mặt bằng, mặt nước phục vụ sản xuất, kinh doanh theo tỷ lệ lao động là người khuyết tật, mức độ khuyết tật của người lao động và quy mô doanh nghiệp.

4. Kết quả nghiên cứu chính

4.1. Tác động của khái niệm pháp lý và chính sách liên quan đến mức độ phát triển của hệ sinh thái hỗ trợ doanh nghiệp xã hội

Đánh giá thực tế của các doanh nghiệp xã hội về những thay đổi pháp lý được mô tả trong Hình 1. Yếu tố quy định pháp luật được đánh giá có nhiều thay đổi tích cực nhất với khoảng 60% số doanh nghiệp đánh giá các quy định pháp lý đối với doanh nghiệp xã hội đã thay đổi theo hướng tích cực tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động của doanh nghiệp xã hội. Gần 50% số doanh nghiệp cho rằng các thủ tục hành chính đối với doanh nghiệp xã hội đã trở nên thuận lợi hơn. Trên 40% số doanh nghiệp nhận thấy sự thay đổi tích cực về các quy định về miễn giảm thuế cho doanh nghiệp xã hội. Trong khi đó, tỷ lệ doanh nghiệp vẫn còn gặp khó

Hình 1. Tỷ lệ (%) đánh giá về chính sách đối với doanh nghiệp xã hội



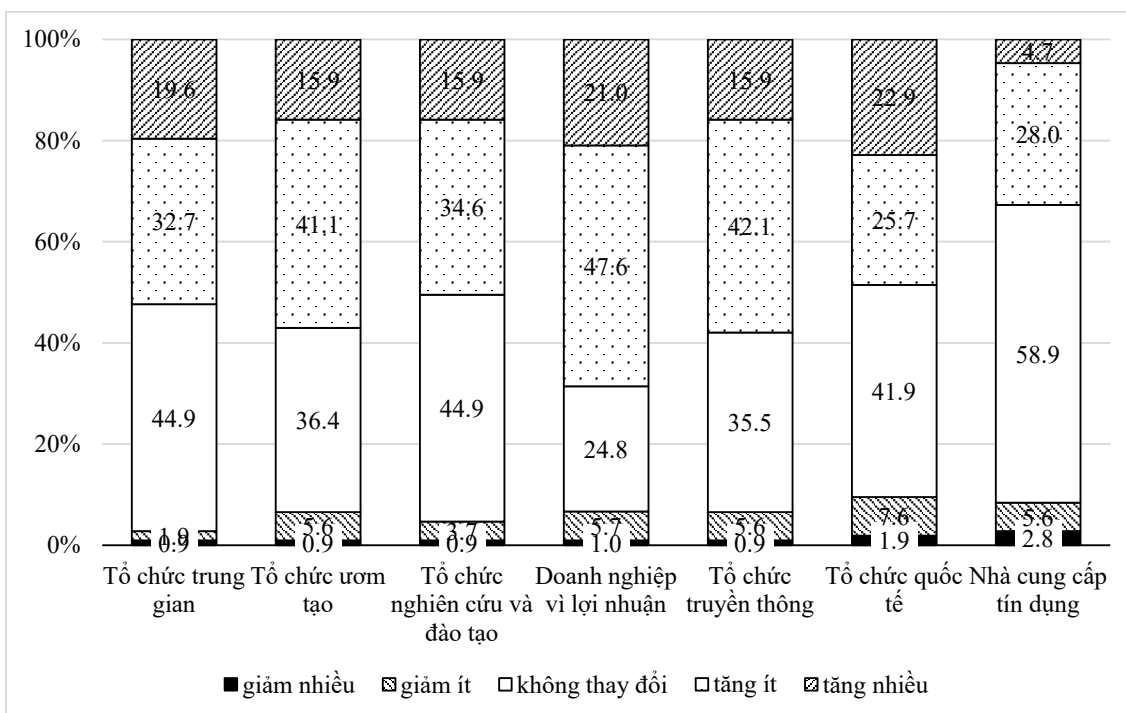
Nguồn: Dữ liệu khảo sát của nhóm nghiên cứu.

khăn do các quy định pháp lý, thủ tục hành chính và chính sách miễn giảm thuế là rất thấp.

Về các quan hệ của doanh nghiệp xã hội đối với các cấu phần của hệ sinh thái (Hình 2), quan hệ với nhóm doanh nghiệp thương mại ghi nhận nhiều thay đổi tích cực hơn cả (68% ghi nhận có tăng), tiếp đó các tổ chức ươm tạo và các tổ chức truyền thông (khoảng 57%); ít nhất là các tổ chức cung cấp tín dụng (33% số doanh nghiệp ghi nhận có tăng). Các kết quả này thể hiện tác động tích cực của các chương trình thúc đẩy hệ sinh thái doanh nghiệp xã hội.

Trong khi đó, quan hệ với các tổ chức cung cấp tín dụng được đánh giá không có nhiều cải thiện. Hiện nay, doanh nghiệp xã hội không có cơ chế ưu đãi thuế, tài chính riêng biệt, nên chắc chắn không có sự đối xử

Hình 2. Tỷ lệ (%) đánh giá mối quan hệ của doanh nghiệp xã hội với hệ sinh thái



Nguồn: Dữ liệu khảo sát của nhóm nghiên cứu.

Bảng 1. Tương quan giữa yếu tố bên ngoài và kết quả hoạt động của doanh nghiệp xã hội

	Thay đổi tích cực về pháp lý	Thay đổi tích cực về thị trường	Thay đổi tích cực về mối quan hệ trong hệ sinh thái
Gia tăng kết quả thực hiện sứ mệnh xã hội	+	+	+
Gia tăng kết quả về mặt tài chính	+	+	+

Nguồn: Dữ liệu khảo sát của nhóm nghiên cứu.

ưu tiên so với doanh nghiệp thương mại thông thường. Bên cạnh đó, nhiều quỹ đầu tư không vào Việt Nam do các doanh nghiệp trong nước quá nhỏ và các tổ chức về tài chính vì mô còn hạn chế.

Kết quả tổng hợp trong Bảng 1 cho thấy khi có thay đổi tích cực về khung pháp lý, chính sách, thị trường, mối quan hệ của doanh nghiệp xã hội với các cấu phần của hệ sinh thái, các doanh nghiệp xã hội đạt được kết quả hoạt động tốt hơn (thực hiện sứ mệnh xã hội, kết quả tài chính xét theo doanh thu, lợi nhuận và lợi nhuận giữ lại). Điều này khẳng định tầm quan trọng của chính sách nói riêng và hệ sinh thái nói chung trong thúc đẩy sự phát triển của các doanh nghiệp xã hội.

4.2. Tác động đến sự phát triển về quy mô của khu vực doanh nghiệp xã hội

Trước khi có Luật Doanh nghiệp 2014 (Quốc hội, 2014), ước tính có 180 doanh nghiệp xã hội theo nghĩa rộng (Nguyễn Đình Cung & cộng sự, 2012). Năm 2016, có khoảng 500 doanh nghiệp xã hội theo nghĩa rộng (Nguyễn Đình Cung & cộng sự, 2016). Đến năm 2018, số doanh nghiệp xã hội theo nghĩa rộng nghĩa là khoảng 22 nghìn (Trương Thị Nam Thắng & cộng sự, 2018), chiếm 4% tổng số doanh nghiệp. Số doanh nghiệp xã hội đăng ký theo Luật năm 2018 là 50 doanh nghiệp (Trương Thị Nam Thắng & cộng sự, 2018). Theo danh sách tổng hợp doanh nghiệp xã hội (từ Tổng cục Thống kê, Cổng thông tin quốc gia về đăng ký kinh doanh, bản đồ số www.imapvietnam.org) và rà soát của nhóm nghiên cứu, năm 2020, có khoảng 300 doanh nghiệp đã đăng ký là doanh nghiệp xã hội theo Luật Doanh nghiệp 2018.

Các ngành nghề tập trung nhiều doanh nghiệp xã hội nhất là giáo dục, đào tạo (34%), nông nghiệp (23%), thủ công mỹ nghệ (20%), tư vấn-hỗ trợ kinh doanh và du lịch (18%). Đây là cơ cấu khá tiêu biểu của khu vực doanh nghiệp xã hội, luôn là nhóm 5 ngành nghề kinh doanh của khu vực doanh nghiệp xã hội Việt Nam (Trương Thị Nam Thắng & cộng sự, 2018).

Về quy mô lao động, trung bình trong năm 2020 một doanh nghiệp xã hội sử dụng 35 lao động trong khi năm 2012 là 51 lao động và năm 2017 là 63 lao động. Doanh thu trung bình năm 2018 của một doanh nghiệp xã hội là 1,7 tỷ VND và năm 2019 là 2,6 tỷ VND (so với năm 2012 là 15 tỷ VND, năm 2017 là 3 tỷ VND). Tỷ suất lợi nhuận trung bình năm 2018 là 18%, năm 2019 là 15% trong khi năm 2012 là 3% và năm 2017 có 12% số doanh nghiệp xã hội ghi nhận lỗ và 70% có lãi. Điều này cho thấy mặc dù có nhiều doanh nghiệp xã hội với quy mô nhỏ hơn nhưng kết quả và hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp xã hội tăng lên.

Doanh thu của doanh nghiệp xã hội chủ yếu là từ hoạt động kinh doanh với 71% đến từ người tiêu dùng, 16% từ các doanh nghiệp khác và 10% doanh thu đến từ khu vực công. 50% số doanh nghiệp ưu tiên tái đầu tư cho mục tiêu xã hội. 55% số doanh nghiệp trả lời dùng trên 70% lợi nhuận đầu tư phát triển các hoạt động phục vụ sứ mệnh xã hội của chính tổ chức mình; chỉ có 7% sử dụng trên 70% lợi nhuận để tài trợ cho hoạt động xã hội của các tổ chức khác.

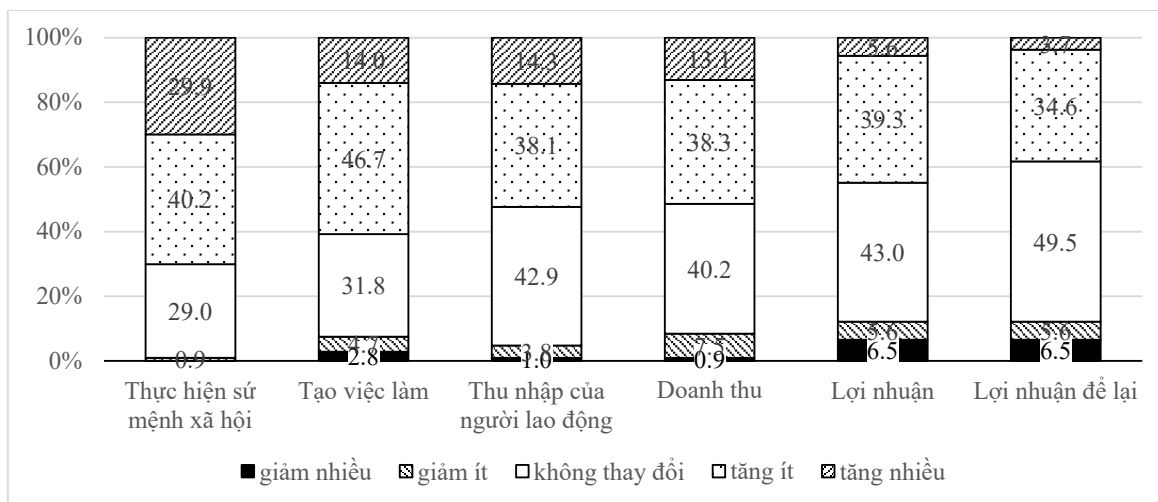
5. Kết quả hoạt động của khu vực doanh nghiệp xã hội

5.1. Đóng góp về kinh tế của doanh nghiệp xã hội

Kết quả nghiên cứu cho thấy năm 2019, 51% số doanh nghiệp xã hội ghi nhận tăng về doanh thu. 70% số doanh nghiệp xã hội gia tăng thực hiện mục tiêu xã hội (trong đó 30% tăng nhiều), 60% ghi nhận tăng về quy mô lao động và 52% số doanh nghiệp có tăng về thu nhập cho người lao động. Ngay cả trong thời kỳ khó khăn nhất do dịch Covid-19 (tháng 3-4/2020), các doanh nghiệp xã hội vẫn nỗ lực để hỗ trợ các nhóm người hưởng lợi (Trương Thị Nam Thắng & cộng sự, 2020).

5.2. Tác động xã hội của doanh nghiệp xã hội

Hình 3. Tỷ lệ (%) đánh giá về kết quả hoạt động của các doanh nghiệp xã hội



Nguồn: Dữ liệu khảo sát của nhóm nghiên cứu.

Sứ mệnh xã hội được nhiều doanh nghiệp xã hội theo đuổi nhất là tạo việc làm cho nhóm yếu thế (57%), chăm sóc y tế-nâng cao chất lượng cuộc sống (51%), bảo vệ môi trường (37%), thúc đẩy giáo dục, đào tạo, học vấn (37%) và giải quyết vấn đề hoà nhập xã hội cho nhóm yếu thế, nhóm bị lệ hoá (35%). Các nhóm khác (có khó khăn về tài chính, khả năng tiếp cận dịch vụ y tế, môi trường làm việc, việc làm...) chiếm 39%; người có thu nhập thấp (30%), nhóm dễ tổn thương (người già, trẻ em, phụ nữ, 26%); đồng bào dân tộc thiểu số (12%), người khuyết tật (11%). Nhóm đối tượng hưởng lợi lớn nhất là nhân viên của doanh nghiệp xã hội (41,6%), khách hàng (20%) và dân cư địa phương (13%).

Bảng 2. Điểm đánh giá mức độ thay đổi từ trước và sau khi là người hưởng lợi của doanh nghiệp xã hội

Nội dung	Trung bình/5 điểm
Nhận được sự hỗ trợ khi cần giúp đỡ	1,18
Có môi trường làm việc tốt hơn	1,10
Được tham gia vào mạng lưới hỗ trợ phát triển bản thân	1,09
Có hiểu biết về cộng đồng và văn hóa của cộng đồng	1,03
Có công ăn, việc làm ổn định	1,02
Có thu nhập tốt	1,00
Khả năng tiếp xúc, hòa nhập với nhiều người trong cộng đồng	0,99
Được tiếp cận với các cơ hội học tập với chi phí thấp	0,97
Có tiếng nói trong cộng đồng	0,97
Nhận thức về bảo vệ môi trường	0,92
Được tiếp cận với các hoạt động đào tạo nghề, chuyên môn	0,92
Được tiếp cận với dịch vụ y tế và chăm sóc sức khoẻ với mức chi trả phù hợp	0,91
Được tiếp cận các nguồn lực tài chính, khoản vay ưu đãi	0,88
Được tiếp cận dịch vụ y tế đa dạng	0,86
Được tiếp cận dịch vụ y tế và chăm sóc sức khoẻ với chất lượng cao	0,82
Nhận thức vai trò kinh tế của phụ nữ	0,80
Được tiếp cận với thực phẩm an toàn	0,73

Nguồn: Dữ liệu khảo sát của nhóm nghiên cứu.

Kết quả phân tích cho thấy trước khi trở thành người hưởng lợi của doanh nghiệp xã hội, người hưởng lợi gặp rất nhiều khó khăn khi tiếp cận các dịch vụ hay các hỗ trợ xã hội (với mức điểm trung bình nhỏ hơn 3); các phương án trả lời chủ yếu nghiêng về khả năng tiếp cận là không tốt và rất không tốt. Trong đó, người hưởng lợi gặp nhiều khó khăn khi tiếp cận các nguồn tài chính và khoản vay ưu đãi, có thu nhập thấp, cơ hội tiếp cận các dịch vụ y tế và chăm sóc sức khỏe không cao, môi trường làm việc chưa tốt, việc làm chưa ổn định.

Nhưng sau khi người hưởng lợi nhận được sự hỗ trợ của doanh nghiệp xã hội, khả năng tiếp cận với các dịch vụ, hỗ trợ của người hưởng lợi tăng lên với số người có khả năng tiếp cận không tốt và rất không tốt chiếm tỷ lệ rất nhỏ (dưới 5%). Thay vào đó, số người có khả năng tiếp cận tốt và rất tốt chiếm tỷ lệ trên 50%. Cụ thể, kết quả so sánh sự khác biệt trước và sau cho thấy khoảng cách chênh lệch về điểm số theo các nội dung phản ánh khả năng tiếp cận của người hưởng lợi với các dịch vụ và hỗ trợ xã hội đều là dương, phản ánh sự thay đổi tích cực về khả năng tiếp cận đối với các dịch vụ và hỗ trợ xã hội. Trong đó, người hưởng lợi cảm thấy có sự thay đổi tích cực rõ ràng (điểm số chênh lệch trung bình lớn hơn 1) ở các tiêu chí: nhận được hỗ trợ khi cần; có môi trường làm việc tốt hơn; được tham gia vào mạng lưới hỗ trợ phát triển bản thân; có hiểu biết về cộng đồng và văn hóa cộng đồng; có công ăn việc làm ổn định; có thu nhập tốt hơn.

Đa số người hưởng lợi cho rằng các doanh nghiệp xã hội có tác động tích cực cho cộng đồng (điểm trung bình của các tiêu chí dao động từ 3,6 đến 4,2). Trong đó, các doanh nghiệp xã hội được đánh giá cao về tạo ra tác động tích cực đối với cộng đồng, tạo điều kiện cho các nhóm yếu thế hòa nhập tốt hơn với cộng đồng, nâng cao ý thức người dân địa phương về bảo vệ môi trường, phát triển sản phẩm thân thiện với môi trường, giúp các nhóm yếu thế có tiếng nói hơn trong cộng đồng và giúp người dân địa phương hiểu rõ hơn về văn hóa của cộng đồng.

5.3. Một số thành công và chưa thành công của các chính sách đối với doanh nghiệp xã hội

Kết quả phỏng vấn và tọa đàm với đại diện các Sở Kế hoạch và Đầu tư, Sở Lao động-Thương binh Xã hội, doanh nghiệp xã hội và người hưởng lợi tại 6 địa phương nghiên cứu thực địa cho thấy các tác động tích cực chưa nhiều như mong đợi trong khi vẫn còn các rào cản đối với doanh nghiệp xã hội.

5.3.1. Các tác động tích cực

Việc ra đời khái niệm pháp lý về doanh nghiệp xã hội là một sự ghi nhận chính thức và cao nhất của Chính phủ về sự tồn tại của loại hình doanh nghiệp này, tạo ra vị thế pháp lý cho nhóm doanh nghiệp này, có một danh xưng trong khu vực doanh nghiệp. Hệ quả là có sự quan tâm nhất định của các bên khác nhau trong xã hội, người tiêu dùng, khu vực doanh nghiệp nói chung, các ban ngành, các địa phương và cả một số chính sách. Các doanh nhân xã hội, những người làm việc trong khu vực này, bao gồm cả những tổ chức hỗ trợ, có được tiếng nói với chính sách; có được sự ghi nhận bởi các giải thưởng; được truyền thông trên các phương tiện truyền thông đại chúng như báo chí, truyền hình, được vinh danh như những cá nhân điển hình.

Nhiều doanh nghiệp xã hội nhận được sự hỗ trợ tích cực hơn từ chính quyền địa phương. Doanh nghiệp xã hội ở Nghệ An và thành phố Hồ Chí Minh dễ dàng tiếp cận hoặc yêu cầu hỗ trợ từ các cơ quan quản lý nhà nước hoặc các tổ chức khác. Ủy ban Nhân dân thành phố Hồ Chí Minh đưa chương trình hỗ trợ vào kế hoạch phát triển kinh tế-xã hội 5 năm giai đoạn 2021-2025. Tỉnh Trà Vinh chọn ngày hội khởi nghiệp năm 2020 là ngày hội khởi nghiệp tạo tác động. Ngày hội khởi nghiệp quốc gia Techfest kể từ năm 2018 có thêm làng công nghệ tạo tác động và đây là sự ghi nhận doanh nghiệp xã hội ở cấp độ quốc gia.

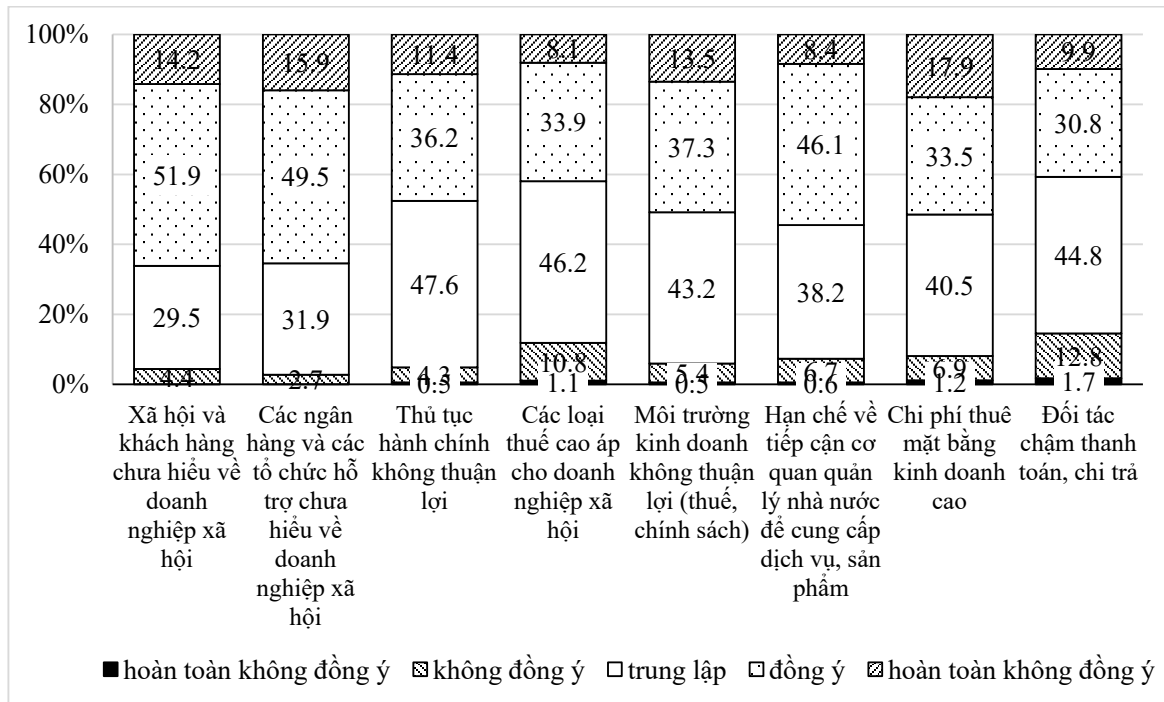
5.3.2. Các tác động không như kỳ vọng

Do định nghĩa pháp lý quá rộng và không có chính sách hỗ trợ riêng biệt nên số doanh nghiệp xã hội đăng ký còn hạn chế. Có hiện tượng doanh nghiệp không theo đuổi sứ mệnh xã hội nhưng vẫn có thể đăng ký là doanh nghiệp xã hội. Bên cạnh đó khái niệm pháp lý cũng như chính sách không đáp ứng được kỳ vọng hoặc quá xa so với kỳ vọng của những người tham gia từ ban đầu trong việc xây dựng và đóng góp cho Luật Doanh nghiệp (Quốc hội, 2014). Bên cạnh đó là hiện tượng doanh nghiệp không tiếp tục đăng ký là doanh nghiệp sau khi hết thời hạn cam kết xã hội và môi trường do họ không thấy có lợi ích hơn khi đăng ký là doanh nghiệp xã hội.

5.3.3. Các rào cản đối với doanh nghiệp xã hội

Các rào cản được tổng hợp trong Hình 4. Có tới hơn 70% số doanh nghiệp xã hội đang phải đối mặt với

Hình 4. Tỷ lệ (%) đánh giá về các rào cản đối với hoạt động của doanh nghiệp xã hội



Nguồn: Dữ liệu khảo sát của nhóm nghiên cứu.

hai rào cản lớn nhất là nhận thức của khách hàng và của các tổ chức tín dụng, tổ chức tài trợ. Bên cạnh đó, có tới hơn 50% số doanh nghiệp gặp khó khăn trong quá trình tiếp cận các cơ quan quản lý nhà nước để cung cấp sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp xã hội. Khoảng một nửa số doanh nghiệp phải thuê mặt bằng cho hoạt động ở mức chi phí cao và những khó khăn về chính sách đối với hoạt động của doanh nghiệp xã hội. 40% số doanh nghiệp xã hội gặp khó khăn về mức thuế, phí cao và thu tiền từ khách hàng mua và sử dụng sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp xã hội.

5.3.4. Một số điểm thiếu nhất quán trong khái niệm pháp lý và thực thi chính sách đối với doanh nghiệp xã hội

Tính thiếu nhất quán của các khái niệm pháp lý: Theo Điều 74 Bộ luật Dân sự (Quốc hội, 2015), doanh nghiệp xã hội là pháp nhân phi thương mại và không có mục tiêu chính là tìm kiếm lợi nhuận; nếu có lợi nhuận thì cũng không được phân chia cho các thành viên. Nhưng theo Luật Doanh nghiệp (Quốc hội, 2014), doanh nghiệp xã hội là pháp nhân thương mại và các doanh nghiệp xã hội bao gồm: (i) có một số doanh nghiệp có mục tiêu chính là tìm kiếm lợi nhuận; (ii) có một số doanh nghiệp không có mục tiêu chính là tìm kiếm lợi nhuận; (iii) việc yêu cầu tái đầu tư ít nhất 51% lợi nhuận quay trở lại phục vụ mục tiêu xã hội - môi trường đã đăng ký. Điều này thể hiện cách tiếp cận lai ghép: doanh nghiệp xã hội được phép phân chia lợi nhuận, nhưng dưới 50%.

Thiếu nhất quán trong thực hành đăng ký, quản lý và lưu trữ thông tin về doanh nghiệp xã hội của các cơ quan quản lý Nhà nước: Theo quy trình đăng ký doanh nghiệp xã hội, doanh nghiệp phải nộp bản cam kết xã hội và môi trường cho cơ quan đăng ký kinh doanh và công bố bản cam kết này. Các doanh nghiệp xã hội ở các thành phố lớn như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh có bố cáo trên trang web đăng ký kinh doanh của Sở Kế hoạch và Đầu tư. Tuy nhiên, chỉ một số doanh nghiệp có nội dung doanh nghiệp xã hội được ghi rõ trong Giấy phép kinh doanh sửa đổi. Công thông tin đăng ký kinh doanh quốc gia chỉ có một số ít doanh nghiệp doanh nghiệp xã hội công bố bản cam kết xã hội và môi trường. Còn các doanh nghiệp xã hội đăng ký ở khu vực vùng sâu, vùng xa chỉ dừng lại ở việc nộp bản cam kết xã hội và môi trường và không nhận được hướng dẫn thêm. Bản thân họ cũng không chắc mình được ghi nhận như thế nào ở cơ quan đăng ký kinh doanh do không có cơ chế giám sát, báo cáo nào đối với doanh nghiệp xã hội.

Thiếu vắng hoạt động báo cáo, giám sát việc thực hiện cam kết xã hội và môi trường bởi cơ quan đăng

ký kinh doanh: Các doanh nghiệp xã hội tham gia nghiên cứu đều chia sẻ rằng thiếu vắng hoạt động quản lý nhà nước chuyên biệt cho doanh nghiệp xã hội, họ không được yêu cầu phải nộp báo cáo về thực hiện cam kết xã hội và môi trường từ các cơ quan quản lý. Báo cáo thường niên vẫn chủ yếu là báo cáo thuế. Nguyên nhân sâu xa là do các cơ quan quản lý nhà nước chưa ghi nhận vai trò của doanh nghiệp xã hội trong giải quyết vấn đề xã hội hoặc phát triển xã hội. Hệ quả dẫn đến là cho đến nay không một ai có thể đưa ra con số chính xác về số lượng doanh nghiệp xã hội đã đăng ký.

6. Một số kiến nghị, khuyến nghị

Từ khái niệm doanh nghiệp xã hội được phổ biến ở Việt Nam, các doanh nghiệp xã hội được ghi nhận là có tác động tích cực đến nhận thức của người dân, chất lượng cuộc sống của cộng đồng địa phương nói riêng và phát triển xã hội nói chung. Điều này không chỉ được khẳng định bằng dữ liệu định lượng, mà còn được thể hiện qua sự hài lòng và chất lượng cuộc sống tăng lên có thể quan sát được. Bên cạnh khía cạnh kinh tế, kinh doanh, lợi nhuận, khía cạnh xã hội được đề cập nhiều hơn trước và gần đây là khía cạnh môi trường. Các doanh nghiệp xã hội đã có được một chỗ đứng nhất định với lượng người tiêu dùng nhất định ủng hộ cho sản phẩm của họ với sự tin tưởng vào tính đạo đức trong kinh doanh của các doanh nhân xã hội. Nghiên cứu này đưa ra các kiến nghị với mục đích:

- Giúp các doanh nghiệp xã hội được ghi nhận và được nhận những hỗ trợ tương xứng với những đóng góp của họ cho cộng đồng, thông qua việc giảm thiểu những rào cản hành chính và giảm thiểu cơ hội lợi dụng danh xưng doanh nghiệp xã hội của các doanh nghiệp thương mại thuần túy.
- Giúp Chính phủ định nghĩa chính xác các loại hình doanh nghiệp, hoàn thiện môi trường hoạt động bình đẳng cho các loại hình tổ chức và hệ thống cơ quan thực thi chính sách hiệu quả hơn.

Trước hết, cần thiết thống nhất cách tiếp cận đối với doanh nghiệp xã hội. Nhóm nghiên cứu ủng hộ cách tiếp cận của Bộ Luật Dân sự: doanh nghiệp xã hội là *loại hình tổ chức* không vì mục tiêu lợi nhuận, lợi nhuận không chia lại cho các thành viên. Doanh nghiệp xã hội khi không còn theo đuổi mục tiêu không vì lợi nhuận nữa cần *được đóng cửa, chứ không chuyển đổi thành doanh nghiệp thương mại*.

Cần có định nghĩa chặt chẽ hơn về doanh nghiệp xã hội gắn với mô tả cụ thể cụ thể vấn đề xã hội cấp thiết như tạo việc làm cho các nhóm yếu thế, tạo việc làm cho thanh niên, hoặc gắn với đổi mới sáng tạo. Việc xác định vấn đề xã hội ưu tiên có thể dựa vào mục tiêu phát triển bền vững của Liên hiệp quốc mà Việt Nam cam kết. Bên cạnh đó, cần cần giám sát việc tuân thủ chế độ báo cáo về hưởng ưu đãi tài chính của các doanh nghiệp xã hội trong quá trình thực hiện sứ mệnh giải quyết vấn đề xã hội và môi trường.

Cụm từ “doanh nghiệp xã hội” cần phải có trong tên đăng ký kinh doanh của doanh nghiệp xã hội chứ không chỉ là một lựa chọn theo Nghị định 96/2015/NĐ-CP (Chính phủ, 2015). Các doanh nghiệp khác phải dùng các tên gọi khác như doanh nghiệp tạo tác động, hoặc hợp tác xã, đúng theo đăng ký kinh doanh.

Cần có *cơ quan quản lý nhà nước chuyên trách* theo mô hình ở một số nước khác như Tổ chức Thúc đẩy Doanh nghiệp xã hội KOSEA thuộc Bộ Lao động, Việc làm ở Hàn Quốc, Tổ chức Doanh nghiệp Xã hội – Social Enterprise UK ở Vương quốc Anh, hoặc Trung tâm Doanh nghiệp Xã hội ở Singapore. Cơ quan này sẽ là đầu mối một cửa về thông tin, quản lý và hỗ trợ doanh nghiệp xã hội. Hoặc có thể thành lập tổ chức trung gian tập hợp các doanh nghiệp xã hội như mạng lưới/hiệp hội doanh nghiệp xã hội (như Hiệp hội Doanh nghiệp Xã hội Thái Lan) có vai trò đại diện cho các doanh nghiệp xã hội.

Khu vực doanh nghiệp xã hội nên được nhìn nhận là cánh tay nối dài của Chính phủ trong phát triển kinh tế và thúc đẩy tiến bộ xã hội và cần có chính sách ưu đãi và cơ chế giám sát riêng cho doanh nghiệp xã hội. Các ưu đãi có thể về VAT, thuế thu nhập doanh nghiệp, đào tạo, bảo hiểm y tế, bảo hiểm xã hội đối với nhóm lao động yếu thế, kết nối thị trường, tiếp cận quỹ vốn vay lãi suất thấp và ưu tiên được lựa chọn trong cung cấp dịch vụ công. Việc tạo thị trường cho doanh nghiệp xã hội, đặc biệt là thị trường mua sắm công, là cách hỗ trợ hữu hiệu mà nhiều quốc gia trên thế giới đang áp dụng.

Lời thừa nhận/Cảm ơn: Bài viết là sản phẩm của Đề tài nghiên cứu cấp Nhà nước mã số KX.01.44/16-20 thuộc Chương trình KH&CN trọng điểm cấp quốc gia KX.01/16-20.

Tài liệu tham khảo

- Arena, M., Azzone, G. & Bengo, I. (2015), 'Performance Measurement for Social Enterprises', *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 26(2), 649–672.
- Chính phủ (2008), *Nghị định 69/2008/NĐ-CP về chính sách khuyến khích xã hội hóa đối với các hoạt động trong lĩnh vực giáo dục, dạy nghề, y tế, văn hóa, thể thao, môi trường*, ban hành ngày 30 tháng 5 năm 2008.
- Chính phủ (2015), *Nghị định 96/2015/NĐ-CP quy định chi tiết một số điều của Luật Doanh nghiệp*, ban hành ngày 19 tháng 10 năm 2015.
- Chính phủ (2018), *Nghị định 39/2018/NĐ-CP quy định chi tiết một số điều của Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa*, ban hành ngày 11 tháng 3 năm 2018.
- Di Domenico, M., Haugh, H. & Tracey, P. (2010), 'Social bricolage: Theorizing social value creation in social enterprises', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(4), 681–703.
- During, R., Persson, T., Biggeri, M., Testi, E. & Bellucci, M. (2018), 'Research background, theoretical frameworks and methodologies for social entrepreneurship', in *Social entrepreneurship and social innovation*, Biggeri, M., Testi, E., Bellucci, M., During, R. & Persson, T. (ed.), Routledge, Abingdon, Oxon, 13–23.
- During, R., Van Dam, R., Salverda, I. & Duineveld, M. (2016), 'Using evolutionary theory for pluralism in social policies', presentation at *Social Policy Association Conference*, Belfast, July 4th to 6th.
- Harding, R. (2004), 'Social enterprise: The new economic engine?', *Business Strategy Review*, 15(4), 39–43.
- Hội đồng Anh tại Việt Nam (2019), *Social enterprise in Vietnam*, Hà Nội.
- Kerlin, J. A. (2006), 'Social enterprise in the United States and Europe: Understanding and learning from the differences', *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 17 (3), 247–263.
- Miller, T. L., Grimes, M. G., McMullen, J. S. & Vogus, T. J. (2012), 'Venturing for others with heart and head: How compassion encourages social entrepreneurship', *Academy of Management Review*, 37 (4), 616–640.
- Nguyễn Đình Cung, Lưu Minh Đức, Phạm Kiều Oanh & Trần Thị Hồng Gấm (2012), *Doanh nghiệp xã hội tại Việt Nam: Khái niệm, bối cảnh và chính sách*, Hội đồng Anh Việt Nam, Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương & Trung tâm Hỗ trợ Sáng kiến Phục vụ Cộng đồng, Hà Nội.
- Nguyễn Đình Cung, Nguyễn Minh Thảo, Ngô Minh Tuấn, Trương Thị Nam Thắng, Trần Thị Hồng Gấm, Hoàng Tu Giang & Vũ Thị Hương Giang (2016), *Điển hình doanh nghiệp xã hội tại Việt Nam*, Hội đồng Anh Việt Nam, Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương & Trường Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
- Quốc hội (2014), *Luật Doanh nghiệp, số 68/2014/QH13*, ban hành ngày 26 tháng 11 năm 2014.
- Quốc hội (2015), *Bộ luật Dân sự, số 91/2015/QH13*, ban hành ngày 24 tháng 11 năm 2015.
- Quốc hội (2017), *Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, số 04/2017/QH14*, ban hành ngày 12 tháng 6 năm 2017.
- Trương Thị Nam Thắng (2020), 'Social enterprise sector in Vietnam', *International research conference on innovation and entrepreneurship for sustainable development goals: A journey of 5 years and the path ahead proceeding*, National Economics University, Hanoi, 39–44.
- Trương Thị Nam Thắng, Hazenberg, R., O'Connell, S., Trần Hoài Nam, Đinh Tuấn Anh, Bùi Thị Lê & Nguyễn Phương Mai (2018), *Fostering the growth of the social impact business in viet nam*, United Nations Development Program, Hanoi.
- Trương Thị Nam Thắng, Lưu Thu Giang & Đinh Anh Tuấn (2020), *Ảnh hưởng của COVID-19 đến khu vực doanh nghiệp xã hội và nhu cầu hỗ trợ*, Trung tâm Khởi nghiệp và Sáng tạo Xã hội, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
- Vickers, I. & Lyon, F. (2012), 'Beyond green niches? Growth strategies of environmentally-motivated social enterprises', *International Small Business Journal*, 32(4), 449–470.
- Vũ Cao Đàm (2011), *Khoa học chính sách*, Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
- Young, D.R. & Lecy, J.D. (2014), 'Defining the universe of social enterprise: Competing metaphors', *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 25(5), 1307–1332.
- Zahra, S.A., Gedajlovic, E., Neubaum, D.O. & Shulman, J.M. (2009), 'A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges', *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519–532.