

PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP XÃ HỘI - VAI TRÒ CỦA NHÀ NƯỚC VÀ NGƯỜI DÂN

Ths. Lê Thu Hạnh, Ths. Phạm Thuỳ Giang

Học viện Ngân hàng

Email: thogiang@yahoo.com

Với sự phát triển của kinh tế thị trường và toàn cầu hóa, nền kinh tế thế giới trong những thập niên gần đây đã phát triển và đem lại thịnh vượng cho mỗi quốc gia. Nhưng không phải tất cả mọi người đều được hưởng lợi từ sự phát triển kinh tế đó, sự phân hóa giàu nghèo ngày càng gia tăng, bệnh tật, sự ô nhiễm, nạn tham nhũng là những mặt trái của sự phát triển này. Chính phủ bằng các công cụ chính sách và các tổ chức từ thiện vẫn ra sức cải thiện tình hình, song dường như điều đó vẫn chưa đủ. Trong bối cảnh đó, sự ra đời của Doanh nghiệp xã hội (DNXH) được coi là một giải pháp giải quyết một phần những mặt trái của kinh tế thị trường. DNXH đã phát triển mạnh mẽ trong 20 năm qua tại các nước phát triển và được khẳng định là một trào lưu mới đầy triển vọng để giải quyết các vấn đề kinh tế- xã hội. Tại Việt Nam, DNXH còn đang trong giai đoạn mới phát triển nhưng đã chứng tỏ tiềm năng trong tương lai. Để thúc đẩy sự phát triển của DNXH, Nhà nước và người dân đều cần có những vai trò nhất định.

Từ khóa: Doanh nghiệp xã hội, Nhà nước, người dân

1. Doanh nghiệp xã hội đối với nền kinh tế

Khái niệm về DNXH đã được bàn luận khá nhiều tại các diễn đàn kinh tế cũng như trong các tài liệu học thuật. Theo Muhammad (2007), DNXH là loại hình doanh nghiệp mới, theo đuổi các mục tiêu không phải là tạo lợi nhuận cho chủ sở hữu, mà là giải quyết các vấn đề xã hội và vấn đề môi trường. Không đồng quan điểm với Muhammad, Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) cho rằng DNXH 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. Ở đây, DNXH được lồng thêm mục tiêu kinh tế bên cạnh mục tiêu xã hội. DNXH 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, DNXH còn cung cấp các dịch vụ cộng đồng trên các lĩnh vực giáo dục, văn hóa, môi trường. Dung hòa giữa hai quan điểm trên, Cơ quan chính phủ về DNXH và Cải cách quy định của Vương quốc Anh đã đưa ra khái niệm về DNXH theo đó: Một DNXH là một đơn vị kinh doanh với các mục tiêu vì xã hội và thặng dư chủ yếu được tái đầu tư vào doanh nghiệp hoặc cộng đồng, thay vì tìm cách để tối đa hóa lợi nhuận cho cổ đông và chủ doanh nghiệp.

Lúc này, DNXH vẫn có mục tiêu xã hội và mục tiêu kinh tế, nhưng mục tiêu kinh tế là để thực hiện tốt hơn mục tiêu xã hội. Tương tự như vậy, Trung tâm Hỗ trợ sáng kiến phục vụ cộng đồng (CSIP) của Việt Nam cho rằng thuật ngữ DNXH dùng để chỉ hoạt động của các doanh nhân xã hội dưới nhiều hình thức khác nhau tùy thuộc vào mục đích và điều kiện hoạt động cụ thể. DNXH lấy lợi ích xã hội làm mục tiêu chủ đạo, được dẫn dắt bởi tinh thần doanh nhân nhằm đạt được cả mục tiêu xã hội/môi trường và mục tiêu kinh tế.

Như vậy, đặc điểm chính của DNXH là:

Thứ nhất, DNXH là là tổ chức có mục đích vì xã hội cụ thể, nhưng vẫn có những đặc điểm như một doanh nghiệp truyền thống: tuyển dụng lao động; sản xuất và cung ứng sản phẩm, dịch vụ cho khách hàng với giá cả phù hợp với mục tiêu của mình và có doanh thu đến từ hoạt động kinh doanh.

Thứ hai, mục tiêu cơ bản của DNXH không phải là tạo càng nhiều lợi nhuận càng tốt, mà là tạo ra lợi ích xã hội cho những đối tượng mà doanh nghiệp hướng tới. Doanh nghiệp có thể tạo ra lợi nhuận kinh tế, nhưng những nhà đầu tư không rút những khoản lợi nhuận đó khỏi doanh nghiệp, trừ khoản

khấu trừ tương đương với khoản đầu tư gốc sau một thời gian nhất định. Lợi nhuận đó quay lại tái đầu tư vào doanh nghiệp và tiếp tục phục vụ cho đối tượng mục tiêu của doanh nghiệp bằng mức giá thấp hơn, dịch vụ chất lượng hơn và khả năng tiếp cận tốt hơn.

Một vài ví dụ về DNXH:

- Những doanh nghiệp sản xuất và bán những sản phẩm thiết yếu, sản phẩm dinh dưỡng với giá thấp đến những đối tượng nghèo và trẻ em suy dinh dưỡng. Những sản phẩm này có thể rẻ hơn vì chúng không phải cạnh tranh trên thị trường thông thường và vì vậy không cần thiết phải được đóng gói một cách cầu kỳ hoặc được quảng cáo rộng rãi. Bởi lẽ các công ty tạo ra nó không bị chi phối bởi việc phải tối đa hóa lợi ích về mặt kinh tế của mình;

- Những doanh nghiệp phát triển hệ thống nguồn năng lượng tái chế và bán ra với giá hợp lý đến nhóm cộng đồng ở nông thôn, những người không được tiếp cận nguồn điện lưới;

- Những doanh nghiệp tạo sản phẩm từ việc tái chế rác thải để tránh gây ô nhiễm môi trường đồng thời tạo ra lợi nhuận.

Một điểm đáng lưu ý là DNXH không phải là một tổ chức từ thiện. DNXH có khả năng bù đắp chi phí hoạt động của mình trong khi vẫn theo đuổi các mục tiêu xã hội bằng cách thu một khoản phí nhỏ cho các hàng hóa, dịch vụ mà doanh nghiệp sản xuất hay cung ứng. Còn các tổ chức từ thiện hoạt động dựa trên nguồn tài trợ, đóng góp, ủng hộ của các đơn vị khác hoặc chính phủ để thực hiện các hoạt động của

mình. Các tổ chức này không phải thu lại chi phí mình bỏ ra cho những hoạt động tạo lợi ích xã hội.

Rất nhiều doanh nghiệp tự xem mình là thực hiện mục tiêu xã hội, nhưng sự cam kết này dựa trên điều kiện rằng các mục tiêu xã hội đó phải là công cụ (hoặc một phần công cụ) để tối đa hóa giá trị về mặt tài chính (hay lợi nhuận lâu dài) của doanh nghiệp (và các chủ đầu tư). Thực ra, DNXH không đem lại bất kỳ lợi ích nào cho chủ đầu tư của nó ngoại trừ sự tin tưởng rằng hoạt động của DNXH sẽ giúp sớm hiện thực hóa các mục đích phúc thiện cho một (hoặc một số) nhóm cộng đồng mà DNXH đó hướng tới.

Nhiều doanh nhân trong khi tiến hành các hoạt động kinh doanh vì mục đích lợi nhuận vẫn tiến hành các hoạt động từ thiện thông qua công ty của họ và chấp nhận một khoản lỗ cho việc này (hoàn toàn không được bất kỳ lợi ích nào; Ví dụ: tặng quà cho trẻ em mồ côi mà không dựa vào đó để xây dựng hình ảnh cho doanh nghiệp của họ). Tuy nhiên, những doanh nghiệp như thế vẫn không được coi là DNXH trừ khi các mục tiêu xã hội được xem là mục đích hoạt động duy nhất của doanh nghiệp đó. Sự khác biệt này có thể diễn tả bằng hai cụm từ “Làm từ thiện bằng cách làm kinh doanh” (cho DNXH) và “Làm từ thiện trong khi làm kinh doanh” (cho doanh nghiệp có hoạt động từ thiện nhưng không là DNXH).

DNXH vẫn là một tổ chức phải tích lũy được lợi nhuận trong quá trình hoạt động, nhưng sự khác biệt là họ sử dụng lợi nhuận đó không phải cho nhu cầu

Bảng 1. Phân biệt doanh nghiệp xã hội, tổ chức từ thiện và doanh nghiệp truyền thống

	Tổ chức từ thiện	Doanh nghiệp xã hội	Doanh nghiệp truyền thống
Động cơ	Lợi ích xã hội thuần túy	Sứ mệnh xã hội là chủ đạo	Tối đa hóa lợi nhuận
Giải pháp/công cụ	Các chương trình từ thiện	Hoạt động kinh doanh	Chiến lược kinh doanh
Hiệu quả	Tạo giá trị xã hội thuần túy	Tạo ra cả giá trị xã hội và kinh tế	Tạo giá trị kinh tế
Nguồn vốn	Tài trợ	Trộn lẫn giữa tài trợ và doanh thu	Doanh thu
Sử dụng lợi nhuận	Phục vụ trực tiếp cho các hoạt động xã hội	Tái đầu tư trở lại tổ chức, mở rộng quy mô hoạt động, phân phối cho cộng đồng	Lợi nhuận và cổ tức chia cho chủ sở hữu và cổ đông

Nguồn: Báo cáo Doanh nghiệp xã hội tại Việt Nam- Khái niệm, bối cảnh và chính sách, 2012.

cá nhân của những người sở hữu doanh nghiệp, mà tiếp tục tái đầu tư để duy trì và nâng cao chất lượng phục vụ đối tượng xã hội, hoặc mở rộng phạm vi (về địa lý hoặc về lĩnh vực) hoạt động. DNXH được coi là một công ty hoạt động dựa trên những lợi ích về mặt xã hội (cause-driven) chứ không phải lợi ích về mặt kinh tế (profit-driven) với hy vọng là một tác nhân tạo nên sự thay đổi trên thế giới.

Tính “xã hội” của những doanh nghiệp này thể hiện thông qua việc lựa chọn những lĩnh vực hoạt động, địa bàn hoạt động khó khăn, khả năng tạo ra lợi nhuận thấp nhưng đem lại giá trị xã hội cao, việc tuyển dụng đối tượng người tàn tật, người có hoàn cảnh khó khăn, người thất nghiệp dài hạn,... hoặc thông qua việc sử dụng phần nguồn lợi nhuận thu được để phục vụ cho xã hội, cộng đồng.

Vai trò chủ đạo của chính phủ đối với việc giải quyết các vấn đề xã hội là không thể phủ nhận, song một chính phủ dù có hoàn thiện đến mấy cũng không thể đảm đương trách nhiệm đó một mình. Mặt khác, các tổ chức phi chính phủ và các tổ chức từ thiện dù hoạt động có hiệu quả, nhưng đều bị giới hạn trong nguồn tài trợ cung ứng và không thể tự bù đắp các chi phí phát sinh. Dù chỉ mới xuất hiện trong vài thập niên gần đây, DNXH đang ngày càng khẳng định vị trí quan trọng trên phạm vi toàn cầu và được xem là mô hình hiệu quả trong việc phát triển xã hội. Vai trò của DNXH trong việc giải quyết những thất bại của thị trường thể hiện trong các mục tiêu cơ bản sau: (1) hỗ trợ những người yếu thế, cung cấp dịch vụ cho nhóm hay cộng đồng bị lề hóa, như nhóm thanh niên vi phạm pháp luật, nhóm người sinh sống với HIV, người khuyết tật, thiếu năng trí tuệ, dân tộc thiểu số... và giúp họ tái hòa nhập xã hội; (2) đưa ra các giải pháp mới cho những vấn đề môi trường chưa được đầu tư rộng rãi như biến đổi khí hậu, năng lượng sạch, nước sạch... Đó cũng là sức mạnh lớn nhất của các DNXH.

2. Thực trạng phát triển DNXH ở Việt Nam

DNXH là một khái niệm còn khá mới mẻ ở Việt Nam. Tuy quy mô còn nhỏ và khá non trẻ, song DNXH ở Việt Nam vẫn được đánh giá cao trong cộng đồng quốc tế bởi tính sáng tạo và hứa hẹn nhiều tiềm năng. DNXH Việt Nam, cũng như hầu hết các DNXH trên thế giới, được hình thành thông qua ba phương thức:

Thứ nhất, thông qua việc chuyển đổi, đưa các yếu tố doanh nghiệp, định hướng thị trường vào các tổ chức xã hội phi lợi nhuận để huy động nguồn vốn, kinh nghiệm quản lý điều hành nhằm nâng cao tính bền vững và hiệu quả của các tổ chức này trong khi

vẫn đảm bảo sứ mệnh xã hội ban đầu. Các tổ chức trên có thể hình thành thêm các nhánh kinh doanh, dịch vụ hay sản xuất nhằm tạo thu nhập, lợi nhuận thu được dùng để phục vụ cho các hoạt động xã hội phi lợi nhuận (các hoạt động kinh doanh không nhất thiết gắn với sứ mệnh xã hội, tuy phải đảm bảo 3 giá trị cốt lõi: kinh tế, con người và môi trường); hoặc lồng ghép, chuyển đổi cơ cấu tổ chức, chiến lược hoạt động nhằm phát huy thế mạnh của tổ chức, tạo thu nhập từ chính lợi thế đó thông qua việc cung cấp dịch vụ phù hợp. Trung tâm hỗ trợ sáng kiến phục vụ cộng đồng (CSIP) là một ví dụ về DNXH được hình thành từ hình thức này.

Thứ hai, các DNXH mới hình thành do các doanh nhân xã hội khởi tạo và vận hành. Các doanh nghiệp được hình thành kiểu này có thể hoạt động dưới nhiều dạng khác nhau và ở mức độ quy mô khác nhau: tổ chức xã hội phi lợi nhuận, doanh nghiệp hay loại hình hỗn hợp, tuy nhiên đều mang những đặc điểm chung cơ bản: (1) Được thành lập và lãnh đạo bởi doanh nhân xã hội- những người dám chấp nhận rủi ro cao và có định hướng thị trường rõ ràng. (2) Mục tiêu chủ đạo của doanh nghiệp là mục tiêu xã hội, môi trường được thể hiện xuyên suốt trong quá trình hoạt động. (3) Tối ưu nhưng không tối đa hóa lợi nhuận, đa phần lợi nhuận thu được dùng để tái đầu tư và mở rộng tác động chứ không phải để chia cho nhà đầu tư. (4) Sức sáng tạo trong giải pháp, sản phẩm, quy trình, người tham gia... (5) Sở hữu tập thể và có tính dân chủ, có sự tham gia của những người cùng chia sẻ nhu cầu và mục đích. Công ty cổ phần Tò He là một DNXH được hình thành theo phương thức này.

Thứ ba, DNXH hình thành bằng cách đưa các giá trị và mục tiêu xã hội (Tài chính- Con người- Môi trường) trở thành giá trị cốt lõi của doanh nghiệp, không chỉ dừng ở trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Có thể kể tới một số hình thức phổ biến hiện nay: thương mại công bằng, các doanh nghiệp định hướng tới thị trường đáy, các doanh nghiệp định hướng giải quyết các vấn đề liên quan đến xã hội và môi trường. Ví dụ, công ty TNHH thủ công Mai (Mai Vietnamese Handicrafts- MVH).

Trên thực tế, DNXH Việt Nam đang hoạt động dưới nhiều hình thức tổ chức như doanh nghiệp, các hợp tác xã, tổ hợp tác, các hội và câu lạc bộ... Các DNXH tại Việt Nam chịu sự chi phối của hai khung pháp lý cơ bản: (1) khung pháp lý cho các tổ chức hoạt động dưới hình thức doanh nghiệp hoặc hợp tác xã, và (2) khung pháp lý cho các tổ chức xã hội, tự nguyện của nhân dân, tổ chức phi lợi nhuận.

Bảng 2: Thống kê doanh nghiệp xã hội Việt Nam theo hình thức tổ chức

Hình thức	Số lượng	%
Doanh nghiệp	50	29,9
Hợp tác xã	17	10,7
Trung tâm	55	32,9
Hội/Câu lạc bộ		25
Khác	20	12

15

Nguồn : Báo cáo kết quả khảo sát DNXH Việt Nam 2011

Thống kê cho thấy hình thức trung tâm được nhiều DNXH lựa chọn nhất, tiếp theo là loại hình doanh nghiệp với 50 đơn vị chiếm 29,9%. Nguyên nhân của việc nhiều DNXH chọn đăng ký dưới dạng trung tâm có thể là do hình thức này mang một số lợi thế trong hoạt động như chính sách thuế ưu đãi hơn, dễ tiếp cận với các nguồn tài trợ, thủ tục thành lập đơn giản... Ngoài ra, có thể còn do một bộ phận trong số này được chuyển đổi từ các dự án tài trợ phi chính phủ trước đây thành DNXH.

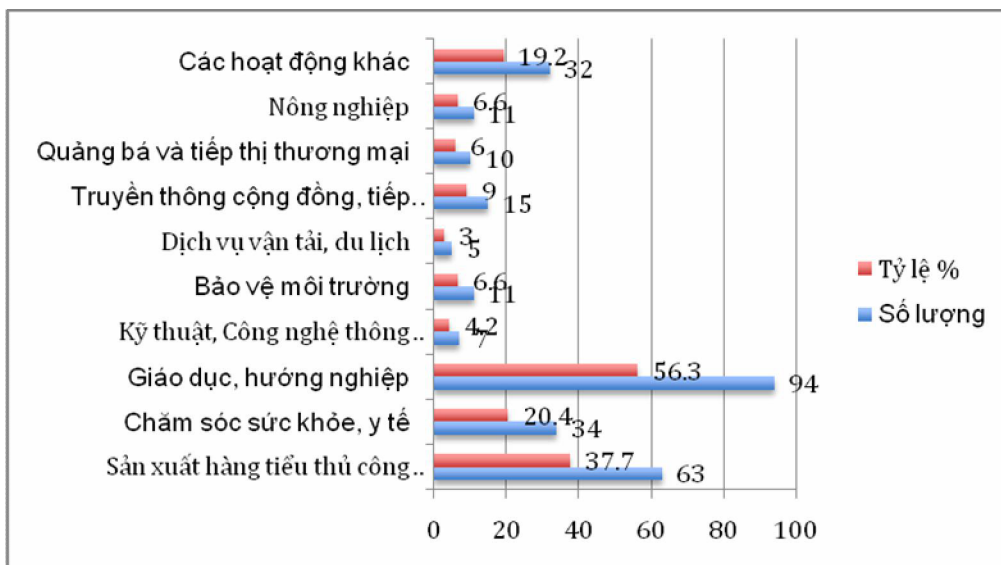
Khi phân theo lĩnh vực hoạt động, có tới 56,3% DNXH chọn lĩnh vực hoạt động là giáo dục, hướng nghiệp, tiếp đến 37,7% chọn sản xuất hàng tiêu thụ công nghiệp, chăm sóc sức khỏe y tế, kinh doanh được phẩm đứng thứ 3 với 20,4%, các lĩnh vực còn lại đều nhỏ hơn 10%. Điều này cho thấy, các DNXH trong tương lai vẫn còn rất nhiều lĩnh vực để đầu tư, phát triển, đồng thời phần nào cũng cho thấy sự mới hình thành, phát triển chưa rộng rãi, đồng đều trong các lĩnh vực của DNXH Việt Nam

Nhìn vào chỉ tiêu vốn, tài sản và lợi nhuận (Bảng 3) có thể thấy các DNXH đã có sự phát triển tương đối tốt, giá trị tài sản đã tăng gần 4 lần so với vốn điều lệ ban đầu, tỷ suất lợi nhuận trên vốn đăng ký là 33%, tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản là 8,4, tỷ suất lợi nhuận trên 1 lao động là 7.586 nghìn đồng. Các chỉ số này cho thấy khả năng phát triển tốt của các DNXH ở Việt Nam.

Về cơ cấu lao động sử dụng, có đến hơn 30% lao động của DNXH là người có hoàn cảnh đặc biệt: khuyết tật, lang thang, sau cai nghiện, nhiễm HIV...). Điều này cho thấy, các DNXH có thể đóng vai trò quan trọng trong việc giải quyết việc làm cho các đối tượng khó khăn, khắc phục một số điểm yếu xã hội của kinh tế thị trường.

2.1. Những cơ hội cho việc phát triển DNXH ở Việt Nam

Ở nước ta, cùng với phát triển kinh tế, các vấn đề về sự công bằng xã hội đang là vấn đề được đặc biệt

Hình 1: Thực trạng theo lĩnh vực hoạt động của các DNXH

Nguồn: Báo cáo điều tra DNXH Việt Nam 2011 (CSIP, British council, Spark)

Bảng 3: Vốn, tài sản, lao động sử dụng và lợi nhuận của các DNXH

Stt	Chỉ tiêu	Đơn	Giá trị	Giá trị/DNXH
1	Vốn đăng ký	Nghìn đồng	254.087.316	1.223.165
2	Tài sản	Nghìn đồng	816.221.747	4.887.555
3	Lao động	Người	8.580	54,1
4	Lợi nhuận	Nghìn đồng	68.544.082	410.443

Nguồn: Báo cáo điều tra DNXH Việt Nam 2011 (CSIP, British council, Spark)

quan tâm. Một mặt, tăng trưởng kinh tế mang lại nguồn lợi mới và cơ hội việc làm cho mọi người, nhưng mặt khác, còn tạo ra sự bất bình đẳng và đẩy các nhóm người và trẻ em yếu đến chỗ nguy hiểm. Khoảng cách giữa người giàu và người nghèo đang rộng hơn. Theo kết quả của cuộc khảo sát mức sống hộ dân cư 2010 của Tổng cục Thống kê (GSO), thu nhập bình quân đầu người của nhóm hộ nghèo nhất đạt 369.000 đồng/tháng tăng 34%; của nhóm hộ giàu nhất đạt 3,411 triệu đồng/tháng, tăng 38,7% so với năm 2008. Hệ số GINI năm 2010 ở mức 0,43 và có xu hướng tăng qua các năm (năm 2002 là 0,418, năm 2004 và 2006 là 0,42 đến năm 2008 là 0,43). Chỉ số phát triển con người HDI của Việt Nam còn thấp, ở mức 0,593 năm 2011, xếp thứ 128/187 quốc gia. Các nhóm người dễ bị tổn thương như người già cô đơn, người tàn tật, trẻ em lang thang, trẻ em làm việc trong các điều kiện nguy hiểm, phụ nữ đơn thân, phụ nữ là nạn nhân của bạo lực gia đình, người di cư, bao gồm cả trẻ em, đang ngày càng gia tăng. Các vấn đề xã hội như dân số và sức khỏe sinh sản, bình đẳng giới, bạo lực gia đình, môi trường, thiên tai, bảo vệ trẻ em, thất nghiệp, gây áp lực cho xã hội, đòi hỏi các giải pháp sáng tạo để phát triển xã hội.

Như vậy, mặc dù Việt Nam quán triệt chủ trương phát triển kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa, nhưng những khuyết tật của nền kinh tế thị trường vẫn nổi lên và có nguy cơ ngày càng nghiêm trọng. DNXH với xu hướng phát triển tích cực có thể sẽ là một lựa chọn phù hợp để hạn chế khuyết tật của nền kinh tế đối với các nhóm yếu thế.

Cũng như các nước đang phát triển, bên cạnh những thành tựu về tăng trưởng kinh tế, Việt Nam cũng đang phải đối mặt với hàng loạt vấn đề xã hội: ô nhiễm môi trường, sự gia tăng khoảng cách giàu, nghèo, tỷ lệ tội phạm, bệnh tật gia tăng, chăm sóc người cao tuổi. Theo ước tính, hiện nay Việt Nam có hơn 10 triệu người nghèo và 5 triệu người cận nghèo hoặc có nguy cơ tái nghèo, 6,7 triệu người khuyết tật, chiếm gần 7,8 % dân số cả nước, trong đó 69% người khuyết tật đang ở độ tuổi lao động, chỉ có 30% trong số này có việc làm; khoảng 280.000

người nhiễm HIV và hơn 40.000 người nhiễm mới mỗi năm; 4,28 triệu trẻ em có hoàn cảnh đặc biệt (trong đó 1,5 triệu trẻ em khuyết tật, 2,75 triệu trẻ em nghèo, 153.000 trẻ em mồ côi...). Để phát triển bền vững, Việt Nam cần phải giải cả hai bài toán tăng trưởng kinh tế và giải quyết các vấn đề xã hội. Đây cũng chính là cơ hội cho các DNXH phát triển, kinh doanh vì mục tiêu giải quyết các vấn đề xã hội.

Bên cạnh đó, cách tiếp cận DNXH là một trong những hướng đi mới mà nhiều tổ chức phi chính phủ đang cân nhắc lựa chọn khi quyết định tài trợ với nguồn vốn phát triển chính thức. Không chỉ vậy, ngày càng có nhiều quỹ khởi xướng bởi các cá nhân, các doanh nghiệp, các tổ chức chính phủ và các tổ chức phi chính phủ tiến hành hỗ trợ trực tiếp cho những người yếu thế và giải quyết các vấn đề xã hội.

Trong bối cảnh người tiêu dùng đang ngày càng đòi hỏi vấn đề đạo đức trong hoạt động kinh doanh, nên nguồn gốc sản xuất hàng hóa nhờ mục tiêu xã hội cũng là một trong những thuận lợi đối với sự phát triển của DNXH. Thêm vào đó, sản phẩm do DNXH cung cấp thường với giá rất rẻ hoặc miễn phí cho những đối tượng yếu thế trong xã hội chiếm ưu thế cạnh tranh tuyệt đối so với những sản phẩm khác bởi ba lý do: (1) đối tượng khách hàng nằm trong thị trường ngách cực kì nhỏ, nơi các nhà đầu tư thường không lưu tâm; (2) sản phẩm (dịch vụ) được tạo ra nhằm mục đích đáp ứng nhu cầu thiết yếu và hoàn toàn không bị chi phối bởi việc phải tối đa hóa lợi ích về mặt kinh tế; (3) Sản phẩm thường mang tính sáng tạo, khó có thể bắt chước được.

2.2. Những khó khăn và thách thức của DNXH ở Việt Nam

Thứ nhất, thách thức chủ yếu mà hầu hết các DNXH Việt Nam phải đối mặt khi khởi nghiệp là vấn đề khuôn khổ pháp lý. Tại một số quốc gia, chính phủ đã bắt nhịp kịp thời với tốc độ phát triển của các DNXH. Tại Anh, nhận thức rõ ràng về DNXH như cánh tay nối dài của chính phủ giúp giải quyết các vấn đề xã hội và môi trường - thường tốn nhiều tiền bạc và sức lực để thực hiện, nhưng DNXH lại tạo ra lợi nhuận từ việc này. Các DNXH Anh được ưu tiên ký kết các hợp đồng của nhà

nước, hỗ trợ tiếp cận thị trường. Ở Thái Lan, cho dù phong trào DNXH mới phát triển vài năm gần đây nhưng đã có văn phòng DNXH trực thuộc Thủ tướng, hơn thế nữa các chính sách cho DNXH cũng được đầu tư xây dựng trong kế hoạch 5 năm. Trong khi đó, Việt Nam vẫn chưa có một khuôn khổ pháp lý rõ ràng dành riêng cho các DNXH. Các DNXH vẫn chịu sự điều chỉnh bởi luật Doanh nghiệp 2005 và hoàn toàn không có các quy định thuận lợi riêng cho các DNXH hay doanh nghiệp phi lợi nhuận. Hiện DNXH chưa có hình thức pháp lý riêng và phải thành lập dưới các hình thức đã có từ trước là công ty cổ phần, công ty TNHH, doanh nghiệp tư nhân, hợp tác xã, tổ chức xã hội... Nếu đăng ký kinh doanh dưới loại hình doanh nghiệp thì tương đối đơn giản, nhưng kéo theo đó là vấn đề DNXH phải làm sao để thống nhất và đáp ứng quyền lợi cho các nhà đầu tư khác nhau tham gia DNXH với các mục tiêu đa dạng. Trong khi đó, một số doanh nghiệp có thể lựa chọn mô hình tổ chức hỗn hợp, nghĩa là kết hợp giữa mô hình tổ chức phi chính phủ và doanh nghiệp với mong muốn tối ưu hóa những thuận lợi và lợi ích của mỗi mô hình tổ chức. Tuy nhiên, việc không có quy định rõ ràng về quan hệ sở hữu và điều hành giữa hai mô hình không cho phép các DNXH có thể đăng ký thành một mô hình tổ chức hỗn hợp.

Thứ hai, sau khi được thành lập, các DNXH còn gặp khó khăn trong vận hành phát triển DNXH. Bản thân các DNXH rất lúng túng và gặp nhiều vướng mắc trong việc vận hành một mô hình kết hợp giữa các mục tiêu xã hội vào hoạt động kinh doanh trong môi trường pháp lý chưa hoàn thiện. Điều này thể hiện rõ nhất ở các vấn đề liên quan đến tài chính: quy định nhận viện trợ, tài trợ, các chính sách quy định về thuế và quản lý tài chính... Hiện nay, Nhà nước không có quy định nào hạn chế việc các doanh nghiệp nhận các khoản tài trợ, viện trợ không hoàn lại, nhưng những quy định của Nhà nước lại chỉ cho phép doanh nghiệp được miễn thuế thu nhập doanh nghiệp khi sử dụng khoản tài trợ để thực hiện các hoạt động từ thiện, nhân đạo trong các lĩnh vực giáo dục, y tế, nghiên cứu khoa học... được Nhà nước cho phép. Điều này hạn chế tính linh hoạt và chủ động của doanh nghiệp khi sử dụng khoản viện trợ này để hợp tác với các cơ sở ngoài công lập hoặc tự thực hiện các hoạt động phát triển cộng đồng.

Thứ ba, chưa có chính sách hỗ trợ của Nhà nước. Các DNXH mới thành lập với quy mô nhỏ rất khó khăn trong việc tiếp cận nguồn vốn tín dụng của ngân hàng và các tổ chức tín dụng.

Thứ tư, khi khái niệm DNXH vẫn còn rất mới mẻ ở Việt Nam, lợi ích DNXH đem lại khó có thể lượng hoá, hơn nữa lại rất khó khăn khi đưa ra một công cụ đo lường hiệu quả hoạt động và trình bày kế toán một cách minh bạch theo phương thức thông thường, do đó nhiều nhà đầu tư còn e ngại khi đầu tư vào DNXH. Đó chính là rào cản trong việc đảm bảo các nguồn vốn, bởi các nhà đầu tư luôn yêu cầu sự minh bạch, điều mà các doanh nghiệp có nhu cầu lại bỏ qua, trong khi đó, các nhà cung cấp nguồn quỹ tài trợ ngày càng yêu cầu khắt khe hơn khi xác định các tác động và sự phát triển xã hội bền vững. Vấn đề đè nặng trên vai các DNXH là làm sao thuyết phục được các nhà đầu tư tiềm năng rằng những ý tưởng và mô hình của họ, một mặt, có ý nghĩa rất quan trọng, mặt khác, hoàn toàn có khả năng thành công.

Thứ năm, thiếu hỗ trợ kỹ thuật và đào tạo đối với người lao động. Theo khảo sát của tác giả, hầu hết các DNXH được phỏng vấn đều cho rằng hỗ trợ đối với DNXH hoặc là chưa có, hoặc chưa phù hợp. Chỉ có một số DNXH nhận được sự hỗ trợ đào tạo từ Tổng cục Dạy nghề hoặc Hội người khuyết tật, tuy nhiên nhiều DNXH phản ánh đây mới chỉ là đào tạo trên lý thuyết mà chưa đi sâu vào thực tế nên chưa thực sự hiệu quả.

3. Nhà nước và người dân cần làm gì để phát triển DNXH ở Việt Nam?

3.1. Về phía Nhà nước

Để khuyến khích, thúc đẩy DNXH lớn mạnh cả về số lượng và quy mô, cần thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp.

Trước tiên, đẩy mạnh truyền thông dưới nhiều hình thức để truyền tải, phổ biến, giải thích khái niệm và các vấn đề liên quan đến DNXH. Giải pháp này sẽ giúp DNXH dễ dàng hơn trong việc tiếp cận vốn từ các tổ chức tín dụng, các quỹ hỗ trợ cũng như xây dựng hình ảnh trong mắt người tiêu dùng.

Thứ hai, để DNXH phát huy được tốt vai trò của mình, Nhà nước cần ban hành các văn bản pháp luật tạo lập khung khổ pháp lý, chính thức công nhận và đề ra các chính sách cụ thể khuyến khích, hỗ trợ các DNXH. Chẳng hạn, xây dựng chương mục riêng dành cho DNXH trong Luật Doanh nghiệp với cơ chế đặc thù để DNXH phát triển với điều kiện thuận lợi nhất. Trong giai đoạn phát triển mới, Nhà nước cần có các chính sách hỗ trợ từ việc khởi lập, huy động vốn, cho đến việc vận hành cho các DNXH như chính sách hỗ trợ vay vốn, chính sách ưu đãi thuế giá trị gia tăng (VAT), chính sách hỗ trợ đào tạo phát triển... Nhà nước cũng nên khuyến khích các

ngân hàng và các quỹ đầu tư tham gia vào DNXH, đơn giản hóa các quy định và dỡ bỏ các rào cản đối với việc tham gia của DNXH vào khu vực công.

Thứ ba, Nhà nước cần xác định việc phát triển DNXH là một mục tiêu phát triển kinh tế xã hội hàng năm và được đưa vào các chương trình nghị sự. Sự quan tâm này sẽ dẫn dắt các cơ quan có liên quan thực sự có những hành động hỗ trợ các DNXH phát triển. Nhà nước cũng có thể hỗ trợ thành lập Hiệp hội các DNXH Việt Nam để các DNXH có thể hỗ trợ lẫn nhau và gây ảnh hưởng chính sách đối với Chính phủ.

Thứ tư, Nhà nước có thể đứng ra thành lập Quỹ phát triển DNXH để hỗ trợ vốn cho các DNXH khi cần. Nguồn của Quỹ có thể bao gồm nguồn đầu tư từ Ngân sách Nhà nước, nguồn tài trợ của các tổ chức quốc tế, của các tổ chức và cá nhân trong nước, nguồn tự phát triển thông qua các kênh đầu tư an toàn như gửi tiết kiệm ngân hàng.

Bên cạnh việc thiết lập môi trường và tạo điều kiện phát triển DNXH, Nhà nước cũng cần chú ý tới công tác kiểm tra, giám sát hoạt động của các DNXH. Tránh tình trạng lợi dụng mác DNXH để trục lợi chính sách và sự ủng hộ của người dân.

3.2. Về phía người dân

Người dân có thể đóng vai trò của chủ đầu tư, vai trò của người lao động và vai trò của khách hàng sử dụng dịch vụ và sản phẩm của các DNXH.

Với vai trò của chủ đầu tư, nếu có tiềm lực tài chính đủ mạnh và tâm huyết với việc giải quyết các vấn đề xã hội, người dân có thể chủ động thành lập DNXH để cống hiến cho xã hội một cách hiệu quả. Người dân cũng có thể đầu tư ở mức độ thấp hơn và gián tiếp khi ủng hộ tài chính vào Quỹ phát triển DNXH. Đây được xem là cách làm từ thiện bền vững khi đồng tiền hỗ trợ có thể giúp người yếu thế

có được cái cần chứ không đơn thuần là con cá.

Với vai trò của người lao động, bên cạnh mục tiêu sinh kế cho bản thân và gia đình, người lao động ở các DNXH cần nhận thức rõ trách nhiệm bản thân trong phát triển doanh nghiệp. Dù người lao động tại các DNXH là đối tượng hưởng lợi trực tiếp của doanh nghiệp hay không, sự phát triển của doanh nghiệp sẽ đem lại giá trị cho chính người lao động và lớn hơn thế là cho xã hội. Vì vậy, bản thân người lao động cũng cần nhận thức trách nhiệm xã hội của mình để đóng góp cho sự phát triển của doanh nghiệp.

Với vai trò là người tiêu dùng, người dân nên ủng hộ và tiêu dùng có trách nhiệm với các sản phẩm và dịch vụ do DNXH cung cấp. Các sản phẩm, dịch vụ do DNXH cung cấp có thể có mức giá thấp hơn giá thị trường nhằm đem lại lợi ích cho nhóm yếu thế. Việc sử dụng và tiêu dùng các sản phẩm này cần có tinh thần tiết kiệm và trân trọng. Bên cạnh đó, đối với các sản phẩm thông thường, người dân có thể ủng hộ tiêu dùng sản phẩm của các DNXH nếu giá và chất lượng tương đương với các sản phẩm cùng loại để DNXH có nguồn thu cho sự phát triển.

Có thể nói, với ưu thế và vai trò đặc thù của mình, sự phát triển của DNXH sẽ mang lại những giải pháp xã hội, môi trường hiệu quả, bền vững, phát huy các sáng kiến xã hội, huy động nguồn lực tiềm tàng trong dân. Các DNXH hoàn toàn có thể trở thành những đối tác hiệu quả của Nhà nước, giúp Nhà nước thực hiện được các mục tiêu xã hội của mình. Để nối dài cánh tay của Nhà nước trong việc giải quyết các vấn đề xã hội, rõ ràng chính Nhà nước cần chủ động đưa ra cơ chế, chính sách thúc đẩy sự phát triển lành mạnh của các DNXH. □

Tài liệu tham khảo:

1. Muhammad Yunus, *Creating a World Without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism*, Public Affair (2007).
2. British council, Ciem, CSIP, Báo cáo “Doanh nghiệp xã hội tại Việt Nam- khái niệm, bối cảnh và chính sách” (2012).
3. British council, CSIP, Spark, Báo cáo kết quả khảo sát doanh nghiệp xã hội Việt Nam 2011.
4. CSIP- InvestConsults- MSD, Cẩm nang pháp lý cho doanh nhân và doanh nghiệp xã hội Việt Nam, 2011.
5. CSIP, Hội đồng Anh Việt Nam, TT Spark, Báo cáo kết quả khảo sát Doanh nghiệp Xã hội Việt Nam, 2011.
6. Johanna Mair, Jeffrey Robinson, and Kai Hockerts, *Social Entrepreneurship*, Palgrave MacMillan, 2006.
7. Lưu Minh Đức, Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp: thế nào là đủ, Thời báo kinh tế Sài Gòn, số 45, ngày 30/10/2008, tr 22-23.
8. Tổng cục Thống kê, Kết quả của cuộc khảo sát mức sống hộ dân cư 2010, NXB Thống kê, 2011.