

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

- 1. Nguyễn Bình Dương** - Đánh giá tác động của các yếu tố địa điểm đầu tư tới FDI vào khu vực RCEP qua mô hình kinh tế lượng. **Mã số: 130.IIEM.11** 2
Evaluating the Impact of Investment Location Factors on FDI into RCEP Region through Econometric Model
- 2. Nguyễn Thị Hiền và Phạm Thu Hương** - Ứng dụng công nghệ tài chính trong kinh doanh ngân hàng tại Việt Nam - Xu hướng tất yếu của thời đại 4.0. **Mã số: 130.IFiBa.12** 10
Applying Fintech in Banking Business in Vietnam – The Inevitable Trend of 4.0 Era
- 3. Phạm Việt Dũng** - Các yếu tố ảnh hưởng tới áp dụng thành công SPC: nghiên cứu trường hợp các doanh nghiệp sản xuất cơ khí chế tạo tại Việt Nam. **Mã số: 130.IIBMg.11** 19
Factors Affecting the Successful Application of SPC: A Case Study in Engineering Manufacturing Enterprises in Vietnam

QUẢN TRỊ KINH DOANH

- 4. Phạm Thị Huyền, Vũ Huy Thông và Nguyễn Đình Toàn** - Xây dựng mô hình nghiên cứu các yếu tố cản trở hành vi mua thực phẩm sạch và an toàn của người tiêu dùng thành thị: nghiên cứu tại Việt Nam. **Mã số: 130.2BMkt.22** 28
Building Research Model for Factors Hindering Buying Behavior of Safe Food of Urban Buyers: A Study in Vietnam
- 5. Phạm Minh Đạt, Bùi Thị Thu và Nguyễn Thị Quỳnh Trang** - Nghiên cứu các nhân tố tác động đến giá trị khách hàng cảm nhận của các nhà bán lẻ trực tuyến nhỏ trên Facebook trên địa bàn Hà Nội. **Mã số: 130.2BMkt.21** 36
A Study on Factors Affecting Perceived Customer Values of Facebook-based Retailers in Hanoi
- 6. Lê Xuân Thái và Trương Đồng Lộc** - Ảnh hưởng của yếu tố quản trị công ty và tài chính đến mức độ minh bạch và công bố thông tin của công ty: Bằng chứng thực nghiệm từ thị trường chứng khoán Việt Nam. **Mã số: 130. FiBa.21** 48
The Effect of Corporate Governance and Financial Factors on the Company's Level of Transparency and Information Disclosure: Empirical Evidence from Vietnam's Stock Market

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

- 7. Vũ Thị Huyền Trang** - Phân rã năng suất và hiệu quả phân bổ của các doanh nghiệp ngành chế tác của Việt Nam theo loại hình sở hữu. **Mã số: 130.2MEIS.21** 57
Productivity Decomposition and Distribution Efficiency of Vietnamese Craftmanship Enterprises according to the Types of Ownership
- 8. Đặng Thành Lê và Khoa Anh Thắng** - Phát triển doanh nghiệp xã hội ở một số quốc gia trên thế giới và giá trị tham khảo đối với Việt Nam. **Mã số: 130.3TrEM.32** 66
Developing Social Enterprises in Other Countries in the World and the Reference Value for Vietnam

PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP XÃ HỘI Ở MỘT SỐ QUỐC GIA TRÊN THẾ GIỚI VÀ GIÁ TRỊ THAM KHẢO ĐỐI VỚI VIỆT NAM

Dặng Thành Lê

Học viện Hành chính Quốc gia

Email: dangthanhle69@gmail.com

Khoa Anh Thắng

Ngân hàng TMCP Quân đội - Chi nhánh Thanh Xuân

Email:

Ngày nhận: 21/01/2019

Ngày nhận lại: 14/05/2019

Ngày duyệt đăng: 26/05/2019

Doanh nghiệp xã hội là mô hình doanh nghiệp hoạt động kinh doanh vì mục tiêu phục vụ cộng đồng, do đó đây là một mô hình tốt giúp Nhà nước giảm gánh nặng trong việc giải quyết các vấn đề xã hội môi trường. Tại Việt Nam, mô hình doanh nghiệp này hiện khá phong phú, hoạt động khá năng động, và đang có xu hướng ngày càng phát triển. Mặc dù đã được công nhận chính thức bởi Luật Doanh nghiệp 2014, chính sách thúc đẩy loại hình doanh nghiệp này còn chưa hoàn thiện. Để góp phần hoàn thiện hệ thống chính sách của Nhà nước đối với doanh nghiệp xã hội tại Việt Nam, bài viết này tập trung xem xét kinh nghiệm quốc tế để rút ra bài học chính sách, đánh giá khái quát thực trạng phát triển của doanh nghiệp xã hội Việt Nam, rà soát chính sách hiện tại của chính phủ Việt Nam giành cho doanh nghiệp xã hội. Từ đó, bài viết đề xuất một số hướng hoàn thiện chính sách của Việt Nam đối với doanh nghiệp xã hội thời gian tới, góp phần giải quyết các vấn đề xã hội và môi trường cũng như quá trình phát triển kinh tế bền vững tại Việt Nam trong thời gian tới.

Từ khóa: Doanh nghiệp xã hội, kinh nghiệm quốc tế, chính sách của Nhà nước, thực trạng phát triển.

1. Khái niệm doanh nghiệp xã hội

Doanh nghiệp xã hội, mặc dù đã xuất hiện từ lâu, đến nay vẫn chưa có định nghĩa thống nhất. Theo chính phủ Anh, “doanh nghiệp xã hội là một mô hình kinh doanh được thành lập nhằm thực hiện các mục tiêu xã hội, và sử dụng lợi nhuận để tái đầu tư cho mục tiêu đó hoặc cho cộng đồng, thay vì tối đa hóa lợi nhuận cho cổ đông hoặc chủ sở hữu”. Theo tổ chức OECD, “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 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 trên các lĩnh vực giáo dục, văn hóa, môi trường”. Ngoài ra, theo tổ chức hỗ trợ sáng kiến vì cộng đồng (CSIP), “doanh nghiệp xã hội là một khái niệm 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; doanh nghiệp 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 kinh tế”. Mặc dù có nhiều định nghĩa khác nhau nhưng doanh nghiệp xã hội là những doanh nghiệp có những đặc điểm chung như sau: (i) đặt mục tiêu, sứ mệnh xã hội lên hàng đầu ngay khi thành lập; (ii) sử dụng hoạt động kinh doanh, cạnh tranh bình đẳng như một phương tiện để đạt được mục tiêu xã hội; (iii) tái phân bổ phần lớn lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh trở lại cho tổ chức, cộng đồng và mục tiêu xã hội.

Tại Việt Nam, doanh nghiệp xã hội đã được công nhận về mặt pháp lý trong luật Doanh nghiệp 2014. Theo đó, doanh nghiệp xã hội hoạt động theo Luật Doanh nghiệp cần đảm bảo các tiêu chí sau: (i) là doanh nghiệp được đăng ký thành lập theo quy định

của Luật Doanh nghiệp; (ii) mục tiêu hoạt động nhằm giải quyết vấn đề cộng đồng, môi trường vì lợi ích cộng đồng; (iii) 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.

2. Kinh nghiệm của một số quốc gia trên thế giới về phát triển doanh nghiệp xã hội

2.1. Kinh nghiệm của Mỹ

Trong những năm 1960, mô hình “nhà nước phúc lợi” cũng thịnh hành ở Mỹ với hàng tỷ đô-la được đầu tư cho các mục tiêu giảm nghèo, giáo dục, chăm sóc sức khỏe, phát triển cộng đồng, môi trường, nghệ thuật thông qua các tổ chức phi lợi nhuận (NPO)¹. Suy thoái kinh tế từ cuối thập niên 1970 - 1980 buộc Chính phủ cắt giảm phần lớn các chương trình nói trên, trừ lĩnh vực chăm sóc sức khỏe. Thuật ngữ doanh nghiệp xã hội (DNXH) trở nên phổ biến lần đầu tiên trong giai đoạn này để chỉ hoạt động kinh doanh của các tổ chức NPO nhằm tăng khả năng tài chính và tạo việc làm cho nhóm người thiệt thòi. Các tổ chức NPO bắt đầu nhận thấy DNXH là một hướng thay thế cho nguồn hỗ trợ của Chính phủ với ý nghĩa rộng bao gồm hầu hết các hoạt động thương mại cam kết theo đuổi mục tiêu xã hội.

Số lượng DNXH ở Mỹ tiếp tục tăng nhanh, các hoạt động thương mại trong suốt 20 năm (1982 - 2002) trở thành nguồn thu lớn nhất của các tổ chức NPO với mức tăng trưởng đáng kể ở mức 219%, so với mức đóng góp từ khối tư nhân 197% và nguồn tài trợ của Chính phủ 169%. Sự thay đổi trong tỷ trọng của tổng doanh thu từ nguồn kinh doanh thương mại phi lợi nhuận tăng từ 48,1% của năm 1982 lên những 57,6% vào năm 2002, tăng trưởng từ nguồn đóng góp của khối tư nhân từ 19,9% lên tới 22,2% và sự hỗ trợ tài chính của Chính phủ tăng không đáng kể từ 17% lên 17,2%. Thực tế này đã chứng minh DNXH đã góp phần quan trọng nâng cao năng lực tài chính của các tổ chức NPO ở Mỹ.

DNXH ở Mỹ cũng hoạt động dưới nhiều hình thức đa dạng như: (i) Tổ chức phi lợi nhuận (hoạt động theo quy định của Luật Thu nhập; (ii) DN tư nhân; (iii) Công ty cổ phần; (iv) Công ty hợp doanh; (v) Công ty TNHH; (vi) Công ty TNHH lợi nhuận thấp. Công ty TNHH lợi nhuận thấp là hình thức doanh nghiệp hoàn toàn mới, kết hợp mục tiêu xã hội của các tổ chức NPO với các hình thức sở hữu đa dạng như Công ty TNHH, cho phép phân chia lợi nhuận, trong đó lợi nhuận không phải là mục tiêu hàng đầu. Các công ty

này vẫn phải đóng thuế thu nhập doanh nghiệp như bình thường nhưng nó tạo ra một động lực và nguồn đầu tư mới cho các DNXH, ở đó nhà đầu tư xã hội chấp nhận lợi nhuận thấp để mang lại những giá trị xã hội, thay vì không có lợi nhuận hoặc lợi nhuận âm khi đầu tư vào tổ chức NPO.

Để đảm bảo cho DNXH phát triển, Chính phủ Liên bang thành lập Văn phòng Sáng kiến xã hội và Sự tham gia của công dân (Office of Social Innovation and Civic Participation - SICP). SICP làm việc chủ yếu với các tổ chức NPO ở cả khu vực tư nhân và khu vực nhà nước nhằm tổ chức, khuyến khích các sáng kiến xã hội và thiết lập quy trình thủ tục giúp Chính phủ giải quyết các thách thức về xã hội. SICP hoạt động dựa trên 3 mục tiêu và mảng hoạt động chính sau:

(i) *Khuyến khích sự phát triển các lãnh đạo trong cộng đồng.* Đây là công cụ để thu hút sự tham gia của giới trẻ cùng đảm nhận trách nhiệm giải quyết các thách thức xã hội. Các nỗ lực này được thể hiện qua các dự án: (a) AmeriCorps là tổ chức điều phối quản lý nguồn tình nguyện viên với 75.000 người tham gia vào các dự án phát triển cộng đồng; (b) Volunteer Generation Fund nhằm tạo công cụ hỗ trợ các tổ chức NPO khai thác tiềm năng của mình thông qua dịch vụ cung cấp nguồn chuyên gia hoặc phát triển kỹ năng quản lý...

(ii) *Tăng cường đầu tư vào những sáng kiến cộng đồng mang lại hiệu quả cụ thể.* Đây là sự hợp tác giữa Chính phủ Liên bang với các khu vực khác nhằm tạo ra một hệ thống cơ sở hạ tầng như quỹ, cơ chế khen thưởng, thị trường vốn xã hội..., giúp thúc đẩy sự phát triển của phong trào DNXH. Ví dụ như thành lập Quỹ Sáng tạo Xã hội (Social Innovation Fund) với gần 50 triệu đô-la (năm tài chính 2010) đầu tư cho các dự án đặc biệt nhất và nhân rộng mô hình thành công sang các cộng đồng với những thách thức khó khăn tương tự. Nguồn quỹ này hướng đến các dự án phi lợi nhuận có tầm ảnh hưởng và tác động xã hội lớn, nhằm đảm bảo hiệu quả cao nhất cho nguồn vốn của chính phủ.

(iii) *Phát triển nhiều hình thức hợp tác mới.* Đây cũng là điểm quan trọng trong việc tạo cơ sở để phát huy tốt nhất sự hợp tác giữa khu vực tư nhân và khu vực nhà nước nhằm hướng đến giải quyết các vấn đề xã hội chung mang lại tác động tích cực cho cộng đồng. Ví dụ: dự án Let's Move là sự hợp tác giữa các Quỹ thiện doanh, công ty tư nhân và các tổ chức NPO cùng quan tâm và nỗ lực giải quyết về vấn đề

1. Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương (2012), *Doanh nghiệp xã hội ở Việt Nam: khái niệm, bối cảnh và chính sách*, tr.40.

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

trẻ béo phì; hoặc dự án Text4Baby là sự kết hợp giữa công ty tư nhân và nhà nước trong việc gửi tin nhắn đến các phụ nữ mang thai nhằm cung cấp thông tin, kiến thức về chăm sóc sức khỏe cho mẹ và bé.

Về phương diện luật pháp, hiện tại Mỹ chưa có văn bản pháp quy riêng cho DNXH, loại trừ việc bổ sung loại hình công ty mới công ty TNHH lợi nhuận thấp. Tuy nhiên, một số quy định hỗ trợ DNXH đã được Chính phủ sửa đổi bổ sung như:

- *Chính sách hỗ trợ thuế* mới được thực hiện liên tục từ năm 2000 đến 2007 nhằm cung cấp 15 tỷ đô la hỗ trợ thuế các hoạt động đầu tư cho cộng đồng;

- *Điều chỉnh quy định thuế (2004)*: cho phép các tổ chức NPO (không phải trả thuế) được phép hợp tác với các công ty liên doanh vì lợi nhuận.

2.2. Kinh nghiệm của Hàn Quốc

Sự phát triển của khối DNXH tại Hàn Quốc có liên quan chặt chẽ với cuộc khủng hoảng tài chính năm 1997². Khi tình trạng thất nghiệp ở Hàn Quốc xảy ra, khó khăn càng chồng chất vì các dịch vụ phúc lợi xã hội của Chính phủ không thể đáp ứng hết các nhu cầu căn bản của người dân, tạo một áp lực lên Chính phủ đòi hỏi phải có một hướng giải quyết cấp bách. Trong bối cảnh đó, các tổ chức xã hội dân sự trong nước đã phát huy vai trò năng động bằng cách hỗ trợ Chính phủ tạo ra việc làm mới, vì mục đích xã hội trong suốt giai đoạn từ năm 1998 - 2006. Luật Phát triển DNXH (Social Enterprise Promotion Act) được ban hành năm 2007 đã hỗ trợ các hoạt động kinh doanh có mục đích giải quyết các vấn đề xã hội thông qua việc cung cấp việc làm và các sản phẩm dịch vụ cho các nhóm yếu thế. Họ có thể là doanh nghiệp, tổ chức phi chính phủ (NGO) hay hiệp hội. Quyền lợi của các doanh nghiệp xã hội được công nhận là được tiếp cận các gói hỗ trợ tài trợ tài chính của Chính phủ trong quá trình khởi nghiệp; trợ giúp tư vấn về quản lý, miễn thuế, ưu tiên khi đấu thầu các hợp đồng dịch vụ công. Hiện có khoảng 300 doanh nghiệp xã hội nhận được hỗ trợ này của Chính phủ.

Chính phủ đặc biệt quan tâm đến việc ban hành khung pháp luật cho doanh nghiệp xã hội hoạt động đã góp phần đáng kể giảm bớt áp lực xã hội về chăm sóc người già, tạo việc làm cho giới trẻ và lực lượng lao động nghèo. Trên thực tế ngày càng có nhiều thanh niên mang hoài bão và cam kết trở thành các doanh nghiệp xã hội. Theo số liệu tại thời điểm tháng 7/2009, có 7.228 công nhân đang làm việc tại

251 DNXH. Trong đó có 110 DNXH (43,8%) trong lĩnh vực tạo việc làm, 71 DNXH (29,2%) là mô hình hỗn hợp và 37 DNXH (14,7%) thuộc loại khác. Đến tháng 1/2010, Hàn Quốc đã có 288 DNXH được cấp chứng nhận.

Về các DNXH liên quan đến Luật về Hệ thống sinh kế cơ bản quốc gia (NBLS), theo số thống kê thời điểm năm 2007, có 509 DNXH tự vững đã tạo việc làm cho khoảng 3.245 công nhân trong các lĩnh vực như xây dựng, dịch vụ chăm sóc sức khỏe, vệ sinh, nông nghiệp,... Khoảng 406 DNXH khác chủ yếu là các câu lạc bộ của người cao tuổi và phân xưởng sản xuất của người tàn tật cũng tạo được khoảng 14.122 việc làm.

Có thể thấy, thông qua việc ban hành Luật Phát triển DNXH, Hàn Quốc đã tạo khung pháp lý để DNXH phát triển nhanh chóng ngay khi nhận thức được vị trí, vai trò của DNXH trong cuộc khủng hoảng tài chính năm 2007 và xác định DNXH là mối tương quan có hiệu quả giữa các nỗ lực tìm kiếm giải pháp về chính sách của Chính phủ với các hoạt động, hỗ trợ đồng hành của các tổ chức xã hội dân sự một cách liên tục trong việc giữ vững sự thịnh vượng của quốc gia.

2.3. Kinh nghiệm của Thái Lan

Thái Lan là một trong những nước đi tiên phong phát triển DNXH ở khu vực Đông Nam Á. Hiến pháp Thái Lan năm 1997 khuyến khích mạnh mẽ sự tham gia của xã hội dân sự và thúc đẩy các sáng kiến xã hội. Thái Lan xác định đây là một điều kiện để phát triển nền kinh tế sáng tạo và giảm thiểu tác động tiêu cực (trực tiếp hay gián tiếp) của doanh nghiệp truyền thống tới xã hội và môi trường. Có nhiều doanh nghiệp đặc biệt quan tâm đến các chi phí xã hội và môi trường, được thiết kế một cách sáng tạo bởi các DNXH để cân bằng lợi ích kinh tế và lợi ích xã hội. Từ năm 2009, Nhà nước ban hành nhiều chương trình hành động để thúc đẩy phát triển DNXH như thành lập Ủy ban Khuyến khích DNXH trực thuộc Văn phòng Thủ tướng (TSEO) nhằm xây dựng chính sách, chiến lược và chương trình khuyến khích các DNXH; chỉ đạo thực hiện, lập dự thảo ngân sách cho các vấn đề hành chính có liên quan. Sự phát triển DNXH được xem là phù hợp với triết lý phát triển “nền kinh tế Vừa và Đủ” của Nhà vua Thái Lan (từ năm 1990 cho đến nay), trong đó nhấn mạnh ba hợp phần chính của nền kinh tế là hiện đại hóa, khôn ngoan và xây dựng khả năng tự chống

2. Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương (2012), *Doanh nghiệp xã hội ở Việt Nam: khái niệm, bối cảnh và chính sách*, tr.42.

3. Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương (2012), *Doanh nghiệp xã hội ở Việt Nam: khái niệm, bối cảnh và chính sách*, tr.45.

chọi với các rủi ro có thể đến từ những thay đổi môi trường bên ngoài.

Trên thực tế, DNXH Thái Lan đã xuất hiện từ lâu, chủ yếu dưới hình thức HTX và doanh nghiệp cộng đồng. Phụ thuộc vào điều kiện địa lý, văn hóa, kinh tế chính trị mà DNXH ở các vùng khác nhau có những đặc trưng khác nhau. DNXH ở miền Bắc gắn với kinh tế nông nghiệp, người nghèo, cải thiện đời sống tinh thần, văn hóa của các tộc người thiểu số; DNXH ở phía Nam có biển chủ yếu hoạt động trong lĩnh vực bảo tồn biển và môi trường. Ước tính có đến 116.000 tổ chức có thể được xác định như là DNXH, trong đó đa số (> 100.000 tổ chức) là các nhóm và mạng lưới tổ chức tại cộng đồng. Có khoảng 500 tổ chức và doanh nghiệp đã được nhận diện và hoạt động theo đầy đủ các tiêu chuẩn của một DNXH, với các mục đích và động cơ khác nhau. Chiến lược phát triển DNXH giai đoạn 2010 - 2014 tăng cường hoạt động kinh doanh vì xã hội đã xây dựng tiêu chí phân loại DNXH để có chính sách ưu đãi riêng từ chương trình hỗ trợ của nhà nước theo các lĩnh vực được ưu tiên là: (i) Lĩnh vực môi trường; (ii) Lĩnh vực xã hội và chất lượng cuộc sống; (iii) Kinh tế địa phương vì xã hội và sự bền vững.

Để phát huy tiềm năng của DNXH, Thái Lan nỗ lực thể chế hóa công tác quản lý Nhà nước trong lĩnh vực này bằng việc ban hành nhanh các văn bản pháp lý quan trọng, xây dựng hệ thống cơ quan quản lý Nhà nước và khuôn khổ pháp luật ban đầu cho DNXH, cụ thể:

a) *Thiết lập hệ thống thiết chế khuyến khích phát triển DNXH*: năm 2010 thành lập Ủy ban Khuyến khích doanh nghiệp xã hội (TSEO) trực thuộc Văn phòng Thủ tướng với 23 thành viên do Thủ tướng Chính phủ là Chủ tịch Ủy ban, thành viên là các Bộ, ban, ngành, chuyên gia độc lập và 04 đại diện DNXH, 06 thành viên bổ nhiệm theo tiêu chuẩn là những người được công nhận có kiến thức, khả năng, kinh nghiệm trên các lĩnh vực có liên quan (mỗi lĩnh vực không quá 01 người). TSEO có chức năng chủ yếu là nghiên cứu, đề xuất, cố vấn cho Nội các các chính sách, chiến lược, chương trình để hỗ trợ, thúc đẩy các hoạt động kinh doanh vì xã hội; xây dựng và hoàn thiện khung khổ pháp luật; và phối hợp với các cơ quan trong việc thực hiện các chương trình nhằm tăng cường hoạt động DNXH. Ủy ban có trách nhiệm báo cáo Nội các ít nhất mỗi năm một lần.

Trong 3 năm kể từ khi thành lập, TSEO đã dự thảo 01 chiến lược 5 năm, 01 Nghị định, 01 Luật

Khuyến khích DNXH. Đặc biệt là TSEO được hưởng chế độ như cơ quan nhà nước nhưng trực thuộc Quỹ tăng cường sức khỏe Thái, vốn có sự tham gia của Chính phủ và khu vực tư nhân. Đây là một tổ chức phi lợi nhuận lớn, được thành lập bởi một đạo luật riêng nhằm điều phối các chương trình và nguồn lực của cả Chính phủ và tư nhân cho nhiều lĩnh vực y tế, xã hội. TSEO được đặt trong cơ cấu của Quỹ bởi TSEO không sử dụng NSNN mà được tài trợ bởi ngân sách của Quỹ vốn lấy từ khoản thuế Tội lỗi 3% (Sin Tax) của ngành công nghiệp thuốc lá, rượu, quán bar, vũ trường với kinh phí cấp là 105 triệu Bath (3 - 4 triệu đôla Mỹ) trong 3 năm kể từ khi thành lập. TSEO thực hiện các chương trình hỗ trợ DNXH thông qua các tổ chức trung gian có sứ mệnh phát triển DNXH như Change Fusion. Hiện tại, Thái Lan có 4 - 5 tổ chức trung gian đóng vai trò “vườn ươm” như thế này.

b) *Xây dựng khung khổ pháp lý: chứng nhận và quy chuẩn hóa DNXH*

DNXH được xem là một tổ chức đặc biệt có hình thức nửa công cộng nửa kinh doanh, vì vậy Thái Lan xây dựng các tiêu chuẩn nhằm hỗ trợ DNXH theo cách thức ban hành các văn bản luật quy định gần giống với các bộ luật đặc biệt dành cho DNXH của nước ngoài như Community - Interest Company (CIC) của Vương Quốc Anh và Low-Profit Limited Liability Company (L3C) của Mỹ; theo đó áp dụng có điều chỉnh luật đã có về quản lý các DN thông thường và luật quản lý các tổ chức và quỹ nhân đạo để áp dụng đối với DNXH. Chính phủ Thái Lan đưa ra 2 nguyên tắc chính về tài sản đối với DNXH như sau: (i) *Việc phân chia lợi tức hoặc chi trả lợi nhuận* cho các cổ đông không được vượt quá 20% giá trị lợi nhuận ròng hàng năm để bảo đảm rằng DN không hướng tới việc tạo lợi nhuận cao nhất cho các cổ đông, và nhằm hỗ trợ việc nhân rộng kết quả hoạt động hoặc đem phần lớn lợi nhuận để tái đầu tư cho các hoạt động có mục đích tương tự; (ii) *Việc giải quyết tài sản khi DNXH ngừng hoạt động* sau khi đã thanh toán mọi khoản nợ, phần tài sản còn lại ngoài vốn đầu tư thì lợi nhuận tích lũy được sẽ được sử dụng theo mong muốn của chủ doanh nghiệp trong đó có phần tài sản được chia cho Quỹ Khuyến khích DNXH.

Đồng thời ban hành cơ chế nhận biết, phân loại các DNXH với quy trình chứng nhận có thể được gọi như “Hành trình DNXH” (SE journey) gồm 3 bước: Đăng ký - Đánh dấu - Chứng nhận ngoài các tiêu chí chung, DNXH được phân loại A,B,C hoặc theo màu sắc từ Đỏ - Xanh, tương tự như Fair Trade,

trong đó có tiêu chí dễ áp dụng nhất là tỷ lệ lợi nhuận tái đầu tư trở lại cho mục tiêu xã hội. Ví dụ: cao nhất là 80% sẽ được hạng A, thấp nhất là 50% ở hạng C. Có thể sẽ tiến tới “dán nhãn”, chẳng hạn như “Thai SE Good”, giống Fair Trade Label. Hàng hóa có nhãn sẽ được bán chạy hơn, sẽ có quy định các DNNN và Chính phủ phải ưu tiên mua hàng có nhãn DNXH. Các DNNN cũng sẽ mất phí nhất định để duy trì việc dán nhãn. Trường hợp các DNXH đạt trên 80% sẽ được chứng nhận. Và Chính phủ sẽ hỗ trợ các DNXH từ khi đạt được tiêu chí này.

c) Các chính sách hỗ trợ chính được áp dụng trong Chiến lược phát triển DNXH với việc 3 mục tiêu chủ yếu: (i) Xây dựng sự hiểu biết về DNXH tại Thái Lan; (ii) Nâng cao năng lực nhằm phát triển hình thức và phạm vi tác động của DNXH; và (iii) Phát triển cách thức tiếp cận nguồn vốn đầu tư và nguồn lực khác. Một số biện pháp cụ thể để hỗ trợ như Thông báo những ưu đãi đặc biệt cho các DNXH được TSEO chứng nhận có hoạt động nằm trong những lĩnh vực khuyến khích đầu tư qui định; ban hành những quyền lợi ưu đãi dành cho DNXH đầu tư vào các hoạt động xã hội và có đóng góp vào Quỹ Khuyến khích DNXH; Hỗ trợ các Tổ chức tài chính phát triển cộng đồng của Bộ Tài chính; Phát triển các trung tâm đào tạo DNXH và cho các DNXH vay vốn tín dụng đặc biệt.

Thái Lan áp dụng cách tiếp cận chính sách từ trên xuống (top - down) để thúc đẩy sự phát triển của DNXH. Đến nay đa phần các chương trình và chính sách được triển khai có những tác động tích cực để DNXH Thái Lan phát triển. Những DNXH có tác động lớn thường đã có bề dày phát triển tiếp tục đóng góp tích cực cho cộng đồng. Bên cạnh đó, cũng đang xuất hiện ngày càng nhiều DNXH mới, ứng dụng các công nghệ và kỹ thuật mới để mang lại những thay đổi cho cộng đồng và bảo vệ môi trường.

2.4. Bài học cho Việt Nam

Từ việc xem xét kinh nghiệm quốc tế của các nước đi trước như Mỹ và Hàn Quốc và nước có điều kiện không quá cách xa Việt Nam là Thái Lan, Việt Nam có thể rút ra một số bài học về doanh nghiệp xã hội như sau:

- Có thể thấy doanh nghiệp xã hội là một loại hình doanh nghiệp mới có tiềm năng đóng góp vào việc giải quyết các vấn đề xã hội và môi trường. Khuyến khích sự phát triển của các doanh nghiệp xã hội giúp giảm gánh nặng cho Nhà nước trong việc giải quyết các khuyết tật thị trường. Điều này đặc biệt quan trọng trong các giai đoạn kinh tế khó khăn và ngân sách Nhà nước hạn hẹp.

- Việc được công nhận và có một khung pháp lý rõ ràng hoàn chỉnh đối với doanh nghiệp xã hội là vô cùng quan trọng, giúp tạo điều kiện cho các doanh nghiệp xã hội hiệu quả và thu hút các tầng lớp người dân tham gia các doanh nghiệp xã hội.

- Nhà nước cần có những hỗ trợ nhất định về tài chính đối với các doanh nghiệp xã hội đồng thời mua sắm công của Nhà nước ưu tiên mua các sản phẩm của doanh nghiệp xã hội.

- Cần có tiêu chí rất rõ ràng để khẳng định doanh nghiệp đang hoạt động là một doanh nghiệp xã hội để đảm bảo các doanh nghiệp xã hội được hưởng lợi từ những chính sách hỗ trợ cho doanh nghiệp xã hội của Nhà nước.

- Nhận thức của xã hội đối với doanh nghiệp xã hội là cần thiết để tạo điều kiện cho các doanh nghiệp này hoạt động và khuyến khích thu hút đầu tư và nhân lực vào các doanh nghiệp này.

3. Chính sách hiện hành của Nhà nước nhằm phát triển doanh nghiệp xã hội tại Việt Nam

Chính sách hiện nay cho doanh nghiệp xã hội có thể được chia thành 2 nhóm: (i) chính sách riêng cho doanh nghiệp xã hội và (ii) chính sách trong đó doanh nghiệp xã hội là một trong những đối tượng được hưởng lợi.

3.1. Chính sách riêng cho doanh nghiệp xã hội

Chính sách riêng cho doanh nghiệp xã hội được quy định tại Nghị định 96/2015/NĐ-CP về quy định chi tiết một số điều trong Luật Doanh nghiệp. Theo đó, Nhà nước khuyến khích và tạo điều kiện cho các tổ chức, cá nhân thành lập doanh nghiệp xã hội có mục tiêu hoạt động nhằm giải quyết các vấn đề xã hội, môi trường vì lợi ích cộng đồng; Doanh nghiệp xã hội được hưởng các ưu đãi và hỗ trợ đầu tư theo quy định của pháp luật; Được tiếp cận các viện trợ, tài trợ nhằm thực hiện các mục tiêu xã hội và môi trường.

3.2. Chính sách mà doanh nghiệp xã hội là một trong số các đối tượng hưởng lợi

Ngoài chính sách riêng, các doanh nghiệp xã hội còn được hưởng lợi từ các chính sách của Nhà nước cho doanh nghiệp Nhỏ và vừa, cho doanh nghiệp hoạt động trong các lĩnh vực như cấp dịch vụ công hoặc bảo vệ môi trường. Cụ thể:

Theo Luật Hỗ trợ Doanh nghiệp nhỏ và vừa (2017), các doanh nghiệp nhỏ và vừa có thể được hưởng một số hỗ trợ như hỗ trợ tiếp cận tín dụng, tiếp cận quỹ bảo lãnh tín dụng, hỗ trợ thuế, kế toán, hỗ trợ mặt bằng sản xuất, hỗ trợ công nghệ, hỗ trợ mở rộng thị trường, hỗ trợ phát triển nguồn nhân lực, hỗ trợ tiếp cận thông tin, tư vấn các vấn đề pháp

lý... Nếu doanh nghiệp xã hội có quy mô nhỏ và vừa thì sẽ được hưởng những ưu đãi kể trên.

Theo Nghị định 69/2008/NĐ-CP ngày 30/5/2008 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, các cơ sở ngoài công lập hoạt động trong các lĩnh vực nêu trên có thể được cho thuê, xây dựng cơ sở vật chất, giao đất cho thuê đất, được miễn lệ phí trước bạ, giảm thuế giá trị gia tăng, thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu, được áp dụng thuế thu nhập doanh nghiệp 10% trong thời gian hoạt động. Do vậy, các doanh nghiệp xã hội hoạt động trong các lĩnh vực quy định trong Nghị định 69 sẽ được hưởng lợi từ các chính sách nêu trên.

Ngoài ra, doanh nghiệp xã hội nếu nằm trong các đối tượng sau cũng sẽ được hưởng lợi từ một số chính sách của Nhà nước cho các đối tượng này. Các đối tượng đó bao gồm: hợp tác xã hoạt động trong một số lĩnh vực, doanh nghiệp đầu tư vào một số lĩnh vực, một số địa bàn khó khăn, hoặc doanh nghiệp có thuê ít nhất 30% người lao động là người tàn tật.

Mặc dù doanh nghiệp xã hội là đối tượng được hưởng lợi từ một số chính sách của Nhà nước nêu trên, tác động của những chính sách này đối với sự phát triển của doanh nghiệp xã hội còn rất khiêm tốn (CIEM 2019).

4. Thực trạng phát triển doanh nghiệp xã hội tại Việt Nam

Cho đến nay theo CSIE và UNDP (2018), tại Việt Nam chỉ có 80 doanh nghiệp xã hội đăng ký chính thức với chính phủ Việt Nam (hoạt động theo Luật Doanh nghiệp 2014), con số các doanh nghiệp xã hội đang hoạt động tại Việt Nam theo định nghĩa về doanh nghiệp xã hội lớn hơn nhiều. Các doanh nghiệp xã hội còn lại chưa đăng ký hoạt động theo Luật Doanh nghiệp do chưa rõ những chính sách hỗ trợ cụ thể cho đối tượng doanh nghiệp xã hội. Theo tính toán của Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương (2019), doanh nghiệp xã hội của Việt Nam hiện có khoảng 19.125 doanh nghiệp. Có thể chia doanh nghiệp xã hội tại Việt Nam thành ba nhóm chính bao gồm các doanh nghiệp nhỏ và vừa hoạt động vì mục tiêu xã hội và môi trường, các hợp tác xã và các tổ chức phi chính phủ.

Phần lớn các doanh nghiệp xã hội hoạt động tại Việt Nam là doanh nghiệp nhỏ và vừa và là các doanh nghiệp khá trẻ (75% hoạt động từ 10 năm trở xuống). Các doanh nghiệp xã hội tại Việt Nam hoạt động trong khá nhiều các lĩnh vực khác nhau trong đó tập trung phần lớn vào lĩnh vực nông nghiệp, khách sạn, giáo dục, môi trường, chăm sóc trẻ em,...

Doanh nghiệp xã hội tập trung nhiều nhất tại hai thành phố lớn là Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh. Số còn lại rải rác khắp nơi trên đất nước.

Hiện nay, mỗi doanh nghiệp xã hội Việt Nam đang hoạt động để hỗ trợ khoảng 2000 người. Những người hưởng lợi chủ yếu từ cộng đồng địa phương (cả trực tiếp và gián tiếp). Phần lớn các doanh nghiệp xã hội (khoảng trên 60%) hoạt động có lợi nhuận để tái đầu tư tiếp tục thực hiện mục tiêu xã hội và môi trường. Phần lớn các doanh nghiệp xã hội tại Việt Nam có kế hoạch mở rộng quy mô (CIEM 2019). Do đó có thể thấy các doanh nghiệp xã hội Việt Nam đang trên xu hướng phát triển.

Mặc dù các doanh nghiệp xã hội Việt Nam đang có xu hướng phát triển, nhận được sự công nhận và hỗ trợ của Nhà nước, các doanh nghiệp này vẫn đang phải đối mặt với nhiều rào cản phát triển. Các rào cản đó bao gồm: (i) các doanh nghiệp rất khó khăn trong việc tuyển dụng nhân sự phù hợp, (ii) các doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc huy động vốn, (iii) các doanh nghiệp thiếu kỹ năng kinh doanh, thiếu hỗ trợ tư vấn về kinh doanh, thủ tục hành chính đối với các doanh nghiệp xã hội còn rườm rà, thiếu mặt bằng sản xuất kinh doanh, nhận thức của về doanh nghiệp xã hội trong cộng đồng Việt Nam còn chưa cao.

5. Một số đề xuất chính sách nhằm phát triển doanh nghiệp xã hội tại Việt Nam trong thời gian tới

Thứ nhất, Nhà nước cần nâng cao hiệu lực thực thi các chính sách hiện hành mà doanh nghiệp xã hội nằm trong nhóm đối tượng được hưởng lợi. Đảm bảo các doanh nghiệp xã hội tiếp cận được thông tin về những chính sách mình được hưởng lợi và tạo điều kiện thuận lợi nhất để các doanh nghiệp này tiếp cận với những chính sách đó.

Thứ hai, Nhà nước cần nâng cao nhận thức của cộng đồng người dân về doanh nghiệp xã hội. Nhờ đó tạo điều kiện cho các doanh nghiệp xã hội được các thành phần dân cư ủng hộ, kết quả là các doanh nghiệp này có thể hoạt động thuận lợi và hiệu quả hơn, giúp ích được nhiều đối tượng yếu thế hơn trong xã hội.

Ngoài ra, việc nâng cao nhận thức của cộng đồng về các doanh nghiệp xã hội sẽ khuyến khích các cá nhân, tổ chức đầu tư vào các doanh nghiệp xã hội.

Thứ ba, chính sách riêng cho doanh nghiệp xã hội hiện vẫn còn khá chung chung. Nhà nước nên tiếp tục hoàn thiện các chính sách riêng cho doanh nghiệp xã hội theo hướng quy định cụ thể hơn nhằm giúp quá trình thực thi các chính sách đó được dễ dàng. Nhà nước nên xem xét ban hành nhiều ưu đãi

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

hơn đối với doanh nghiệp xã hội để các doanh nghiệp này có điều kiện phát triển hơn. Các ưu đãi có thể bao gồm:

- Ưu đãi hơn về thuế cho các doanh nghiệp xã hội. Điều này vừa giúp các doanh nghiệp xã hội hiện đang đăng ký hoạt động dưới Luật Doanh nghiệp hoạt động tốt hơn và đồng thời khuyến khích các doanh nghiệp xã hội khác đăng ký hoạt động theo Luật Doanh nghiệp.

- Giảm thuế thu nhập cho phần lợi nhuận mà doanh nghiệp xã hội cam kết tái đầu tư vì mục tiêu lợi nhuận.

Thứ tư, doanh nghiệp xã hội cần nhất hỗ trợ về vốn, về thị trường, về thông tin, về nâng cao năng lực. Do vậy, Nhà nước nên bám sát các nhu cầu này của doanh nghiệp xã hội để đưa ra chính sách hỗ trợ phù hợp. Nhà nước có thể xem xét một số đề xuất sau:

- Hiện nay có nhiều nhiệm vụ xã hội như xóa đói giảm nghèo, hỗ trợ những người yếu thế, hỗ trợ sinh kế cho người dân tại các vùng khó khăn và đặc biệt khó khăn... Nhà nước vẫn đang trực tiếp làm. Thay vào đó Nhà nước nên xem xét thuê các doanh nghiệp thông qua hình thức đấu thầu, trong đó ưu tiên các doanh nghiệp xã hội.

- Trong mua sắm công, Nhà nước cũng nên ưu tiên mua hàng hóa, dịch vụ do các doanh nghiệp xã hội bởi các doanh nghiệp này đang giúp Nhà nước thực hiện một phần chức năng nhiệm vụ của mình.

- Nhà nước có chính sách hỗ trợ doanh nghiệp về tiếp cận thông tin ví dụ như thông tin về các chính sách của Nhà nước, thông tin các quy định của thị trường xuất khẩu,...

- Nhà nước xem xét hỗ trợ chi phí đào tạo nâng cao năng lực nhân sự của doanh nghiệp xã hội trong đó chú trọng vào kỹ năng quản trị doanh nghiệp và kỹ năng tiếp cận thị trường.

Thứ năm, nhà nước xem xét ban hành Luật Hỗ trợ các doanh nghiệp xã hội. Nội dung Luật quy định rất cụ thể rõ ràng tiêu chí doanh nghiệp xã hội và các chính sách hỗ trợ mà các doanh nghiệp này được hưởng. Đảm bảo các doanh nghiệp xã hội đều dễ dàng tiếp cận với các chính sách này một cách công bằng và minh bạch. Đảm bảo hiệu lực thực thi của các chính sách hỗ trợ.♦

Tài liệu tham khảo:

1. British Council, CIEM, and Escap (2019), *Social Enterprise in Vietnam*.
2. British Council (2016), *Điện hình DNXH ở Việt Nam*, truy cập ngày 3/6/2018.

3. Cục Quản lý đăng ký kinh doanh, Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2018), *Cung cấp thông tin DNXH*, Công văn số 154/ĐKKD-TTHT ngày 14/6/2018.

4. Đại học Kinh tế quốc dân (2017), *Kỹ yếu hội thảo quốc tế về tinh thần kinh doanh vì xã hội*.

5. Khoa Anh Thắng (2016), *Kinh nghiệm phát triển DNXH ở Scotland*, Vương Quốc Anh, Tạp chí QLNN số 256 (5/2017), tr.111 - 114.

6. Trường Doanh nhân PACE (2015), *Báo cáo kết quả nghiên cứu khảo sát nhận thức hội nhập kinh tế quốc tế của doanh nghiệp Việt Nam*.

7. Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương (2012), *Doanh nghiệp xã hội ở Việt Nam: khái niệm, bối cảnh và chính sách*.

8. Michael E. Porter (1998), *On Competition*, A Harvard Business Review Book - HBS Press.

9. https://vi.wikipedia.org/wiki/doanh_nghiep_xa_hoi, truy cập ngày 3/6/2018.

10. <http://phapluatphattrien.vn/a461/hoan-thien-phap-luat-ve-doanh-nghiep-xa-hoi-o-viet-nam.html>, truy cập ngày 3/6/2018.

11. <http://tiasang.com.vn/-khoi-nghiep/doanh-nghiep-xa-hoi-giai-phap-bu-dap-khiem-khuyet-cua-thi-truong-8497>, truy cập ngày 3/6/2018.

Summary

Social enterprises are business models working on the purpose of serving community; therefore, this helps the State to reduce the pressure of solving environmental and social issues. In Vietnam, this business model is quite various in types, dynamic in operation, and becoming agrowing trend. Although it has been officially recognized by the 2014 Enterprise Law, the policy to promote this type of business is still incomplete. In order to contribute to the State's policy system improvement for social enterprises in Vietnam, this article focuses on reviewing international experience to draw lessons, assess the actual development situation of Vietnamese social enterprises, as well as review the current policy in Vietnam. Since then, the paper suggests a number of proposals to complete Vietnam's policies towards social enterprises in the coming time, contributing to solving existing social and environmental issues as well as enhancing sustainable economic development in the near future.