

Doanh nghiệp xã hội và các mô hình doanh nghiệp xã hội phổ biến hiện nay ở Việt Nam

Th.S. Đỗ Hải Hoàn

Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông

Gữa một thế giới luôn biến động với những vấn đề xã hội hiện lên đầy nhức nhối như tình trạng đói nghèo, bệnh tật, thất nghiệp, ô nhiễm môi trường, an toàn thực phẩm, người khuyết tật, các dân tộc thiểu số,... thì sự ra đời và phát triển của các doanh nghiệp xã hội (DNXH) được coi như là một giải pháp cho sự phát triển bền vững và toàn diện đối với mọi quốc gia. Việc giải quyết các vấn đề xã hội vốn là trách nhiệm của Chính phủ nhưng với ưu thế là một tổ chức không lợi nhuận và theo đuổi mục tiêu cao cả vì cộng đồng thì DNXH hoàn toàn có thể giảm bớt gánh nặng cho Nhà nước và trở thành đối tác hiệu quả để cùng nhau thực hiện những mục tiêu phát triển xã hội và môi trường. Bài viết này tập trung làm rõ khái niệm DNXH, đặc điểm, vai trò và các mô hình DNXH phổ biến hiện nay ở Việt Nam, từ đó đưa ra một số đề xuất, kiến nghị nhằm phát triển DNXH ở Việt Nam.

1. Một số vấn đề lý thuyết về DNXH

Doanh nghiệp xã hội (DNXH) đầu tiên xuất hiện ở Luân Đôn (Anh quốc) vào năm 1665 khi ông Thomas Firmin sử dụng nguồn tài chính cá nhân thành lập một xí nghiệp sản xuất nhằm cung cấp và duy trì việc làm cho 1.700 công nhân đang rơi vào cảnh thất nghiệp, đồng thời ông tuyên bố lợi nhuận sẽ được chuyển cho các quỹ từ thiện. Đến năm 1979, DNXH mới thực sự trở thành một phong trào nở rộ khi Thủ tướng Anh Margaret Thatcher chủ trương thu hẹp vai trò của Nhà nước, chia sẻ việc giải quyết các vấn đề xã hội với khu vực xã hội dân sự.

Khái niệm được nhiều người quan tâm nhất có lẽ phải kể đến khái niệm của Chính phủ Anh: "DNXH 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". Đây là cách định nghĩa ngắn gọn, đơn giản nhưng súc tích, đầy đủ và toàn diện. DNXH được nhấn mạnh trước hết là một mô hình kinh doanh, lấy mô hình đó làm phương tiện để thực hiện mục tiêu tối cao nhất là đem lại lợi ích cho cộng đồng, xã hội chứ không theo đuổi mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận như các doanh nghiệp thương mại thông thường.

Xét một cách tổng thể, có thể đúc rút ba đặc điểm

cơ bản dưới đây mà bất kì DNXH nào cũng có:

Thứ nhất là, DNXH trước hết phải đặt mục tiêu xã hội lên hàng đầu. Ngay từ khi mới nhen nhóm ý tưởng cho tới khi thành lập và phát triển, các doanh nhân xã hội đã phải luôn có ý thức hướng tới sứ mệnh đem lại lợi ích và những giá trị tốt đẹp cho xã hội. Đó là lý do tồn tại và cũng là kim chỉ nam định hướng cho mọi hoạt động của DNXH.

Thứ hai là, DNXH phải tổ chức các hoạt động kinh doanh nhằm duy trì sự tồn tại và phát triển của chính doanh nghiệp mình. DNXH cũng cần phải có đủ năng lực tạo ra lợi nhuận để tự nuôi sống mình và đem lại lợi ích cho xã hội.

Thứ ba là, lợi nhuận của DNXH phải được tái phân bổ lại phần lớn cho các hoạt động của doanh nghiệp và cho cộng đồng. Đây là đặc điểm để làm rõ chức năng, nhiệm vụ và sứ mệnh của DNXH là thực sự vì xã hội chứ không phải vì lợi nhuận, phục vụ cộng đồng chứ không phải vì lợi ích của các cổ đông.

DNXH đang ngày càng khẳng định tầm ảnh hưởng và sức lan tỏa với khả năng làm thay đổi cuộc sống của hàng triệu người. Có thể tổng hợp ba vai trò cơ bản mà một DNXH đảm nhận như sau:

- DNXH cung cấp các dịch vụ xã hội. Bất cứ quốc gia nào cũng có một số lượng khá lớn những người có nhu cầu được cung cấp các dịch vụ xã hội như: chăm sóc sức khỏe, y tế, giáo dục-đào tạo, cư trú, phục hồi chức năng,... nhưng không được các cơ quan công quyền đáp ứng đủ hoặc họ không đủ điều kiện để được hưởng lợi ích công.

- DNXH tạo việc làm và sự hòa nhập xã hội cho những người yếu thế. DNXH là nơi giúp họ có một tương lai bền vững hơn khi cung cấp các khóa đào tạo, cải thiện năng lực cá nhân, giúp họ có được mức độ tự chủ nhất định trong xã hội và công việc, cung cấp việc làm thích hợp mà không nhằm mục đích đạt năng suất hay giá trị lợi nhuận cao.

- DNXH cung cấp hàng hóa và dịch vụ giá trị cao. Sự phát triển của DNXH trên thực tế đã vượt quá xa so với những gì giới học thuật đang nghiên cứu và ghi chép. Những sáng tạo xã hội trong tất cả mọi lĩnh vực đang ngày càng nở rộ và gây được tiếng vang trên toàn thế giới vì lợi ích mà nó mang lại vô cùng ý nghĩa.

Như vậy, DNXH cung cấp những lợi ích chung cho cộng đồng, đặc biệt quan tâm sâu sắc tới lớp người yếu thế, và vì vậy có thể coi DNXH là sợi dây gắn kết mọi đối tượng và tạo thêm niềm tin của con người trong xã hội.

2. Các mô hình DNXH phổ biến hiện nay ở Việt Nam

2.1 Quá trình phát triển DNXH ở Việt Nam

DNXH ở Việt Nam chưa từng được nhìn nhận một cách chính thức mặc dù vẫn tồn tại những mô hình tổ chức tương tự như DNXH. Sau gần 30 năm Đổi mới, có sự xuất hiện của các nhà văn hóa, câu lạc bộ ở hầu khắp mọi làng xã trên toàn quốc với mục đích nâng cao đời sống của con người cả về vật chất và tinh thần, tri thức. Chính sách xã hội hóa của Nhà nước đã tạo thuận lợi cho các tổ chức tư nhân và tập thể cung cấp các dịch vụ công như giáo dục, y tế, giảm nghèo,... góp phần đáp ứng mong mỏi của cộng đồng và giải quyết phần nào các vấn đề xã hội. Đi lên từ ý tưởng sáng tạo xã hội, khao khát tự đứng vững trên thị trường để theo đuổi mục tiêu vì sự phát triển của cộng đồng xã hội, một số tổ chức đã và đang hoạt động như một DNXH thực thụ.

Đặc biệt khoảng 5 năm trở lại đây là bước ngoặt cho sự phát triển DNXH tại Việt Nam. Việt Nam đã trở thành quốc gia có thu nhập trung bình. Vì vậy, các nguồn tài trợ từ ODA hay các tổ chức phát triển song phương đã giảm dần hoặc rút khỏi Việt Nam để chuyển sang những quốc gia nghèo hơn. Trong vài ba năm gần đây, DNXH trở thành chủ đề được nhiều người trong nhiều lĩnh vực quan tâm như: giới nghiên cứu, truyền thông, các nhà hoạch định chính sách, nhà quản lý kinh tế, nhà đầu tư,... và ngày càng nhiều DNXH mới ra đời. Cho đến nay, ước tính có khoảng 300 DNXH trên cả nước, nhưng chủ yếu vẫn tập trung ở Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh. Nhiều DNXH là minh chứng chân thực và sống động cho mô hình mới đầy tiềm năng và một hướng đi mới đầy triển vọng cho bất kỳ ai mong muốn đóng góp cho xã hội. Những cái tên như KOTO, Tòhe, Help International, Trường Trung cấp Kinh tế-Du lịch Hoa sữa, trung tâm Nghị lực sống, trường Sfora,... là những cái tên đã được nhiều người biết đến.

2.2 Ba mô hình DNXH ở Việt Nam

Đa số các DNXH ở Việt Nam, đang trong giai đoạn đầu thành lập và phát triển và mới chỉ dừng lại ở con số rất khiêm tốn nhưng đã tiếp nhận đầy đủ ba mô hình DNXH phổ biến nhất trên thế giới. Đó là doanh nghiệp xã hội phi lợi nhuận được tài trợ (leveraged non-profit ventures), DNXH không vì lợi nhuận (Hybrid non-profit ventures), doanh nghiệp kinh doanh xã hội (social business ventures).

(i) Mô hình doanh nghiệp phi lợi nhuận được tài trợ (leveraged non-profit ventures): Đây được xem là mô

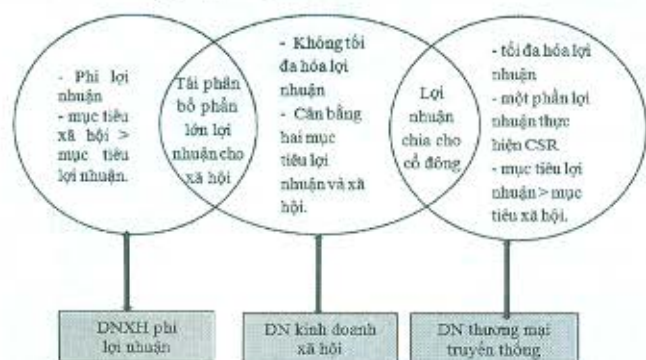
hình phổ biến nhất ở Việt Nam từ trước đến nay và nó tồn tại dưới những tên gọi rất quen thuộc như: hiệp hội, quỹ, câu lạc bộ, tổ/nhóm, trung tâm. DNXH mô hình này tìm kiếm những giải pháp mới nhằm hỗ trợ cho người nghèo, đáp ứng nhiều hơn và tốt hơn nhu cầu nguyện vọng của cộng đồng, giải quyết các vấn đề xã hội, môi trường, từ đó họ kêu gọi hay thu hút sự ủng hộ về tài chính và chính trị của các cá nhân hay tổ chức sẵn sàng hợp tác vì lợi ích chung của cộng đồng, xã hội. Nguồn vốn được tài trợ đều sử dụng vào mục đích phát triển con người, phát triển xã hội, cải thiện môi trường,... cụ thể như việc cung cấp trực tiếp cho những người đang có hoàn cảnh đặc biệt, giúp họ nâng cao chất lượng cuộc sống.

Mô hình này đôi khi bị nhầm lẫn với các tổ chức NGO vì cả hai cùng thực hiện mục tiêu xã hội thông qua nguồn tài trợ của các cá nhân và tổ chức có thiện ý. Tuy nhiên, sự khác biệt nằm ở chỗ, các DNXH phi lợi nhuận phải đưa ra được các ý tưởng, giải pháp sáng tạo nhằm giải quyết một vấn đề nào đó của xã hội thì mới có cơ hội nhận được vốn đầu tư. Còn các NGO thực hiện việc cung cấp hàng hóa và dịch vụ cho các đối tượng được hưởng lợi thông qua nguồn vốn đã được tài trợ sẵn bởi các nhà hảo tâm.

(ii) Mô hình DNXH không vì lợi nhuận (Hybrid non-profit ventures): Mô hình DNXH không vì lợi nhuận được nhiều người và nhiều nơi trên thế giới hoan nghênh tán thưởng và lựa chọn làm mô hình để phát triển. Ưu thế rõ nét nhất của mô hình này là sự kết hợp hài hòa, bền vững giữa mục tiêu xã hội với giải pháp kinh doanh chủ yếu dựa trên nguồn lực tự có. Với mô hình này, DNXH khẳng định được tính độc lập, tự chủ, phát huy được khả năng sáng tạo và thể hiện đầy đủ tinh thần doanh nhân xã hội đầy nhân văn và bản lĩnh kiên cường. DNXH không vì lợi nhuận hiện nay chủ yếu tồn tại dưới dạng các công ty TNHH, công ty CP. Nguyên nhân gốc rễ đầu tiên dẫn đến việc thành lập các công ty này là họ nhìn thấy vấn đề của xã hội/môi trường đang hết sức bức thiết. Tuy vậy, họ không "đi xin" sự ban phát hay tài trợ của người khác mà họ chủ động đưa ra giải pháp sáng tạo, sản xuất, kinh doanh nhằm tạo nguồn thu tự nuôi sống chính mình. Khi nguồn thu có dôi dư, họ tiếp tục mở rộng đầu tư hoặc sử dụng vì mục đích phát triển cộng đồng. DNXH mô hình này không theo đuổi tối đa hóa lợi nhuận như các doanh nghiệp thông thường nhưng họ cần có lợi nhuận để thực hiện mục tiêu cao cả hơn là đem lại những tác động tích cực cho cộng đồng và xã hội, đặc biệt là những người yếu thế.

(iii) Mô hình doanh nghiệp kinh doanh xã hội (social business Ventures): Đây là mô hình doanh nghiệp theo đuổi cả hai mục tiêu: lợi nhuận và xã hội. Các doanh nhân xây dựng mô hình này đưa ra những giải pháp nhằm vừa thu được lợi nhuận vừa mang lại những chuyển biến tích cực về mặt xã hội hoặc môi trường, lợi nhuận thu được chia cho các cổ đông đồng

thời phân bổ một phần cho xã hội. Mô hình này có phần tương đồng với mô hình DNXH phi lợi nhuận và doanh nghiệp thương mại thông thường. Dưới đây là hình vẽ biểu diễn điểm chung và riêng giữa ba mô hình doanh nghiệp này.



Mô hình doanh nghiệp kinh doanh xã hội cũng giống như doanh nghiệp thương mại truyền thống ở chỗ đặt ra mục tiêu tạo lợi nhuận và phân chia cho các cổ đông (hoặc nhà đầu tư), tuy nhiên doanh nghiệp kinh doanh xã hội không bị chi phối bởi lợi nhuận mà họ sẽ cùng nhau chia sẻ lợi ích, trách nhiệm và mục tiêu hỗ trợ phát triển cộng đồng, cải tạo môi trường. Những người lãnh đạo hoặc nhà đầu tư cho loại hình doanh nghiệp này cần có sự đồng lòng nhất trí cao về mục tiêu chung của doanh nghiệp, nếu không rất dễ bị "lệch pha", chia rẽ nội bộ khi không thống nhất về hai mục tiêu lợi nhuận và xã hội.

So với mô hình DNXH phi lợi nhuận có tài trợ và mô hình DNXH không vì lợi nhuận thì mô hình doanh nghiệp kinh doanh xã hội có ưu thế hơn vì: i) Khả năng đảm bảo tốt nhất về mặt tài chính; ii) Khả năng thu hút nhiều người quan tâm và tham gia; iii) Dễ dàng hợp tác hơn với nhiều loại hình doanh nghiệp khác nhau; iv) Thuận lợi hơn khi tiếp cận với nguồn vốn và thị trường; v) Khả năng phát triển quy mô và tầm ảnh hưởng lớn hơn.

Ở Việt Nam, những lĩnh vực mà doanh nhân kinh doanh xã hội lựa chọn đầu tư nhiều nhất hiện nay là nông nghiệp, giáo dục, y tế, tài chính vi mô, môi trường. Một số doanh nghiệp đang thực hiện theo mô hình này khá thành công như: Công ty phân bón Bảo Lâm, nhà máy tinh bột sắn Hướng Hóa, HELP Corporation, Quỹ CEP,...

3. Một số kiến nghị phát triển DNXH ở Việt Nam

So với thế giới, DNXH ở Việt Nam được phát hiện rất muộn và phát triển chậm hơn hàng trăm năm. Khái niệm về DNXH còn rất lạ lẫm với nhiều người, những mô hình DNXH đang hoạt động trong thực tế ở Việt Nam cũng chưa được pháp lý công nhận. Chính vì vậy, phát triển DNXH ở Việt Nam là cả một chặng đường đầy khó khăn, thử thách và rào cản đòi hỏi phải có sự chung tay góp sức của Chính phủ, ban ngành các cấp và toàn xã hội. Sau đây là một vài kiến nghị đối với

Nhà nước và các tổ chức liên quan nhằm tác động quan trọng cho sự duy trì và phát triển doanh nghiệp xã hội:

(i) Cần xây dựng một hệ thống pháp lý hoàn chỉnh cho DNXH: Nhà nước phải thấy rõ được vai trò tích cực của DNXH như "một đối tác chiến lược hiệu quả, một công cụ đặc lực" cùng Nhà nước tạo ra những tác động to lớn đối với cộng đồng xã hội. Vì thế, Nhà nước cần tạo hành lang pháp lý với những điều kiện thuận lợi thúc đẩy DNXH phát triển và mở rộng cả về quy mô và số lượng. Hiện nay, trong Luật Doanh nghiệp chỉ có một điều khoản duy nhất dành riêng cho DNXH được ban hành vào ngày 26/11/2014 nhưng lại không được hướng dẫn thi hành cụ thể, do vậy các DNXH đang hoạt động vẫn chưa nhận được sự ưu đãi khác biệt nào so với doanh nghiệp thường. Vì vậy, một Nghị định hướng dẫn chi tiết là rất cần thiết trong thời gian gần nhất, ngoài ra, cần tiếp tục sửa đổi, bổ sung những văn bản luật có liên quan về thuế, đầu tư, đất,... để tạo đòn bẩy cho DNXH.

(ii) Cần đẩy mạnh các hoạt động nghiên cứu, giáo dục, tư vấn về DNXH đồng thời tăng cường liên kết, hợp tác giữa các tổ chức trong lĩnh vực này. Ở Việt Nam, dù mới tiếp nhận một khái niệm mới được chừng 5 năm trở lại đây, nhưng giới nghiên cứu học thuật và các tổ chức trung gian đã nhanh chóng tổ chức các cuộc hội thảo, hội nghị và những chương trình có ý nghĩa thu hút sự quan tâm của đông đảo các đối tượng khác nhau đồng thời tăng cường liên kết, hợp tác trong và ngoài nước nhằm chia sẻ và tạo lập những cơ hội mới. Tuy nhiên, tất cả mới chỉ là bước đầu khai phá mở đường. Để tạo nền tảng thuận lợi và vững chắc cho DNXH, cần thúc đẩy các hoạt động nghiên cứu chuyên sâu, bài bản và có hệ thống. Kết quả nghiên cứu sẽ là cơ sở để tư vấn chính sách, đề xuất chương trình và kế hoạch hành động, đề xuất các giải pháp hoàn thiện khung pháp lý; ngoài ra nó chính là cơ sở nền tảng để đào tạo, giáo dục, tư vấn nhằm nâng cao nhận thức và năng lực về DNXH, khơi mở ra một lĩnh vực mới đầy tiềm năng cho tất cả mọi người.

(iii) Cần tuyên truyền, phổ biến rộng rãi thông qua các phương tiện thông tin đại chúng và cả hình thức giáo dục đào tạo. Ở Việt Nam, rất ít người biết đến khái niệm DNXH và ý nghĩa thực sự mà nó làm được. Đây cũng là một trong những lý do khiến số lượng các DNXH còn quá ít, ảnh hưởng xã hội chưa nhiều và chưa tương xứng với tiềm năng của nó. Vì vậy, cần đẩy mạnh công tác truyền thông và giáo dục để ngày càng có nhiều người hiểu rõ về tác động tích cực của loại hình doanh nghiệp này đồng thời khuyến khích và hướng dẫn mọi người cùng chung tay góp sức mang lại lợi ích cho cộng đồng.

(iv) Đối với các doanh nghiệp thương mại truyền thống, họ có sẵn năng lực quản lý, điều hành, kinh nghiệm kinh doanh hiệu quả và cả những điều kiện tài

Xem tiếp trang 16

khoảng trên 9 triệu tấn. Trong lĩnh vực sản xuất điện, với việc tăng lên nhanh chóng của các dạng năng lượng khác, đặc biệt là năng lượng tái tạo đã làm giảm nhu cầu sử dụng than cho phát điện từ mức khoảng 48% năm 2008 xuống 37% năm 2020. Với nhu cầu sụt giảm như vậy, lượng than tiêu thụ trong tương lai chắc chắn sẽ giảm đi.

5. Chi phí khai thác và rủi ro ngày càng gia tăng: do đặc điểm hoạt động khai thác than là diện khai thác ngày càng xuống sâu càng khó khai thác, chi phí khai thác càng gia tăng và độ rủi ro cao, nên đây là thách thức mang tính khách quan bất buộc TKV phải chấp nhận.

6. Còn nhiều khó khăn trong điều kiện địa chất và khai thác mỏ như mức độ biến động lớn, yêu cầu nghiêm ngặt trong công tác bảo vệ môi trường

3. Kết luận

Phân tích SWOT tỏ ra khá hữu hiệu trong việc đánh giá hoạt động kinh doanh trong mối quan hệ tổng hòa các yếu tố tích cực/tiêu cực trong và ngoài đơn vị, từ đó phục vụ cho việc xây dựng chiến lược hoạt động của Tập đoàn, trong đó có chiến lược phát triển bền vững. Tuy nhiên, đây là phương pháp có tính định tính cao và phụ thuộc rất lớn vào sự xét đoán của người làm công tác phân tích, do đó công việc này nên giao

cho những nhà quản trị có nhiều kinh nghiệm và có chuyên môn cao. Chất lượng phân tích của mô hình SWOT cũng phụ thuộc vào chất lượng thông tin thu thập được. Thông tin cần tránh cái nhìn chủ quan từ một phía, nên tìm kiếm thông tin từ mọi phía: ban giám đốc, các đối tác, các nhà tư vấn, các chuyên gia... để kết luận đưa ra được chính xác hơn.

Tài liệu tham khảo

1. Humphrey, Albert (tháng 12 năm 2005). "SWOT Analysis for Management Consulting", SRI Alumni Newsletter (SRI International).
2. Thủ tướng Chính phủ nước CHXHCN Việt Nam (2012), Kế hoạch phát triển ngành công nghiệp Than đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030, Hà Nội
3. Vinacomin (2014), Báo cáo thường niên, Hà Nội
4. Trang web www.vinacomin.vn

Doanh nghiệp xã hội và các mô hình doanh nghiệp...

Tiếp theo trang 12

chính, vật chất, họ có thể trở thành đối tác hoặc nhà đầu tư của các DNXH để hỗ trợ nhau phát triển. Các DNXH luôn có sẵn tinh thần đóng góp và cống hiến cho cộng đồng xã hội, hiểu rõ về mục đích và hành động cần phải làm, có ý tưởng và thời gian để thực hiện, họ sẽ giúp doanh nghiệp thương mại thông thường triển khai hiệu quả nhất các hoạt động CSR hoặc ở mảng xã hội mà doanh nghiệp thường chưa làm được.

(v) Về phía các DNXH, mặc dù đang phải đối mặt với rất nhiều khó khăn xuất phát từ chính điều kiện nguồn lực hạn hẹp của bản thân cộng thêm môi trường chưa thuận lợi, nhưng trước hết họ phải hiểu rõ hoàn cảnh, phát huy tinh thần tương thân tương ái, nâng cao tính tự lực tự cường, không ngừng nỗ lực học hỏi, kết nối sẻ chia, tìm kiếm cơ hội, ngày càng thu hút sự quan tâm và đầu tư của xã hội, dần dần họ sẽ tích lũy được những nguồn lực cần thiết để có thể tự đứng vững và tạo dựng vị trí quan trọng trong xã hội, trong nền kinh tế, và trong trái tim con người.

Tài liệu tham khảo

1. Aiken, M. (2010), Social Enterprises: Challenges from the field
2. Alter, K. (2007), Social Enterprise Typology,
3. CIEM, CSIP & British Council, Doanh nghiệp xã hội Việt Nam: Khái niệm, Bối cảnh và chính sách, 2012.
4. European Commission, A map of social enterprises and their eco-systems in Europe, 2014.
5. Hội thảo khoa học quốc tế: "Doanh nghiệp xã hội ở Việt Nam: Vai trò của trường Đại học và tổ chức nghiên cứu", Trường ĐH Kinh tế quốc dân, 2015.
6. <http://www.oecd.org/cfe/leed/37753595.pdf>