

THỰC TIỄN TỔ CHỨC VÀ HOẠT ĐỘNG CỦA DOANH NGHIỆP XÃ HỘI Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

■ NGUYỄN THỊ ĐIỂM ANH *

Tóm tắt: Trải qua sáu năm, kể từ ngày Luật Doanh nghiệp năm 2014 có hiệu lực thi hành cho thấy, doanh nghiệp xã hội ở Việt Nam có phạm vi, lĩnh vực hoạt động khá phong phú, đang góp phần vào việc tạo ra làn sóng phát triển doanh nghiệp xã hội ở Việt Nam. Tuy nhiên, phần lớn các doanh nghiệp xã hội đều có quy mô nhỏ với số lượng chưa nhiều, cho nên, đóng góp của doanh nghiệp xã hội đối với nền kinh tế - xã hội cũng còn khá khiêm tốn.

Abstract: Over the past six years, since the effective date of the 2014 Enterprise Law, social enterprises in Vietnam have a rich range and scope of activities, and contribute to creating a wave of social enterprise development in Vietnam. However, most social enterprises are small in number and not much, so the contribution of social enterprises to the economy - society is also quite modest.

1. Thực tiễn tổ chức và hoạt động của doanh nghiệp xã hội ở Việt Nam

Theo Bộ Kế hoạch và Đầu tư¹, tính đến hết năm 2019, số lượng doanh nghiệp xã hội (DNXH) chiếm khoảng 4% trong tổng số doanh nghiệp ở Việt Nam đang tồn tại và hoạt động. Phạm vi hoạt động của DNXH rất phong phú và đa dạng, có đến 50% DNXH có trụ sở tại Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh, gần 50% còn lại hoạt động ở khu vực nông thôn. DNXH không chỉ hoạt động tại Việt Nam, mà còn có tham vọng vươn lên tầm quốc gia và quốc tế. 30% tổng số DNXH tại Việt Nam đang hoạt động tại thị trường trong nước và 22% hoạt động trên thị trường quốc tế. Trong những năm gần đây, DNXH đã mở rộng phạm vi hoạt động, nhưng lại không đồng đều giữa các tỉnh, thành phố. DNXH có hình thức pháp lý đa dạng. Một số được đăng ký dưới hình thức hoạt động là DNXH, trong khi những doanh nghiệp khác được coi như doanh nghiệp tư nhân thông thường. Một số hoạt động dưới

hình thức hợp tác xã hoặc các hình thức khác². Tính đến cuối tháng 4/2020, hình thức pháp lý mà DNXH đã đăng ký với cơ quan đăng ký kinh doanh bao gồm: Công ty cổ phần; công ty TNHH một thành viên và công ty TNHH hai thành viên trở lên. Do pháp luật Việt Nam hiện hành chỉ thừa nhận hình thức pháp lý của DNXH là doanh nghiệp nên không có DNXH nào đăng ký thành lập với hình thức pháp lý là hợp tác xã hoặc hộ kinh doanh.

Về quy mô và doanh thu, hầu hết các DNXH hiện nay đều có quy mô nhỏ cả về nguồn nhân lực, tài chính và doanh thu. Đến cuối năm 2019, ước tính các DNXH có dưới 20 nhân viên chiếm tới 70%³. DNXH có quy mô nhỏ chiếm 40%, với doanh thu trên dưới 01 tỷ VND; 19% DNXH báo cáo doanh thu từ 01 đến 05 tỷ VND; 23% DNXH báo cáo có doanh thu từ 05 đến 25 tỷ VND; có tới 12% DNXH báo cáo doanh thu trên 25 tỷ VND. Độ tuổi lãnh đạo DNXH từ 25 - 44 chiếm 58,1%; độ tuổi lãnh đạo DNXH từ 45 - 64

chiếm 38% và độ tuổi lãnh đạo DNXH từ 65 trở lên chiếm 3,9%⁴. Ngoài ra, phần lớn các DNXH được dẫn dắt bởi những người có trình độ học vấn cao, 70% lãnh đạo có trình độ đại học, 42% có bằng cử nhân⁵. Những năm gần đây, ở Việt Nam có một làn sóng mới mang tên "Khởi nghiệp doanh nghiệp xã hội".

Phần lớn các DNXH đều kinh doanh có lợi nhuận. Hơn 70% số doanh nghiệp khảo sát báo cáo rằng, họ đạt kinh doanh có lãi; 18% DNXH hòa vốn và chỉ có 12% DNXH là thua lỗ (các doanh nghiệp lỗ và hòa vốn là những doanh nghiệp được thành lập vào các năm 2016, 2017 vì đang ở giai đoạn khởi sự). Mặc dù quy mô nhỏ, nhưng các DNXH lại có tính hòa nhập khá cao. Khu vực này gồm nhiều tầng lớp xã hội tham gia với 74% công nhân thuộc nhóm người yếu thế. Trong đó, 28% DNXH sử dụng trên 51% lao động đến từ nhóm người khuyết tật, người dân tộc thiểu số và người nghèo. Ngoài ra, các DNXH chủ yếu sử dụng lao động địa phương (90%), trong đó, 53% số lượng DNXH sử dụng trên 51% là người lao động tại địa phương. DNXH cũng rất đa dạng trong ban lãnh đạo, thể hiện qua việc có nhiều người và phụ nữ thuộc các nhóm yếu thế tham gia vào quá trình thành lập và hoạt động của các DNXH. Tỷ lệ khởi nghiệp xã hội là phụ nữ cao hơn nhiều so với con số 25% khu vực doanh nghiệp nói chung tại Việt Nam. Các doanh nghiệp khá lạc quan về triển vọng phát triển, chỉ có 1% cho rằng, doanh thu sẽ giảm, 7% giữ nguyên về doanh thu và 92% dự kiến tăng doanh thu, trong đó, 34% cho rằng, sẽ tăng một cách đáng kể. Có thể nói, so với DNXH của một số quốc gia trên thế giới, DNXH ở Việt Nam hiện nay mới chỉ trong giai đoạn khởi đầu, vì vậy, quy mô và doanh thu vẫn còn rất hạn chế. Nếu Chính phủ có các biện pháp ưu đãi, hỗ trợ thiết thực hơn nữa dành cho DNXH thì loại hình

doanh nghiệp này sẽ có nhiều điều kiện để vượt qua nhận định "hầu hết DNXH là những doanh nghiệp có quy mô và doanh thu nhỏ và vừa" như hiện nay.

Về ngành nghề và lĩnh vực hoạt động, DNXH ở Việt Nam hoạt động trong nhiều ngành nghề, lĩnh vực khác nhau, tuy nhiên, tỷ lệ lại không đồng đều. Lĩnh vực phổ biến nhất là nông nghiệp (35%); tiếp theo là y tế (9%), giáo dục (9%) và môi trường (7%); chăm sóc trẻ em (5%); việc làm và kỹ năng (4%); bán lẻ (4%); hỗ trợ kinh doanh (3%); ngành công nghiệp (web; thiết kế, in ấn) chiếm tỷ lệ 2%; chăm sóc sức khỏe (2%); hỗ trợ tài chính cad dịch vụ (2%); chăm sóc xã hội (2%); giao thông (2%); văn hóa và giải trí (1%) và các lĩnh vực khác (13%)⁶. Trên thực tế, rất nhiều vấn đề xã hội, môi trường khác mà Nhà nước và cộng đồng rất cần đến sự chung tay giúp sức của DNXH. Điển hình như đợt dịch Covid - 19 vừa qua, Đảng và Nhà nước ta rất vất vả và khó khăn để đẩy lùi và phòng, chống dịch bệnh bùng phát. Nếu như có nhiều DNXH hoạt động trong lĩnh vực y tế, chăm sóc sức khỏe cùng chung tay với Nhà nước thì công tác phòng và chống dịch bệnh Covid - 19 sẽ bớt khó khăn và đạt hiệu quả cao hơn.

Về những đóng góp của DNXH về kinh tế và xã hội, so với doanh nghiệp thương mại, những đóng góp của DNXH đối với nền kinh tế trong giai đoạn vừa qua vẫn còn rất khiêm tốn. Nhưng trong quá trình tổ chức và hoạt động, DNXH không chỉ tạo ra sản phẩm, dịch vụ cho xã hội, góp phần tăng ngân sách nhà nước thông qua nghĩa vụ nộp thuế, mà còn chia sẻ với Nhà nước nguồn lực tài chính để giải quyết các vấn đề xã hội một cách thường xuyên và lâu dài - điều mà các doanh nghiệp thương mại không thể thực hiện được. Thực tế cho thấy, những đóng góp của DNXH về mặt kinh tế nhiều khi không mang tính định lượng cụ thể, mà mang tính định tính bởi những

đóng góp của DNXH nhiều khi không thể tính toán được bằng tiền. Với sự cống hiến của mình cho xã hội, DNXH thực sự là tấm gương sáng góp phần lan tỏa phong trào kinh doanh hướng tới mục tiêu vì xã hội. DNXH đã tạo ra việc làm cho lao động trong nước với nhiều lĩnh vực khác nhau, đặc biệt là đang hỗ trợ rất tích cực cho những người có hoàn cảnh khó khăn, người khuyết tật hoặc những người thất nghiệp dài hạn - những đối tượng khó có khả năng tìm được công việc phù hợp ở các doanh nghiệp thương mại. Hiện nay, có một số DNXH đã tạo dựng được thương hiệu, điển hình như: Trường Đào tạo nghề nhân đạo Koto với chuỗi nhà hàng ở Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh. Trong hơn một thập kỷ phát triển, Koto đã nhận đào tạo nghề nấu ăn, dịch vụ khách sạn, nhà hàng cho rất nhiều trẻ em lang thang, có hoàn cảnh khó khăn. Không ít học viên của Koto sau này đã tự mở được nhà hàng hoặc tìm được việc làm ổn định tại các khách sạn, nhà hàng có tiếng.

Công ty TNHH Thủ công Mai (MVH) là một DNXH đã tạo ra hàng nghìn việc làm cho những người thợ thủ công, trong đó, phần lớn là phụ nữ nghèo tại các vùng quê hẻo lánh. Mục tiêu của MVH là tạo thu nhập và nâng cao khả năng tự lập của người nghèo và chịu thiệt thòi thông qua thương mại công bằng.

Một ví dụ nữa là, DNXH Tô he với mục tiêu tạo ra cơ hội cho trẻ em thiệt thòi, khuyết tật cơ hội sáng tạo nghệ thuật độc đáo, từ đó chọn lọc tạo ra các sản phẩm quần áo, phụ kiện, đồ gia dụng, văn phòng phẩm... phân phối tại thị trường Việt Nam và quốc tế. Một phần lợi nhuận được sử dụng để tiếp tục mở rộng chương trình lớp học sáng tạo và chương trình học bổng cho các em có năng khiếu. Tô he cũng mong muốn gợi ý cho các em nhỏ về một lựa chọn nghề nghiệp trong lĩnh vực sáng tạo nếu các em có

khả năng. Qua 09 năm hoạt động, Tô he đã triển khai hơn 150 sản phẩm nghệ thuật miễn phí cho hơn 1.000 trẻ em thiệt thòi tại 11 trung tâm bảo trợ xã hội, 03 trường tiểu học ở vùng sâu, vùng xa và sẽ tiếp tục mở rộng sản phẩm tới những nơi xa hơn trên khắp đất nước.

Bên cạnh đó, Zô Project là dự án theo đuổi mục tiêu trở thành một DNXH hoạt động trong lĩnh vực bảo tồn và phát triển làng nghề giấy thủ công truyền thống của Việt Nam. Zô Project hướng tới gìn giữ và phát huy kỹ thuật làm giấy cổ xưa của dân tộc, song, có cải thiện quy trình làm giấy theo hướng bền vững về môi trường, tạo thêm giá trị cho giấy thủ công của Việt Nam bằng các sản phẩm thủ công có giá trị kinh tế cao⁷.

DNXH ở Việt Nam đang góp phần chia sẻ trách nhiệm và gánh nặng xã hội với Nhà nước bằng các con đường riêng đầy sáng tạo, tiết kiệm, thiết thực và hiệu quả. DNXH cũng mở ra cơ hội cho phụ nữ và thế hệ trẻ đảm nhận vai trò lãnh đạo, góp phần hỗ trợ Chính phủ trong giải quyết các vấn đề xóa đói, giảm nghèo, hỗ trợ và nâng cao năng lực cho các nhóm yếu thế, bảo tồn thiên nhiên, bảo vệ môi trường, ứng phó với biến đổi khí hậu; đào tạo kỹ năng nghề cho con em gia đình nghèo, người dân tộc thiểu số, người khuyết tật..., tạo cho họ việc làm ổn định, có thu nhập tương đối cao trong điều kiện chung của xã hội. Như vậy, khi một nền kinh tế ngày càng phát triển đi đôi với hàng loạt các vấn đề xã hội phát sinh về môi trường, giáo dục, y tế, thực phẩm, xử lý rác thải, dịch bệnh... thì sự đồng hành của DNXH cùng với Chính phủ để giải quyết các vấn đề xã hội là những đóng góp vô cùng có ý nghĩa.

2. Một số bất cập trong tổ chức và hoạt động của doanh nghiệp xã hội theo pháp luật Việt Nam hiện nay

Một là, trong thực thi pháp luật về doanh nghiệp xã hội

Chính thức được ghi nhận về mặt pháp lý từ Luật Doanh nghiệp năm 2014, điều đó thể hiện sự quan tâm của Đảng và Nhà nước đối với loại hình DNXH. Tuy nhiên, hoạt động theo cơ chế thị trường với triết lý kinh doanh gắn liền với xây dựng cuộc sống bền vững, giải quyết các vấn đề xã hội thay vì lợi nhuận thuần túy, song các quy định của pháp luật về DNXH ở Việt Nam hiện nay chưa có những quy định nhằm khuyến khích DNXH ra đời và phát triển. Thực trạng này xuất phát từ nhiều nguyên nhân, nhưng có thể chỉ ra hai nguyên nhân cơ bản là: (i) Các cá nhân, tổ chức nhận thấy khi chuyển sang mô hình DNXH, họ vừa tốn kém về thời gian và kinh phí, vừa chẳng nhận được những ưu đãi gì đặc biệt từ phía Nhà nước và cộng đồng, vì thế, họ không "tha thiết" với việc đăng ký kinh doanh theo mô hình DNXH; (ii) Một số cá nhân, tổ chức cho rằng, khi để cụm từ DNXH trước tên của doanh nghiệp khiến cho khách hàng nhầm lẫn rằng, doanh nghiệp của họ giống như các tổ chức chuyên làm từ thiện, vì vậy, họ không thuận lợi trong kinh doanh. Việc các cá nhân, tổ chức hoạt động như mô hình DNXH nhưng lại không đăng ký kinh doanh hoạt động theo mô hình DNXH khiến cho các cơ quan quản lý nhà nước khó xác định được sự phát triển cả về chất và lượng của DNXH một cách thực tế. Cùng với đó, phạm vi, lĩnh vực và ngành nghề hoạt động của các DNXH ở Việt Nam được bố trí chưa đồng đều, khiến cho Nhà nước gặp nhiều khó khăn trong quản lý dân cư và giải quyết các vấn đề xã hội, môi trường. Xảy ra tình trạng này là do phần lớn các DNXH ở Việt Nam được hình thành từ sự tâm huyết của các doanh nhân xã hội là chủ yếu. Vì vậy, hoạt động ở đâu, hoạt động trong lĩnh vực gì là do DNXH tự quyết định theo nhu cầu và khả năng của

minh. Việt Nam hiện nay vẫn thiếu cơ quan chuyên trách trợ giúp DNXH phát triển, nên dường như DNXH ở Việt Nam hiện nay thiếu hẳn sự định hướng trong tổ chức và hoạt động. Việc tiếp cận thông tin về ngành nghề, lĩnh vực, phạm vi hoạt động của các doanh nhân xã hội chưa kịp thời và đầy đủ, vì vậy, hoạt động của DNXH chưa theo một kế hoạch hay chiến lược cụ thể nào và gặp rất nhiều khó khăn trong tiếp cận các nguồn tài chính; kinh doanh trên các thị trường có rủi ro cao, lợi suất tài chính thấp nên không hấp dẫn các nhà đầu tư thương mại. Kết quả điều tra cấu trúc tài sản của DNXH cho thấy, phần lớn nguồn vốn của DNXH là vốn tự có (20,3%) và vốn tích lũy từ các hoạt động sản xuất - kinh doanh (45,4%), một phần nhỏ từ tài trợ (5,3%), vốn vay khác như ngân hàng, gia đình, bạn bè chỉ chiếm 28,8%, trong khi đây là nguồn vốn lưu động quan trọng cho phát triển sản xuất, kinh doanh. Các DNXH cũng còn yếu về năng lực quản lý điều hành và sự thiếu hụt những dịch vụ hỗ trợ và nâng cao năng lực phù hợp cho DNXH; truyền thông và phát triển thương hiệu cho các DNXH gặp nhiều khó khăn do nhận thức của cộng đồng về loại hình doanh nghiệp này còn hạn chế.

Hai là, những khó khăn do nhận thức của cộng đồng

Doanh nghiệp xã hội ra đời, phát triển từ lâu ở một số quốc gia trên thế giới và đã có những đóng góp rất quan trọng đối với nền kinh tế và xã hội. Đó là một trong những lý do mà DNXH luôn nhận được sự ủng hộ rất nhiệt tình cả về vật chất lẫn tinh thần từ cộng đồng. Ở Việt Nam, mô hình hoạt động như DNXH đã có trong thời kỳ bao cấp, tuy nhiên, thuật ngữ DNXH thì mới chính thức được ghi nhận từ Luật Doanh nghiệp năm 2014 và đang trong giai đoạn khởi đầu phát triển. Thực tế cho thấy, Luật Doanh nghiệp năm

2014 có hiệu lực gần 06 năm, song, số lượng DNXX đăng ký hoạt động với cơ quan đăng ký kinh doanh tính đến cuối tháng 4/2020 mới khoảng 140 doanh nghiệp. Điều đó chứng tỏ, mô hình DNXX chưa thực sự tạo ra sức hút mạnh mẽ đối với các nhà đầu tư. Một trong những nguyên nhân dẫn đến tình trạng này là do nhận thức của cộng đồng về DNXX phần nào còn hạn chế. Hiện nay, vẫn còn nhiều cá nhân, tổ chức chưa nhìn nhận đúng vị trí, vai trò của DNXX đối với nền kinh tế và xã hội; chưa thấy được sự công hiến, những vất vả, khó khăn của DNXX trong quá trình tổ chức và hoạt động. Nhận thức của cộng đồng về DNXX bị hạn chế đã dẫn đến hệ quả là DNXX thiếu đi sự cảm thông, chia sẻ, ủng hộ cả về vật chất lẫn tinh thần từ cộng đồng. Phần lớn các sản phẩm mà DNXX cung cấp ra thị trường là được tạo ra từ đôi bàn tay của những người yếu thế (rất nhiều trong số đó là người khuyết tật hoặc bị hạn chế về bằng cấp và trình độ). Vì thế, DNXX rất khó khăn và vất vả trong việc đưa sản phẩm của mình đến tay người tiêu dùng. Nếu cộng đồng xã hội hiểu và nhận thức đúng về DNXX, thì họ dễ dàng cảm thông chia sẻ và sẵn

sàng ủng hộ DNXX trong tổ chức, hoạt động. Một bộ phận dân cư trong cộng đồng xã hội có tâm lý hoài nghi về mục tiêu xã hội của DNXX vì họ đã quá quen với nếp nghĩ rằng, mục tiêu tối cao của doanh nghiệp phải là lợi nhuận. Chính vì hoài nghi như vậy, cho nên họ thiếu đi sự cảm thông và không sẵn lòng chia sẻ, ủng hộ DNXX.

Bên cạnh đó, công tác tuyên truyền, giáo dục kiến thức về DNXX và pháp luật về DNXX ở nước ta còn hạn chế. Từ khi Luật Doanh nghiệp năm 2014 có hiệu lực, rất nhiều cuộc hội thảo trao đổi về DNXX và pháp luật về DNXX đã được tổ chức ở Việt Nam dưới các góc độ và quy mô khác nhau. Tuy nhiên, thành phần tham gia các cuộc hội thảo đó chủ yếu vẫn là các nhà khoa học, các nhà hoạch định chính sách, vì vậy, cộng đồng xã hội Việt Nam hiện nay vẫn đang thiếu những thông tin về DNXX. Việc thiếu đi sự tin tưởng, ủng hộ từ cộng đồng vô hình trung đã tạo ra những khó khăn nhất định cho DNXX trong quá trình tổ chức và hoạt động. Vì vậy, trong thời gian tới, công tác tuyên truyền, phát triển mô hình DNXX cần được đẩy mạnh hơn nữa □

1. Bộ Kế hoạch và Đầu tư - Ban Các vấn đề xã hội và môi trường (2019), "Phát triển Doanh nghiệp xã hội tạo tác động tại Việt Nam", xem tại: <http://www.ncif.gov.vn/Pages/NewsDetail.aspx?newid=21874>.
2. Hội đồng Anh, Tổ chức doanh nghiệp xã hội Vương quốc Anh, Viện Nghiên cứu Quản lý kinh tế trung ương (CIEM) (2019), Báo cáo nghiên cứu Hiện trạng doanh nghiệp xã hội tại Việt Nam, Hà Nội.
3. Bộ Kế hoạch và Đầu tư - Ban Các vấn đề xã hội và môi trường (2019), "Phát triển Doanh nghiệp xã hội tạo tác động tại Việt Nam", xem tại: <http://www.ncif.gov.vn/Pages/NewsDetail.aspx?newid=21874>.
4. Hội đồng Anh, Tổ chức doanh nghiệp xã hội Vương quốc Anh, Viện Nghiên cứu Quản lý kinh tế trung ương (CIEM) (2019), Báo cáo nghiên cứu Hiện trạng doanh nghiệp xã hội tại Việt Nam, Hà Nội.
5. Hội đồng Anh, Tổ chức doanh nghiệp xã hội Vương quốc Anh, Viện Nghiên cứu Quản lý kinh tế trung ương (CIEM) (2019), Báo cáo nghiên cứu Hiện trạng doanh nghiệp xã hội tại Việt Nam, Hà Nội.
6. Hội đồng Anh, Tổ chức doanh nghiệp xã hội Vương quốc Anh, Viện Nghiên cứu Quản lý kinh tế trung ương (CIEM) (2019), Báo cáo nghiên cứu Hiện trạng doanh nghiệp xã hội tại Việt Nam, Hà Nội.
7. Phát triển doanh nghiệp xã hội vì sự phát triển kinh tế - xã hội bền vững. <http://www.khoahockiemtoan.vn/741-1-ndt/pha-t-trien-doanh-nghiep-xa-hoi-vi-su-pha-t-trien-kinh-te-xa-hoi-ben-vung.sav>.