

# Giải pháp phát triển giáo dục khởi sự doanh nghiệp xã hội tại các trường đại học

Trần Phan Thanh Hằng  
 Trường Đại học Thủ Dầu Một

Các doanh nghiệp xã hội đã và đang hỗ trợ tích cực và hiệu quả cho Chính phủ trong việc giải quyết các vấn đề xã hội, môi trường một cách bền vững. Luật doanh nghiệp 2014 đã đưa khái niệm doanh nghiệp xã hội vào khung pháp lý tạo tiền đề cho sự phát triển loại hình doanh nghiệp này ở Việt Nam. Tuy nhiên hiện nay có một vấn đề đáng được báo động là mức độ kinh doanh xã hội vẫn rất thấp ở cả các nước trên thế giới đặc biệt là các nước đang phát triển như Việt Nam mặc dù tiềm năng của hình thức kinh doanh này tại Việt Nam vẫn là rất lớn. Điều này một phần đến từ việc giáo dục đại học chưa tập trung vào khuyến khích khởi nghiệp DNXH. Bài viết này sẽ nêu một số vấn đề trong phát triển DNXH dưới góc độ giáo dục đại học để từ đó đề ra các giải pháp.

## 1. Giới thiệu

Doanh nghiệp xã hội (DNXH) đang ngày càng trở nên quan trọng trong việc hỗ trợ cung cấp các giải pháp cho những vấn đề xã hội (Dees, 2017; Ellis, 2010; Kickul và Lyons, 2016). Kinh doanh xã hội được xem như hình thức hoạt động kinh doanh có lợi cho toàn xã hội vì nó nhắm đến các mục tiêu giải quyết nhu cầu xã hội mà chính phủ hay doanh nghiệp thường không giải quyết cũng như không đáp ứng được thông qua các giải pháp sáng tạo, huy động được các ý tưởng, năng lực, nguồn lực cần thiết cho các vấn đề xã hội ngay tức thời hướng đến sự phát triển bền vững của xã hội (Alvord, Brown và Letts, 2004). Khuyến khích thành lập DNXH đang là chủ trương lớn của nhiều quốc gia bởi đây là mô hình doanh nghiệp khả thi góp phần giúp chính phủ giải quyết các vấn đề kinh tế - xã hội, đóng góp vào GDP quốc gia và đem lại lợi ích cho cộng đồng. Trong bối cảnh hiện nay, các DNXH được phát triển như một giải pháp tích cực trong việc hạn chế, giải quyết và xử lý các vấn đề xã hội - rất cần thiết cho sự phát triển toàn diện và bền vững của đất nước. Tại Việt Nam, vai trò quan trọng của kinh doanh xã hội đối với kinh tế - xã hội đã được khẳng định với việc luật hóa DNXH trong Luật Doanh nghiệp 2014. Có thể nói Luật Doanh nghiệp sửa đổi ban hành tháng 11/2014 đã đi vào lịch sử, mở ra một chương mới cho cộng đồng doanh nghiệp xã hội Việt Nam khi lần đầu tiên khai sinh khái niệm Doanh nghiệp xã hội trong hệ thống pháp lý. Tuy nhiên hiện nay có một vấn đề đáng được báo động là mức độ kinh doanh xã hội vẫn rất thấp ở cả các nước trên thế giới đặc biệt là các nước đang phát triển như Việt Nam mặc dù tiềm năng của hình thức kinh doanh này tại

Việt Nam vẫn là rất lớn. Bài viết này sẽ nêu một số vấn đề trong phát triển DNXH dưới góc độ giáo dục đại học để từ đó đề ra các giải pháp.

## 2. Doanh nghiệp xã hội

Khái niệm doanh nghiệp xã hội lần đầu tiên xuất hiện ở Anh vào thế kỷ XVII. Sau đó, loại hình kinh doanh này bắt đầu xuất hiện ở Tây Âu và Bắc Mỹ. DNXH được định nghĩa rất đa dạng. Nó đã được sử dụng để chỉ các chiến lược tìm kiếm thu nhập tổ chức phi lợi nhuận (Dees, 1998); các tổ chức tự nguyện cung cấp các dịch vụ công cộng (Di Domenico, Tracey và Haugh, 2009); các tổ chức hoạt động kết hợp các mục tiêu kinh tế và xã hội (Defourny và Nyssens, 2006); các doanh nghiệp định hướng lợi nhuận hoạt động trong các lĩnh vực phúc lợi công cộng (Kanter và Purrington, 1998); hoặc các doanh nghiệp cộng đồng giải quyết các vấn đề xã hội (Williams, 2007). Sự không thống nhất về khái niệm DNXH dẫn đến nhiều tranh luận tiêu biểu là hai trường phái Tây Âu và Hoa Kỳ - những nơi đầu tiên xuất hiện khái niệm DNXH vào cuối những năm 1980 (Defourny và Nyssens, 2010). Ở Việt Nam, doanh nghiệp xã hội lần đầu tiên được quy định tại Điều 10 Luật Doanh nghiệp năm 2014 và cách tiếp cận này xem DNXH là một loại hình kinh doanh tương tự như quan điểm DNXH của châu Âu. Theo đó, doanh nghiệp xã hội là doanh nghiệp thỏa mãn được ba tiêu chí sau:

- Doanh nghiệp được đăng ký thành lập theo quy định của pháp luật Việt Nam;
- Doanh nghiệp có mục tiêu hoạt động nhằm giải quyết vấn đề xã hội, môi trường vì lợi ích cộng đồng;

- Doanh nghiệp phải 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.

### **3. Một số vấn đề trong phát triển doanh nghiệp xã hội tại Việt Nam nhìn từ khía cạnh giáo dục đại học**

Thứ nhất, hiện nay vẫn chưa có một chương trình học hoàn chỉnh về khởi nghiệp doanh nghiệp xã hội tại Việt Nam. Các chương trình học hiện nay chỉ là những khóa học ngắn hạn do các tổ chức phi chính phủ tổ chức như Cộng đồng DNXH Việt Nam (SSEC), Seed Planters, Trung tâm Hỗ trợ Sáng kiến Phục vụ Cộng đồng (CSIP), HATCH! và Evergreen Labs. Ngoài ra, một số cơ sở ươm tạo DNXH cũng được chính phủ thành lập như trung tâm đổi mới Sài Gòn (SIHUB), Trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp cho thanh niên (sYs), BKHUP. Điều này dẫn đến việc chưa chuẩn hóa được chương trình giảng dạy, thời gian và địa điểm tổ chức cũng bị giới hạn vào các ngày cuối tuần hoặc tại các khu vực lớn như TPHCM và Hà Nội dẫn đến khó tiếp cận với những đối tượng không thuộc các khu vực trên.

Thứ hai, các DNXH được thành lập đều hướng đến giải quyết các vấn đề xã hội đa số đều xuất phát từ các ý tưởng của các cá nhân, họ nhận thấy các vấn đề xã hội tại địa phương sau đó phát triển các giải pháp để giải quyết các vấn đề đó. Do đó, với những sinh viên Việt Nam thường học tập trong môi trường lý thuyết gắn liền với bục giảng và lớp học mà thiếu đi những trải nghiệm thực tế thì sẽ rất khó để hình thành những ý tưởng giải quyết các vấn đề xã hội.

Thứ ba, các doanh nhân xã hội chỉ theo đuổi các giá trị xã hội, khác với phần lớn những cá nhân khác trong xã hội coi trọng các giá trị vật chất, do đó không phải bất kỳ ai cũng có mong muốn trở thành doanh nhân xã hội. Việc đầu tư dàn trải để phát triển các doanh nhân xã hội có thể trở nên lãng phí và không cần thiết. Việc sàng lọc ra những đối tượng tiềm năng, có đầy đủ phẩm chất đạo đức để tập trung nguồn lực có thể trở thành chiến lược để phát triển các doanh nhân xã hội tương lai.

Thứ tư, các chuyên gia về khởi nghiệp DNXH đa số là các chuyên gia từ nước ngoài. Mặc dù, Bộ Giáo dục và Đào tạo Việt Nam đã ký kết thỏa thuận hợp tác với hội đồng Anh nhằm thúc đẩy giảng dạy doanh nghiệp xã hội trong các trường đại học tại Việt Nam tuy nhiên các trường và giảng viên được tiếp cận chưa nhiều, dẫn đến việc đào tạo còn nhiều hạn chế.

Thứ năm, các chương trình về khởi nghiệp và DNXH chưa được quan tâm một cách đồng bộ từ các trường Đại học dẫn đến sự phát triển không đồng đều giữa các trường. Một số trường hiện nay quá quan tâm

đến khởi nghiệp truyền thống mà bỏ quên khía cạnh về khởi nghiệp DNXH, khi đây là hình thức cần rất nhiều sự hỗ trợ để phát triển.

### **4. Một số kiến nghị phát triển doanh nghiệp xã hội tại Việt Nam**

Cần xây dựng một chương trình giáo dục về khởi nghiệp DNXH để đưa vào các trường đại học. Để nâng cao nhận thức về DNXH cũng như trang bị cho những doanh nhân xã hội tiềm năng những kiến thức phù hợp để khởi sự, điều hành quản lý DNXH cũng như tăng khả năng cạnh tranh của các DNXH, các trường đại học nên xây dựng và phát triển các môn học hoặc chương trình đào tạo phù hợp vào chương trình học của sinh viên và những người có mong muốn thành lập doanh nghiệp xã hội trong tương lai. Những sinh viên được đào tạo về kinh doanh xã hội này sẽ giải quyết được bài toán về nguồn nhân lực cho các DNXH. Các DNXH có thể liên kết với các cơ sở đào tạo để đào tạo các nhân lực chất lượng cao cho doanh nghiệp của mình. Việc có thể giúp các cá nhân khởi sự DNXH thành công sẽ hướng đến sự phát triển bền vững DNXH. Khi các cá nhân khởi sự DNXH thành công xuất hiện nhiều hơn sẽ ảnh hưởng đến cách suy nghĩ của giới trẻ về khởi nghiệp DNXH.

Đưa môn học khởi sự kinh doanh vào nội dung giảng dạy. Tăng cường tính ứng dụng, thực tiễn trong giảng dạy bằng việc áp dụng các phương pháp giảng dạy có liên hệ nhiều tới thực tế mà điều kiện dạy và học ở Việt Nam cho phép như thảo luận, bài tập tình huống, thiết lập kế hoạch kinh doanh... Có thể yêu cầu sinh viên tự tìm kiếm tài liệu về các DNXH và trình bày lại mô hình hoạt động, cơ chế, phạm vi và lợi ích của nó, các doanh nghiệp này có thể ở trên thế giới hoặc đang hoạt động tại Việt Nam. Ngoài ra, cần có những khuyến khích để tạo động lực cho sinh viên tham gia kiến tập, thực tập tại các DNXH.

Những hành lang pháp lý cho các DNXH hiện đã và đang được xây dựng hoàn thiện để tạo điều kiện tốt nhất cho sự phát triển của DNXH. Do đó, những khái niệm về DNXH, những cơ chế, chính sách hỗ trợ này cần được cập nhật liên tục trong chương trình đại học để các sinh viên có thể hiểu và tự tin hơn khi có ý định khởi nghiệp DNXH.

Có chiến lược rõ ràng hướng đến các đối tượng cụ thể có tiềm năng nhất để phát triển DNXH. Việc phát triển DNXH từ đối tượng là các cá nhân một cách đại trà dễ gây lãng phí. Việc sàng lọc từ những đặc điểm tính cách của từng cá nhân hay những kết quả mong đợi về nghề nghiệp tương lai có thể trở thành chiến lược cho các đại học để tìm kiếm và phát triển và bồi dưỡng cho các doanh nhân xã hội tiềm năng.

Với vai trò là người kết nối, các trường đại học có thể mời chuyên gia là những doanh nhân xã hội để

tham gia các buổi hội thảo, talkshow để chia sẻ kinh nghiệm và đặc biệt tạo thêm động lực cho các sinh viên. Ngoài ra, có thể mời các cá nhân làm việc tại các DNXH tham gia giảng dạy một hay một số học phần hoặc chuyên đề phù hợp với năng lực, thể mạnh của mình và thậm chí các doanh nghiệp xã hội có thể tham gia Hội đồng chấm khoá luận tốt nghiệp.

Hình thành các trung tâm ươm tạo doanh nghiệp ở các trường đại học nhằm hỗ trợ vật chất, tư vấn, hỗ trợ tài chính, cũng là nơi để thu hút các nguồn tài chính tài trợ cho hình thành các DNXH. Chú trọng hơn nữa việc đào tạo các kỹ năng mềm cho sinh viên để họ có khả năng xử lý các tình huống trong thực tế thành lập và điều hành doanh nghiệp như kỹ năng giao tiếp, kỹ năng điều hành doanh nghiệp nhỏ.

Cần có những định hướng phát triển DNXH theo các ngành nghề, lĩnh vực khác nhau. DNXH là một lĩnh vực rất rộng trong nhiều lĩnh vực. Với vai trò nghiên cứu của mình, các trường Đại học có thể trở thành nơi cung cấp những giải pháp, định hướng cho sự phát triển DNXH trên nhiều lĩnh vực khác nhau. Ngoài ra, với việc liên kết chặt chẽ với các DNXH trong quá trình đào tạo cho sinh viên, các trường đại học có thể nắm rõ những nhu cầu, những khó khăn, vướng mắc của các DNXH để từ đó tư vấn về chính sách, các chế độ hỗ trợ cho các DNXH.

**4. Kết luận**

Vai trò của doanh nghiệp xã hội đang ngày càng trở nên quan trọng trong mục tiêu hướng đến sự phát triển bền vững của xã hội tuy nhiên tại Việt Nam khái niệm doanh nghiệp xã hội vẫn khá mới mẻ. Vai trò quan trọng của kinh doanh xã hội đối với kinh tế - xã hội đã được khẳng định với việc đưa khái niệm DNXH vào trong Luật Doanh nghiệp 2014. Qua gần 7 năm kể từ khi ban hành khung pháp lý cho DNXH, việc phát triển DNXH tại Việt Nam vẫn còn nhiều hạn chế. Trên cơ sở thực trạng DNXH tại Việt Nam, tác giả đưa ra những nhận định của mình về những vấn đề còn hạn chế trong giáo dục khởi sự DNXH tại Việt Nam và kiến nghị một số giải pháp để nâng cao vai trò của các trường đại học trong phát triển DNXH. Nếu có thể thực hiện đồng bộ các giải pháp trên sẽ phát huy hết tiềm năng của các DNXH tại Việt Nam tạo tiền đề cho sự phát triển của cộng đồng DNXH tại Việt Nam./.

**Tài liệu tham khảo**

Alvord, S. H., Brown, L. D., & Letts, C. W. (2004). Social entrepreneurship and societal transformation: An exploratory study. *The journal of applied behavioral science*, 40(3), 260-282.

CSIP - Centre for Social Initiatives Promotion, 2018. Báo cáo tác động 10 năm CSIP. <https://csip.vn/anh-pham/bao-cao-tac-dong-10-nam-csip-19.html> [Ngày truy cập 12/09/2020].

CSIP - Centre for Social Initiatives Promotion, 2019. Báo cáo thường niên năm 2019. <<https://csip.vn/anh-pham/bao-cao-hoat-dong-csip-2019-25.html>> [Ngày truy cập 12/09/2020].

Dees. (1998). *Enterprising nonprofits*. Harvard business review, 76, 54-69.

Dees, J. G. (2017). *1 The Meaning of Social Entrepreneurship Case Studies in Social Entrepreneurship and Sustainability* (pp. 34-42): Routledge.

Defourny, J., & Nyssens, M. (2006). Defining social enterprise. *Social enterprise: At the crossroads of market, public policies and civil society*, 7, 3-27.

Di Domenico, M., Tracey, P., & Haugh, H. (2009). Social economy involvement in public service delivery: community engagement and accountability. *Regional Studies*, 43(7), 981-992.

Ellis, T. (2010). *The New Pioneers: Sustainable business success through social innovation and social entrepreneurship*: John Wiley & Sons.

Luật Doanh Nghiệp số 68/2014/QH13

Kanter, R., & Purrington, C. (1998). Lockheed Martin IMS: Making a contribution and a profit. Harvard Business School Case, 399-018.

Kickul, J., & Lyons, T. S. (2016). *Understanding social entrepreneurship: The relentless pursuit of mission in an ever changing world*: Routledge.

Williams, C. C. (2007). De-linking enterprise culture from capitalism and its public policy implications. *Public Policy and Administration*, 22(4), 461-474.