# Doanh nhân Cộng đồng và Phương thức Canh tác Sinh thái

## Phương thức Canh tác Sinh thái

*Ảnh: Trần Thị Lành - HEPA 2007*

"Phương thức canh tác sinh thái là kiểu canh tác nương tựa vào *5 đặc tính cốt lõi*: 1) Đa dạng, 2) Đặc thù; 3) Tương tác; 4) Thích nghi; và 5) Bền vững của hệ sinh thái. Năm đặc tính cốt lõi này là nền tảng cơ bản tạo ra sự sống, khả năng chịu đựng và khác biệt của mọi sinh linh tồn sinh theo thời gian. Phương thức canh tác này thể hiện kiểu văn hóa ứng xử ân nghĩa của người canh tác đối với *hệ giá trị vô hình* đã trở thành *niềm tin và chuẩn mực hành vi* trong đời sống của người canh tác. Đây là phương thức *nuôidưỡngkhuônmẫu cảnhquan đặc thùnguyêntáckhôngthừavàkhôngthiếucủatạohóabantặngchomọisinhlinh*. Người canh tác theo phương thức này nuôi dưỡng được *5 Tiền tố của Hệ Nhân văn*: 1) Quyền tiếp cận bình đẳng đối với hệ sinh th i (Cơ bản); 2) Quyền tôn thờ phụng dưỡng hệ sinh thái (Đặc thù); 3) Quyền thực hành tri thức và chứng nghiệm trên hệ sinh thái (Thực hành); 4) Quyền tự chủ và tự quyết trên hệ sinh thái (Tổng thể); 5) Quyền chia sẻ nuôi dưỡng hệ sinh thái với láng giềng (Chiến lược), mà 5 Tiền tố này đã trở thành nhân giá trị và chuẩn mực ứng xử hàng ngày trong đời sống và bản sắc sinh kế của người canh tác. Phương thức canh tác này chỉ tồn tại ở những vùng đồng bào dân tộc thiểu số trong rừng sâu, nơi ít bị tác động bởi xã


Bản quyền sở hữu trí tuệ của bài viết: Mạng lưới Nông dân Nòng cốt MECO-ECOTRA (1995-2015) và YIELDS-AGREE(2015-2025) với sự đóng góp tài chính của các đối tác tài chính ICCO-IWDA ÚC-Partner Canada-NPA-CCFD-BROT-CARITAS-MISEREOR

hội tự mệnh danh "văn minh và hiện đại". Những cộng đồng này không a zua và rong ruổi chối bỏ chính mình trong thế giới chạy đua công nghệ và những cuộc cạnh tranh tăng tốc vị kinh tế thị trường phi đạo đức và phi đạo vận với mọi sinh linh. Phương thức canh tác này khác biệt về hệ giá trị và *10 định chuẩn hành vi sinh kế sinh thái*trong quan hệ so sánh với nông nghiệp hữu cơ và nông nghiệp bền vững" (Trần thị Lành 2007).

Triết lý của phương thức canh tác sinh thái thể hiện bởi hệ thống các chỉ số hành vi mà người canh tác ứng xử hàng ngày là: *1) Hệ sinh thái có hồn; 2) Người canh tác nương tựa, thừa hưởng và nuôi dưỡng nguồn vốn sinh kế trong hệ sinh thái như một cơ hội đặc ân; 3) Người canh tác tự chịu trách nhiệm trước hành vi ứng xử của mình bởi hệ thống chuẩn mực đạo đức bất thành văn; 4) Tôn trọng, lắng nghe, quan sát, thiết kế, qui hoạch, sử dụng và làm giàu dòngdinhdưỡngvậtchấttổnghòa từ năng lượng mặt trời, mưa, và gió,mà sản phẩm được tạo ra từ nôi nuôi dưỡng 5 đặc tính cốt lõi của hệ sinh thái; 5) Năng động giữa thực hành đi đôi với đúc kết và giàu hóa tri thức chứng nghiệm để nuôidưỡngcảnhquantự nhiên và hoànphuclainguồnvốntáisinhtheoquiluậtcho liên thế hệ mà hệsinhtháiban tăngcôngbằngcho moisinhlinh*(Trần Thị Lành 2007).

**Nông nghiệp sinh thái**

Nông nghiệp sinh thái là phương pháp tiếp cận sản xuất nông nghiệp nhằm mục tiêu tăng năng suất sản phẩm bằng cách tối ưu hóa quá trình sinh thái tự nhiên, tôn trọng và thừa hưởng mối quan hệ bằng hữu giữa con người với hệ sinh thái, giảm thiểu đầu vào cho nông nghiệp. Nông nghiệp sinh thái được xây dựng trên nền tảng quan hệ bình đẳng giữa tri thức truyền thống và hiểu biết khoa học, giữa nhà bác học và người nông dân canh tác truyền thống cùng với những chứng nghiệm trên hệ sinh thái.

Hệ thống canh tác nông nghiệp sinh thái phản ánh: 1) mức độ đa dạng sinh học cao, đóng vai trò then chốt trong điều hòa các chức năng của hệ sinh thái; 2) hệ thống và công nghệ quản lý tài nguyên thiên nhiên của các tộc người bản địa; 3) sản xuất nông nghiệp đa dạng; 4) khả năng chống chịu những nhiễu loạn và thay đổi của môi trường tự nhiên và con người; 5) hệ thống tri thức truyền thống và công nghệ cải tiến của người nông dân; 6) tôn trọng cao các quy định về quản lý tài nguyên thiên nhiên dựa trên những giá trị văn hóa truyền thống và hình thức tổ chức xã hội cộng đồng.

Ở nhiều nơi trên thế giới, hệ thống nông nghiệp được phát triển theo hướng đáp ứng những nhu cầu thiết yếu của con người mà không phải lệ thuộc vào cơ khí hóa, phân bón hóa học, thuốc trừ sâu hay bất kỳ công nghệ nào khác của nền khoa học nông nghiệp hiện đại. Nông nghiệp sinh thái được xây dựng trên nền tảng truyền thống này có khả năng giải quyết các căng thẳng về môi trường do những tác động tiêu cực của biến đổi khi hậu mang lại và tăng năng suất sản xuất nông nghiệp bằng cách tối ưu hóa hiệu quả của các quá trình sinh thái tự nhiên.


Bản quyền sở hữu trí tuệ của bài viết: Mạng lưới Nông dân Nòng cốt MECO-ECOTRA (1995-2015) và YIELDS-AGREE(2015-2025) với sự đóng góp tài chính của các đối tác tài chính ICCO-IWDA ÚC-Partner Canada-NPA-CCFD-BROT-CARITAS-MISEREOR

**Doanh nhân Cộng đồng**

Doanh nhân Cộng đồng là người nuôi dưỡng và phát triển ngày càng chuyên nghiệp kiểu canh tác nương tựa vào *5 đặc tính cốt lõi* của hệ sinh thái đã trở thành *niềm tin phụng dưỡng thiên nhiên* của cộng đồng.Theo đó, cộng đồng tự duy trì được *5 Tiền tố của Hệ Nhân văn* mà 5 tiền tố này đã trở thành nhân giá trị và chuẩn mực ứng xử hàng ngày trong phương thức canh tác và bản sắc sinh kế của cộng đồng.

Dễ hiểu hơn, Doanh nhân cộng đồng là những người có bản lĩnh tạo ra không gian tự do giúp cả cộng đồng phát huy sức sáng tạo của họ trong quá trình nương tựa ân nghĩa với hệ sinh thái và sự thanh thản trong *10 định chuẩn hành vi sinh kế sinh thái* của cộng đồng.

Họ là những người dám nghĩ, dám làm và sẵn sàng hy sinh vị cộng đồng, được cộng đồng tôn thờ và ngưỡng vọng như những lãnh tụ tinh thần lãnh đạo cộng đồng vượt qua khó khăn, thách thức và những cám dỗ vị cá nhân, nhằm duy trì và phát triển hệ giá trị văn hóa và đạo đức đặc thù của cộng đồng hướng tới phát triển hài hòa, an toàn và tự chủ. Hệ giá trị phi vật chất mà cộng đồng và Doanh nhân tu - tích được vị sinh thái, vị xã hội, vì an toàn và thanh thản của mọi sinh linh.

Nguồn vốn do Doanh nhân cộng đồng tạo dựng được là các giá trị phi vật chất mang tính nền tảng cơ bản quyết định ý nghĩa và chất lượng cuộc sống trên nền tảng *5 đặc tính cốt lõi* của hệ sinh thái và *5 Tiền tố* của hệ nhân văn.

Doanh nhân Cộng đồng trong triết thực Sinh thái Nhân văn Sinh học (BHE) mà Viện Phát triển Doanh nhân Cộng đồng (CENDI) tâm niệm là những Già làng, Nông dân Nòng cốt mạng lưới MECO-ECOTRA[1] (1995-2015) và đội ngũ kế cận YIELDS- AGREE[2] (2015-2025) đã và đang tiếp tục đeo đuổi nhân giá trị trong hành trình tự chứng, từ khởi, tự thành và tự làm giàu niềm tin phụng dưỡng Thiên nhiên của các tộc người và các cộng đồng.

**Doanh nghiệp Cộng đồng**

Doanh nghiệp Cộng đồng là một cộng đồng có chung hệ giá trị và định chuẩn sống nương tựa và bằng hữu với hệ sinh thái. Thiết chế văn hóa xã hội và chính trị dân sự của họ là phụng dưỡng thiên nhiên, nuôi dưỡng *5 đặc tính cốt lõi* của hệ sinh thái, và *5 Tiền tố* tiên quyết của hệ Nhân văn. Doanh nghiệp Cộng đồng không chạy theo và a zua công nghệ phi đạo đức đối với *khuôn mẫu cảnh quan đặc thù nguyên tác* của hệ sinh thái và phi bền vững đối với hệ nhân văn.

Doanh nghiệp Cộng đồng trong triết thực của Sinh thái Nhân văn Sinh học (BHE) mà Viện Phát triển Doanh nhân Cộng đồng (CENDI) tâm niệm là một Doanh nghiệp mà *chủ nhân sở hữu Doanh nghiệp* đó là *mọi thành viên trong cộng đồng*. Các Già làng, Nông dân Nòng cốt từ mạng lưới MECO-ECOTRA (1995-2015) tới kế cận YIELDS-AGREE (2015-2025) đã và đang tiếp tục đeo đuổi nhân giá trị của họ trong hành trình tự chứng, tự khởi và tự phụng dưỡng Thiên nhiên trong bất cứ trạng huống đổi thay nào của xã hội. Họ là những *chủnhân*

[1] MECO-ECOTRA:Mạng lưới Cộng đồng Dân tộc Thiểu số Lưu vực Mekong và Chiến lược vị Thương mại
[2] YIELDS-AGREE:Chiến lược Phát triển Lãnh đạo trẻ Dân tộc Thiểu số Bản địa – Thúc đẩy Hệ thốngDoanh nhân Nông nghiệp Sinh thái


Bản quyền sở hữu trí tuệ của bài viết: Mạng lưới Nông dân Nòng cốt MECO-ECOTRA (1995-2015) và YIELDS-AGREE(2015-2025) với sự đóng góp tài chính của các đối tác tài chính ICCO-IWDA ÚC-Partner Canada-NPA-CCFD-BROT-CARITAS-MISEREOR

*định đoạt* các thể loại *giao dịch*, và các *biến cách năng động của thị trường* giữa họ và người tiêu dùng.

Thiết chế của Doanh nghiệp Cộng đồng là một nền thiết chế kế thừa hệ giá trị tự nguyện cốt lõi truyền thống của một cộng đồng trong sự thích nghi và ứng phó trước thách thức phi đạo đức thị trường của chủ nghĩa công nghệ vô hồn, phi văn hóa, phi sinh thái và phi cộng đồng.

*Ảnh: Trần Thị Lành - Măng Bút, Kon Plông 2016*

**Nông nghiệp hữu cơ**

Thực tiễn canh tác hữu cơ đã và đang được người canh tác hướng tới là một kiểu canh tác cục bộ và phiến diện mà người canh tác cố gắng loại bỏ các tác động vô cơ trong chuỗi canh tác. Người canh tác chạy trốn từ hậu quả chứng nghiệm bất an đến sức khỏe và môi trường là nguyên nhân và động lực khai sinh canh tác hữu cơ. Phần lớn thì người canh tác thụ động chạy theo nhu cầu an toàn thực phẩm và đơn đặt hàng cục bộ của người tiêu dùng thay vì nhận thức và trách nhiệm đạo đức vị sinh thái, vị sức khỏe xã hội và môi trường.

Tư duy của kiểu canh tác hữu cơ là tư duy cục bộ phục vụ cho nhóm tiêu dùng có điều kiện thu nhập cao, thay vì xuất phát từ hệ giá trị phụng dưỡng thiên nhiên. Kiểu canh tác hữu cơ không xuất phát từ nhận thức gốc rễ của *5 đặc tính cốt lõi* của hệ sinh thái và *5 Tiền tố tiên quyết* của hệ nhân văn.

**Nông nghiệp bền vững**

Nông nghiệp bền vững là một nền nông nghiệp khai sinh từ thể chế chính trị thị trường. Nông nghiệp bền vững là nhu cầu tất yếu khi mà sức sản xuất của đất (độ phì nhiêu của đất) đã bị con người bốc lột đến khánh kiệt, khó có khả năng phục hồi và gây ảnh hưởng đến sinh kế của toàn xã hội, gây nên sự suy giảm lợi ích của giới kinh doanh. Đây là một nền nông


Bản quyền sở hữu trí tuệ của bài viết: Mạng lưới Nông dân Nòng cốt MECO-ECOTRA (1995-2015) và YIELDS-AGREE(2015-2025) với sự đóng góp tài chính của các đối tác tài chính ICCO-IWDA ÚC-Partner Canada-NPA-CCFD-BROT-CARITAS-MISEREOR

nghiệp đối phó do sức ép phi bền vững về sinh thái và gây nên những biến dạng về môi trường do cuộc chạy đua tổng sản phẩm quốc nội (GDP) không biết điểm dừng và thiếu hiểu biết căn bản về qui luật và khả năng chịu đựng trong tương tác tổng hòa của *5 đặc tính cốt lõi* của hệ sinh thái và 5 Tiền tố tiên quyết của hệ nhân văn. Tư duy và hành vi mang tính *đối phó của nền nông nghiệp bền vững* là các *giải pháp công nghệ biến đổi gen và các loại dưỡng sinh vô cơ do con người áp đặt* và lạm dụng thiên nhiên. Nông nghiệp bền vững theo cách hiểu này là một nền nông nghiệp luẩn quẩn vì mục đích tăng trưởng vật chất trong một hệ sinh thái vô hồn.

**Định chuẩn của một sản phẩm sinh kế sinh thái**

**5 đặc tính cốt lõi của hệ sinh thái nguyên tác**

1. Đa dạng;
2. Đặc thù;
3. Tương tác;
4. Thích nghi;
5. Bền vững.

**5 Tiền tố tiên quyết của hệ Nhân văn**

1. Quyền bình đẳng đối với hệ sinh thái (Cơ bản);
2. Quyền tôn thờ phụng dưỡng hệ sinh thái (Đặc thù);
3. Quyền thực hành tri thức và chứng nghiệm trên hệ sinh thái (Thực hành);
4. Quyền tự chủ và tự quyết trên hệ sinh thái (Tổng thể);
5. Quyền chia sẻ nuôi dưỡng cảnh quan tự nhiên với hệ sinh thái với láng giềng (Chiến lược).

**Địa chỉ hóa 10 Định chuẩn của *chuỗi sinh thái* của các sản phẩm *sinh kế sinh thái* trong mạng lưới MECO-ECOTRA (1995-2015) và YIELDS (2015-2025)**

1. Cà phê và rau sạch của đồng bào Hmông, bản Lóng lăn, Luang Prabang, CHDCND Lào;

2. Tiêu Sinh thái của bác Phước;

3. Ghè Vi Ô Lắc, Pờ Ê, huyện Kon Plông;

4. Sa nhân Tím của đồng bào Dao đỏ, Sải Duân, Phìn Ngan, Bát Xát, Lao Cai;

5. Thuốc tắm sau đẻ của người Dao đỏ;

6. Rau rừng HEPA, Hương Sơn, Hà Tĩnh;

7. Mật ong Daklanh, Măng Bút, Kon Plong;

8. Gạo đỏ Măng Bút;

9. Linh chi Măng Bút;


Bản quyền sở hữu trí tuệ của bài viết: Mạng lưới Nông dân Nòng cốt MECO-ECOTRA (1995-2015) và YIELDS-AGREE(2015-2025) với sự đóng góp tài chính của các đối tác tài chính ICCO-IWDA ÚC-Partner Canada-NPA-CCFD-BROT-CARITAS-MISEREOR

10. Sơn trà Măng Bút;

11. Lan Kim Tuyến (kim cương) Măng Bút;

12. Ngũ Kỳ Tử (quả);

13. Nấm Cổ cò, Mộc nhĩ, Thất diệp nhất chi mai Măng Bút

**Mục đích nghiên cứu**

1. Nghiên cứu và tư vấn cộng đồng hình thành những doanh nghiệp cộng đồng do Doanh nhân Cộng đồng thuộc mạng lưới MECO-ECOTRA (1995-2015) và đội ngũ kế cận YIELDS-AGREE (2015-2025) là *chủ sở hữu* doanh nghiệp;
2. Hỗ trợ doanh nghiệp cộng đồng kiểm định chất lượng an toàn thực phẩm, đăng ký thương hiệu và bản quyền sở hữu trí tuệ sản phẩm;
3. Tư liệu hóa chuỗi sinh thái của một sản phẩm quay trở lại giáo dục và giáo dưỡng liên thế hệ tại cộng đồng; phân tích phản biện; thay đổi thái độ lập định chính sáchvà thói quen người tiêu dùng vị đạo đức sinh kế sinh thái và xã hội;
4. Khi cộng đồng hội tụ đủ ba yếu tố trên, cộng đồng tự vận trù doanh nghiệp cộng đồng bởi các doanh nhân cộng đồng, và họ *tự định đoạt* mọi giao dịch và những biến chuyển năng động trong chuỗi thị trường.

**Cách tiếp cận cộng đồng và hệ sinh thái**

1. Quan sát hệ sinh thái, đối chiếu, học hỏi từ người canh tác về *5 đặc tính cốt lõi* của hệ sinh thái được nuôi dưỡng hay bị lạm dụng bởi *5 tiền tố tiên quyết* của hệ nhân văn;
2. Các Già làng và nông dân nòng cốt kế cận vận dùng tri thức và hiểu biết của họ để vẽ lát cắt sinh thái mô tả *5 đặc tính cốt lõi* của hệ sinh thái và các địa danh tâm linh theo niềm tin *phụng dưỡng* hệ sinh thái;
3. Thảo luận với sự đóng góp kiến thức và kinh nghiệm của toàn bộ các thành viên trong cộng đồng;
4. Phân tích cơ hội, thách thức, giải pháp và hành động nghiên cứu;
5. Thu thập số liệu lịch sử cộng đồng, lịch sử hệ sinh thái, phương thức sinh kế sinh thái đặc thù vùng nghiên cứu;
6. Xác định sản phẩm sinh kế sinh thái đặc thù vùng miền để giúp cộng đồng đăng ký bản thương và sở hữu trí tuệ sản phẩm.

**Lộ trình nghiên cứu chuỗi sinh thái một sản phẩm trong hệ sinh thái có hồn**

*5 đặc tính cốt lõi* của hệ sinh thái - *5 Tiền tố tiên quyết* của cộng đồng - *nuôi dưỡng tính đa dạng và khuôn mẫu cảnh quan nguyên tác* của hệ sinh thái - *giàu hóa bản sắc sinh kế sinh thái* vùng miền - thu hái và cất giữ - chế biến và đóng gói sản phẩm, phân tích an toàn sản phẩm, đăng ký thương hiệu và bản quyền sở hữu trí tuệ đặc sản vùng miền.

Cải thiện năng lực giao dịch và kỹ năng quản trị các giá trị cốt lõi của một sản phẩm (*5 đặc tính cốt lõi của hệ sinh thái và 5 Tiền tố tiên quyết của hệ nhân văn).*

**Nâng cao năng lực cộng đồng**


Bản quyền sở hữu trí tuệ của bài viết: Mạng lưới Nông dân Nòng cốt MECO-ECOTRA (1995-2015) và YIELDS-AGREE(2015-2025) với sự đóng góp tài chính của các đối tác tài chính ICCO-IWDA ÚC-Partner Canada-NPA-CCFD-BROT-CARITAS-MISEREOR

1. Cung cấp các kinh nghiệm, kỹ năng và qui trình cất giữ, chế biến sản phẩm theo qui chuẩn chất lương an toàn thực phẩm;
2. Cung cấp các kỹ năng tổ chức, điều phối và quản trị chuỗi sản phẩm theo tiêu chuẩn chất lượng an toàn thực phẩm giữa cộng đồng và khách hàng;
3. Cung cấp các kỹ năng tiếp cận khách hàng và giới thiệu qui trình chuỗi sản phẩm;
4. Kết nối cộng đồng với các tổ chức kiểm định chất lượng, đăng ký thương hiệu và bản quyền sở hữu sản phẩm;
5. Tạo diễn đàn kết nối với các mạng lưới khác cùng chung niềm tin phụng dưỡng thiên nhiên và chuỗi sinh thái sản phẩm giữa lưu vực Mê Kong, Bhutan, Amazon và Thái Bình Dương.

**Tạo cơ hội để cộng đồng hình thành doanh nghiệp cộng đồng**

1. Tư vấn pháp lý giúp các nhóm nông dân nòng cốt hình thành doanh nghiệp cộng đồng, tổ chức quản trị sản phẩm sinh thái trong cộng đồng để tiếp cận người tiêu dùng;
2. Kết nối doanh nghiệp cộng đồng với đại lý khách hàng tiêu dùng cùng chung hệ giá trị phụng dưỡng thiên nhiên;
3. Địa chỉ hóa qui trình sinh thái và chuỗi sản phẩm tới người tiêu dùng thông qua tài liệu hóa, website để giới thiệu online trung thực, minh bạch và công khai giữa doanh nghiệp cộng đồng và người tiêu dùng.

**Triết lý doanh nghiệp cộng đồng**

1. Cộng đồng là chủ sở hữu doanh nghiệp. Mọi thành viên trong Cộng đồng là người quyết định sứ mệnh tồn sinh của Doanh nghiệp;
2. Cộng đồng định đoạt giá trị gia tăng văn hóa,đạo đức và sinh kế sinh thái của sản phẩm;
3. Cộng đồng thông qua Doanh nhân Cộng đồng và Doanh nghiệp Cộng đồng kết nối trực tiếp với người tiêu dùng hướng tới cảm hóa và cải thiện thái độ và thói quen của người tiêu dùng thông qua các giá trị gia tăng văn hóa, đạo đức và sinh kế sinh thái của sản phẩm;
4. Quan hệ về chủ quyền và bản sắc sinh kế của các tộc người của Doanh nghiệp Cộng đồng và người tiêu dùng trở thành quan hệ đồng trách nhiệm về đạo đức thị trường, đạo đức xã hội, đạo đức văn hóa và đạo đức sinh kế sinh thái trong sự trường tồn liên thế hệ;
5. Phụng dưỡng thiên nhiên trở thành nhu cầu hơi thở của cả người tiêu dùng và doanh nghiệp cộng đồng.

**Tư vấn Doanh nghiệp Cộng đồng ứng phó trước thị trường thiếu đạo đức**

1. Xây dựng mạng lưới người tiêu dùng cùng chung hệ giá trị phụng dưỡng thiên nhiên;
2. Kết nối Doanh nghiệp Cộng đồng với cơ quan kiểm tra chất lượng an toàn thực phẩm uy tín và hợp pháp và các cơ sở xét nghiệm y học cổ truyền trung ương;
3. *Tư vấn thành lập Ủy Ban Định chuẩn Quốc gia về di sản cảnh quan đặc thù nguyên tác và 10 định chuẩn của chuỗi sinh thái đối với Doanh nghiệp Cộng đồng*;
4. Kết nối Doanh nhân Cộng đồng với đội ngũ Kiến trúc cảnh quan thiên nhiên nguyên tác;
5. Kết nối Doanh nhân Cộng đồng với các đối tác tài chính cùng hệ giá trị.


Bản quyền sở hữu trí tuệ của bài viết: Mạng lưới Nông dân Nòng cốt MECO-ECOTRA (1995-2015) và YIELDS-AGREE(2015-2025) với sự đóng góp tài chính của các đối tác tài chính ICCO-IWDA ÚC-Partner Canada-NPA-CCFD-BROT-CARITAS-MISEREOR

**Hệ giá trị của hệ thống canh tác sinh thái**

Hài hòa Thiên- Địa - Nhân;

An toàn văn hóa- xã hội- môi trường;

Tự tin, kinh nghiệm, hiểu biết, kỹ năng;

Tự chủ sinh kế sinh thái;

Hòa bình giữa các giai cấp, bền vững giữa con người với thiên nhiên;

*Góppầnxoadiusựnónggiâncủathiênnhiên*

**Bình luận Luật Doanh nghiệp số 68/2014/QH13/26/11/2014**

**Điều 10. Tiêu chí, quyền và nghĩa vụ của doanh nghiệp xã hội**

**1. Doanh nghiệp xã hội phải đáp ứng các tiêu chí sau đây:**

a) Là doanh nghiệp được đăng ký thành lập theo qui định của luật này;

b) Mục tiêu hoạt động nhằm giải quyết các vấn đề xã hội, môi trường vì lợi ích cộng đồng;

c) 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.

**Thực trạng Doanh nghiệp Xã hội từ luật đến thực tiễn**

Hầu hết các doanh nghiệp kinh doanh sinh lợi, trích 51% lợi nhuận làm nghĩa vụ và trách nhiệm xã hội, môi trường để đối phó với các qui định tại Điều 10 của Luật Doanh nghiệp.Vốn sinh thái, vốn xã hội, vốn văn hóa, vốn đạo đức trong cấu trúc logic hệ thống giữa người nông dân- doanh nghiệp - người tiêu dùng chưa được nhận thức đúng và đầy đủ ngay cả trong tư duy của người làm luật doanh nghiệp **số 68/2014/QH13/26/11/2014** và người đăng ký thành lập doanh nghiệp. Mục tiêu doanh nghiệp thông qua phương án kinh doanh chiếu lệ vì điều kiện pháp lý để doanh nghiệp có pháp nhân kinh doanh theo điểm a, mục 1 điều 10 của Luật Doanh nghiệp **số 68/2014/QH13/26/11/2014** "a)Doanh nghiệp xã hội Là doanh nghiệp được đăng ký thành lập theo qui định của luật này"!. Điều này có nghĩa rằng, một nhóm cá nhân tuân thủ Điều 10 đăng ký kinh doanh được gọi là "Doanh nghiệp Xã hội"!?

Thực tế, vô số doanh nghiệp tự xưng "Doanh nghiệp Xã hội" chưa thể hiện đầy đủ những yêu cầu hành chính NÔNG CẠN của Điều 10 đã đành[3], tệ hại hơn là ngay cả trong quản trị của những doanh nghiệp đó, cấu trúc logic hệ thống giữa người sản xuất- doanh nghiệp và người tiêu dùng là những hộp đen ngăn cách. Người tiêu dùng không có quyền tiếp cận trực tiếp địa

[3] Chưa có một cán cân công lý kiểm soát các hoạt động kinh doanh tuân thủ điểm b và c của doanh nghiệp xã hội, chưa có một cơ quan công quyền chuyên nghiệp định chuẩn như thế nào là 51% lợi ích phục vụ lại cộng đồng và các vấn đề xã hội môi trường.


Bản quyền sở hữu trí tuệ của bài viết: Mạng lưới Nông dân Nòng cốt MECO-ECOTRA (1995-2015) và YIELDS-AGREE(2015-2025) với sự đóng góp tài chính của các đối tác tài chính ICCO-IWDA ÚC-Partner Canada-NPA-CCFD-BROT-CARITAS-MISEREOR

chỉ sản phẩm của người sản xuất và không hiểu tường tận qui trình sản xuất của một sản phẩm mà mình tiêu dùng dưới một hệ thống chuẩn mực đạo đức trong quan hệ với *5 đặc thù cốt lõicủa hệ sinh thái và 5 tiền tố tiên quyết của hệ nhân văn*? Ngược lại, người sản xuất không biết sản phẩm của mình được mua bởi ai, bán đi đâu? Các giá trị vô hình về trí tuệ, đạo đức và văn hóa trong một sản phẩm được *định giá vàtiền tệ hóa* thông qua *mua bán bản quyền* . Bản quyền nguyên tác khi đã trở thành món hàng trao đổi bằng tiền tệ, và tiền tệ trở thành định chuẩn sở hữu mọi định đoạt trong hoạt động kinh doanh, bản quyền trở thành vô hồn và không được tiếp tục hơi thở của người khai sinh ra nó. Tiền và lợi ích tài chính trở thành chủ sở hữu và định đoạt linh hồn của mọi hoạt động kinh doanh. Trôi nổi trên dòng sông tiền tệ của thị trường, bản quyền nguyên tác biến dạng theo niềm tin và đạo đức của hệ hành vi vị lợi ích.

Hiếm có doanh nghiệp nào địa chỉ hóa trung thực,minh bạch và công khai lên toàn hệ thống cấu trúc giao dịch đơn thuần giữa người sản xuất- doanh nghiệp kinh doanh sản phẩm - và người tiêu dùng từ trong nhãn mác hàng hóa cũng như trong hệ thống quản trị doanh nghiệp. Người tiêu dùng các sản phẩm của doanh nghiệp chỉ biết thuận mua, thị hiếu và tiện ích. Người bán sản phẩm cho doanh nghiệp chỉ biết giá cả có hời hơn trong quan hệ so sánh và bằng lòng.

Doanh nghiệp chưa tự nguyện công khai trung thực chênh lệnh giữa mua và bán cho cả người sản xuất và người tiêu dùng. Điều nguy hiểm hơn là doanh nghiệp chưa địa chỉ hóa công khai và trung thực qui trình và định chuẩn của các sản phẩm mua vào và bán ra.

Các doanh nghiệp này chưa thể hiện trách nhiệm *hoàn trả lại* cho người sản xuất những giá trị *gia tăng về văn hóa, sinh thái, đạo đức và vị thế* của họ trong chuỗi giao dịch đơn thuần.

Cả hai chức năng giao dịch và biến cách năng động trong chuỗi thị trường đơn thuần đều chưa thể hiện được.

Vốn sinh thái và môi trường chưa được đặt ra như một hệ giá trị vốn đặc thù tiên quyết xuyên suốt quyết định sự sống còn của doanh nghiệp;

Vốn tư liệu sản xuất gồm người sản xuất (nông dân) và tư liệu sản xuất (đất) chưa được xem là tài sản quyết định sự trường tồn có trách nhiệm trong kinh doanh của doanh nghiệp.

Người nông dân và người tiêu dùng sản phẩm *chưa đượcnhận diện là chủ sở hữu thực quyền quyết định* tính bền vững kinh doanh của doanh nghiệp.

Cụm từ Doanh nghiệp Xã hội xuất hiện gần hai thập kỷ, khi mà tài nguyên trái đất và nền đạo đức xã hội đã suy đồi đến mức báo động. Kẻ giàu và người nghèo đã trở thành hố sâu ngăn cách. Người sản xuất không thể chịu đựng hơn được nữa. Kinh doanh vị Tiền tệ đã trở thành những chất gây nghiện vô thức lan truyền từ Tây sang Đông. Lối sống "văn minh hiện đại công nghệ" vị tiêu xài và quảng bá để tiêu xài là thước đo văn minh của xã hội hiện đại. Vốn xã hội và vốn tài nguyên mà doanh nghiệp đã tước đoạt trong các hộp đen ngăn cách không thể tiếp tục kiếm lợi hơn được nữa do làn sống đấu tranh của người lao động (người sản xuất)


Bản quyền sở hữu trí tuệ của bài viết: Mạng lưới Nông dân Nòng cốt MECO-ECOTRA (1995-2015) và YIELDS-AGREE(2015-2025) với sự đóng góp tài chính của các đối tác tài chính ICCO-IWDA ÚC-Partner Canada-NPA-CCFD-BROT-CARITAS-MISEREOR

và sự khánh kiệt của tài nguyên thiên nhiên đã đến hồi kết thúc. Nhu cầu bóc lột là mẹ đẻ của phát minh, ngay từ trong lòng giới kinh doanh đã phôi thai hình hài trách nhiệm xã hội và môi trường buộc phải hoàn trả, khái niệm doanh nghiệp xã hội phôi thai. Loại trừ thủ đoạn trên, tất cả các doanh nghiệp (kể từ khi khơi dậy và thịnh hành chủ nghĩa tân tự do từ những năm 1972 tới nay), ít thấy bóng dáng một doanh nghiệp, hay một tập đoàn nào trên toàn thế giới thể hiện trong tư duy quản trị cũng như hành vi ứng xử tỏ ra là vai trọng tài kiểm soát độc lập các sản phẩm, là cán cân công lý giữ công bằng và chỗ dựa tin cậy cho người sản xuất và người tiêu dùng. *Theo đó, các doanh nghiệp hay công ty được người sản xuất và người tiêu dùng trích chênh lệch giữa bán và mua để chi trả xứng đáng cho chức năng kiểm soát và cầu nối độc lập đáng tin cậy giữa người sản xuất và người tiêu dùng* của doanh nghiệp. Ngược lại, nếu công ty hay doanh nghiệp không làm tròn bổn phận kiểm soát độc lập và cầu nối tin cậy giữa người sản xuất và người tiêu dùng, đồng nghĩa với doanh nghiệp hay công ty đó sẽ bị người sản xuất và người tiêu dùng sa thải. Doanh nghiệp phá sản. Sức chịu đựng của trái đất đã khánh kiệt, niềm tin của người sản xuất và người tiêu dùng đối với các doanh nghiệp hay công ty đã bị khủng hoảng, bởi phần lớn công ty hay doanh nghiệp trên toàn thế giới chưa hiểu đúng và đủ bản chất của doanh nghiệp hay công ty là do chính người sản xuất và người tiêu dùng phôi thai ra họ dưới sự bảo lãnh duy nhất của nguồn dinh dưỡng sinh ra từ trái đất. Thực tế doanh nghiệp càng lớn, các hộp đen ngăn cách càng bí hiểm và đôi khi thâu tóm các vấn đề kinh tế xã hội để chèo lái con đò trung thực và minh bạch giữa người sản xuất và người tiêu dùng trong dòng dinh dưỡng của trái đất ban tặng cho muôn loài cập bến vô minh.

*Chân lý giản đơn rằng người lao động/sản xuất (công nhân và nông dân) là hệ giá trị tiên quyết sở hữu và định đoạt sự khỏe mạnh và an toàn lâu bền của doanh nghiệp;tài nguyên thiên nhiên là nguồn dinh dưỡng duy nhất của doanh nghiệp, xưa và nay, chưa có doanh nghiệp nào hiểu đúng, đầy đủ chân lý giản đơn này dựa trên 5 tiền tố tiên quyết của hệ nhân văn và 5 đặc tính cốt lõi của hệ sinh thái.*

*Với tất cả hệ thống hành vi ứng xử trên, các doanh nghiệp này chưa thể gọi là Doanh nghiệp Xã hội*, bởi sự tồn tại bản chất của chính doanh nghiệp và, bởi cả qui định của Luật Doanh nghiệp hiện tại số **số 68/2014/QH13/26/11/2014.**

**Cộng đồng (người sản xuất) và người tiêu dùng là người kiểm soát/lái thị trường**

Chuỗi giá trị của Viện Phát triển Doanh nhân Cộng đồng (CENDI) tin tưởng trong suốt chiều dài lịch sử phát triển tổ chức rằng: cộng đồng khi hội tụ đủ kỹ năng, kinh nghiệp và hiểu biết thị trường, họ sẽ đóng vai là Doanh nghiệp Cộng đồng với phong cách và bản lĩnh quản trị như một Doanh nghiệp mà người tiêu dùng là người bạn đồng hành quyền và trách nhiệm tư vấn phản biện độc lập trực tiếp giúp Doanh nghiệp Cộng đồng nhận diện những chỉ số tồn tại và thành công trong mỗi sản phẩm.

Các mô hình rau sạch Lóng Lăn, mô hình vườn sinh thái nhà bác Phước, mô hình vườn sinh thái bác Sồm lít (Lào) chính là Doanh nghiệp Cộng đồng và doanh nghiệp gia đình mức sơ khai;


Bản quyền sở hữu trí tuệ của bài viết: Mạng lưới Nông dân Nòng cốt MECO-ECOTRA (1995-2015) và YIELDS-AGREE(2015-2025) với sự đóng góp tài chính của các đối tác tài chính ICCO-IWDA ÚC-Partner Canada-NPA-CCFD-BROT-CARITAS-MISEREOR

Mạng lưới Nông dân Nòng cốt từ 1995-2015 và đội ngũ kế cận của cộng đồng là YIELDS-AGREE (2015-2025) mà 6 mạng chuyên đề hoàn toàn có thể trở thành các Doanh nghiệp Cộng đồng, người Điều phối viên của mạng là những Doanh nhân Cộng đồng - họ là chủ sở hữu doanh nghiệp cộng đồng và là lực lượng định đoạt mọi quyết định trong chuỗi thị trường;

Doanh nghiệp Cộng đồng là cán cân giữ thăng bằng cho hai bờ Nhà nước và Công ty kinh doanh vì lợi nhuận.


Bản quyền sở hữu trí tuệ của bài viết: Mạng lưới Nông dân Nòng cốt MECO-ECOTRA (1995-2015) và YIELDS-AGREE(2015-2025) với sự đóng góp tài chính của các đối tác tài chính ICCO-IWDA ÚC-Partner Canada-NPA-CCFD-BROT-CARITAS-MISEREOR