

TÀI TRỢ CHIẾN LƯỢC HIỆN ĐẠI

Phiên thảo luận buổi chiều giữa các nhà tài trợ chiến lược Hoa Kỳ và Việt Nam

16/9/2014

Villa Sông Saigon

14:00 – 18:00

Phần 1: BỐI CẢNH

CHÀO MỪNG VÀ PHÁT BIỂU GIỚI THIỆU – Bà Tôn Nữ Thị Ninh, Trung tâm Nghiên Cứu xã hội và Giáo dục Trí Việt

Tài trợ chiến lược là một phần của tất cả các xã hội. Nhưng nó còn quan trọng hơn đối với một xã hội đang trong quá trình chuyển đổi, như Việt Nam, một quốc gia đang phát triển về mọi mặt nhưng phải đối mặt với thách thức chênh lệch xã hội ngày càng lớn. Ngày càng có nhiều người thực hiện tài trợ chiến lược. Chúng ta có những nhà hảo tâm, người quản lý, các tổ chức phi lợi nhuận, các hiệp hội, học viện và cơ quan truyền thông. Truyền thông đóng vai trò quan trọng vì nó giúp định hình dư luận xã hội xung quanh vấn đề tài trợ chiến lược hiện đại, đặc biệt là ở Châu Á.

Chúng ta phải làm gì? Để có một buổi thảo luận vững chắc sự đóng góp từ các diễn giả trong và ngoài nước.

Và kết quả mong đợi của chúng ta là gì?

- Tài trợ chiến lược dựa trên truyền thống và thực tiễn. Với đặc thù riêng, cách làm này cần được hiện đại hóa. Việc trao đổi giữa các xã hội sẽ giúp chúng ta phát triển quy mô mà đa dạng hóa các cách và phương thức cũng như quy trình trong việc cho đi và tác động mang lại
- Tái xác nhận sự quan tâm và cam kết của chúng ta đối với hoạt động tài trợ chiến lược
- Những cơ hội để hiểu rõ hơn về những cơ hội và thách thức cũng như phương thức hành động tốt nhất. Trong trường hợp của Việt Nam, tôi muốn đặc biệt nhấn mạnh vào việc quản lý tài chính và quản trị.
- Hy vọng chúng ta có thể cải thiện hoặc định hướng lại hành động trong lĩnh vực này
- Cơ hội kết nối tuyệt vời

ĐỊNH NGHĨA TÀI TRỢ CHIẾN LƯỢC HIỆN ĐẠI – Bà Megan McCloskey, Vòng tròn Hoa Sen

Xem bài trình bày: [Tài trợ chiến lược hiện đại và vai trò của phụ nữ](#)

Phần II: VÍ DỤ VỀ TÀI TRỢ CHIẾN LƯỢC Ở VIỆT NAM VÀ HOA KỲ

ĐÓNG GÓP CỘNG ĐỒNG

- Việt Nam – Bà Dana R.H. Đoàn, Trung tâm Hỗ trợ Phát triển Cộng đồng LIN
Xem bài trình bày : [Đóng góp cộng đồng ở Việt Nam](#)
- Hoa Kỳ – Bà Susan Heikkala, Global Women-Partners in Philanthropy
Xem bài trình bày: [Đóng góp cộng đồng - Một hình mẫu cho tài trợ chiến lược công đồng](#)

ĐẦU TƯ TÁC ĐỘNG

- Việt Nam – Bà Phạm Kiều Oanh, Trung tâm Hỗ trợ Sáng kiến Phục vụ Cộng đồng
Xem bài trình bày: [Đầu tư xã hội ở Việt Nam](#)
- Hoa Kỳ – Giáo sư Emer Dooley, Đối tác Liên doanh Xã hội
Xem bài trình bày: [Đầu tư tác động – Một cách nhìn từ Hoa Kỳ](#)

Phần III: THẢO LUẬN

Câu hỏi 1: Khi có thiên tai xảy ra ở Huế, mọi người đã kêu gọi quyên góp trong gia đình và bạn bè. Dòng họ của tôi cũng có một nhóm ở Hà Nội và nhóm này tham gia tích cực trong những hoạt động về xã hội. Các hoạt động đóng góp cộng đồng ở Việt Nam có nhiều hình thức. Gần đây có chương trình kêu gọi quyên góp tiền cho người khuyết tật. Các chương trình như thế gồm có chương trình ca nhạc truyền hình trực tiếp và có hoạt động kêu gọi đóng góp qua SMS. Đối với các dạng đóng góp có số lượng tham gia lớn như thế thường là những người ẩn danh, vì số tiền nhỏ. Nhưng khi chúng ta đóng góp cộng đồng thì số lượng người lớn, số tiền lớn. Vậy trách nhiệm giải trình như thế nào?

Trả lời câu hỏi 1:

Ở Mỹ có các cơ chế quản lý và khung pháp lý để quản lý việc sử dụng tiền đóng góp. Một trong các quy tắc quản trị là các tổ chức nhận tiền phải công bố công khai về tài chính (thu và chi) hằng năm. Các chiến dịch thực hiện gây quỹ cũng phải công bố thông tin về kết quả. Chúng tôi tăng cường tính minh bạch bằng cách kêu gọi sự tham gia vào hoạt động của các tổ chức đó.

Có những tổ chức phi lợi nhuận chuyên về hoạt động giám sát các NPO để đảm bảo tính minh bạch trong hoạt động của họ, tập trung vào gây quỹ. Một số ví dụ bao gồm: Charity Navigator, Guidestar, và các tổ chức khác. Các NPO này mang lại sự minh bạch về thu nhập và chi tiêu của các NPO trên trang web của họ. Gần đây, họ còn cố gắng lượng giá tác động. Bên cạnh đó, các tổ chức nhận tài trợ cũng cần tự mình phân bổ ngân sách nguồn lực để theo dõi, lượng giá và báo cáo về hoạt động của họ.

VD: Tổ chức Chữ thập đỏ thu được 43 triệu USD thông qua tin nhắn trong một chiến dịch gây quỹ gần đây ở Mỹ. Họ sử dụng phương tiện thông tin đại chúng, mạng xã hội để thu hút tài trợ từ cộng đồng lớn. Cái hay ở đây là đóng góp thông qua những hình thức này để làm và để chia sẻ ("chia sẻ" trên Facebook). Ở Mỹ, để có thể gây quỹ, mỗi NPO đều phải đăng ký thuế với bang mà họ muốn kêu gọi tài trợ. Và nếu sử dụng tiền tài trợ không đúng mục đích thì họ có thể bị đưa ra tòa. Một vấn đề nữa là nếu tổ chức ở bang này, mà nhận tiền từ các bang khác thì họ có thể không được miễn thuế nữa.

Câu hỏi 2: Theo như tôi hiểu, các hoạt động của Global Women-Partners in Philanthropy được thực hiện dưới sự điều hành của hội đồng quản trị và tất cả các thành viên đều có thể bầu chọn cho các dự án. Tôi muốn biết các bạn lựa chọn thành viên như thế nào và vai trò của họ là gì?

Trả lời câu hỏi 2:

Thành viên hội đồng quản trị nhận những trách nhiệm khác nhau bao gồm quản trị, theo dõi giám sát và đề cử thành viên mới. Thành viên cũ khi nghỉ sẽ đề xuất thành viên tiếp theo. Và tất cả sẽ bỏ phiếu để lựa chọn. Chúng tôi mong đợi các thành viên mới sẽ có chuyên môn trong một hoặc nhiều lĩnh vực sau: tài chính, quản trị, hoạt động cộng đồng, nghệ thuật và văn hóa (và các lĩnh vực tài trợ khác).

Bình luận 1:

Tôi muốn bà Phạm Kiều Oanh chia sẻ về khung pháp lý cho các doanh nghiệp xã hội và những chi tiết liên quan đến việc gây quỹ.

Phản hồi 1 từ bình luận 1:

Ở Việt Nam chưa có quy định để điều hành các hoạt động của doanh nghiệp xã hội (SE) một cách khác biệt so với doanh nghiệp bình thường hay các tổ chức phi lợi nhuận. Nhưng chúng tôi cũng quan tâm đến việc giải trình minh bạch vì số tiền huy động được ngày càng lớn và ngày càng có nhiều người tham gia. Dù SE không đặt mục tiêu lợi nhuận là cao nhất, nhưng chưa có luật hay thuế ưu đãi. Chúng tôi vẫn đóng thuế như các doanh nghiệp tổ chức khác

Tôi mong rằng luật mới, dành một chương bàn về SE, sẽ giảm thiểu rào cản trong việc nhận tiền tài trợ từ cá nhân hay tổ chức, đặc biệt là từ nước ngoài. Trên thực tế, chúng tôi có thể nhận quỹ từ nước ngoài nhưng rất phức tạp. Chúng tôi cũng có thể xin giấy chứng nhận từ cơ quan nhà nước về một vài mảng hoạt động để được miễn thuế.

Tôi hy vọng rằng sẽ có định nghĩa về hoạt động của SE để giảm thiểu việc lợi dụng danh nghĩa SE để làm lợi bất chính. SE phải chi tiêu ít nhất 51% số tiền vào việc tạo ra tác động xã hội chứ không phải về hoạt động tạo ra lợi nhuận. Khái niệm SE vẫn còn mới ở Việt Nam và cần nhiều thời gian cũng như nỗ lực để vận động hành lang pháp lý. Có nhiều người không muốn đưa SE vào luật, vì họ nghĩ rằng mảng này quá nhỏ bé để đưa vào, và hoặc vì người ta có thể lạm dụng luật. Do đó, buổi thảo luận này là cách thức tuyệt vời để nâng cao nhận thức về SE.

Phản hồi 2 cho bình luận 1:

Tôi quan ngại về các nhà đầu tư xã hội nhiều hơn đối với các doanh nhân xã hội. Các nhà đầu tư xã hội có thể đóng góp rất nhiều và quan tâm đến việc đóng góp của mình được sử dụng như thế nào; tuy nhiên, không có ai giám sát các khoản đầu tư của họ. Họ có vẻ tập trung nhiều vào lợi nhuận trong khi không quan tâm đủ đến tác động xã hội. Vấn đề cần thảo luận giữa các nhà đầu tư xã hội là chiến lược rút lui. Tác động mà họ tập trung vào là lợi nhuận. Nếu mục tiêu là vốn dài hạn, luật cần xác định nhu cầu giám sát của các nhà đầu tư xã hội.

Câu trả lời ngắn là không có sự tập trung nào vào việc quản lý các nhà đầu tư xã hội.

Câu hỏi 3:

Điều này nhấn mạnh vào câu hỏi rằng lĩnh vực có hấp dẫn đủ để thu hút sự chú ý và hỗ trợ hay không. Đây chỉ là vấn đề ở Mỹ, và ở Việt Nam cũng vậy? Nếu ở Việt Nam có trường hợp tương tự, các tổ chức phi lợi nhuận hay SE đang làm gì để làm hài lòng các nhà tài trợ/nhà đầu tư của họ?

Trả lời câu hỏi 3:

Vinacapital có quỹ xã hội và lãi suất chỉ là 5% (thông thường là 10%). Việc nhà đầu tư có chi phối hoạt động của tổ chức nhận tài trợ hay không, thì tôi không có nhiều kinh nghiệm vì chúng tôi tự tạo quỹ cho dự án của mình.

DRD đôi khi phải đối mặt với thách thức từ việc nhà tài trợ chi phối dự án. Chúng tôi nhận tiền từ nhiều nhà tài trợ khác nhau. Đôi khi chúng tôi cũng phải điều chỉnh một chút để phù hợp với nhà tài trợ; tuy nhiên không bao giờ thực hiện những việc không phù hợp với tầm nhìn và sứ mệnh của tổ chức. Hiện nay nhà tài trợ cũng rất tôn trọng bên nhận tài trợ và rất nhiều nhà tài trợ chúng tôi làm việc cùng đã ở Việt Nam một thời gian. Vì vậy họ tôn trọng nhu cầu của chúng tôi. Vì vậy, tác động của họ không lớn và không phải thử thách lớn cho DRD. Nhưng tôi không chắc điều này đúng với các NPO địa phương khác ở Việt Nam.

Câu hỏi 4: Tôi muốn đặt vấn đề từ một góc độ khác. Gần đây có quỹ cho các SE ở Việt Nam. Các nhà đầu tư muốn có lợi nhuận và các SE phải đáp ứng yêu cầu của họ. Làm thế nào để tôi có thể xây dựng một doanh nghiệp vừa đáp ứng các tiêu chí của nhà đầu tư nhưng cũng thực hiện được trách nhiệm xã hội. Ngay từ đầu, tôi cần đáp ứng các tiêu chí của nhà đầu tư để có nguồn vốn. Nhưng bên cạnh đó, tôi không muốn nó giống như tổ chức phi lợi nhuận. Nhưng tôi băn khoăn rằng liệu nó có đúng và nó có buộc phải đến sau? Câu hỏi là làm thế nào để thu hút được đầu tư trong khi vẫn giữ mô hình kinh doanh của SE?

Trả lời cho câu hỏi 4:

Bạn có thể tham khảo B Corp, một hệ thống lượng giá. Nếu được thông qua, doanh nghiệp có thể có chứng nhận B Corp. Quá trình lượng giá yêu cầu các tài liệu chứng tỏ yếu tố minh bạch và tác động mà họ mong muốn tạo ra. Nó chỉ mới bắt đầu có từ 2-3 năm gần đây.

Chúng tôi đang làm tương tự với một doanh nghiệp địa phương. Chúng tôi đang bắt đầu tìm kiếm kỹ năng ở nhân viên, xem họ có thật sự có kỹ năng mà có thể lựa chọn hay không.

Mục tiêu cộng đồng, mục tiêu tài trợ chiến lược là ở một cấp độ hội đồng quản trị, được liên kết với chính sách của doanh nghiệp. Sau đó họ có thể quyết định có đóng góp một phần lợi nhuận – cân đối trách nhiệm tài chính nhưng cũng cho họ đủ cơ hội để xây dựng cách tiếp cận bền vững. Những lựa chọn này có thể được quyết định theo cá nhân, có thể gộp vào chính sách và/hoặc đưa tới việc thành lập một B Corp.

Không cần phải nhanh chóng hay có quy mô lớn nhưng cần hợp nhất với việc kinh doanh. Một khi bạn có lợi nhuận, mục tiêu này có thể được tăng cường (VD: bạn có thể cam kết số giờ nhân viên tình nguyện cho một dự án cộng đồng).

Câu hỏi 5: Liệu có sự khác biệt nào giữa nhà tài trợ nam và nữ ở Việt Nam? Cách họ làm tài trợ chiến lược là gì? Có sự khác biệt nào trong cách cho đi của họ hay không?

Trả lời cho câu hỏi 5:

Khi tôi gây quỹ cho tổ chức của mình, tôi thấy phụ nữ đóng góp cho các hoạt động từ thiện và xã hội nhiều hơn nam giới. Khi tôi gặp những nhà tài trợ là nữ, họ thường hỗ trợ rất nhiều. Trong khi đó nam giới có xu hướng lắng nghe nhưng không hỗ trợ và cũng không phản đối. Nhưng tôi nghĩ những người nam có đóng góp cho xã hội. Tôi cũng thấy LIN có rất nhiều nhà tài trợ là nữ (giám đốc công ty, quỹ, v.v..)

Một trong những câu chuyện đáng khích lệ của Việt Nam là sự tham gia của nữ giới. Trông thì có vẻ như những người nam đang điều khiển mọi thứ, nhưng không phải. Tiền thường do phụ nữ quản lý, trong khi chức vụ và việc truyền thông thì, những việc mà phụ nữ đã vui lòng giao lại, do nam giới nắm giữ.

Từ quan điểm của tôi, phụ nữ trong bối cảnh của Việt Nam là những người chăm sóc cho gia đình. Vì vậy, cho đi là một trong những cách họ giữ cho gia đình được vui vẻ và tránh những điều xấu. Nhưng ở Việt Nam, phụ nữ thường có xu hướng quản lý những khoản tiền nhỏ (tiền cho đồ ăn hay những thứ lặt vặt mà đàn ông thường không quan tâm). Vì vậy, nếu bạn hỏi xin những khoản tiền lớn, thì phụ nữ không quyết định được. Họ phải hỏi sự cho phép của người chồng. Phụ nữ thường tham gia nhiều hơn nam giới, nhưng nếu xét về số tiền thì tôi không chắc. Vì thường phụ nữ không quản lý những khoản tiền lớn. Tôi đã từng gặp rất nhiều nữ doanh nhân (Bà Ninh cũng có số liệu về số phụ nữ trong thị trường chứng khoán) nhưng nếu bạn nhìn vào hoạt động từ thiện của họ, thì thường là việc gia đình nhiều hơn. Tôi không tỏ ra tiêu cực hay tích cực. Phụ nữ trong gia đình là những người thường quyết định việc đóng góp, nhưng họ có xu hướng cho những khoản tiền nhỏ cho những nhu cầu thiết yếu, cơ bản (VD: trẻ em ở mái ấm). Nhưng giờ đây họ đang đóng nhiều vai trò quan trọng hơn trong nền kinh tế, thì đó chính là cơ hội để phụ nữ tham gia một cách có chiến lược hơn.

Câu hỏi là về nhà đầu tư xã hội và doanh nghiệp xã hội và họ tác động qua lại như thế nào ở Việt Nam. Cũng có một vài điều cần nói về nam và nữ cũng như cách họ cho đi. Ngay bây giờ, có quá nhiều hoạt động đóng góp liên quan đến sự quảng bá của công ty hoặc cá nhân. Tôi nghĩ rằng đây là một hiện tượng không tốt. Nhìn chung, một điều mà chúng ta nên làm là làm về cái "đức" – tác động xét về mặt phước đức của việc đóng góp. Cái đức của hoạt động tài trợ chiến lược một cách trầm lặng và ý nghĩa. Chúng ta không cần những chương trình truyền hình thực tế hay những người nổi tiếng. Ở các tập đoàn lớn, đặc biệt là các SOE, bạn không thấy phụ nữ trong hội đồng quản trị. Nếu bạn muốn tiếp cận những nguồn tiền lớn, thì chúng vẫn do những người nắm giữ. Có những người đàn ông đóng góp những khoản tiền lớn nhưng phần lớn những gì chúng ta thấy là cách tiếp cận truyền thống và cổ điển.

Đàn ông thường quan tâm đến việc kinh doanh và chúng ta phải đưa ra một đề xuất hấp dẫn. Nếu bạn muốn gây quỹ nhiều hơn, bạn phải tìm gặp những người nam, vì họ quản lý những khoản tiền lớn hơn. Nếu bạn có một đề xuất hay về doanh nghiệp xã hội – tác động xã hội và kinh doanh thuyết phục, tôi nghĩ những người nam sẽ chú ý. Vì thế, văn hóa là một việc nhưng xây dựng năng lực là yếu tố thứ hai. Đó là lý do tại sao tôi nghĩ rằng chúng ta có thể muốn cân nhắc làm thế nào để giúp xây dựng năng lực. Nếu đó là một đề xuất tốt, cả về tác động xã hội và kinh doanh, tôi không tin là tất cả nam giới sẽ nói không. Đó là lý do tại sao cần có những hoạt động nâng cao năng lực để phát triển tổ chức một cách thực tiễn, từ đó hấp dẫn cả nhà đầu tư nam và nữ.

Nếu bạn không làm một cách cẩn thận thì nó sẽ chỉ giống như CSR.

Câu hỏi 6: Liệu GWPP có mở rộng hoạt động sang Việt Nam không? Làm thế nào chúng tôi có thể tiếp cận nguồn tài trợ? Chúng tôi đồng hành cùng sinh viên kiến trúc trong suốt quá trình học tập của họ, và sinh viên nữ thường gặp nhiều khó khăn hơn sinh viên nam.

Trả lời câu hỏi 6:

Phần lớn hoạt động của chúng tôi là tại Washington. Các thành viên muốn gặp tổ chức, xem họ hoạt động như thế nào để từ đó tự tin đưa ra quyết định cũng như thấy được tác động. Chỉ hoạt động ở địa phương.

Tôi khuyến khích các mô hình đóng góp cộng đồng gây quỹ cho các tổ chức ở Việt Nam. Quá trình quyết định trao tài trợ là một quá trình cần sự tham gia. Các thành viên có thể muốn gặp và xem các NPO hoạt động như thế nào. Bằng cách đó, họ cảm thấy tự tin rằng họ có bằng chứng rằng đó là 1 tổ chức hoạt động tốt.

Vài năm trước, chúng tôi tạo một quỹ nhỏ để trao các khoản tài trợ quốc tế. Nhưng các tiêu chí bao gồm: nếu tổ chức có dự án ở một nước khác, họ cần phải có trụ ở Washington. Khoản tài trợ quốc tế đầu tiên đã được trao cho Cây Hòa Bình Việt Nam (tỉnh Quảng Trị).

Cần nhắc thiết lập vòng tròn đóng góp và hỏi họ giúp gây quỹ cho tổ chức của bạn.

Câu hỏi 7a:

Chúng tôi có một NPO đang hoạt động để phát triển nghệ thuật và văn hóa ở Việt Nam. Chúng tôi muốn biết thêm về luật cho SE. Sự khác biệt giữa SE và quỹ xã hội là gì? Liệu luật mới có liên quan đến tổ chức nghệ thuật của chúng tôi hay không?

Trả lời câu hỏi 7a:

Việc này khó. Nếu bạn đăng ký quỹ để thành lập quỹ dưới cơ quan chính phủ. Vào tháng 12, CSIP sẽ tổ chức diễn đàn đầu tư xã hội với sự tham gia từ chính phủ, VCCI, v..v. Bạn có thể nêu vấn đề của mình tại diễn đàn này.

Bạn cần thiết kế một mô hình hấp dẫn đối với nhà đầu tư và nhà tài trợ. SE ở Việt Nam khá khác biệt. Nếu bạn muốn thành công, bạn cần năng động, sáng tạo và linh hoạt. Một vấn đề là chúng ta cần nhân viên giỏi để làm những kế hoạch tốt, nhưng lại thiếu nguồn nhân lực.

Câu hỏi 7b:

Làm thế nào tổ chức của bạn phát triển từ 100 thành viên lên 500? Bạn tổ chức các loại hình hoạt động nào hay sự kiện nào để phát triển tổ chức?

Trả lời câu hỏi 7b:

Làm thế nào Quỹ Phụ nữ Washington phát triển lên hơn 500 thành viên từ 100 thành viên. Câu trả lời đơn giản là kết nối mạng lưới. Mỗi thành viên ban đầu đều là những người lãnh đạo trong cộng đồng, trong nhiều lĩnh vực khác nhau. Khi tổ chức sự kiện, mỗi thành viên sáng lập tìm trong sổ địa chỉ và mời những người mà họ nghĩ là sẽ quan tâm. Họ có những thông điệp truyền cảm hứng và ngay từ buổi gặp đầu tiên, họ đã kêu gọi được thêm 100 thành viên.

Kể từ đó, khi chúng tôi có dự án, tập huấn hay sự kiện mới mỗi năm, mỗi thành viên đều được khuyến khích mời những người không phải là thành viên tham dự. Khi mọi người có cơ hội để thấy và nghe về công việc, họ muốn đăng ký tham gia. Những ai đã là thành viên thì vẫn là thành viên. Mọi người tìm thấy lợi ích và niềm vui trong việc là một phần của tổ chức. Bài học rút ra là nếu chúng ta mang đến cho nhà tài trợ cơ hội để tìm hiểu về tổ chức, biết thêm về công việc và tác động, họ sẽ muốn tham gia, đóng góp và/hoặc tiếp tục hỗ trợ.

Phần IV: NHÌN VỀ TƯƠNG LAI

Phát biểu của bà Tôn Nữ Thị Ninh

Đây mới chỉ là bước đầu tiên. Hy vọng rằng buổi thảo luận này chứng minh được tính hữu ích và giới thiệu những cơ hội mới.

Trong lúc giải lao, Susan có hỏi tôi về việc tập huấn.

Những liên hiệp hội - nhóm có thể tổ chức tập huấn: hiệp hội phụ nữ, trường đại học, CSIP, Trí Việt, LIN, một số học viện từ Mỹ và những nơi khác. Từ ban đầu, không thể tổ chức một mình vì sẽ khó khăn. Chúng ta phải thực tế. Có thể bắt đầu dưới tiêu đề của công tác xã hội (vốn không có trong trường đại học địa phương như là một kỹ luật) và bắt đầu tập huấn một cách thực tiễn chứ không chỉ là lý thuyết. Điều này hoàn toàn khả thi. Điều này có thể nhỏ bé nhưng là một kết quả ý nghĩa của buổi trao đổi này. Tôi để lại cho Dana là người bắt đầu con đường này.

CSIP đã giúp cho việc truyền tải hay ra đời của SE ở Việt Nam hay chưa? Có! Tốt, vì các bạn đã làm nên chúng tôi muốn nghe về những câu chuyện thành công. Hãy gửi cho chúng tôi một số thông tin. Điều này sẽ rất tuyệt nếu sau khóa tập huấn, chúng ta quyết định xem những ứng viên nào mà chúng ta muốn thành lập SE. Sau đó chúng ta có thể nói rằng đây là ý kiến hay hay chưa hoặc bạn cần cân nhắc XYZ. Sẽ thật tốt nếu từ buổi nói chuyện của chúng ta, những vấn đề thực tiễn sẽ nổi lên. Vì thế, nếu CSIP có gì trong lịch trình, điều có thể giúp phát triển trong khối doanh nghiệp xã hội, và chúng ta có thể tìm cách để biến nó thành hiện thực. Đó sẽ là một kết quả tuyệt vời.

Năm tới, chúng ta sẽ kỷ niệm 20 năm bình thường hóa quan hệ ngoại giao Hoa Kỳ - Việt Nam. Chúng ta có thể nghĩ đến việc đóng góp vào việc kỷ niệm này. Chúng ta sẽ bắt đầu chứ?