

MÔI TRƯỜNG KINH DOANH

TRUNG TÂM THÔNG TIN KINH TẾ - PHÒNG THƯƠNG MẠI VÀ CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM

Số 13 (16) Tháng 4/2006

HỖ TRỢ DOANH NHÂN NỮ PHÁT TRIỂN sẽ thúc đẩy tăng trưởng kinh tế của Việt Nam

Kinh nghiệm quốc tế cho thấy ở những quốc gia có đầu tư và thực thi chính sách hỗ trợ phát triển doanh nghiệp do nữ làm chủ (gọi tắt là Doanh nghiệp nữ) thì ở đó, không những có nhiều doanh nghiệp nữ hơn và tỷ lệ đóng góp của khối doanh nghiệp này trong thu nhập quốc dân cao hơn mà còn làm cho cả nền kinh tế quốc dân mạnh hơn.¹ Hiện nay ở Việt Nam doanh nghiệp nữ chiếm khoảng hơn 20% tổng số doanh nghiệp tư nhân đã đăng ký hoạt động ở Việt Nam.² Tăng cường quyền năng kinh tế cho phụ nữ Việt Nam để họ tham gia nhiều hơn vào các hoạt động kinh tế sẽ có tác động đáng kể đến phát triển kinh tế cũng như xóa đói giảm nghèo ở nước ta. Trong nỗ lực chung này, Chính phủ đang giao cho Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam soạn thảo Luật Bình đẳng giới để trình Quốc hội lấy ý kiến vào tháng 5 tới. Bản tin này sẽ bàn về những rào cản mà doanh nghiệp nữ đang gặp phải cũng như những biện pháp (trong đó có Luật bình đẳng giới) nhằm hỗ trợ sự phát triển doanh nghiệp nữ ở Việt Nam.

Một khung pháp lý hoàn chỉnh về bình đẳng giới sẽ khuyến khích phụ nữ tham gia làm kinh tế.

Quyền bình đẳng giữa nữ và nam đã được khẳng định tại điều 63 Hiến pháp nước CHXHCN Việt Nam. Ở Việt Nam, liên quan đến lĩnh vực kinh tế, trước pháp luật, phụ nữ cũng đã được hưởng những quyền mà nam giới được hưởng như quyền tự do kinh doanh, quyền sở hữu tài sản, quyền đứng tên trong giấy chứng nhận quyền sử dụng đất và nhà ở, quyền tự do giao kết hợp đồng và quyền thừa kế v.v. Tuy nhiên do một số yếu tố lịch sử, trên thực tế vẫn còn tồn tại những phân biệt cản trở phụ nữ tham gia các hoạt động kinh tế. Một ví dụ điển hình là rất ít phụ nữ có tên trên giấy chứng nhận quyền sử dụng đất mặc dù Luật hôn nhân và gia đình, Luật đất đai sửa đổi (2003) đã quy định loại giấy này phải ghi cả tên vợ và tên chồng trong trường hợp quyền sử dụng đất là tài sản chung của hai vợ chồng - điều này hạn chế phụ nữ dùng quyền sử dụng đất làm tài sản thế chấp khi đi vay vốn ngân hàng.³

Dự luật bình đẳng giới đang được soạn thảo sẽ đưa ra những nguyên tắc chung về bình đẳng giới, bao gồm cả trong lĩnh vực phát triển kinh doanh và phát triển nghề nghiệp. Dự luật khẳng định nam nữ thành lập và phát triển doanh nghiệp được tạo cơ hội và điều kiện như nhau trong việc tiếp cận nguồn lực, thị trường, công nghệ và các ưu đãi về thuế. Dự luật cũng áp dụng một số biện pháp tạm thời để thu hẹp

khoảng cách giới, trong đó có cả những cơ hội đào tạo cho phụ nữ. Quan trọng hơn, dự luật sẽ đặt nền tảng để xây dựng một bộ máy giám sát thực thi bình đẳng giới trong xã hội. Cuối cùng, dự luật cũng quy định rằng từ nay trở đi bất kỳ văn bản pháp luật hay chính sách nào có liên quan cũng cần được đánh giá tác động toàn diện về giới trước khi ban hành.

Phụ nữ còn gặp một số khó khăn trong thành lập và phát triển doanh nghiệp

Một khảo sát của IFC-GEM-MPDF⁴ vừa thực hiện trong năm 2005 với gần 500 chủ doanh nghiệp nữ trên phạm vi toàn quốc khẳng định các chủ doanh nghiệp nữ, phần lớn là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, cũng gặp những khó khăn chung như thiếu vốn, thiếu thông tin thị trường, luật pháp và chính sách chưa rõ ràng và thiếu nguồn lao động lành nghề. Mặc dù tiếp cận các nguồn vốn chính thức có thể được coi là khó khăn chung của cả chủ doanh nghiệp nam và nữ, phụ nữ vẫn gặp thiệt thòi nhiều hơn do không đứng tên trên giấy chứng nhận quyền sử dụng đất đối với tài sản chung của hai vợ chồng cũng như chưa được trang bị kỹ năng xây dựng kế hoạch kinh doanh hoàn chỉnh theo yêu cầu của ngân hàng.

Bên cạnh đó họ còn đối mặt với một số thách thức riêng như: i) thiếu cơ hội được đào tạo về quản lý doanh nghiệp và tài chính, ii) thiếu cơ hội tham gia các mạng lưới kinh doanh và iii) khó khăn khi phải cân bằng giữa công việc và trách

nhiệm gia đình và xã hội (nuôi nấng con cái, chăm sóc bố mẹ lớn tuổi và các hoạt động xã hội khác). Một điều tra khác do Viện Các vấn đề Xã hội thực hiện trong năm 2005 (trên 4176 người trong đó 46.5% là nữ) đã khẳng định là phụ nữ có ít cơ hội đào tạo để phát triển chuyên môn hơn nam giới. Tỷ lệ nữ được đào tạo chuyên môn ở tất cả các hình thức như qua trường lớp hoặc đào tạo tại chỗ đều thấp hơn nam giới. Cũng theo điều tra này, tỷ lệ phụ nữ có thu nhập thường xuyên thấp hơn so với nam giới và phụ nữ đang phải dành nhiều thời gian làm các công việc gia đình mà không được trả lương - hạn chế họ tham gia vào các hoạt động đào tạo nâng cao chuyên môn và giao lưu với các doanh nhân khác.⁵

Nhà nước và xã hội cần nhận thức được rằng doanh nghiệp nữ phát triển sẽ đóng góp vào tăng trưởng kinh tế bền vững của quốc gia.

Các chủ doanh nghiệp nữ trong khảo sát của IFC-GEM-MPDF thể hiện mong muốn là Chính phủ sẽ có những chính sách và chương trình trọng tâm hỗ trợ cho sự phát triển của khối doanh nghiệp do nữ làm chủ ở Việt Nam. Cụ thể là ngay trong Luật bình đẳng giới và những văn bản hướng dẫn thi hành sắp tới, nên thiết kế những chương trình đào tạo kỹ năng kinh doanh dành riêng cho phụ nữ, hỗ trợ việc thành lập các mạng lưới liên kết doanh nghiệp do nữ làm chủ, xây dựng cơ chế bảo lãnh tín dụng cho các doanh nghiệp nhỏ, đặc biệt xem xét việc thành lập một hội đồng tư vấn chính phủ về các vấn đề liên quan đến doanh nghiệp do nữ làm chủ.⁶

(Xem tiếp trang 4)



Bản tin này được phát hành với sự hỗ trợ của Chương trình Phát triển Kinh tế Tư nhân MPDF, một chương trình được điều hành bởi Công ty Tài chính Quốc tế (IFC), bộ phận chuyên về kinh tế tư nhân của Tập đoàn Ngân hàng Thế giới và được tài trợ bởi nhiều nước và tổ chức.

“Môi trường Kinh doanh” tóm tắt và phân tích ngắn gọn về những vấn đề ảnh hưởng tới môi trường kinh doanh ở Việt Nam và đưa ra một loạt các ý kiến của nhiều bên liên quan. Mục đích nhằm cung cấp cho những người quan tâm tới các vấn đề kinh doanh một cái nhìn tổng quan về một vấn đề môi trường kinh doanh cụ thể.

Những phân tích và quan điểm trình bày ở đây chỉ nhằm mục đích cung cấp thêm thông tin tham khảo và không phải là quan điểm chính thức của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) và Chương trình Phát triển Kinh tế Tư nhân MPDF/IFC.

Khi trích dẫn và phổ biến thông tin trong bản tin này, đề nghị dẫn nguồn VCCI/MPDF.

(1) A. Lundstrom và Stevenson, L., *Quá trình phát triển chính sách cho doanh nghiệp*, Tổ chức Nghiên cứu Doanh nghiệp nhỏ của Thụy Điển, 2002

(2) Theo ước tính của Hội đồng doanh nhân nữ (VWEC), Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam

(3) Ngân hàng Phát triển Châu Á (ADB), *Phân tích tình hình bình đẳng giới ở Việt Nam*, 2005. Cho đến năm 2000, chỉ có 10-12% giấy chứng nhận quyền sử dụng đất do phụ nữ đứng tên. Một dự án thử nghiệm do Ngân hàng thế giới tài trợ đã giúp tái ban hành lại 35000 giấy chứng nhận quyền sử dụng đất có cả tên vợ và chồng ở 20 xã trên cả nước trong năm 2003-2004. Tuy nhiên hiện nay vẫn chưa có số liệu thống kê chính thức và cập nhật về số lượng giấy chứng nhận quyền sử dụng đất trên toàn quốc do phụ nữ đứng tên.

(4) Tổ chức Tài chính Quốc tế (IFC), *Doanh nhân nữ ở Việt Nam: Một khảo sát toàn quốc*, tháng 3 năm 2006. Khảo sát do Chương trình Phát triển Kinh tế Tư nhân MPDF và Bộ phận Giới - Doanh nghiệp - Thị trường của IFC đồng thực hiện.

(5) Viện Các vấn đề Xã hội, *Khảo sát về giới ở hộ gia đình*, 2005. 16,3% nam giới so với 9% nữ giới có cơ hội được đào tạo các kỹ năng qua trường lớp và 14% nam giới so với 9,7% nữ được đào tạo kỹ năng tại nơi làm việc. 67,9% nam giới so với 62,6% nữ giới có thu nhập thường xuyên.

(6) IFC-GEM-MPDF, *Doanh nhân nữ ở Việt Nam: Một khảo sát toàn quốc*, tháng 3 năm 2006.

Một khung pháp lý hoàn chỉnh về bình đẳng giới sẽ khuyến khích phụ nữ tham gia làm kinh tế



● Theo tôi, khi đề cập đến vấn đề bình đẳng giới trong phát triển kinh tế trước hết phải xác định rõ một số nguyên tắc tiếp cận, cụ thể là (i) các số liệu thống kê kinh tế phải có sự phân định rõ ràng theo tiêu chí giới để có thể đo đếm được những chỉ tiêu bị ảnh hưởng bởi yếu tố giới; (ii) cần có sự lồng ghép vấn đề giới vào các chính sách phát triển kinh tế, hơn là hoạch định riêng một chính sách cho một giới nào đó; (iii) các khái niệm về giới phải thật rõ ràng để đảm bảo rằng chính sách được đề ra

là để trong một số lĩnh vực ở đó giới này bị thiệt thòi thì được tạo điều kiện tiếp cận nguồn lực như giới kia, hay nói một cách khác là để họ có khả năng vượt qua những cản trở về giới.

TS. Phạm Thị Thu Hằng, Phó chủ tịch Hội đồng Doanh nhân nữ Việt Nam, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam

● Việt Nam đã có một khung pháp luật về bình đẳng giới tương đối vững. Bình đẳng giữa nam và nữ đã được khẳng định ngay trong Hiến pháp và được quán triệt trong các văn bản pháp luật dưới Hiến pháp. Tuy nhiên do quy định của pháp luật của Việt Nam là trung tính giới trong khi xuất phát điểm của nam và nữ chưa như nhau nên khoảng cách về giới trên thực tế vẫn còn lớn. Với mục tiêu thu hẹp khoảng cách giới và tạo bình đẳng giới thực chất trong xã hội, Dự luật bình đẳng giới là cần thiết để quy định rõ về bình đẳng giới ở mọi mặt của đời sống xã hội (chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội và gia đình), các biện pháp đặc biệt tạm thời cho cả nam và nữ và cơ chế để đảm bảo bình đẳng giới. Về bình đẳng giới trong lĩnh vực kinh tế, dự luật cũng đã quy định cụ thể là phụ nữ tham gia hoạt động kinh tế có cơ hội bình đẳng trong việc tiếp cận nguồn lực và các chính sách ưu đãi của Nhà nước. Bên cạnh đó, dự luật cũng áp dụng một số biện pháp tạm thời để hỗ trợ phụ nữ trong làm kinh tế như ban hành chính sách ưu đãi về thuế và tài chính cho phụ nữ là chủ doanh nghiệp vừa và nhỏ và các đơn vị kinh tế sử

dụng nhiều lao động nữ, xây dựng cơ sở đào tạo và tổ chức các khóa đào tạo dành riêng cho phụ nữ và thành lập quỹ hỗ trợ phụ nữ nghèo làm kinh tế. Sau khi dự luật được thông qua, cần quy định rõ trong các văn bản thi hành cơ quan cụ thể chịu trách nhiệm thực hiện soạn thảo và thực thi những chính sách ưu đãi này để đảm bảo phụ nữ nhận được những hỗ trợ cần thiết và kịp thời trong làm kinh tế.

Bà Lê Thị Ngân Giang, Phó Ban Pháp luật và Chính sách, Trung ương Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam



● Trong pháp luật Việt Nam phụ nữ có quyền tự do tham gia vào các hoạt động kinh tế, trong đó có thành lập và điều hành các doanh nghiệp, bình đẳng như nam giới. Chủ trương chính sách của Nhà nước là hết sức ủng hộ và khuyến khích phụ nữ tham gia làm kinh tế và cũng đã được phản ánh rất rõ trong Chiến lược phát triển kinh tế xã hội. Tuy nhiên vẫn còn khoảng cách từ chủ trương chính sách đến những việc làm cụ thể. Chưa có nhiều chương trình hỗ trợ và tạo điều kiện cho nhóm

đối tượng này. Rõ ràng phụ nữ vẫn thiệt thòi hơn nam giới khi vừa tham gia lao động sản xuất vừa phải đảm đương nhiều vai trò khác trong xã hội, nên cần được hỗ trợ nhiều hơn. Cũng phải nói thêm rằng một trong những lí do làm cho người phụ nữ bị thiệt thòi trong xã hội là bản thân họ cũng chưa nhận thức được đầy đủ những quyền lợi mà mình được hưởng. Lấy ví dụ nhiều phụ nữ chưa nhận thức được đầy đủ tầm quan trọng của việc có tên trên Giấy chứng nhận quyền sử dụng đất và nhà ở (trong khi chính sách của Nhà nước đã cho phép) nên chưa chủ động đi chuyển đổi giấy chứng nhận cũ để có thể tiếp cận các nguồn vốn chính thức dễ dàng hơn.

Bà Trần Thị Mai Hương, Phó Chủ tịch thường trực, Ủy ban quốc gia vì sự tiến bộ của phụ nữ Việt Nam

Phụ nữ còn gặp một số khó khăn trong thành lập và phát triển doanh nghiệp



● Phụ nữ Việt Nam đã có truyền thống kinh doanh buôn bán từ rất lâu, nhưng họ vẫn chưa được hưởng những dịch vụ và hỗ trợ cần thiết như các doanh nhân nam. Mặc dù trong luật pháp và chính sách của Việt Nam cũng không có phân biệt đối xử hay kỳ thị gì đối với phụ nữ làm kinh doanh, vẫn còn tồn tại một số yếu tố văn hóa như định kiến giới làm cho phụ nữ bị trói buộc bởi những trách nhiệm nội trợ trong gia đình và thường tập trung ở những ngành nghề được đánh giá thấp và trả lương thấp.

Những yếu tố này đã có tác động tiêu cực đến trình độ quản lý doanh nghiệp của các doanh nhân nữ, đặc biệt trong các lĩnh vực marketing, mở rộng sản xuất và áp dụng công nghệ mới. Cho đến nay vẫn còn thiếu những dịch vụ đáp ứng được những nhu cầu riêng biệt của chị em doanh nhân, cụ thể như trong quản lý thời gian, đào tạo và quản lý nguồn nhân lực.

Phát triển doanh nghiệp từ lâu đã được coi là một biện pháp giúp tăng cường quyền năng kinh tế cho phụ nữ và thúc đẩy bình đẳng giới trong xã hội. Tuy nhiên không phải phụ nữ nào sinh ra cũng có thiên bẩm để trở thành chủ doanh nghiệp, mà đòi hỏi họ phải được đào tạo kỹ năng kinh doanh hoặc học hỏi kinh nghiệm từ gia đình, người thân, bạn bè và đồng nghiệp. Khảo sát của IFC-MPDF cũng đã chỉ ra là doanh nhân nữ tha thiết được hỗ trợ nhiều hơn trong phát triển doanh nghiệp.

Ban soạn thảo Luật bình đẳng giới cũng nên xem xét đưa ra một số biện pháp đặc biệt tạm thời như quỹ tín dụng dành cho doanh nghiệp do nữ làm chủ, cung cấp cơ hội đào tạo nâng cao kỹ năng quản lý doanh nghiệp

và khuyến khích phụ nữ tham gia vào các vị trí lãnh đạo để thúc đẩy hơn nữa bình đẳng nam nữ ở Việt Nam.

Bà Froniga Greig, Chuyên gia giới và phát triển xã hội, CIDA Việt Nam



● Doanh nhân nữ hiện nay vẫn còn gặp một số khó khăn khi muốn phát triển doanh nghiệp mình lên quy mô lớn hơn vì còn hạn chế về kiến thức cũng như kỹ năng quản lý doanh nghiệp, chưa được gắn kết với cộng đồng doanh nghiệp và thiếu sự hỗ trợ, khuyến khích từ phía Nhà nước và xã hội. Các chương trình hỗ trợ phụ nữ làm kinh tế do Hội phụ nữ và các tổ chức phi chính phủ triển khai thì chủ yếu chú trọng đến phụ nữ nghèo ở các vùng nông thôn và dân tộc thiểu số. Các chị em đang điều hành và quản lý doanh nghiệp chính thức

cũng có nguyện vọng được hỗ trợ thêm để từng bước đuổi kịp các nam doanh nhân, đặc biệt trong xu thế hội nhập hiện nay. "Mạng lưới nữ doanh nhân" ra đời ban đầu là xuất phát từ mong muốn của các hội viên nữ ở Hội Doanh nghiệp trẻ Hà Nội. Họ muốn có một tổ chức nhằm tập hợp, tạo cơ hội cho các nữ doanh nhân trao đổi, chia sẻ tâm tư tình cảm, kinh nghiệm trong cuộc sống cũng như trong kinh doanh. Mạng lưới Nữ doanh nhân là một sáng kiến được sự trợ giúp của EU với mục tiêu được mô tả bằng 3C: Cá nhân, Công việc, Cộng đồng. Theo đuổi những mục tiêu này, mạng lưới sẽ là môi trường để chị em nữ doanh nhân chia sẻ kinh nghiệm nhằm vượt qua

được những thách thức của bản thân, cuộc sống gia đình, hoạt động kinh tế, quan hệ xã hội để trở thành những con người hạnh phúc, được mọi người tôn trọng và ngày càng thành đạt. Cho đến nay mạng lưới đã thu hút được khoảng 24 hội viên ở Hà Nội. Đây sẽ là lực lượng nòng cốt để tiếp tục nhân rộng mạng lưới này trên địa bàn Hà Nội và các tỉnh khác. Nên tiếp tục hỗ trợ sự phát triển của những mạng lưới như vậy trên phạm vi toàn quốc để cộng đồng doanh nghiệp nữ ngày càng lớn mạnh hơn, để cho tiếng nói của họ có trọng lượng hơn trước chính phủ đồng thời tạo được những tấm gương thành công cho thế hệ phụ nữ trẻ noi theo.

*Ông Đặng Đức Dũng, Phó chủ tịch,
Hội Doanh nghiệp Trẻ Hà Nội*

● Các chương trình đào tạo dành riêng cho phụ nữ là rất quan trọng. Nghiên cứu ở các nước khác cũng chỉ ra là cách học của phụ nữ khác với của nam giới và phụ nữ rất thích được có cơ hội chia sẻ và gây dựng quan hệ trong các chương trình đào tạo chỉ dành riêng cho phụ nữ. Do đó, chương trình đào tạo được thiết kế riêng cho phụ nữ không phải là sự phân biệt đối xử hay thể hiện một sự chênh lệch về kỹ năng giữa hai giới mà chỉ là sự tôn trọng những cách học khác nhau cũng như những yêu cầu khác nhau của khách hàng giới nữ.

*Bà Julie Weeks, Chủ tịch,
Công ty Womenable
(Nguyên là Giám đốc điều hành của Hội đồng Doanh nhân nữ Hoa Kỳ)*



● Trước hết, theo chúng tôi, đứng trên phương diện các quy định, quy chế, chính sách, không có sự phân biệt đối xử giữa các doanh nhân nữ hay các doanh nhân nam. Ngân hàng Sài Gòn Thương Tín chúng tôi cũng không có ngoại lệ, nghĩa là tất cả chính sách liên quan đến việc cấp tín dụng dành cho các doanh nhân đều được áp dụng thống nhất. Tuy nhiên, thiết nghĩ khó khăn ở đây có lẽ là do các doanh nhân nữ còn có tâm lý ngại ngùng khi đặt vấn đề đến giao dịch với ngân hàng, e sợ nợ nần... Một nguyên nhân nữa có thể cũng là một điểm khó khăn cho các doanh nhân nữ là đa số quy mô hoạt động là vừa và nhỏ, chỉ có số ít là quy mô hoạt động lớn.

Có thể nói yêu cầu của khách hàng nữ khắt khe hơn so với khách hàng nam, điều này một phần do tính cách của giới nữ khác giới nam. Khách hàng nữ thường xem xét rất kỹ đặc điểm, giá cả của sản phẩm dịch vụ, cung cách phục vụ, thái độ trong giao tiếp, v.v. trong quyết định của mình khi sử dụng sản phẩm của ngân hàng nào. Chính vì vậy, Sacombank luôn nghiên cứu để phát triển thêm sản phẩm mới dành riêng cho phụ nữ, kết hợp với các doanh nghiệp cung cấp sản phẩm cho khách hàng, kết hợp với Nhà văn hóa Phụ nữ TP HCM tổ chức cuộc hội thảo, khóa học dành riêng cho phụ nữ v.v. Riêng Chi nhánh 8-3, đối tượng khách hàng là nữ và họ được phục vụ tất cả sản phẩm hiện có của ngân hàng, và đặc biệt có thêm

những sản phẩm riêng chỉ áp dụng cho khách hàng nữ, ví dụ sản phẩm tiền gửi: Tài khoản Âu Cơ.

*Bà Nguyễn Tố Quyên, Giám đốc Chi nhánh 8 tháng 3,
Ngân hàng Sài Gòn Thương Tín (SACOMBANK)*



● Để giúp doanh nhân nữ phát huy hết tiềm năng kinh tế cũng như khuyến khích nhiều phụ nữ khác tham gia làm kinh tế, cần có những chương trình hỗ trợ đáp ứng được những nhu cầu cụ thể của họ, cụ thể là: i) trang bị kiến thức và kỹ năng về lập kế hoạch kinh doanh, quản lý tài chính, marketing và quản lý chất lượng; và ii) tạo một môi trường kinh doanh thuận lợi, có chính sách hỗ trợ và giúp loại bỏ những rào cản về giới đang cản trở sự phát triển của doanh nhân nữ.

Trong khuôn khổ hợp tác giữa Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam và Đại học quản lý Maastricht (Msm), cũng với mục tiêu trên, hơn 12000 nữ chủ doanh nghiệp ở khắp 62 tỉnh thành phố của Việt Nam đã được đào tạo về quản lý doanh nghiệp (khóa học 3 ngày) trong 2001-2003. Chúng tôi cũng tiến hành đánh giá tác động của chương trình đào tạo này trên những học viên đã tham dự sau khi kết thúc khóa học từ 4 đến 6 tháng. Kết quả cho thấy chương trình đào tạo đã giúp cải thiện khả năng quản lý của chủ doanh nghiệp nữ nhờ áp dụng chính sách marketing mới, biết cách xây dựng kế hoạch kinh doanh và thiết lập hệ thống quản lý tài chính cho doanh nghiệp mình. Ngoài ra họ cũng thử nghiệm những công nghệ mới, đổi mới sản phẩm và tìm cách tăng năng suất lao động. Quan trọng hơn, chương trình đào tạo có tác động lên kết quả hoạt động kinh doanh (doanh số và lãi). 20% học viên thừa nhận đã thu được lãi cao hơn trước từ 20% trở lên. Thực tế là phần lãi tăng thêm của 3 tháng đã đủ để trang trải toàn bộ chi phí tham dự khóa học. Con số này cho thấy đào tạo quản lý doanh nghiệp cho chủ doanh nghiệp nữ đem lại lợi ích cho toàn xã hội. Đó là còn chưa tính đến tác động về tạo thêm công ăn việc làm (trực tiếp hay gián tiếp) từ chương trình đào tạo này. Nhìn từ góc độ giới thì cho thấy mặc dù khối lượng công việc và thời gian làm việc đều tăng lên, các doanh nhân nữ vẫn cảm thấy chất lượng cuộc sống tốt hơn và tự tin hơn khi ra quyết định kinh doanh.

Mặt khác, doanh nhân nữ ở Việt Nam đang phải đối mặt với tự do hóa thương mại và cạnh tranh toàn cầu. Nếu họ không đổi mới thì cơ hội tồn tại là rất nhỏ. Đổi mới hiểu theo nghĩa rộng chính là xác định và kiểm soát các rủi ro. Theo nghĩa này thì chính sách, khung pháp lý và thể chế là những nhân tố quyết định để giảm thiểu rủi ro, tạo sự ổn định và minh bạch cho các luật lệ kinh doanh, tạo một môi trường kinh doanh thuận lợi cho doanh nghiệp nữ phát triển.

*Ông Jaap Voeten,
Đại học Quản lý Maastricht*

Nhà nước và xã hội cần nhận thức được rằng doanh nghiệp nữ phát triển sẽ đóng góp vào tăng trưởng kinh tế bền vững của quốc gia



● Có đáng để đầu tư vào phát triển doanh nghiệp nữ hay không? Câu trả lời là đáng. Ở Mỹ, kể từ khi Luật Doanh nghiệp nữ được ban hành vào năm 1998, số lượng doanh nghiệp nữ tăng rất nhanh. Những doanh nghiệp mà hoàn toàn do phụ nữ làm chủ chiếm khoảng 30% tổng số doanh nghiệp đăng ký thành lập và những doanh nghiệp mà có sở hữu của phụ nữ trên 50% thì chiếm 48% tổng số doanh nghiệp đăng ký thành lập.

Tôi cũng muốn chia sẻ ba kinh nghiệm lớn liên quan đến hỗ trợ doanh nghiệp nữ của Hoa Kỳ cũng như một số

quốc gia khác. Thứ nhất, mặc dù phải thừa nhận là để thành lập một doanh nghiệp, nam và nữ đều phải thực hiện những bước giống nhau và có thể gặp những trở ngại như nhau, phụ nữ khi thành lập và phát triển doanh nghiệp thường phải "vượt qua quả đồi dốc hơn". Đó là do những chênh lệch về kinh nghiệm nghề nghiệp, trình độ học vấn, mức độ khó khăn khi tiếp cận các hỗ trợ cần thiết, thiếu ảnh hưởng, hay còn có những yếu tố cản trở trong môi trường pháp lý như chưa có quyền sở hữu đối với tài sản - để họ có thể dùng tài sản làm thế chấp đi vay vốn ngân hàng. Do vậy, để khuyến khích phụ nữ tham gia làm kinh tế cần có một số chính sách, chương trình hỗ trợ riêng cho họ. Những chính sách và chương trình phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ chung chung thường thu hút được ít phụ nữ tham gia. Thứ hai, các chương trình đào tạo dành riêng cho phụ nữ, hỗ trợ kỹ thuật và ▶

► phát triển mạng lưới kinh doanh là những hỗ trợ cần thiết và đã được chứng minh đem lại hiệu quả tốt. Vấn đề cần có những chương trình hỗ trợ riêng cho khối doanh nghiệp nữ vì thường những chương trình này đáp ứng được những yêu cầu cụ thể và thông tin được truyền tải theo cách thức phù hợp với nhóm đối tượng cụ thể này. Những chương trình hỗ trợ áp dụng cho các loại đối tượng doanh nghiệp khác nhau nhiều khi kém hiệu quả. Tuy nhiên cần thường xuyên theo dõi và đánh giá kết quả hoạt động và tác động của những chương trình hỗ trợ riêng này để tiếp tục nâng cao hiệu quả của chúng. Thứ ba, ban hành một đạo luật mới hay triển khai một chương trình mới là cần thiết, nhưng chưa phải là điều kiện đủ để các doanh nhân nữ được hỗ trợ kịp thời và thường xuyên. Cần có sự tham gia của nhiều thành phần trong xã hội để đảm bảo sự thành công của các chương trình hỗ trợ riêng này cũng như việc xây dựng và phát triển các tổ chức hội hay mạng lưới doanh nhân nữ. Sự tham gia này cũng sẽ góp phần giảm bớt gánh nặng về ngân sách cũng như quản lý của các cơ quan chính phủ đối với các nỗ lực, chương trình hỗ trợ phụ nữ làm kinh doanh.

Bà Julie Weeks, Chủ tịch,
Công ty Womenable

(Nguyên là Giám đốc điều hành của Hội đồng Doanh nhân nữ Hoa Kỳ)



● Việt Nam nên tham khảo kinh nghiệm ở một số nước, trong đó có Anh Quốc, khi phát triển các chính sách hỗ trợ sự phát triển của doanh nghiệp nữ. Theo số liệu của Global Entrepreneurship Monitor, tỷ lệ doanh nghiệp nữ ở Anh là kém lợi thế so với tỷ lệ doanh nghiệp do nam làm chủ, đặc biệt nếu so với Mỹ, Canada và Pháp. Đây là bằng chứng đưa ra của một trong những nghiên cứu gần đây nhất khiến chính phủ Anh phải thừa nhận rằng doanh nghiệp nữ cần được hỗ trợ nhiều

hơn. Khung chiến lược về Phát triển doanh nghiệp nữ được Bộ Thương mại và Công nghiệp Anh (DTI) ban hành vào tháng 5 năm 2003. Khung chiến lược đã khẳng định "Khuyến khích phụ nữ tham gia nhiều hơn vào thành lập và phát triển doanh nghiệp có tác động tích cực đến tăng trưởng kinh tế của quốc gia". Một trong những mục tiêu chính của Khung chiến lược là cung cấp những hỗ trợ cần thiết cho các doanh nghiệp nữ, đặc biệt những phụ nữ đang muốn mở rộng doanh nghiệp mình cũng như những phụ nữ đang muốn thành lập doanh nghiệp. Khung chiến lược cũng thừa nhận rằng từ trước đến nay chưa có một chiến lược dài hạn về phát triển doanh nghiệp nữ và nhấn mạnh sự cần thiết có những cách tiếp cận khác nhau trong ngắn hạn, trung hạn và dài hạn để tăng số lượng doanh nghiệp nữ ở Anh.

Mục tiêu trong ngắn hạn và trung hạn của Khung chiến lược là phát triển thị trường dịch vụ hỗ trợ kinh doanh và nâng cao chất lượng các dịch vụ kinh doanh lấy khách hàng làm trọng tâm. Song song với nỗ lực trên,

(Tiếp theo trang 1)

Kinh nghiệm quốc tế cho thấy đầu tư của Chính phủ vào phát triển doanh nghiệp nữ mang lại những lợi ích kinh tế rõ rệt. Một số chính phủ còn bắt đầu xem xét vấn đề bình đẳng giới trong mối liên hệ chặt chẽ với tốc độ tăng trưởng kinh tế. Một điều tra của Ngân hàng Thế giới thực hiện tại Uganda cho thấy Uganda đang bỏ lỡ 0.2% tăng trưởng kinh tế mỗi năm do môi trường chính sách còn nhiều bất bình đẳng đối với phụ nữ.⁷

Trong thời gian vừa qua, chính phủ của một số nước phát triển và đang phát triển đã bắt đầu nhìn nhận vấn đề phát triển doanh nghiệp do nữ làm chủ một cách chiến lược hơn, đặc biệt chú trọng đến việc cải thiện môi trường kinh doanh, tạo điều kiện thuận lợi cho phụ nữ tham gia phát triển kinh tế. Hàn Quốc đã ban hành Luật Hỗ trợ Doanh nghiệp nữ từ năm 1999. Ở Canada, chính phủ đã thành lập một tổ công tác đặc biệt về doanh nghiệp nữ do chính Thủ tướng đứng đầu. Tổ công tác này có nhiệm vụ nghiên cứu

sẽ tập trung phát triển những dịch vụ kinh doanh đáp ứng được những nhu cầu riêng biệt của khách hàng nữ hay chỉ phục vụ đối tượng khách hàng nữ. Trong dài hạn, khung chiến lược sẽ chú trọng vào những thay đổi cơ bản trong nhận thức của toàn xã hội về phụ nữ làm chủ doanh nghiệp và điều chỉnh các dịch vụ công để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng nữ.

Để đạt được những mục tiêu kể trên, Khung chiến lược cũng đặt ra những chỉ tiêu cụ thể, trong đó chỉ tiêu quan trọng là đến năm 2006 số doanh nghiệp nữ sẽ chiếm từ 18-20% tổng số doanh nghiệp của Anh (tỷ lệ này vào năm 2003 là 12-14%). Khung chiến lược đưa ra chương trình hành động cụ thể (cách thức thực hiện và đánh giá) để đạt được chỉ tiêu đặt ra. Khung chiến lược cũng giao trách nhiệm hỗ trợ doanh nghiệp nữ cho các cơ quan cụ thể ở cấp vùng và cấp địa phương. Tính đến cuối năm 2005 doanh nghiệp nữ đã chiếm 18-19% trên tổng số doanh nghiệp đăng ký ở Anh. Một cuộc rà soát tác động của Khung chiến lược đang được thực hiện và một Tổ công tác về các vấn đề của doanh nghiệp nữ vừa mới được DTI thành lập để trực tiếp chỉ đạo việc thực thi Khung chiến lược này trong giai đoạn tiếp theo.

Bà Jackie Brierton, Nguyên Tư vấn Phát triển,
Tổ chức PROWESS, Anh Quốc

● Hỗ trợ doanh nghiệp nữ là một vấn đề thuộc lĩnh vực phát triển kinh tế mà Dự thảo luật Bình đẳng giới cần cần nhắc kỹ. Con số khoảng 25% doanh nghiệp nữ trên tổng số doanh nghiệp đang hoạt động toàn quốc cho thấy sự mất cân bằng trong phát triển đội ngũ doanh nhân ở Việt Nam và cũng chứng tỏ sự cần thiết phải có những quy định để hỗ trợ các doanh nhân nữ có điều kiện tiếp cận các nguồn lực của xã hội như doanh nhân nam, hay nói cách khác là đội ngũ này cần sự hỗ trợ về tiếp cận thị trường, tiếp cận nguồn vốn, tiếp cận thông tin, đào tạo v.v. Ngoài ra những chương trình hỗ trợ doanh nghiệp của Chính phủ phải ưu tiên cho những hoạt động nhấn mạnh đến việc cân bằng giới.

TS. Phạm Thị Thu Hằng, Phó chủ tịch
Hội đồng Doanh nhân nữ Việt Nam,
Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam

● Ở Việt Nam hiện nay, một thách thức là làm sao để xã hội hiểu rằng nói đến vấn đề giới không có nghĩa chỉ là vấn đề của phụ nữ. Bất bình đẳng giới không chỉ là vấn đề xã hội, mà ảnh hưởng trực tiếp đến tăng trưởng kinh tế và phát triển đất nước theo tiêu chí công bằng, bền vững. Phụ nữ phải được coi là một lực lượng kinh tế nòng cốt. Để giảm bớt gánh nặng cho phụ nữ, để chị em có nhiều điều kiện phát huy năng lực và tinh thần sáng tạo vào các hoạt động kinh tế sinh ra của cải vật chất cho xã hội, thì riêng phụ nữ đấu tranh là chưa đủ, mà còn cần, mà cần chủ yếu là sự hiểu biết và hưởng ứng của toàn xã hội, đặc biệt của nam giới.

Bà Trần Thị Mai Hương, Phó Chủ tịch thường trực,
Ủy ban quốc gia vì sự tiến bộ của phụ nữ Việt Nam

những thách thức mà chủ doanh nghiệp nữ đang gặp phải, tư vấn cho Thủ tướng những chính sách cần thiết để thúc đẩy hơn nữa những đóng góp của doanh nghiệp do nữ làm chủ đối với nền kinh tế Canada. Tại Anh, một khung chiến lược về phát triển doanh nghiệp nữ được ban hành vào năm 2003 đặt nền móng cho những hỗ trợ lâu dài doanh nghiệp nữ. Tổ công tác đặc biệt về doanh nghiệp nữ cũng vừa chính thức đi vào hoạt động từ đầu năm nay.

Trong quá trình soạn thảo Luật bình đẳng giới và các chính sách thực thi sau này, Việt Nam có thể tham khảo những sáng kiến chính sách này nhằm xây dựng một môi trường kinh doanh thuận lợi khuyến khích phụ nữ đóng góp nhiều hơn vào phát triển kinh tế xã hội. Đã đến lúc vấn đề phát triển doanh nghiệp do nữ làm chủ cần được nhìn nhận một cách chiến lược và toàn diện hơn để phát huy tối đa khả năng đóng góp của phụ nữ đối với phát triển kinh tế xã hội của nước ta.

(7) Amanda Ellis, Claire Manuel và C. Mark Blackden, *Giới và Tăng trưởng Kinh tế ở Uganda: Tăng cường quyền năng cho phụ nữ*, Ngân hàng Thế giới, 2005.