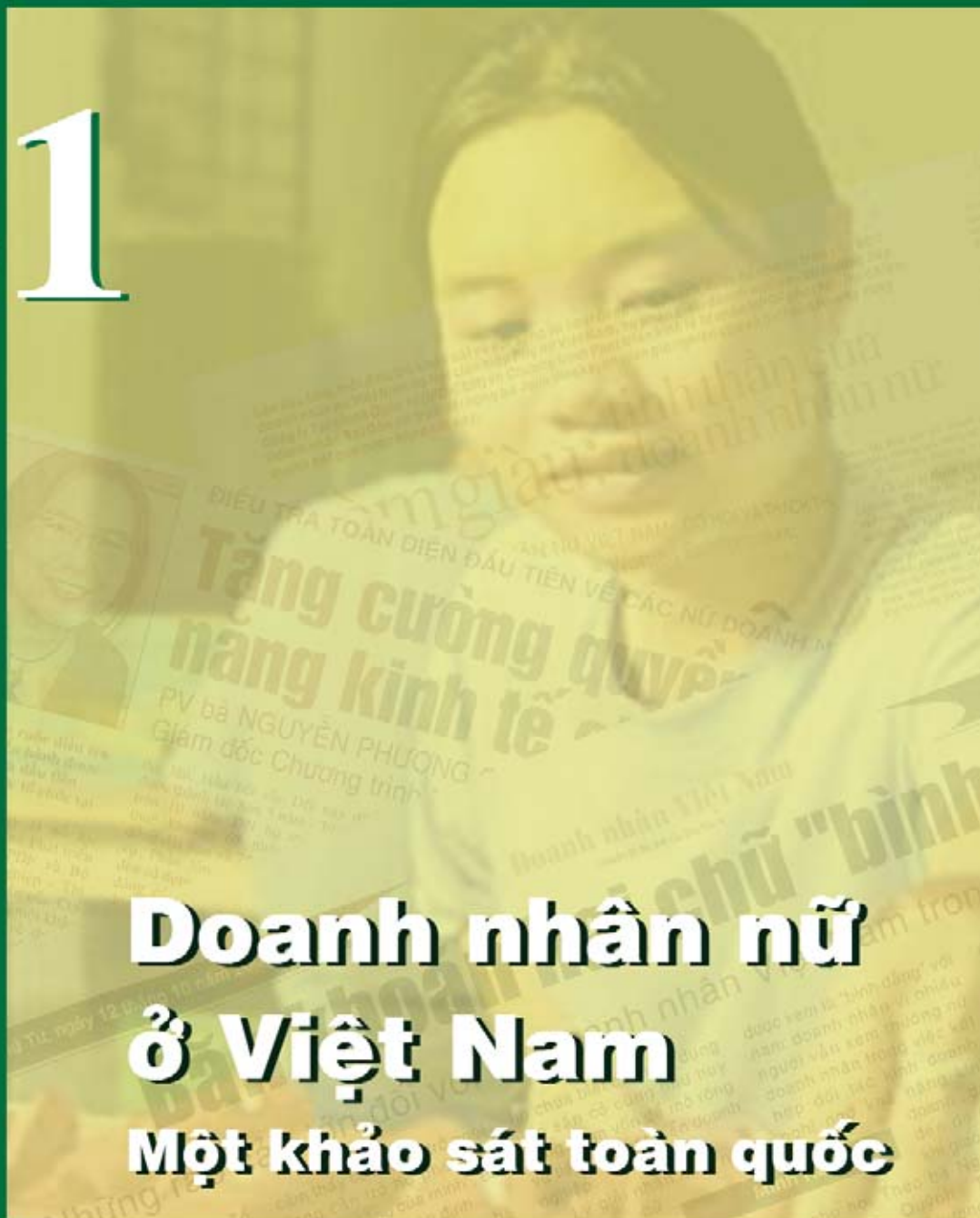


Số 21



# Doanh nhân nữ ở Việt Nam

## Một khảo sát toàn quốc

 **IFC**  
International  
Finance  
Corporation  
World Bank Group

 **MPDF**  
Mekong Private Sector Development Facility

**Gender  
Entrepreneurship  
Markets**



Số **21**

# **Doanh nhân nữ ở Việt Nam: Một khảo sát toàn quốc**

Do  
Bộ phận Giới - Doanh nghiệp - Thị trường  
Tổ chức Tài chính quốc tế (IFC)

và  
Chương trình Phát triển Kinh tế Tư nhân MPDF  
xuất bản



**Gender  
Entrepreneurship  
Markets**

Tháng 3 năm 2006



## Mục lục

Lời cảm ơn	1
Tóm lược những phát hiện chính	2
I. Những mối quan tâm hàng đầu	6
II. Những trở ngại về chính sách	8
III. Xây dựng các kỹ năng kinh doanh	10
IV. Tiếp cận các nguồn tài chính	13
V. Tiếp cận thị trường quốc tế	16
VI. Tiếp cận công nghệ	18
VII. Những thách thức riêng biệt đối với chủ doanh nhân nữ	20
VIII. Nhìn về tương lai	23
IX. Một số đặc điểm về cá nhân và doanh nghiệp	25
Kiến nghị về chính sách	27
Phương pháp khảo sát	29
Phụ lục	30
Phụ lục 1: Thư mời khảo sát	30
Phụ lục 2: Bảng câu hỏi khảo sát	31
Phụ lục 3: Bảng câu hỏi hướng dẫn cho thảo luận nhóm/phỏng vấn	42
Phụ lục 4: Số liệu khảo sát	44

## Lời cảm ơn

Khảo sát này được thực hiện trên cơ sở hợp tác giữa Chương trình Phát triển kinh tế Tư nhân MPDF và Bộ phận Giới - Doanh nghiệp - Thị trường (GEM) của Tổ chức Tài chính quốc tế (IFC).

Báo cáo này do Julie Weeks (chuyên gia tư vấn - Giám đốc Công ty Womenable) thực hiện, với sự tham gia của Froniga Greig và Nguyễn Trinh Thi. Dự án do Nguyễn Thiên Hương (MPDF) và Jozefina Cutura (GEM) điều phối dưới sự chỉ đạo của Nguyễn Trang (MPDF) và Amanda Ellis (GEM) cùng với sự tham gia tích cực của Nguyễn Thị My, Dương Thành Trung, Rashmi Pendse (MPDF) và Catherine Hue-Bi (Ban Châu Phi của IFC).

Chúng tôi xin chân thành cảm ơn cộng đồng doanh nghiệp nữ trên cả nước - những người đã dành thời gian để tham gia cuộc khảo sát này cũng như các hiệp hội doanh nghiệp - những tổ chức đã cung cấp cho chúng tôi danh sách hội viên là chủ doanh nghiệp nữ. Chúng tôi muốn bày tỏ lời cảm ơn đặc biệt đến Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam, Hội Doanh nghiệp trẻ Hà Nội, Câu lạc bộ doanh nghiệp nữ Thành phố Hồ Chí Minh và Hội Doanh nghiệp trẻ Thành phố Hồ Chí Minh, Hội doanh nghiệp Thành phố Cần Thơ và Câu lạc bộ nữ doanh nghiệp thuộc Hội Phụ nữ Thành phố Đà Nẵng về sự hỗ trợ nhiệt tình của họ trong việc tổ chức các buổi thảo luận nhóm và phỏng vấn sâu với các hội viên. Thông tin chi tiết về những buổi thảo luận này sẽ được đề cập tới trong một ấn phẩm khác có tiêu đề là "*Tiếng nói của Nữ doanh nhân Việt Nam*". Tuy nhiên một số ý kiến từ các buổi thảo luận cũng sẽ được trình bày trong báo cáo này để minh họa thêm cho các phát hiện định lượng của khảo sát.

## Tóm lược những phát hiện chính

Những phát hiện và kiến nghị được trình bày trong báo cáo này hoàn toàn dựa trên ý kiến của các chủ doanh nghiệp nữ đã tham gia vào khảo sát thông qua điền bảng câu hỏi hay tham gia thảo luận nhóm. (Xin tham khảo thêm phần Phương pháp luận để có thông tin chi tiết.)

### Doanh nhân nữ ở Việt Nam mong muốn có cơ hội được đào tạo các kỹ năng cho chủ doanh nghiệp.

- Khi được hỏi về những vấn đề quan trọng đối với doanh nghiệp; họ có những kiến nghị nào về chính sách muốn chuyển đến chính phủ và những chương trình nào là hữu ích cho sự phát triển của doanh nghiệp nữ, các nữ doanh nhân đã trả lời rất rõ ràng: cần có thêm những chương trình giáo dục, đào tạo và hỗ trợ kỹ thuật cho các chủ doanh nghiệp.
- Các chủ doanh nghiệp nữ không chỉ mong muốn có cơ hội để phát triển những kỹ năng quản lý doanh nghiệp chung, mà còn mong muốn có những đào tạo và hỗ trợ kỹ thuật cụ thể trong lĩnh vực quản lý tài chính và tiếp cận thị trường mới.
- Các chủ doanh nghiệp nữ mong muốn được tham dự những khóa học dành riêng cho phụ nữ. Đây là kiến nghị chính sách số 1 mà họ đưa ra khi được hỏi về những chính sách và chương trình nào có thể hỗ trợ cho doanh nghiệp do nữ làm chủ. Nghiên cứu ở các nước khác<sup>1</sup> 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.
- Chủ của doanh nghiệp có từ 25 lao động trở lên thể hiện mong muốn được tham gia các khóa học về quản lý doanh nghiệp và phát triển kỹ năng mạnh mẽ hơn cả trong các chủ doanh nghiệp được khảo sát. Chính vì vậy, cũng nên xem xét việc tổ chức những khóa học khác nhau cho những đối tượng chủ doanh nghiệp khác nhau: giữa chủ những doanh nghiệp có quy mô lớn hơn và đã được thành lập một thời gian và có kinh nghiệm quản lý và chủ những doanh nghiệp vừa mới thành lập và quy mô nhỏ.

### Sự thiếu quan tâm và chưa đáp ứng các nhu cầu cụ thể của chủ doanh nghiệp nữ đang hạn chế sự phát triển của họ.

- Các chủ doanh nghiệp nữ nói chung tỏ ra lạc quan về sự phát triển của doanh nghiệp mình trong vòng hai năm tới. Tuy nhiên mức độ lạc quan này thấp hơn so với mức độ lạc quan họ dành cho sự phát triển của cả nền kinh tế. Phát hiện này có vẻ hơi khác so với các khảo sát về doanh nghiệp trên thế giới,<sup>2</sup> và đây có thể là dấu hiệu cho thấy nhiều chủ doanh nghiệp nữ ở Việt Nam vẫn còn cảm thấy có những trở ngại khiến họ không thể phát huy hết tiềm năng của mình.
- Một số trở ngại khác đối với sự phát triển trong tương lai là các chủ doanh nghiệp thiếu kỹ năng quản lý doanh nghiệp, thiếu kỹ năng quản lý tài chính, các luật lệ và những chính

1 Tham khảo, Trung tâm nghiên cứu doanh nghiệp nữ, Phong cách thành công, Gilligan, Carol, INói tiếng nói khác: Lý thuyết tâm lý và sự phát triển của phụ nữ, và Orser, Barbara, "Dự tính về những tác động của chương trình đào tạo có tính đến yếu tố giới."

2 Tham khảo chỉ số về mức độ tin tưởng kinh doanh của Liên hiệp các doanh nghiệp độc lập của Canada, Liên hiệp các doanh nghiệp Hoa Kỳ (U.S.) và Trung tâm nghiên cứu doanh nghiệp nữ Hoa Kỳ.



sách không có lợi cho sự phát triển của doanh nghiệp và sự khó khăn trong vấn đề tuyển dụng và giữ lao động chất lượng tốt. Chủ của các doanh nghiệp quy mô lớn hơn có phần bức xúc hơn về những vấn đề này - coi đây thực sự là những trở ngại ảnh hưởng đến khả năng tăng trưởng của doanh nghiệp - tức là có thể ảnh hưởng đến khả năng tạo ra cơ hội việc làm mới ở Việt Nam.

- Để có thể đáp ứng những nhu cầu riêng biệt của chủ doanh nghiệp nữ ở Việt Nam, cần thành lập một ban cố vấn đặc biệt để tư vấn cho chính phủ các vấn đề về phát triển doanh nghiệp nữ, để tiếng nói của doanh nghiệp nữ có trọng lượng trong các hoạch định chính sách có liên quan đến họ.
- Chủ doanh nghiệp nữ trong khảo sát quan tâm đến những cơ hội gặp gỡ thường xuyên với các chủ doanh nghiệp nữ khác để chia sẻ ý tưởng, kinh nghiệm và học hỏi lẫn nhau. Nhiều chủ doanh nghiệp từ lâu đã thường xuyên tư vấn các chủ doanh nghiệp khác khi cần đưa ra các quyết định kinh doanh khó khăn; việc thiết lập và mở rộng các mạng lưới doanh nghiệp nữ có thể hỗ trợ phát triển cộng đồng doanh nghiệp nữ. Việc thiếu những mạng lưới như vậy ở Việt Nam có thể là một nhân tố cản trở tiềm năng phát triển của các doanh nghiệp nữ.

**Giải quyết vấn đề về nguồn tài chính: cần chú trọng vào việc tiếp cận các nguồn vốn và công tác đào tạo quản lý tài chính.**

- Hầu hết các chủ doanh nghiệp nữ cho rằng họ có đủ vốn để mở rộng kinh doanh và gần một nửa các doanh nghiệp được khảo sát đang sử dụng tín dụng ngân hàng, nhưng rất ít doanh nghiệp tái đầu tư lợi nhuận trở lại để tiếp tục mở rộng doanh nghiệp. Đây là một tín hiệu rõ ràng cho thấy nhiều doanh nghiệp chưa phát huy được hết tiềm năng phát triển, và do đó rất có thể là họ chưa biết cách sử dụng vốn sẵn có và huy động thêm vốn để mở rộng và tiếp tục phát triển doanh nghiệp.
- Chủ doanh nghiệp nữ cũng bộc lộ là họ cần được trang bị các kỹ năng về quản lý tài chính. Phát hiện này cho thấy những đào tạo cụ thể và những hỗ trợ kỹ thuật trong lĩnh vực quản lý tài chính cũng như cách thức sử dụng hiệu quả đồng vốn cho phát triển doanh nghiệp, sẽ đem lại những tác động rõ rệt. Một tác động cụ thể là giúp doanh nghiệp nữ tham gia vào thị trường tài chính chính thống, giảm dần sự phụ thuộc vào các nguồn tín dụng không chính thức, tạo dựng mối quan hệ lâu dài với các tổ chức tín dụng.
- Một kiến nghị từ các doanh nghiệp nữ tham gia khảo sát đến các nhà lập chính sách là nên có một quỹ vay đặc biệt hay một cơ chế bảo lãnh tín dụng cho các chủ doanh nghiệp nữ, để khuyến khích sự phát triển và lớn mạnh của các doanh nghiệp nhỏ như họ.

**Các chủ doanh nghiệp nữ ở Việt Nam muốn tiếp cận nhiều hơn với các cơ hội tham gia thương mại quốc tế.**

- Một trong những hướng để doanh nghiệp có thể phát triển hơn là theo đuổi các cơ hội tham gia vào thương mại quốc tế. Gần một phần ba các doanh nghiệp được khảo sát đã và đang có những giao dịch quốc tế (xuất/nhập hàng hóa/dịch vụ). Việc tiếp cận đến các thị trường mới cả ở trong nước và nước ngoài là một trong những vấn đề được chủ doanh nghiệp nữ trong khảo sát này rất quan tâm.

- Nhiều chủ doanh nghiệp nữ muốn được học thêm về cách thức mở rộng kinh doanh với thị trường quốc tế. Họ cũng lưu ý thêm là các khóa học trọng tâm vào cách thức tiếp cận thị trường mới rất có ích cho sự phát triển trong tương lai của doanh nghiệp họ.

**Tham gia cuộc khảo sát này là nữ, chủ của các doanh nghiệp từ nhiều vùng trong cả nước. Doanh nghiệp của họ có thể có quy mô lớn hơn và đã có mặt trên thương trường lâu hơn so với một doanh nghiệp nữ trung bình trên cả nước.**

- Những người tham gia vào khảo sát này là chủ những doanh nghiệp có quy mô tương đối lớn và đã có mặt trên thị trường tương đối lâu. Hầu hết các doanh nghiệp này đã được thành lập hơn 5 năm - 39% là trên 10 năm. Doanh nghiệp họ trung bình thuê khoảng 68 (67,7) nhân viên hợp đồng dài hạn và 25 (24,9) nhân viên thời vụ. Phần lớn trong số họ (63%) đều sử dụng nhà mình làm nơi hoạt động của doanh nghiệp, 62% có doanh thu trên 1 tỷ đồng Việt Nam và khoảng 21% có doanh thu trên 10 tỷ đồng Việt Nam.
- Về khía cạnh cá nhân, đại đa số chị em (khoảng 80%) đã lập gia đình và gia đình họ trung bình có 5,1 thành viên (gồm chồng, con, bố mẹ hoặc cả họ hàng) - tức là có một số không ít thành viên có thể đang sống phụ thuộc vào thu nhập từ kinh doanh của họ. 15% chị em dưới 35 tuổi, 31% là từ 35 đến 44 tuổi, 38% từ 45 đến 54, và 14% là trên 55 tuổi. Họ có trình độ học vấn tương đối khá. Chỉ có 12% chị em là mới học xong tiểu học, trong khi đó 25% đã tốt nghiệp phổ thông trung học, 27% trên trung học, 34% tốt nghiệp đại học và trên đại học.

Dựa trên các kết quả của khảo sát đã được trình bày chi tiết ở trên đây, chủ doanh nghiệp nữ tham gia khảo sát này đã đưa ra một số kiến nghị về chính sách và chương trình hành động sau đây:

**Những ý kiến của chủ doanh nghiệp nữ trong khảo sát định lượng và định tính đã thể hiện được mong muốn tha thiết: chính phủ nên có những chính sách và chương trình về hỗ trợ doanh nghiệp nữ. Họ cho rằng việc thiếu những chương trình, chính sách như vậy đang hạn chế sự phát triển tiềm năng của các doanh nghiệp nữ. Họ kiến nghị là Luật bình đẳng giới đang được soạn thảo cần xem xét một cách nghiêm túc đến vấn đề phát triển doanh nghiệp nữ, đặc biệt nên quan tâm đến các chương trình đào tạo cho chủ doanh nghiệp, tiếp cận vốn và tiếp cận thị trường mới.**

- Xuyên suốt khảo sát này, các chủ doanh nghiệp nữ thể hiện mong muốn được có cơ hội đào tạo về các vấn đề quản lý doanh nghiệp - không chỉ những kỹ năng quản lý chung chung mà quản lý trong những lĩnh vực cụ thể như quản lý tài chính, phát triển thị trường mới. Việc thiết kế và hỗ trợ kinh phí thiết kế cho các chương trình đào tạo chủ doanh nghiệp nữ nên được xem xét đến trong Luật bình đẳng giới.

- Nên phát triển những khóa đào tạo có xem xét đến phương thức học riêng của phụ nữ, dựa trên việc tạo dựng quan hệ lâu dài hơn là mang tính sự vụ ngắn hạn. Ngoài ra, nên thiết kế riêng một số chương trình đào tạo đặc biệt dành cho các chủ của những doanh nghiệp quy mô lớn hơn và cho chủ các doanh nghiệp quy mô nhỏ hay mới thành lập.
- Tiếp cận vốn để thành lập hay mở rộng doanh nghiệp cũng là một lĩnh vực cần được chính phủ hỗ trợ. Họ kiến nghị có thể là ngay Luật bình đẳng giới hay một văn bản khác liên quan nên xem xét việc thành lập quỹ tín dụng đặc biệt hay quỹ bảo lãnh tín dụng dành cho các doanh nghiệp nhỏ.

**Doanh nhân nữ ở Việt Nam muốn có nhiều cơ hội gặp gỡ và tạo dựng quan hệ học hỏi và chia sẻ kinh nghiệm. Họ kiến nghị chính phủ nên hỗ trợ việc tổ chức diễn đàn như vậy thường xuyên cho các doanh nhân nữ.**

- Doanh nhân nữ mong muốn được gặp gỡ thường xuyên với các chủ doanh nghiệp nữ khác để chia sẻ ý tưởng và kinh nghiệm cũng như học hỏi lẫn nhau. Việc thành lập và mở rộng các câu lạc bộ và tổ chức dành riêng cho giới doanh nhân nữ cũng nên được xúc tiến, có thể bắt đầu bằng sự hỗ trợ từ Luật bình đẳng giới.
- Các nước khác thường tổ chức một số hội thảo khu vực hay quốc gia dành cho doanh nhân nữ cùng với các chương trình giáo dục hay đôi khi là giải thưởng trao cho các doanh nhân nữ. Hội thảo được tổ chức theo định kỳ, chẳng hạn hàng năm, cũng sẽ giúp phát triển tính cộng đồng trong giới doanh nhân nữ ở Việt Nam và tăng cường sự nhận thức của xã hội về thành tựu và đóng góp của giới nữ đối với đất nước.

**Doanh nhân nữ ở Việt Nam kiến nghị là nên có một tổ chức hay cơ quan chịu trách nhiệm về các chương trình phát triển doanh nghiệp nữ, hay một hội đồng tư vấn cho doanh nghiệp nữ hoặc cả hai.**

- Họ kiến nghị nên trao trách nhiệm triển khai và giám sát thực hiện những chương trình hỗ trợ (sau khi Luật Bình đẳng giới được thông qua) cho một cơ quan phụ trách về các vấn đề của doanh nghiệp nữ (thay vì các trách nhiệm này nằm rải rác ở nhiều cơ quan khác nhau). Luật bình đẳng giới có thể có những quy định về một cơ quan như vậy với chương trình hành động cụ thể.
- Để đáp ứng được những nhu cầu riêng biệt của doanh nghiệp nữ Việt Nam, chủ doanh nghiệp nữ hoan nghênh việc thành lập một hội đồng tư vấn chính phủ về các vấn đề hỗ trợ doanh nghiệp nữ để tiếng nói của phụ nữ được lắng nghe và có trọng lượng trong các thảo luận về chính sách. Một nhóm tư vấn như vậy đã được chứng minh ở nhiều nước đóng vai trò quan trọng trong thiết kế và triển khai các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp nữ và tạo ra đối thoại thường xuyên để kịp thời điều chỉnh và mở rộng các chính sách và chương trình này.



## Những mối quan tâm hàng đầu

Từ nhu cầu về nâng cao các kỹ năng kinh doanh cho bản thân đến những vấn đề về môi trường kinh doanh đều nằm trong danh sách những mối quan tâm hàng đầu của doanh nghiệp nữ ở Việt Nam. Khi được yêu cầu lựa chọn những quan tâm hàng đầu trong số 15 vấn đề ảnh hưởng đến hoạt động của doanh nghiệp, những vấn đề sau được chị em quan tâm nhiều nhất:

Chất lượng lao động/ tuyển dụng và giữ lao động giỏi	80% cho rằng đây là vấn đề rất/ vô cùng quan trọng
Học các kỹ năng về quản lý tài chính để tiếp tục mở rộng doanh nghiệp	69% cho rằng đây là vấn đề rất/ vô cùng quan trọng
Hiệu quả và năng suất lao động thấp vô cùng quan trọng	61% cho rằng đây là vấn đề rất/ vô cùng quan trọng

Đây là ba vấn đề được các chủ doanh nghiệp nữ đánh giá là quan trọng nhất không phụ thuộc vào quy mô, ngành nghề, địa phương và tuổi đời của doanh nghiệp. Tuy nhiên, cũng không bất ngờ khi một trong kết quả khảo sát là vấn đề tuyển dụng và giữ lao động có tay nghề luôn quan

“Công ty tư nhân như công ty chúng tôi thường gặp nhiều khó khăn trong quản lý nguồn nhân lực. Rất khó khăn để tuyển và giữ những nhân viên có năng lực. Họ làm cho công ty một thời gian rồi sau đó họ đi và công ty phải tìm người mới và phải đào tạo lại. Chỉ có những người không có năng lực thì ở lại.” - Thảo luận nhóm tại Hà Nội.

trọng đối với những doanh nghiệp có quy mô lớn - vấn đề hiệu quả và năng suất lao động cũng có tầm quan trọng như vậy.

Cũng như vậy, việc học kỹ năng quản lý tài chính được đánh giá là quan trọng đối với hầu hết tất cả chủ doanh nghiệp thuộc mọi doanh nghiệp không phụ thuộc quy mô và ngành nghề của doanh

nh nghiệp cũng như tuổi của chủ doanh nghiệp. Tuy nhiên kết quả này có khác nhau ở các vùng khác nhau. Chủ doanh nghiệp nữ ở các tỉnh phía Bắc (trừ Hà Nội) như khu vực đồng bằng sông Hồng và miền núi phía bắc có vẻ quan tâm đến vấn đề này nhiều nhất - 93% (so với 69% trên toàn quốc) cho rằng kỹ năng quản lý tài chính là một vấn đề vô cùng quan trọng.

Chủ doanh nghiệp nữ Việt Nam cũng coi các yếu tố trong môi trường kinh doanh như là một vấn đề quan trọng ảnh hưởng đến doanh nghiệp. Những vấn đề liên quan đến chính sách của Nhà nước và việc tiếp cận các dịch vụ hỗ trợ kinh doanh cũng được nhiều chị em quan tâm:

Luật pháp và chính sách không có lợi cho sự phát triển của doanh nghiệp	67% cho rằng đây là vấn đề rất/ vô cùng quan trọng
Tiếp cận thị trường mới (ví dụ như buôn bán với nước ngoài, hay đa dạng hóa thị trường)	67% cho rằng đây là vấn đề rất/ vô cùng quan trọng
Tiếp cận các công nghệ cần thiết cho doanh nh nghiệp	63% cho rằng đây là vấn đề rất/ vô cùng quan trọng
Tiếp cận các nguồn tài chính	63% cho rằng đây là vấn đề rất/ vô cùng quan trọng
Tiếp cận các khóa đào tạo và hỗ trợ kỹ thuật để học hỏi các kỹ năng quản lý doanh nghiệp	62% cho rằng đây là vấn đề rất/ vô cùng quan trọng

“Chính phủ vẫn đang áp dụng một chính sách chung cho tất cả các doanh nghiệp.” - Thảo luận nhóm tại Cần Thơ

Trên đây là những lĩnh vực được đánh giá quan trọng nhất (không có sự khác biệt đối với quy mô và ngành nghề của doanh nghiệp).

Cũng có một số phát hiện đáng chú ý trong phần này. Chủ của các doanh nghiệp lớn có vẻ nhận thức rõ hơn về tầm quan trọng của các luật lệ và chính sách kinh tế cũng như quan tâm hơn đến việc tiếp cận thị trường mới. Chủ doanh nghiệp ở Hà Nội và các tỉnh phía bắc thể hiện sự quan tâm hơn chị em ở các khu vực khác trong cả nước về những vấn đề như tiếp cận nguồn vốn, đào tạo và hỗ trợ kỹ thuật, và thị trường mới.

Một vấn đề được chị em đánh giá là tương đối quan trọng trong khảo sát là tiếp cận đất đai/nhà xưởng. Gần một nửa (48%) chị em chủ doanh nghiệp trên cả nước coi đây là một vấn đề rất hoặc vô cùng quan trọng, 18% cho là hơi quan trọng, và 28% cho là bình thường hoặc hoàn toàn không quan trọng. Mức độ quan tâm đến vấn đề này không khác nhau ở các doanh nghiệp có quy mô, ngành nghề khác nhau hay chủ doanh nghiệp là người dân tộc nào, nhưng tiếp cận đất được các chủ doanh nghiệp ở khu vực đồng bằng sông Hồng và miền núi phía bắc bức xúc hơn cả, với 67% đánh giá đây là vấn đề rất/vô cùng quan trọng, so với 48% trả lời trên toàn quốc.

Chi phí cao đối với các dịch vụ công như điện, nước và các dịch vụ viễn thông cũng được đánh giá ở mức quan trọng trung bình, với 42% cho là một vấn đề rất hoặc vô cùng quan trọng, 23% cho là tương đối quan trọng, và 31% cho là bình thường hoặc hoàn toàn không quan trọng. Phụ nữ ở Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh lo lắng về vấn đề này nhiều hơn phụ nữ ở các khu vực còn lại.

Những vấn đề ít quan trọng hơn đối với chủ doanh nghiệp nữ là các khoản chi hồi lộ hay chi phí không chính thức khác (60% cho rằng không quan trọng); những thành kiến đối với phụ nữ (chỉ có 27% đánh giá là rất hoặc vô cùng quan trọng, trong đó 54% coi là không quan trọng), nạn tham nhũng (50% cho rằng không quan trọng), và chi phí lao động cao (35% cho là quan trọng, trong khi 31% đánh giá là không quan trọng.) Đánh giá về tầm quan trọng của vấn đề này không có sự khác biệt đáng kể giữa các doanh nghiệp thuộc khu vực, ngành nghề, quy mô khác nhau hay tuổi tác và dân tộc khác nhau của chủ doanh nghiệp.

“Theo ý kiến tôi, chính sách ổn định của chính phủ là rất quan trọng đối với doanh nghiệp. Thực tế đã có nhiều trường hợp, việc các chính sách thay đổi quá thường xuyên ảnh hưởng không tốt đến hoạt động của doanh nghiệp.” - Thảo luận nhóm tại thành phố Hồ Chí Minh

Khi được hỏi là liệu còn có vấn đề gì ngoài 15 vấn đề kể trên mà doanh nghiệp nữ bức xúc, chỉ có 13% đưa ra một số vấn đề cụ thể khác. Một số được chị em nêu lên là “chính sách thuế/thuế suất cao” (có 11 câu trả lời như vậy, tương đương với 2% số quan sát), “chưa có nhiều chính sách hay hỗ trợ phát triển kinh tế địa phương” (6 câu trả lời, tương đương với 1% số quan sát); và “các chính sách kinh tế không được thực thi một cách đồng bộ” (3 câu trả lời, <1% số quan sát).

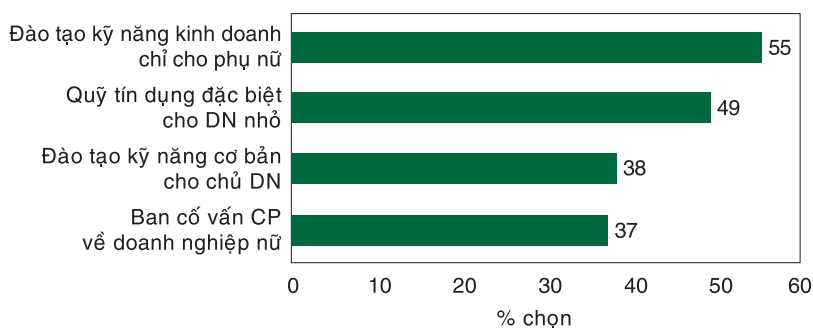
## Những trở ngại về chính sách

Khi được hỏi về những lĩnh vực mà Chính phủ Việt Nam có thể đưa ra chính sách và chương trình hỗ trợ sự phát triển của các doanh nghiệp do nữ làm chủ trên cả nước, có bốn kiến nghị chính được nhiều chị em đưa ra. Kiến nghị hàng đầu là các khóa đào tạo các kỹ năng cơ bản cho chủ doanh nghiệp, nhất là đối với chủ doanh nghiệp nữ. Từ một danh sách 10 lĩnh vực về chính sách và chương trình, đây có thể coi là lựa chọn số một, với 55% chị em coi đây là một

trong ba lĩnh vực Chính phủ cần ưu tiên quan tâm.

### Chủ doanh nghiệp nữ tìm kiếm những chương trình có trọng tâm, hỗ trợ về chính sách

Ba ưu tiên về chính sách



Đứng thứ hai trong danh sách là đề xuất thành lập một quỹ tín dụng đặc biệt dành cho các doanh nghiệp nhỏ, với 49% chị em cho rằng đây là một trong ba lĩnh vực cần có sự can thiệp của chính phủ.

Hai lĩnh vực khác cùng đứng thứ ba trong danh

sách - thành lập một ban cố vấn đặc biệt của chính phủ về các vấn đề phát triển doanh nghiệp nữ (37% chị em chọn đây là một trong ba lĩnh vực hàng đầu) và đào tạo các kỹ năng cơ bản cho chủ doanh nghiệp nữ mới và tiềm năng (38%).

Việc có nhiều chị em chọn lĩnh vực hỗ trợ này cùng với những đào tạo dành riêng cho phụ nữ cho thấy tầm quan trọng của đào tạo kỹ năng kinh doanh đối với doanh nhân nữ - và sự khác biệt giữa mức độ hỗ trợ của những đào tạo dành riêng cho từng giới và đào tạo nói chung cho

“Chúng tôi luôn dựa vào pháp luật để kinh doanh, do vậy một hệ thống pháp luật hoàn chỉnh và rõ ràng là rất quan trọng. Chính phủ cần đứng đằng sau và bảo vệ chúng tôi. Chính phủ đã cam kết nhiều, nhưng sự hỗ trợ doanh nghiệp trên thực tế còn rất hạn chế.” - Thảo luận nhóm tại Cần Thơ

thấy chị em chủ doanh nghiệp có thể đang đánh giá cao những chương trình trọng tâm vào phụ nữ hơn là những chương trình giáo dục đào tạo dành cho mọi chủ doanh nghiệp. Nghiên cứu ở các nước khác<sup>3</sup> cho thấy cách

phụ nữ học khác với nam giới, và thường đánh giá cao mức độ chia sẻ và tạo dựng quan hệ thường có trong các chương trình đào tạo 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.

<sup>3</sup> Tham khảo, Trung tâm nghiên cứu doanh nghiệp nữ, Phong cách thành công, Gilligan, Carroll, Nói tiếng nói khác: Lý thuyết tâm lý và sự phát triển của phụ nữ, và Orser, Barbara, “Dự tính về những tác động của chương trình đào tạo có tính đến yếu tố giới.”



Những kiến nghị về chính sách này được hầu hết chủ doanh nghiệp nữ trong khảo sát thuộc doanh nghiệp với quy mô, ngành nghề, địa phương khác nhau trên toàn quốc hết sức hoan nghênh. Tuy nhiên chủ doanh nghiệp ở phía bắc (đồng bằng sông Hồng và miền núi phía Bắc) ủng hộ hơn về việc tổ chức các khóa học dành riêng cho phụ nữ (73% chị em chọn đây là một trong ba lĩnh vực ưu tiên nhất), và chủ các doanh nghiệp sản xuất thì đặc biệt quan tâm đến quỹ tín dụng dành cho doanh nghiệp nhỏ (với 57% chị em chọn đây là một trong ba lĩnh vực ưu tiên nhất).

Những hỗ trợ của chính phủ đối với doanh nghiệp nhỏ được chị em đánh giá ít quan trọng hơn bao gồm:

Thiết lập những mục tiêu để chính phủ ưu tiên mua bán hàng hóa và dịch vụ từ doanh nghiệp nhỏ	28% chọn đây là một trong ba lĩnh vực hàng đầu cần có can thiệp của chính phủ
Đơn giản hóa các thủ tục đăng ký và chuyển nhượng quyền sở hữu tài sản cho cả nam và nữ	21% chọn đây là một trong ba lĩnh vực hàng đầu
Rút ngắn thời gian đăng ký thành lập doanh nghiệp	19% chọn đây là một trong ba lĩnh vực hàng đầu
Thay đổi các quy định luật pháp về lao động để tăng khả năng linh hoạt của doanh nghiệp trong việc sa thải và thay thế nhân công	14% chọn đây là một trong ba lĩnh vực hàng đầu
Giảm chi phí cần thiết để đăng ký thành lập doanh nghiệp	13% chọn đây là một trong ba lĩnh vực hàng đầu
Các chiến dịch truyền thống nhằm nâng cao hình ảnh của doanh nhân	11% chọn đây là một trong ba lĩnh vực hàng đầu



## Xây dựng các kỹ năng kinh doanh

“Tôi nghĩ là bản thân tôi thiếu kinh nghiệm và kỹ năng quản lý doanh nghiệp. Tôi rất mong được dự các khóa học về quản lý doanh nghiệp. Tôi cũng đã từng nghĩ là giá mà tôi đã có cơ hội được đào tạo các kỹ năng quản lý trước khi tôi thành lập doanh nghiệp thì tôi sẽ cảm thấy tự tin hơn trong việc điều hành doanh nghiệp tôi hiện nay.” - Thảo luận nhóm tại Đà Nẵng

Như đã thảo luận ở phần trước, có cơ hội giáo dục và đào tạo về xây dựng những kỹ năng kinh doanh là một trong những bức xúc của doanh nhân nữ ở Việt Nam. Đây không chỉ là một trong những quan tâm lớn nhất mà còn là một trong những yêu cầu hàng đầu mà chị

em, chủ doanh nghiệp đang kiến nghị để chính phủ ưu tiên xem xét ngay trong Luật bình đẳng giới sắp tới. Rõ ràng là các chủ doanh nghiệp nữ sẽ có lợi từ các chính sách và chương trình trọng tâm là xây dựng kỹ năng kinh doanh. Mong muốn này được thể hiện lặp đi lặp lại ở hầu hết các chủ doanh nghiệp trong khảo sát này - đây là những doanh nghiệp được thành lập chính thức. Cũng có thể dễ dàng phỏng đoán là mong muốn được đào tạo kỹ năng kinh doanh sẽ còn lớn hơn ở các doanh nghiệp không chính thức (không phải là đối tượng của khảo sát này) cũng như những phụ nữ đang có kế hoạch thành lập doanh nghiệp.

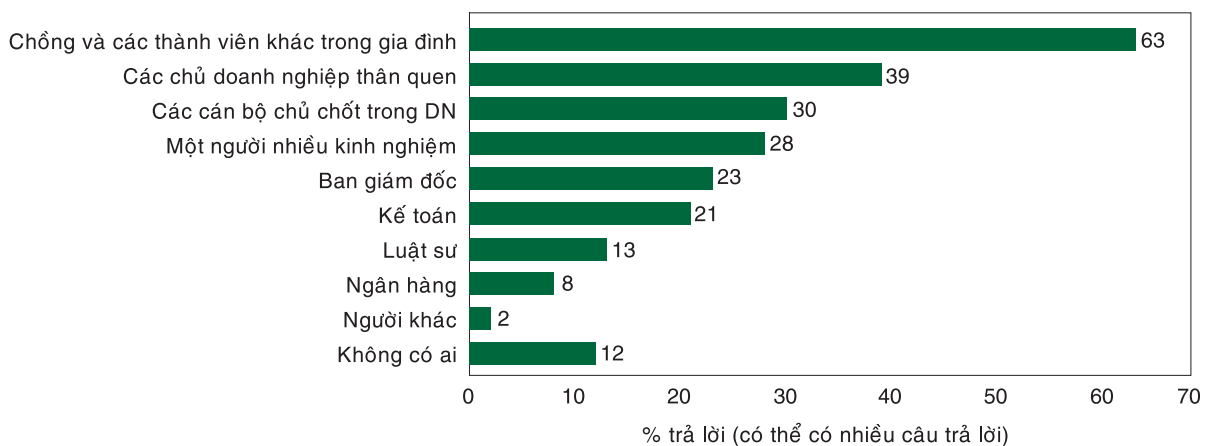
Cũng có một số câu hỏi cụ thể liên quan đến xây dựng kỹ năng kinh doanh được đặt ra cho chủ doanh nghiệp nữ, chẳng hạn như hãy đánh giá tính hữu ích của bảy (7) loại hỗ trợ khác nhau đối với phát triển và thành công của doanh nghiệp. Cả bảy hỗ trợ này đều được các chủ doanh nghiệp nữ đánh giá cao, trong đó các khóa đào tạo vẫn đứng hàng đầu trong danh sách này.

Đào tạo các kỹ năng về quản lý và lãnh đạo doanh nghiệp	77% cho là rất/vô cùng hữu ích
Đào tạo về quản lý tài chính	74% cho là rất/vô cùng hữu ích
Học hỏi thêm về cách tiếp cận thị trường mới trong và ngoài nước	71% cho là rất/vô cùng hữu ích
Học hỏi thêm về áp dụng công nghệ để phát triển doanh nghiệp	71% cho là rất/vô cùng hữu ích
Thường xuyên gặp gỡ với các nữ chủ doanh nghiệp khác để trao đổi ý tưởng/kinh nghiệm	64% cho là rất/vô cùng hữu ích
Học hỏi thêm về cách tham gia vận động và xây dựng chính sách liên quan đến doanh nghiệp	60% cho là rất/vô cùng hữu ích
Tham quan nước ngoài để gặp gỡ và trao đổi với các chủ doanh nghiệp ở các nước khác	59% cho là rất/vô cùng hữu ích

Bên cạnh những đào tạo chung về quản lý và lãnh đạo doanh nghiệp, những khóa học chuyên về các kỹ năng quản lý tài chính, tiếp cận thị trường, sử dụng công nghệ cũng được chị em đánh giá là rất hoặc vô cùng hữu ích đối với tiềm năng phát triển của doanh nghiệp trong tương lai. Rõ ràng là doanh nhân nữ Việt Nam đang tha thiết mong muốn có được cơ hội để trang bị những kỹ năng cần thiết của một chủ doanh nghiệp. Họ cũng tha thiết với những cơ hội gặp gỡ thường xuyên với các nữ chủ doanh nghiệp: gần hai phần ba số người khảo sát (64%) khẳng định lợi ích của việc quan hệ thường xuyên với cộng đồng doanh nghiệp nữ.

### Phụ nữ thường tư vấn gia đình và chủ doanh nghiệp khác khi ra quyết định kinh doanh

Phụ nữ thường hỏi ý kiến những ai khi cần ra quyết định kinh doanh



Chủ doanh nghiệp nữ từ các vùng khác nhau trong cả nước đánh giá rất cao những vấn đề trên và mức độ đánh giá các vấn đề này cũng chỉ có một số khác biệt khi so sánh giữa ngành nghề kinh doanh và đặc điểm của chủ doanh nghiệp. Tuy nhiên, một lần nữa, chủ doanh nghiệp của các doanh nghiệp có quy mô lớn hơn - với hơn 25 lao động dài hạn - có vẻ quan tâm hơn cả đến đào tạo về quản lý doanh nghiệp và kỹ năng lãnh đạo. Đây cũng chính là những chủ doanh nghiệp đang lo lắng về những vấn đề liên quan đến quản lý sự tăng trưởng của doanh nghiệp và về những kỹ năng kinh doanh của bản thân. Do vậy, nên thiết kế riêng một số chương trình đào tạo đặc biệt dành cho các chủ của những doanh nghiệp quy mô lớn hơn và cho chủ các doanh nghiệp quy mô nhỏ hay mới thành lập.

Hỏi ý kiến và học hỏi từ những người khác cũng là một phần không thể thiếu trong mạng lưới hỗ trợ chủ doanh

“Với thực tế ở Việt Nam là quản lý doanh nghiệp chủ yếu là thế giới của phái nam, chị em chủ doanh nghiệp rất khó khăn trong việc gặp gỡ và tạo mạng lưới quan hệ. Chúng tôi rất muốn xây dựng một cộng đồng doanh nghiệp nữ mạnh hơn. Theo kinh nghiệm của riêng tôi, tôi tin là phụ nữ luôn tin tưởng lẫn nhau nên họ có thể dễ dàng hợp tác với nhau thành công.” - Thảo luận nhóm tại Hà Nội



ng nghiệp và đây cũng không phải là một ngoại lệ đối với nữ doanh nhân Việt Nam. Trong lĩnh vực giáo dục và đào tạo kinh doanh, khảo sát này cũng tìm hiểu xem liệu doanh nhân nữ thường tư vấn ai khi phải đưa ra những quyết định kinh doanh quan trọng. Hầu như tất cả đều khẳng định là họ thường phải hỏi ý kiến một ai đó khi cần có một quyết định kinh doanh - chỉ có 12% chị em tự mình đưa ra mọi quyết định quan trọng.

Người được chị em tư vấn thường xuyên nhất chính là chồng và các thành viên trong gia đình họ, cho dù họ là chủ một doanh nghiệp tư nhân hay là thành viên góp vốn trong một doanh nghiệp nhiều chủ. Hơn 63% thừa nhận là họ hỏi ý kiến các thành viên gia đình khi đưa ra các quyết định kinh doanh quan trọng. Ngoài ra, doanh nhân nữ thường tư vấn các chủ doanh nghiệp thân quen (39%); các cán bộ quản lý/nhân viên chủ chốt trong doanh nghiệp (30%); những người nhiều kinh nghiệm (28%); thành viên ban giám đốc/ban cố vấn doanh nghiệp (23%); kế toán hay tư vấn tài chính (21%); luật sư (8%); ngân hàng/cán bộ tín dụng (2%).

Doanh nghiệp có quy mô càng lớn thì chủ doanh nghiệp lại có xu hướng ít hỏi ý kiến các thành viên gia đình trong các quyết định kinh doanh và phụ thuộc nhiều hơn vào ý kiến của ban lãnh đạo và các cán bộ quản lý cao cấp của doanh nghiệp hay chuyên gia tư vấn như luật sư, tư vấn tài chính hay cán bộ ngân hàng. Những phát hiện tương tự cũng được tìm thấy trong các khảo sát về doanh nghiệp do cả nam hay nữ làm chủ ở nhiều nước khác.

Một phát hiện thú vị khác là thường phụ nữ dưới 45 tuổi có xu hướng hỏi ý kiến những người có kinh nghiệm hơn mình (33% so với 24%). Một trong những lí do có thể giải thích cho phát hiện này là phụ nữ trên 45 có thể có ít những người cùng thời có kinh nghiệm hơn để có thể tư vấn vì Việt Nam vẫn đang ở giai đoạn quá độ của quá trình chuyển sang một nền kinh tế thị trường.

Tiếp cận các nguồn tài chính cho kinh doanh - và quan trọng hơn là học hỏi những kỹ năng về quản lý tài chính cũng là một vấn đề được nhiều chị em chủ doanh nghiệp ở Việt Nam quan tâm. Trong khi đa số chị em cho rằng họ đã có đủ vốn để đáp ứng các nhu cầu phát triển hiện tại của doanh nghiệp, rất ít tái đầu tư lợi nhuận trở lại để tiếp tục mở rộng doanh nghiệp. Đây là một tín hiệu rõ ràng cho thấy nhiều doanh nghiệp chưa phát huy được hết tiềm năng phát triển, và do đó rất có thể là họ chưa biết cách sử dụng vốn sẵn có và huy động thêm vốn để mở rộng và tiếp tục phát triển doanh nghiệp.

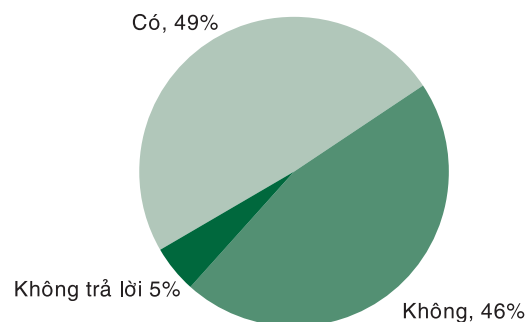
Thực tế cho thấy do thiếu các kỹ năng quản lý tài chính nhiều chủ doanh nghiệp nữ có thể không nhận thấy việc doanh nghiệp không đủ vốn có thể ảnh hưởng đến khả năng tăng trưởng của doanh nghiệp. Như đã trình bày ở phần đầu của báo cáo này, 63% chị em được khảo sát đánh giá vấn đề tiếp cận các nguồn tài chính là rất hoặc vô cùng quan trọng, và 69% coi việc xây dựng các kỹ năng về quản lý tài chính là rất/vô cùng quan trọng.

Để tìm hiểu kỹ hơn về vấn đề tiếp cận vốn, khảo sát cũng đưa một số những câu hỏi cụ thể hơn như: những nguồn vốn chủ yếu mà doanh nghiệp sử dụng, doanh nghiệp có vay tiền ngân hàng không, và những trở ngại gì doanh nghiệp gặp phải trong trường hợp cần tìm thêm nguồn tài chính cho kinh doanh trong vòng một năm trở lại.

Trước tiên, đa số chị em (56%) trong khảo sát cho rằng mình có đủ vốn để đáp ứng nhu cầu tăng trưởng và phát triển doanh nghiệp. Chưa đến một nửa chị em (49%) có sử dụng tín dụng ngân hàng - có thể là bằng hình thức vay hoặc sử dụng chương trình hạn mức tín dụng - và 80% trong số họ có sử dụng một nguồn tài chính nào đó trong vòng 1 năm qua.

Cũng không ngạc nhiên khi kết quả khảo sát cho thấy vấn đề tiếp cận vốn dễ dàng hơn đối với các doanh nghiệp đã có một thời gian hoạt động trên thương trường. Hai phần ba (68%) số doanh nghiệp khảo sát với hơn 25 lao động hiện đang sử dụng nguồn tín dụng ngân hàng, 68% doanh nghiệp với doanh số trên 10 tỷ đồng (tương đương với \$630.000 đô la) cũng như vậy. Ngược lại, chỉ có 36% doanh nghiệp có dưới 5 lao động hay chỉ có 39% doanh nghiệp có doanh số dưới 1 tỷ đồng (tương đương với \$63.000 đô la) đang sử dụng tín dụng ngân hàng.

**Một nửa số doanh nghiệp nữ tiếp cận được nguồn tín dụng ngân hàng**

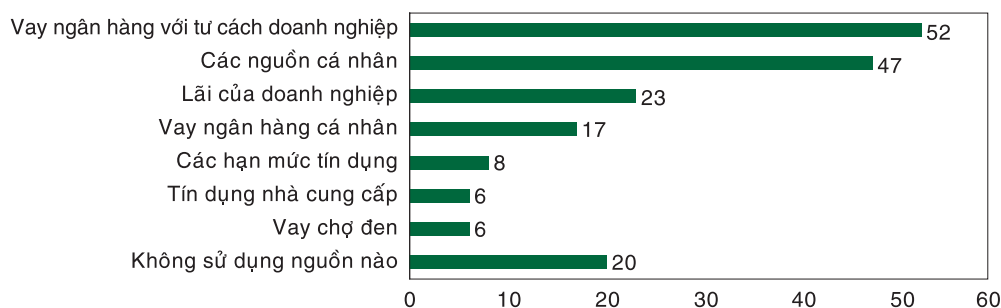


Nguồn tài chính được nhiều chị em doanh nhân sử dụng nhất là vay ngân hàng, với 52% sử dụng nguồn này trong vòng 1 năm qua (và 49% hiện đang vay ngân hàng). 47% chị em huy động từ các nguồn tư nhân như tiết kiệm cá nhân, của bạn bè và gia đình. Chỉ có 23% tái đầu tư lợi nhuận thu được trở lại doanh nghiệp - một con số tương đối nhỏ so với khảo sát các chủ doanh nghiệp nữ ở các nền kinh tế phát triển hơn.<sup>4</sup> Đây là một tín hiệu rõ ràng cho thấy nhiều doanh nghiệp chưa phát huy được hết tiềm năng phát triển, và do đó rất có thể là họ chưa biết cách sử dụng vốn sẵn có và huy động thêm vốn để mở rộng và tiếp tục phát triển doanh nghiệp.

Các nguồn tài chính khác cũng được doanh nhân nữ sử dụng trong vòng 12 tháng qua như: vay ngân hàng với tư cách cá nhân (17%); hạn mức tín dụng (8%); tín dụng nhà cung cấp (6%); vay chợ đen (6%); thẻ tín dụng (2%) (con số này thấp hơn nhiều hơn với ở các nước phát triển); và vay từ các chương trình tài chính vi mô (1%).

### Nhiều nguồn vốn đã được phụ nữ sử dụng cho doanh nghiệp nhưng tỷ lệ tái đầu tư lợi nhuận còn thấp

Tình hình sử dụng các nguồn vốn trong năm qua



Khi được hỏi về những trở ngại doanh nghiệp gặp phải khi đi tìm các nguồn vốn bên ngoài trong năm vừa qua, một nửa số chị em đều đề cập đến ít nhất một khó khăn. Ba cản trở rõ rệt nhất trong việc tiếp cận các nguồn tài chính là: quy trình đi vay quá phức tạp (29%); lãi suất quá cao (28%); và họ bị từ chối cho vay do thiếu tài sản thế chấp (20%). Chỉ có 3% cho rằng họ cảm thấy có sự phân biệt về giới khi tìm kiếm nguồn vốn.

Nghiên cứu kỹ hơn về phản hồi của chủ doanh nghiệp nữ liên quan đến vấn đề tài chính theo địa phương thì nhận thấy là các doanh nghiệp ở Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh phía Nam lại ít sử dụng tín dụng ngân hàng hơn là ở các tỉnh khác ở miền Bắc và miền Trung.

<sup>4</sup> Điều này không chỉ do nền kinh tế của Việt Nam còn non trẻ mà có thể còn do tuổi đời của các doanh nghiệp ở Việt Nam còn ngắn so với các doanh nghiệp nữ làm chủ ở các nước khác. Xin tham khảo thêm một số nghiên cứu của Trung tâm Nghiên cứu doanh nghiệp nữ của các nước Châu Âu và Châu Mỹ La tinh.

Chỉ có 44% doanh nghiệp nữ ở Hà Nội, 47% ở Thành phố Hồ Chí Minh và 48% ở các tỉnh phía Nam trong khảo sát này so với đa số các doanh nghiệp nữ ở miền Bắc (56%) và miền Trung (55%) sử dụng tín dụng ngân hàng. Không có sự khác biệt gì khi so sánh số liệu này ở các doanh nghiệp thuộc ngành nghề và có tuổi đời khác nhau.

“Quy trình vay tiền ngân hàng rất phức tạp. Người muốn vay cần có tài sản hay nhà làm thế chấp và trong nhiều trường hợp, ngân hàng định giá tài sản thế chấp của bạn thấp hơn giá thị trường và do đó, số tiền bạn có thể vay được thường quá ít so với bạn mong đợi.” - Thảo luận nhóm tại Cần Thơ

Cũng có một số khác biệt trong việc sử dụng các nguồn vốn khác nhau ở các nhóm doanh nghiệp với tuổi đời khác nhau. Một xu hướng có thể dễ dàng nhận thấy là sự lệ thuộc vào các nguồn tài chính không chính thức giảm dần khi doanh nghiệp trưởng thành hơn. 60% các doanh nghiệp hoạt động dưới 05 năm đã sử dụng nguồn tiết kiệm cá nhân để phát triển doanh nghiệp trong những năm qua. Con số này ở các doanh nghiệp có tuổi đời trên 10 năm chỉ là 45%. 29% doanh nghiệp có tuổi đời ít hơn sử dụng hình thức vay - so với 13% doanh nghiệp lâu năm. Ngược lại, sự lệ thuộc vào tín dụng thương mại tăng lên theo tuổi đời của doanh nghiệp - từ 43% ở doanh nghiệp có tuổi đời dưới 5 năm đến 56% ở doanh nghiệp có tuổi đời trên 10 năm.

Tuy nhiên, nữ chủ các doanh nghiệp lâu năm lại ít tái đầu tư lợi nhuận vào phát triển doanh nghiệp hơn các chủ doanh nghiệp có ít kinh nghiệm hơn. Chỉ có 26% các doanh nghiệp trên 10 năm tái đầu tư lợi nhuận, trong khi đó con số này ở các doanh nghiệp dưới 5 năm là 28%. Và mức độ tái đầu tư lợi nhuận cũng tăng dần theo quy mô của doanh nghiệp - từ 17% ở các doanh nghiệp không sử dụng lao động ngoài đến 27% doanh nghiệp sử dụng từ 25 lao động trở lên - tuy nhiên mức độ tái đầu tư lợi nhuận như vậy vẫn còn là rất thấp. Phát hiện này có thể cho thấy thiếu vốn - hoặc thiếu kiến thức về sử dụng vốn có thể làm hạn chế khả năng tăng trưởng của doanh nghiệp nữ ở Việt Nam.

## Tiếp cận thị trường quốc tế

Một lĩnh vực khác cũng rất quan trọng đối với doanh nhân nữ là tiếp cận được các thị trường nước ngoài. Các doanh nhân nữ rất háo hức được học hỏi cách thức tiếp cận thị trường quốc tế, và ba trong số 10 doanh nghiệp đã và đang giao dịch với trung bình là 3 thị trường nước ngoài.

Hai phần ba (67%) chủ doanh nghiệp nữ trong khảo sát đánh giá việc tiếp cận các thị trường mới như thị trường nước ngoài là rất/vô cùng quan trọng, và 71% cho rằng những cơ hội học hỏi về cách thức tiếp cận thị trường quốc tế là rất/vô cùng hữu ích đối với sự phát triển và thành công của doanh nghiệp.

Hiện có khoảng 29% số doanh nghiệp nữ đang nhập hoặc xuất khẩu hàng hóa, dịch vụ trong đó - 8% đang xuất khẩu, 12% đang nhập khẩu, và 9% vừa xuất vừa nhập.

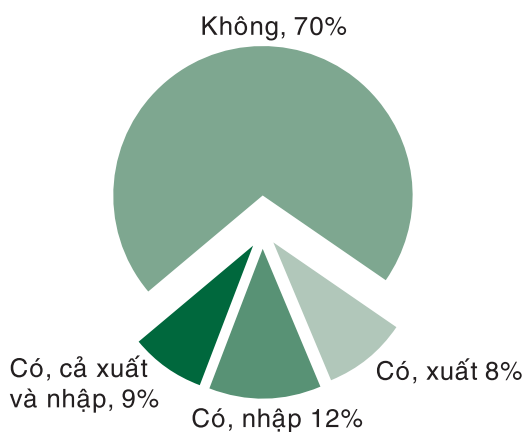
“Tôi sẽ phải thu xếp thời gian ra nước ngoài để tham dự một vài khóa học. Tôi muốn trau dồi kiến thức về điều tra thị trường cũng như vốn tiếng Anh của tôi. Tôi muốn mình phải có khả năng giao tiếp trực tiếp với các đối tác nước ngoài mà không cần thông qua một thông dịch viên.” - Thảo luận nhóm tại Hà Nội

Những doanh nghiệp tham gia vào thương mại quốc tế thường có quy mô lớn hơn, phần lớn là doanh nghiệp sản xuất và thường tập trung ở Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh. 60% các

doanh nghiệp sử dụng trên 25 lao động có làm ăn với thị trường nước ngoài, so với con số 19% các doanh nghiệp có ít hơn 5 lao động. Gần một nửa (47%) doanh nghiệp sản xuất hoặc nhập hoặc xuất nguyên liệu với thị trường nước ngoài trong khi con số này ở doanh nghiệp dịch vụ chỉ là 24%. 70% doanh nghiệp ở Hà Nội, 56% ở thành phố Hồ Chí Minh đang tham

gia thương mại quốc tế so với 12% doanh nghiệp ở các khu vực còn lại.

### Một phần ba doanh nghiệp nữ khảo sát đang tham gia vào thương mại quốc tế



Thêm vào đó, các doanh nghiệp trẻ lại có xu hướng mở ra thị trường với nước ngoài hơn là các doanh nghiệp lâu đời hơn. 42% những doanh nghiệp mới thành lập trong vòng 5 năm trở lại đây so với 29% những doanh nghiệp đã có mặt trên thương trường trên 10 năm có làm ăn với nước ngoài. Điều này cũng có thể được giải thích là vì chính sách thương mại Việt Nam hiện nay rất mở và có xu hướng khuyến khích các doanh nghiệp mới chú trọng vào thị trường quốc tế.



Trong số những doanh nghiệp có làm ăn với nước ngoài, hầu hết đang giao dịch với hơn một nước. Chỉ có 30% số doanh nghiệp làm ăn với nước ngoài là chỉ giao dịch với 1 thị trường nước ngoài, 22% với 2 thị trường, 15% với ba, và 33% với bốn hay nhiều hơn. Trung bình, các chủ doanh nghiệp nữ ở Việt Nam giao dịch với khoảng ba thị trường nước ngoài.

Đối tác lớn nhất của các doanh nghiệp nữ là thị trường Mỹ, với 40% chị em có giao dịch với thị trường này. Các đối tác khác cũng tương đối lớn chủ yếu nằm trong cùng khu vực như: Trung Quốc (35%); Singapore (34%); Nhật Bản (30%); Đài Loan (27%); Đức (27%); Hàn Quốc (23%); Malaysia (22%); và Australia (21%). Khoảng 14% khác đang giao dịch với Hồng Kông, và 10% với Anh Quốc.



## Tiếp cận công nghệ

Công nghệ đang tràn ngập mọi mặt của đời sống toàn thế giới và ngày càng trở thành một công cụ quan trọng nhằm tăng hiệu quả và năng suất kinh doanh. Doanh nhân nữ Việt Nam đều đã biết tận dụng lợi thế của các công cụ thông tin, nhưng vẫn háo hức học hỏi thêm. Gần hai phần ba (63%) cho rằng tiếp cận công nghệ hiện là một vấn đề rất/vô cùng quan trọng đối với doanh nghiệp, và gần ba phần tư (71%) cho rằng rất/vô cùng hữu ích cho doanh nghiệp nếu họ được học hỏi thêm về cách sử dụng công nghệ để thúc đẩy doanh nghiệp phát triển.

Đại đa số các chủ doanh nghiệp nữ đã sử dụng các công nghệ thông tin cơ bản nhất trong kinh doanh. 83% chị em sử dụng điện thoại di động, 75% sử dụng hơn một máy tính, 63% có hệ thống điện thoại nhiều đường, và 61% có sử dụng máy fax.<sup>5</sup>

“Doanh nghiệp tôi cung cấp dịch vụ kế toán. Hiện nay doanh nghiệp chỉ trang bị 4 máy tính mà lại có 20 kế toán viên nên hầu hết các công việc kế toán được làm trên giấy, làm mất khá nhiều thời gian. Tôi muốn mua thêm máy tính và đào tạo nhân viên kế toán cách sử dụng phần mềm kế toán. Có như vậy thì dịch vụ chúng tôi cung cấp mới trở nên chuyên nghiệp hơn.” - Thảo luận nhóm tại Đà Nẵng

Tuy nhiên, ít doanh nghiệp trong khảo sát có hệ thống máy tính được nối mạng với nhau hoặc sử dụng Internet một cách thường xuyên. Chỉ có 35% chủ doanh nghiệp nữ có hệ thống kết nối nội bộ (LAN), và chỉ có 37% sử dụng Internet thường xuyên. Gần một phần tư doanh nghiệp nữ trong khảo sát (24%) có trang web.

Điện thoại di động được các chủ doanh nghiệp nữ sử dụng tương đối phổ biến ở Việt Nam - cũng giống như ở nhiều nước khác - điều này không phụ thuộc vào quy mô và địa phương của doanh nghiệp. Chủ các doanh nghiệp sử dụng dưới 5 lao động cũng như ở ngoài hai thành phố lớn cũng sử dụng điện thoại di động phổ biến như chủ các doanh nghiệp lớn và ở các trung tâm kinh tế lớn. Tuy nhiên, mức độ sử dụng các công nghệ thông tin khác thì tăng theo quy mô doanh nghiệp. Chẳng hạn chỉ có 29% doanh nghiệp dưới 5 lao động có sử dụng máy fax - con số này ở các doanh nghiệp có trên 25 lao động là 89%. Và trong khi hơn 70% chủ doanh nghiệp với quy mô khác nhau có sử dụng máy tính thì chỉ có 8% doanh nghiệp rất nhỏ có mạng nội bộ và con số này ở doanh nghiệp lớn nhất là 66%.

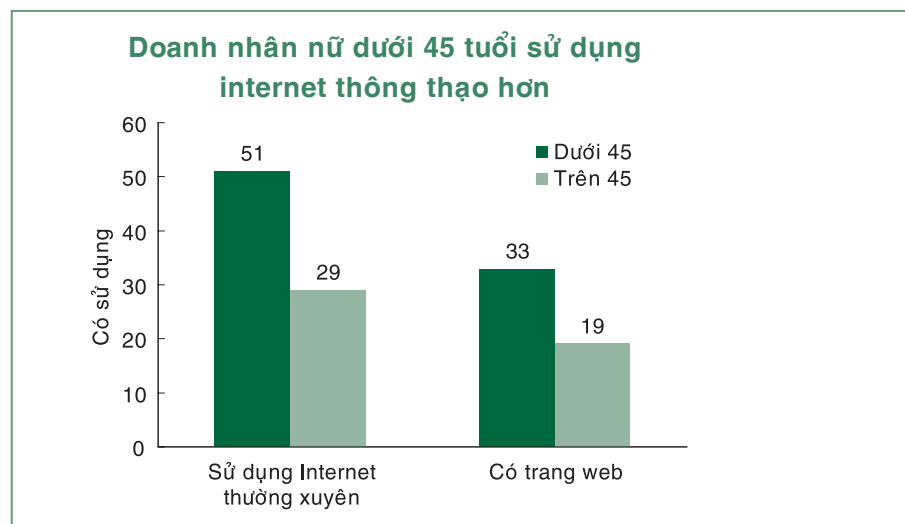
Trong khi đó quy mô, địa điểm và ngành nghề của doanh nghiệp là nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến việc sử dụng Internet và xây dựng website doanh nghiệp. Trong khi đa số chủ doanh nghiệp ở Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh có sử dụng internet thì chỉ có một phần tư chị em ở các khu vực khác coi internet là một công cụ thường xuyên. Sự khác biệt tương tự đối với việc xây dựng trang chủ của doanh nghiệp: một nửa số doanh nghiệp ở khu vực các

<sup>5</sup> Như chúng tôi đã đề cập trong phần Phương pháp luận của báo cáo này, do cách thức chọn mẫu, những người tham gia khảo sát là chủ các doanh nghiệp được thành lập chính thức, có quy mô tương đối, chứ không phải là khu vực doanh nghiệp phi chính thức (hộ gia đình, mùa vụ, bán thời gian).

thành phố có website so với 16% ở các khu vực khác. Chủ các doanh nghiệp sản xuất sử dụng internet thường xuyên hơn (45% so với 38% chủ các doanh nghiệp dịch vụ), và họ cũng là những doanh nghiệp có xu hướng có website (32% so với 23% doanh nghiệp dịch vụ).

Ngoài việc mức độ sử dụng internet và có trang web khác nhau ở các chủ doanh nghiệp có quy mô khác nhau thì mức độ này còn rất khác biệt ở các chủ doanh nghiệp ở các lứa tuổi khác nhau. Chỉ có 29% chủ doanh nghiệp từ 45 trở lên sử dụng internet thường xuyên và 19% có trang web. Trong khi đó con số này tương ứng là 51% (sử dụng internet thường xuyên) và 33% (có trang web) ở các chủ dưới 45 tuổi. Phát hiện này khẳng định lại một điều đã được nhiều nghiên cứu khác đã khẳng định - giới trẻ luôn có xu hướng tiếp cận công nghệ thông tin nhanh nhạy hơn.<sup>6</sup>

Chính vì vậy cho dù đã biết tận dụng các công cụ công nghệ thông tin cơ bản, các doanh nhân nữ vẫn đang tìm kiếm những thông tin và hỗ trợ để tiếp cận hơn nữa đến các công nghệ thông tin (ICT) cho sự phát triển tiếp theo của doanh nghiệp. Tiếp cận công nghệ thông tin, đặc biệt là internet, đối với khu vực nông thôn đang có nhu cầu rất lớn.

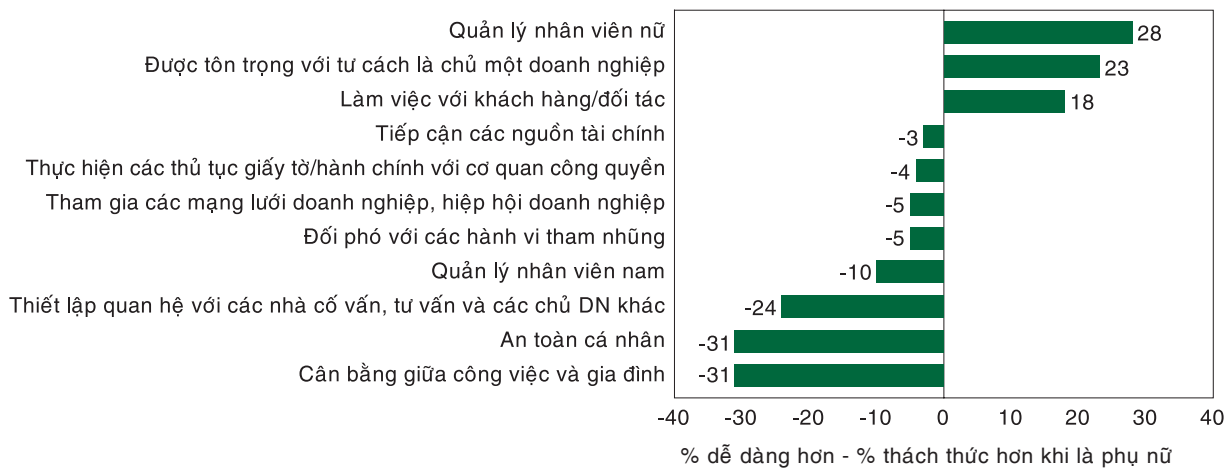


6 Tham khảo, một số điều tra về hộ gia đình ở Hồng Kông vào năm 2001 (“Khảo sát về tình hình sử dụng và xâm nhập của công nghệ thông tin ở hộ gia đình” và “Khảo sát hàng năm về tình hình sử dụng và xâm nhập của công nghệ thông tin ở khu vực doanh nghiệp”, năm 2001), và tham khảo Khảo sát của Eurostat về hộ gia đình ở Tây Ban Nha ([http://www.ine.es/en/metodologia/t25/t253045066ana04\\_en.pdf](http://www.ine.es/en/metodologia/t25/t253045066ana04_en.pdf)).

## Những thách thức riêng biệt đối với chủ doanh nhân nữ

Phụ nữ vẫn đang phải đối mặt với những thách thức ngày càng lớn trong thành lập, điều hành và phát triển doanh nghiệp do đảm đương nhiều vai trò khác nhau trong xã hội, kèm theo những quan niệm văn hóa và xã hội truyền thống về phụ nữ và những chênh lệch giữa nam và nữ xét về trình độ kinh doanh và khả năng tham gia các mạng lưới kinh doanh cũng bắt nguồn từ những quan niệm xã hội nói trên, rồi cả những trở ngại trong pháp luật. Trong khi doanh nhân nữ của Việt Nam nhận thức được điều này và thừa nhận có gặp phải một số khó khăn riêng biệt của phụ nữ khi làm doanh nghiệp - họ vẫn cảm thấy là phụ nữ không phải là bất lợi hoàn toàn khi làm kinh doanh.

### Cân bằng giữa công việc kinh doanh và gia đình được coi là thách thức lớn đối với phụ nữ



Thách thức chủ yếu nhất mà các chủ doanh nghiệp nữ đang gặp phải không phải là một phát hiện đáng ngạc nhiên, đó là vấn đề cân bằng giữa cuộc sống gia đình và công việc. 38% cho rằng đây là một thách thức đối với nữ so với 7% cho rằng là nữ thì dễ dàng giải quyết vấn đề này hơn - 31 “điểm mang tính thách thức”<sup>7</sup> Đây cũng là một thách thức được phụ nữ trên toàn cầu đề cập đến trong các nghiên cứu định lượng và định tính.

Trong số các chủ doanh nghiệp được khảo sát, những người dưới 45 tuổi cảm thấy việc cân bằng giữa vai trò ở doanh nghiệp và ở gia đình là một thách thức có thể vì họ đang có con nhỏ. Khoảng 42% phụ nữ dưới 45 tuổi thừa nhận rằng việc cân bằng giữa công việc và gia đình là một thách thức đối với phụ nữ làm kinh doanh trong khi đó chỉ có 6% cho rằng đây là một việc dễ dàng hơn nếu mình là phụ nữ - 36 “điểm mang tính thách thức”. Có thể so sánh con số này ở nhóm chủ doanh nghiệp từ 45 tuổi trở lên: 35% cho rằng đây là một thách thức và 9% cho rằng dễ dàng hơn - chỉ có 26 “điểm mang tính thách thức”.

7 Thuật ngữ “điểm mang tính thách thức” được sử dụng ở đây để chỉ sự khác biệt trong tỷ lệ chị em coi một vấn đề cụ thể là thách thức riêng biệt đối với phụ nữ khi làm kinh doanh và tỷ lệ chị em coi vấn đề đó là dễ dàng hơn đối với phụ nữ khi làm kinh doanh. Chẳng hạn, có 38% chị em cho rằng cân bằng công việc và gia đình là thách thức lớn đối với một phụ nữ làm kinh doanh trong khi có 7% chị em cho rằng vấn đề này phụ nữ sẽ giải quyết được dễ dàng hơn thì sẽ cho kết quả là 31 điểm mang tính thách thức.

Một thách thức nữa đối với chủ doanh nghiệp nữ là sự an toàn cá nhân với 36% thừa nhận đây là một thách thức hơn so với phái nam và chỉ có 5% cho rằng đây là vấn đề dễ dàng hơn nếu là nữ - 31 “điểm mang tính thách thức”. Phụ nữ dưới 45 tuổi và sống ở hai thành phố lớn là Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh lo lắng đến vấn đề an toàn cá nhân hơn phụ nữ trưởng thành hơn và ở các khu vực ngoài hai thành phố lớn.

“Ai cũng biết là 60% đến 70% các hợp đồng làm ăn lớn với các đối tác doanh nghiệp nhà nước thường được ký kết ngay trên bàn tiệc. Nam giới có lợi thế hơn phụ nữ về phương diện này (họ có thể uống được bia rượu và giao lưu quan hệ ngoài giờ làm việc). Phụ nữ cũng có thể mời đối tác đi chiêu đãi nhưng thường hạn chế hơn. Trước hết vẫn có quan niệm là phụ nữ phương đông không nên làm như vậy. Thứ hai phụ nữ chúng tôi cũng không thể “cạnh tranh” với nam giới về khoản uống bia rượu được. Đôi khi đây lại là một bất lợi trong làm ăn.” - Thảo luận nhóm tại Cần Thơ

Phát hiện này có thể hiểu là phụ nữ khi tham gia điều hành doanh nghiệp có thể cảm thấy dễ bị tổn thương hơn so với nam giới, chứ không nên hiểu là các chủ doanh nghiệp cảm thấy việc tham gia điều hành doanh nghiệp làm cho họ gặp nguy hiểm hơn so với các phụ nữ không làm chủ doanh nghiệp.

Nhiều doanh nhân nữ cũng cảm nhận việc tham gia vào các mạng lưới doanh nghiệp và xây dựng các quan hệ trao đổi kinh nghiệm với các chủ doanh nghiệp khác là một thách thức. 38% cho rằng là nữ sẽ khó khăn hơn trong khi 14% cho rằng sẽ thuận lợi hơn (24 điểm thách thức). Tham gia vào các mạng lưới doanh nghiệp là thách thức lớn đối với chủ doanh nghiệp sản xuất, ở hai thành phố lớn (Hà Nội và Hồ Chí Minh) và những nữ doanh nhân trẻ.

Quản lý nhân viên nam cũng được đánh giá là khó khăn đối với một chủ doanh nghiệp nữ - 22% cho là khó khăn hơn so với 12% cho là dễ dàng hơn, mặc dù 55% cho rằng không có sự khác biệt gì giữa chủ doanh nghiệp là nam và nữ trong vấn đề này. Tuy nhiên lại có kết quả trái ngược đối với câu hỏi về quản lý nhân viên nữ, 32% cho rằng là phụ nữ quản lý nhân viên nữ sẽ thuận lợi hơn so với chỉ có 4% cho là khó khăn hơn. Tuy nhiên cũng có khoảng 54% cho là không có sự khác biệt giữa chủ doanh nghiệp nam và nữ trong vấn đề này.

Chủ doanh nghiệp nữ cũng cảm nhận là không có sự khác biệt gì giữa chủ doanh nghiệp nam và nữ trong một số vấn đề. Đó là: đối phó với các hành vi tham nhũng (55% cho là không có sự khác biệt), thực hiện các thủ tục giấy tờ/hành chính với cơ quan công quyền (60%), tham gia các mạng lưới doanh nghiệp, như hội doanh nghiệp (65%), và tiếp cận các nguồn tài chính (67%). Mặc dù đây là một vấn đề có thể rất quan trọng trong điều hành doanh nghiệp, các nữ chủ doanh nghiệp không cho rằng là phụ nữ thì gặp khó khăn hơn trong vấn đề này.

Có một lĩnh vực mà chị em lại cho rằng là phụ nữ có thể có lợi thế hơn - đó là quan hệ với khách hàng và đối tác. Trong khi có 51% cho là không có gì khác biệt giữa nam và nữ trong lĩnh vực này, 29% cảm thấy là nữ sẽ dễ dàng hơn trong các quan hệ với đối tác so với 11% nghĩ là khó khăn hơn - 18 điểm “chênh lệch mang tính lợi thế.”<sup>8</sup> Cảm giác này đều đúng với các chủ doanh nghiệp sản xuất hay dịch vụ.

Xét về tổng thể, khi được hỏi là phụ nữ thì bất lợi hay có lợi thế, hay không có gì khác biệt trong làm kinh doanh, 65% có câu trả lời là không có gì khác biệt, 17% - có lợi thế và chỉ có 6% nghĩ là bất lợi. Có lẽ điều này cũng phần nào giải thích một phát hiện khác là doanh nhân nữ Việt Nam cảm thấy mình được tôn trọng với tư cách là chủ một doanh nghiệp. Cụ thể là đa số chị em (54%) cảm thấy không có sự khác biệt trong việc “được tôn trọng với tư cách là một doanh nhân,” 30% cho đây là một lợi thế trong khi chỉ có 7% nghĩ là bất lợi - 23 điểm “chênh lệch mang tính lợi thế”.

Chủ các doanh nghiệp mới thành lập coi việc được tôn trọng với tư cách là chủ một doanh nghiệp là một thách thức hơn các chủ doanh nghiệp lâu năm hơn (13% chủ các doanh nghiệp thành lập ít hơn 5 năm so với 4% chủ các doanh nghiệp thành lập trên 10 năm), con số này ở chủ doanh nghiệp nữ Hà Nội là 24% so với các vùng khác là 10%. Mặc dù có những khác biệt nhỏ đại đa số các chị em dù ở Hà Nội hay mới làm doanh nghiệp trong vòng 5 năm trở lại đây đều thừa nhận rằng là phụ nữ cũng không phải là thách thức lớn đối với việc làm chủ một doanh nghiệp ở Việt Nam.

Mặc dù nhìn chung các chủ doanh nghiệp nữ Việt Nam thừa nhận là mình được tôn trọng với tư cách là chủ doanh nghiệp và họ không cảm thấy bị nhiều thách thức khi là phụ nữ mà tham gia kinh doanh, họ vẫn thể hiện mong muốn là có nhiều cơ hội gặp gỡ và gây dựng quan hệ với nhau hơn nữa, muốn có những chính sách và chương trình hỗ trợ riêng cho các doanh nghiệp nữ và có những chương trình giáo dục đào tạo về quản lý doanh nghiệp riêng cho đối tượng nữ chủ doanh nghiệp. Những phát hiện này hoàn toàn không mâu thuẫn với nhau. Các nghiên cứu trên thế giới cũng đã chỉ ra rằng phụ nữ có cách học khác với nam giới và có thể có lợi hơn khi được tham dự những khóa học dành riêng cho nữ, dựa trên việc tạo dựng quan hệ lâu dài nhiều hơn là mang tính sự vụ. Do đó những khóa đào tạo được thiết kế riêng cho phụ nữ không bị coi là sự phân biệt đối xử giữa nam và nữ mà là sự tôn trọng và thừa nhận sự khác biệt về thị hiếu và nhu cầu của các đối tượng khách hàng khác nhau.

<sup>8</sup> Thuật ngữ “điểm mang tính lợi thế” được sử dụng ở đây để chỉ sự khác biệt trong tỷ lệ chị em coi một vấn đề cụ thể là dễ dàng hơn đối với phụ nữ khi làm kinh doanh và tỷ lệ chị em coi vấn đề đó là thách thức hơn. Chẳng hạn 29% chị em cho rằng là phụ nữ thì có lợi thế hơn khi làm việc với khách hàng trong khi đó 11% cho rằng đây là thách thức đối với nữ - đây có thể coi là “điểm mang tính lợi thế.”

Chủ doanh nghiệp nữ được khảo sát có xu hướng nhìn về tương lai với những kế hoạch tăng trưởng và mở rộng kinh doanh hơn là giữ nguyên quy mô hiện tại, nhưng vẫn có một số không ít dường như hơi dè dặt về kế hoạch phát triển trong tương lai. Thêm vào đó, nữ doanh nhân có vẻ lạc quan về triển vọng phát triển của cả nền kinh tế hơn là của riêng doanh nghiệp mình, điều này cho thấy họ đang thực sự cần đến các chính sách và chương trình hỗ trợ.

Trong vòng 12 tháng tới, các doanh nghiệp nữ có kế hoạch thực hiện một số chiến lược phát triển quan trọng. Hai phần ba trong số họ (67%) có kế hoạch tăng vốn đầu tư, 53% mở rộng sang thị trường mới, 45% khẳng định sẽ thuê thêm nhân công, 36% tìm kiếm sự hỗ trợ từ chính phủ, và 30% sẽ tìm kiếm đối tác nước ngoài.

Những người có kế hoạch phát triển mạnh trong tương lai là từ Hà Nội và các tỉnh phía bắc - hơn 80% có kế hoạch tăng vốn đầu tư và hơn 60% có kế hoạch tăng nhân công. Phụ nữ ở các thành phố lớn (53% ở Hà Nội, 57% ở TP Hồ Chí Minh) là những người đang có kế hoạch tìm kiếm đối tác nước ngoài trong những năm tới. Nhìn lại phần trên của báo cáo, đây cũng là những doanh nghiệp đã có mối quan hệ làm ăn với thị trường nước ngoài.

Chỉ có 19% trong số họ sẽ giữ nguyên quy mô vốn đầu tư và nhân công như hiện nay, thực hiện chính sách “chờ đợi và nghe ngóng”. Có rất ít doanh nghiệp nữ đang xem xét thu hẹp quy mô kinh doanh. Chỉ có 2% cho là họ có thể sẽ phải giảm nhân công và 1% sẽ phải giảm vốn đầu tư.

Mặc dù đa số các nữ chủ doanh nghiệp đều có định hướng và có kế hoạch tiếp tục mở rộng doanh nghiệp trong tương lai, họ lại có vẻ kém lạc quan vào triển vọng của doanh nghiệp mình so với triển vọng chung của cả nền kinh tế - đây là một phát hiện không phổ biến trong các khảo sát tương tự về doanh nghiệp<sup>9</sup>. Hai phần ba nữ doanh nhân trong khảo sát (67%) lạc quan về tăng trưởng và phát triển của doanh nghiệp mình trong vòng hai năm tới (46% tương đối lạc quan và 21% rất lạc quan), hơn ba phần tư (79%) lạc quan về triển vọng phát triển kinh tế nói chung (51% tương đối lạc quan và 28% rất lạc quan). Điều này cho thấy các nữ chủ doanh nghiệp dường như vẫn còn lưỡng lự đối với tương lai phát triển của doanh nghiệp mình so với tương lai phát triển kinh tế nói chung.

Ngay cả chủ những doanh nghiệp mới thành lập dưới 5 năm cũng lạc quan về triển vọng phát triển kinh tế của Việt Nam hơn là của doanh nghiệp mình - đây lẽ ra phải là nhóm các doanh nghiệp lạc quan nhất. Chỉ có nhóm chủ doanh nghiệp ở Hà Nội có vẻ lạc quan về triển vọng phát triển của doanh nghiệp hơn của cả nền kinh tế (86% lạc quan về triển vọng của doanh nghiệp mình so với 72% về triển vọng của cả nền kinh tế).

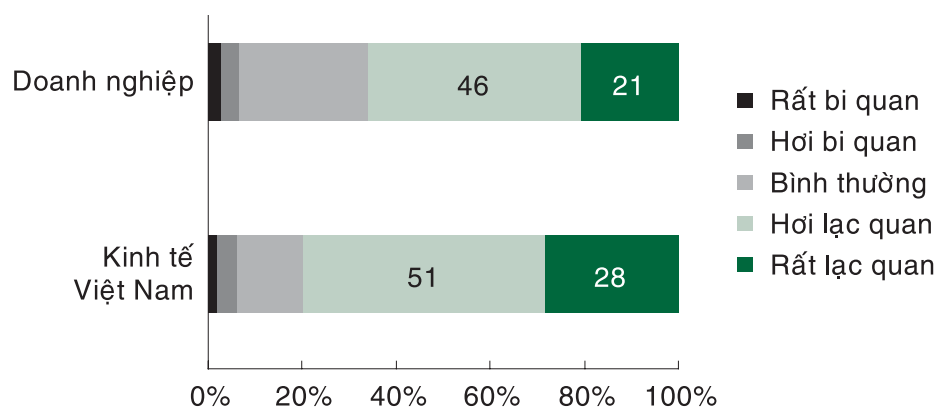
9 Tham khảo chỉ số về mức độ tin tưởng kinh doanh của Liên hiệp các doanh nghiệp độc lập của Canada, Liên hiệp các doanh nghiệp Hoa Kỳ (U.S.) và Trung tâm nghiên cứu doanh nghiệp nữ Hoa Kỳ.



Phát hiện này, cùng với những mong muốn tha thiết của chị em trong khảo sát như: được đào tạo các kỹ năng kinh doanh nhiều hơn; hỗ trợ để cải thiện kỹ năng quản lý tài chính; tiếp tục tái đầu tư lợi nhuận thu được vào mở rộng kinh doanh và hỗ trợ mở cửa ra các thị trường mới, cho thấy các chủ doanh nghiệp nữ cần có những chính sách và chương trình đáp ứng được những nhu cầu này của họ, và hơn thế sự tăng trưởng và phát triển của khối doanh nghiệp nữ Việt Nam sẽ phụ thuộc rất nhiều vào việc thực thi các chính sách trong những lĩnh vực quan trọng vừa được bàn bạc trên đây.

### Chủ doanh nghiệp nữ lạc quan về triển vọng kinh tế đất nước hơn triển vọng doanh nghiệp mình

Những triển vọng phát triển trong vòng 2 năm tới



## IX Một số đặc điểm về cá nhân và doanh nghiệp

Nữ doanh nhân tham gia khảo sát lần này là chủ các doanh nghiệp có quy mô tương đối lớn và đã thành lập được một thời gian dài. Hầu hết họ đã thành lập doanh nghiệp được hơn 5 năm - 39% đã có doanh nghiệp này được hơn 10 năm - trung bình một doanh nghiệp thuê 68 (67.7) nhân viên hợp đồng dài hạn và 25 (24.9) nhân viên mùa vụ. Mặc dù phần lớn họ (63%) đều sử dụng nhà mình làm nơi hoạt động của doanh nghiệp, 62% có doanh thu trên 1 tỷ đồng Việt Nam và khoảng 21% có doanh thu trên 10 tỷ đồng Việt Nam.

Những chủ doanh nghiệp nữ tham gia cuộc khảo sát đến từ khắp các vùng trên cả nước. Đông nhất là từ thành phố Hồ Chí Minh với 24%, tiếp đó là Hà Nội với 11%. Số còn lại đến từ các vùng khác nhau, đông hơn cả là khu vực đồng bằng sông Cửu Long, Nam trung bộ và Đông Nam bộ.

Về khía cạnh cá nhân, đại đa số chị em (khoảng 80%) đã lập gia đình và gia đình họ trung bình có 5,1 thành viên (gồm chồng, con, bố mẹ hoặc cả họ hàng) - tức là có một số không ít thành viên có thể đang sống phụ thuộc vào thu nhập từ kinh doanh của họ. Mười lăm phần trăm (15%) chị em dưới 35 tuổi, 31% là từ 35 đến 44 tuổi, 38% từ 45 đến 54, và 14% là trên 55 tuổi. Họ đều là những người có trình độ. Chỉ có 12% chị em là mới học xong tiểu học, còn 25% đã tốt nghiệp phổ thông trung học, 27% trên trung học, 34% tốt nghiệp đại học và trên đại học.

Về thành phần dân tộc, hầu hết chủ doanh nghiệp nữ là người Kinh. Chỉ có 6% thuộc các dân tộc khác, trong đó 4% là người Hoa, chưa đến 1% là người Khmer, và chưa đến 1% thuộc các dân tộc khác.

Bảng sau đây tóm tắt các đặc điểm cá nhân và doanh nghiệp của những nữ chủ doanh nghiệp tham gia khảo sát.

Đặc điểm cá nhân và doanh nghiệp của đối tượng được khảo sát			
Đặc điểm doanh nghiệp		Đặc điểm cá nhân	
<u>Số năm thành lập</u>		<u>Tuổi</u>	
Ít hơn 5 năm	17%	Dưới 25	1%
5 - 9 năm	40%	25 - 34	14%
10 năm trở lên	39%	35 - 44	31%
Không trả lời	4%	45 - 54	38%
Số năm trung bình	8.6%	Trên 55	14%
		Không trả lời	2%
<u>Ngành</u>		<u>Trình độ</u>	
Nông nghiệp	4%	Hết tiểu học	12%
Khai thác tài nguyên (dầu khí, than)	3%	Tốt nghiệp trung học/học nghề	25%
Sản xuất hàng tiêu dùng (thực phẩm, quần áo)	14%	Sau trung học, chưa đại học	27%
Sản xuất hàng công nghiệp (máy móc, thép, lốp)	6%	Tốt nghiệp đại học	28%
Thương mại (bán buôn/bán lẻ)	40%	Sau đại học	6%
Dịch vụ - du lịch	7%	Không trả lời	3%
Dịch vụ hỗ trợ kinh doanh	14%		
Dịch vụ cá nhân	2%		
Công nghệ/công nghệ thông tin	2%		
Khác	16%		



<b>Đặc điểm cá nhân và doanh nghiệp của đối tượng được khảo sát (tiếp)</b>			
<b>Đặc điểm doanh nghiệp</b>		<b>Đặc điểm cá nhân</b>	
<u>Số nhân công dài hạn</u>		<u>Tình trạng hôn nhân</u>	
0	13%	Có chồng	80%
1 - 4	24%	Độc thân, chưa có chồng	7%
5 - 9	17%	Li dị	5%
10 - 24	21%	Li thân	1%
25+	26%	Góa	5%
Số nhân công (tính trung bình)	67.7%	Không trả lời	2%
<u>Số nhân công ngắn hạn/mùa vụ</u>		<u>Số người phụ thuộc vào thu nhập của chủ doanh nghiệp</u>	
0	49%	Không	5%
1 - 4	14%	1 người nữa	8%
5 - 9	6%	2 người nữa	20%
10 - 24	15%	3 người nữa	15%
25+	16%	4 người nữa	17%
Số nhân công (tính trung bình)	24.9%	5 người nữa	9%
		6 người nữa	10%
		7 hoặc hơn	10%
		Không trả lời	6%
		Số người (tính trung bình)	4.1%
<u>Doanh thu, 2004</u>		<u>Dân tộc</u>	
Dưới 100tr VND	7%	Kinh	94%
100-499tr VND	15%	Hoa	4%
500-999tr VND	11%	Khmer	<1%
1-4.9 tỷ VND	28%	Khác	<1%
5-9.9 tỷ VND	13%		
10-49.9 tỷ VND	16%		
Trên 50 tỷ VND	5%		
Không trả lời	4%		
<u>Địa điểm kinh doanh</u>			
Tại nhà	63%		
Không tại nhà	35%		
<u>Khu vực</u>			
Hà Nội	11%		
Đồng bằng sông Hồng	4%		
Miền núi phía bắc	2%		
Bắc Trung bộ	5%		
Nam Trung bộ	12%		
Cao nguyên trung bộ	4%		
TP Hồ Chí Minh	24%		
Đông Nam bộ	12%		
Đồng bằng sông Cửu Long	23%		
Không trả lời	4%		

Dựa trên các kết quả của khảo sát đã được trình bày chi tiết ở trên đây, chủ doanh nghiệp nữ tham gia khảo sát này đã đưa ra một số kiến nghị về chính sách và chương trình hành động sau đây:

**Những ý kiến của chủ doanh nghiệp nữ trong khảo sát định lượng và định tính đã thể hiện được mong muốn tha thiết: chính phủ nên có những chính sách và chương trình về hỗ trợ doanh nghiệp nữ. Họ cho rằng việc thiếu những chương trình, chính sách như vậy đang hạn chế sự phát triển tiềm năng của các doanh nghiệp nữ. Họ kiến nghị là Luật bình đẳng giới đang được soạn thảo cần xem xét một cách nghiêm túc đến vấn đề phát triển doanh nghiệp nữ, đặc biệt nên quan tâm đến các chương trình đào tạo cho chủ doanh nghiệp, tiếp cận vốn và tiếp cận thị trường mới.**

- Xuyên suốt khảo sát này, các chủ doanh nghiệp nữ thể hiện mong muốn được có cơ hội đào tạo về các vấn đề quản lý doanh nghiệp - không chỉ những kỹ năng quản lý chung mà quản lý trong những lĩnh vực cụ thể như quản lý tài chính, phát triển thị trường mới. Việc thiết kế và hỗ trợ kinh phí thiết kế cho các chương trình đào tạo chủ doanh nghiệp nữ nên được xem xét đến trong luật bình đẳng giới.
- Nên phát triển những khóa đào tạo có xem xét đến phương thức học riêng của phụ nữ, dựa trên việc tạo dựng quan hệ lâu dài hơn là mang tính sự vụ ngắn hạn. Ngoài ra, nên thiết kế riêng một số chương trình đào tạo đặc biệt dành cho các chủ của những doanh nghiệp quy mô lớn hơn và cho chủ các doanh nghiệp quy mô nhỏ hay mới thành lập.
- Tiếp cận vốn để thành lập hay mở rộng doanh nghiệp cũng là một lĩnh vực cần được chính phủ hỗ trợ. Họ kiến nghị có thể là ngay Luật bình đẳng giới hay một văn bản khác liên quan nên xem xét việc thành lập quỹ tín dụng đặc biệt hay quỹ bảo lãnh tín dụng dành cho các doanh nghiệp nhỏ.

**Doanh nhân nữ ở Việt Nam muốn có nhiều cơ hội gặp gỡ và tạo dựng quan hệ học hỏi và chia sẻ kinh nghiệm. Họ kiến nghị chính phủ nên hỗ trợ việc tổ chức diễn đàn như vậy thường xuyên cho các doanh nhân nữ.**

- Doanh nhân nữ mong muốn được gặp gỡ thường xuyên với các chủ doanh nghiệp nữ khác để chia sẻ ý tưởng và kinh nghiệm cũng như học hỏi lẫn nhau. Việc thành lập và mở rộng các câu lạc bộ và tổ chức dành riêng cho giới doanh nhân nữ cũng nên được xúc tiến, có thể bắt đầu bằng sự hỗ trợ từ Luật bình đẳng giới.



- Các nước khác thường tổ chức một số hội thảo khu vực hay quốc gia dành cho doanh nhân nữ cùng với các chương trình giáo dục hay đôi khi là giải thưởng trao cho các doanh nhân nữ. Hội thảo được tổ chức theo định kỳ, chẳng hạn hàng năm, cũng sẽ giúp phát triển tính cộng đồng trong giới doanh nhân nữ ở Việt Nam và tăng cường sự nhận thức của xã hội về thành tựu và đóng góp của giới nữ đối với đất nước.

**Doanh nhân nữ ở Việt Nam kiến nghị là nên có một tổ chức hay cơ quan chịu trách nhiệm về các chương trình phát triển doanh nghiệp nữ hay một hội đồng tư vấn cho doanh nghiệp nữ hoặc cả hai.**

- Họ kiến nghị nên trao trách nhiệm triển khai và giám sát thực hiện những chương trình hỗ trợ (sau khi Luật bình đẳng giới được thông qua) cho một cơ quan phụ trách về các vấn đề của doanh nghiệp nữ (thay vì các trách nhiệm này nằm rải rác ở nhiều cơ quan khác nhau). Luật bình đẳng giới có thể có những quy định về một cơ quan như vậy với chương trình hành động cụ thể.
- Để đáp ứng được những nhu cầu riêng biệt của doanh nghiệp nữ Việt Nam, chủ doanh nghiệp nữ hoan nghênh việc thành lập một hội đồng tư vấn chính phủ về các vấn đề hỗ trợ doanh nghiệp nữ để tiếng nói của phụ nữ được lắng nghe và có trọng lượng trong các thảo luận về chính sách. Một nhóm tư vấn như vậy đã được chứng minh ở nhiều nước đóng vai trò quan trọng trong thiết kế và triển khai các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp nữ và tạo ra đối thoại thường xuyên để kịp thời điều chỉnh và mở rộng các chính sách và chương trình này.



Những phát hiện trình bày trong báo cáo này dựa trên một khảo sát định lượng trên một số lớn các doanh nhân nữ ở Việt Nam. Một số thảo luận nhóm và phỏng vấn sâu cũng đã được thực hiện trên 82 doanh nhân nữ (sẽ miêu tả kỹ ở dưới đây). Những doanh nhân nữ tham gia vào thảo luận nhóm và phỏng vấn cũng tham gia vào điền bảng câu hỏi của khảo sát định lượng. Một số ý kiến của các chị em doanh nhân đã được trích dẫn nguyên văn trong báo cáo này. Một ấn phẩm khác trình bày kết quả của điều tra định tính cũng sẽ được xuất bản trong thời gian tới.

Bảng câu hỏi gồm 39 câu hỏi (75 mục) được gửi theo đường bưu điện đến 2160 nữ doanh nhân. Đây là danh sách được rút ra từ 4000 doanh nghiệp do nữ làm chủ được chọn ngẫu nhiên từ một cơ sở dữ liệu gồm hơn 13000 doanh nghiệp nữ tập hợp từ Phòng thương mại và công nghiệp, các hội doanh nghiệp trung ương và địa phương, Hội liên hiệp phụ nữ trung ương và địa phương. Trong số 4,000 doanh nghiệp chọn ngẫu nhiên, chúng tôi xác nhận được địa chỉ của 2,160 doanh nghiệp. Bảng câu hỏi được gửi đi vào cuối tháng 7 năm 2005 và cho đến cuối tháng 8, chúng tôi nhận được 473 phản hồi (tức là tỷ lệ phản hồi là 21,9%) - đây có thể coi là một tỷ lệ phản hồi cao đối với những khảo sát cùng loại.

Khảo sát có số quan sát là 473 sẽ có độ sai số là +/- 4.5%, ở độ tin cậy là 95%.

Kinh nghiệm của 82 doanh nhân nữ được thu thập trong một số buổi phỏng vấn sâu và thảo luận nhóm. 8 thảo luận nhóm được tổ chức với sự tham gia của 63 doanh nhân nữ từ nhiều ngành nghề và địa phương khác nhau. Hầu hết họ là chủ các doanh nghiệp có đăng ký chính thức trừ một nhóm thảo luận ở Đà Nẵng có cả những đại diện của khu vực kinh tế hộ gia đình. Thảo luận nhóm được tổ chức ở bốn địa điểm: Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng và Cần Thơ. Một buổi thảo luận diễn ra trong vòng 2 tiếng.

Thêm vào đó, 19 buổi phỏng vấn sâu với các chủ doanh nghiệp nữ được diễn ra ngay tại văn phòng của họ. Mỗi buổi phỏng vấn trung bình cũng được diễn ra trong vòng hai giờ. Đối tượng được phỏng vấn được lựa chọn từ nhiều kênh khác nhau như câu lạc bộ doanh nghiệp nữ, các hiệp hội doanh nghiệp v.v- Có bốn chủ doanh nghiệp vừa được phỏng vấn sâu vừa tham gia vào thảo luận nhóm.

Phải thừa nhận rằng việc chọn mẫu như trên là chưa được ngẫu nhiên hoàn toàn (do không tìm được một cơ sở dữ liệu hoàn chỉnh nào về doanh nghiệp do nữ làm chủ). Việc chọn mẫu mới chỉ giới hạn trong một danh sách gồm các doanh nghiệp chủ yếu là hội viên của hội doanh nghiệp hoặc của Hội liên hiệp phụ nữ, nên kết quả của khảo sát chưa thể có tính đại diện cho toàn bộ khối doanh nghiệp nữ Việt Nam. Những đối tượng trong khảo sát này là chủ những doanh nghiệp tương đối lớn và đã có một thời gian hoạt động nhất định, và tất cả đều là doanh nghiệp đăng ký và thành lập chính thức theo luật. Thực trạng về các nữ chủ doanh nghiệp cực nhỏ, các hộ gia đình có thể không được phản ánh trong khảo sát này.



## Phụ lục 1: Thư mời khảo sát



Hà Nội ngày 15 tháng 7 năm 2005

V/v: **Khảo sát về doanh nhân nữ Việt Nam**

Kính thưa Bà

Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam và Chương trình Phát triển Kinh tế Tư nhân MPDF xin gửi tới bà lời chào trân trọng.

Nhằm phục vụ cho công tác soạn thảo Luật Bình đẳng giới, chúng tôi đang thực hiện một cuộc khảo sát về nhu cầu và những khó khăn, thách thức của doanh nhân nữ Việt Nam trong giai đoạn hiện nay. Xin bà dành chút thời gian điền vào bản câu hỏi gửi kèm theo và gửi thư hoặc fax về địa chỉ:

Nguyễn Thị Mỹ  
Chương trình Phát triển Kinh tế Tư nhân MPDF  
Tầng 3, 63 Lý Thái Tổ, Hà Nội  
ĐT: (04) 8247892; Fax: (04) 8247898

Chúng tôi xin gửi tới Quý doanh nghiệp một món quà thay lời cảm ơn. Mời quý doanh nghiệp xem chi tiết ở phần cuối của bảng câu hỏi. Chúng tôi rất mong nhận được sự phản hồi kịp thời từ phía quý Doanh nghiệp để thu thập được những ý kiến xác đáng nhất cho quá trình soạn thảo Luật Bình đẳng giới.

Xin chân thành cảm ơn

Kính thư



Nguyễn Thị Thanh Hoà  
Phó chủ tịch  
Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam



Nguyễn Phương Quỳnh Trang  
Giám đốc, Phát triển Môi trường Kinh doanh  
MPDF

## Phụ lục 2: Bảng câu hỏi khảo sát

### Khảo sát doanh nhân nữ Việt Nam

Là một doanh nhân nữ, Bà đang đóng góp một phần quan trọng vào sự phát triển kinh tế quốc gia, điều này không chỉ đúng ở Việt Nam mà cả trên toàn thế giới. Chúng tôi muốn tìm hiểu thêm về những doanh nhân nữ như bà, về doanh nghiệp của bà, cũng như những ý kiến/quan điểm của bà về những biện pháp, chính sách mà chính phủ cần xây dựng để có thể hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam phát triển lớn mạnh hơn.

Xin dành một vài phút điền vào bản câu hỏi dưới đây - bà sẽ chỉ mất nhiều nhất là 15 phút - và gửi lại bản trả lời cho chúng tôi theo đường bưu điện (bằng phong bì gửi kèm theo mà không cần dán tem) hoặc gửi fax về địa chỉ sau đây:

Nguyễn Thị My  
Chương trình Phát triển Kinh tế Tư nhân MPDF  
Tầng 3, 63 Lý Thái Tổ, Hà Nội  
ĐT: 04 8 247892 / Fax: 04 8 247898

Hàng ngàn doanh nhân nữ khác cũng đang nhận được bản câu hỏi khảo sát này. Kết quả của khảo sát này sẽ là một thông tin quan trọng trong các thảo luận chính sách về hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ ở Việt Nam.

Mọi thông tin bà cung cấp sẽ được giữ tuyệt mật. Sẽ không có những thông tin cụ thể để xác định được bản trả lời nào là của bà. Chúng tôi xin gửi tới Quý doanh nghiệp một món quà thay lời cảm ơn. Đó là ba trong số những cuốn sách về quản lý doanh nghiệp của Business Edge - bộ sách học linh hoạt do MPDF biên soạn.

Nếu bà đang làm chủ nhiều doanh nghiệp, xin trả lời về 1 doanh nghiệp chính của mình. Ở mỗi câu hỏi, hãy chọn câu trả lời nào gần đúng nhất hiện trạng doanh nghiệp, phù hợp nhất với những đánh giá, nhận xét và quan điểm của bà.

Xin chân thành cảm ơn sự hợp tác của bà.

***Trước tiên, chúng tôi muốn tìm hiểu một số vấn đề bà đang gặp phải khi điều hành doanh nghiệp...***

1. Bà suy nghĩ gì về triển vọng phát triển của kinh tế Việt Nam trong hai năm tới?  
(Chỉ chọn **MỘT** câu trả lời)
- |                                                 |                                                |
|-------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Rất lạc quan (1)       | <input type="checkbox"/> Tương đối bi quan (4) |
| <input type="checkbox"/> Tương đối lạc quan (2) | <input type="checkbox"/> Rất bi quan (5)       |
| <input type="checkbox"/> Bình thường (3)        |                                                |

2. Bà suy nghĩ gì về triển vọng phát triển của doanh nghiệp mình trong hai năm tới? (Chỉ chọn **MỘT** câu trả lời)

- Rất lạc quan (1)                       Tương đối bi quan (4)  
 Tương đối lạc quan (2)            Rất bi quan (5)  
 Bình thường (3)

3. Hãy đánh giá mức độ quan trọng của các vấn đề sau đây đối với doanh nghiệp của bà hiện nay? (Chọn **MỘT** câu trả lời cho mỗi vấn đề)

	Hoàn toàn không quan trọng (1)	Bình thường (2)	Hơi quan trọng (3)	Rất quan trọng (4)	Vô cùng quan trọng (5)
a. Tiếp cận các nguồn tài chính	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Chất lượng lao động, tuyển dụng và giữ lao động giỏi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Tiếp cận đất đai/nhà xưởng/tài sản	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Tiếp cận các công nghệ cần thiết cho doanh nghiệp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Chi phí dịch vụ công cộng cao (điện, nước, viễn thông v.v...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Cạnh tranh từ các nước khác	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Các khoản chi cho hối lộ và không chính thức khác	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Tham nhũng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Chi phí lao động cao	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Hiệu suất/năng suất thấp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k. Tiếp cận các khóa đào tạo và hỗ trợ kỹ thuật để học hỏi các kỹ năng quản trị doanh nghiệp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l. Tiếp cận thị trường mới (ví dụ như buôn bán với nước ngoài, hay bán cho nhiều loại khách hàng khác nhau)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m. Luật pháp và chính sách không có lợi cho sự phát triển của doanh nghiệp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n. Học các kỹ năng về quản lý tài chính để tiếp tục mở rộng doanh nghiệp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o. Những thành kiến đối với phụ nữ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Còn vấn đề nào quan trọng hơn đối với doanh nghiệp của bà hiện nay mà không được đề cập ở câu hỏi trên? Nếu có, xin điền vào đây.
- .....
- .....

5. Trong 12 tháng tới, liệu doanh nghiệp của bà có kế hoạch \_\_\_\_? (Chọn tất cả những câu trả lời phù hợp)

- Thuê nhân công mới (1)
- Tăng vốn đầu tư (2)
- Mở rộng sang thị trường mới (3)
- Tìm đối tác nước ngoài mới (4)
- Tìm kiếm những hỗ trợ đặc biệt từ chính phủ (5)
- Giảm nhân công (6)
- Giảm vốn đầu tư (7)
- Ngừng hoạt động một chi nhánh (8)
- Chờ đợi và xem xét, giữ nguyên số nhân công và vốn đầu tư (9)

6. Câu nào trong những câu sau đây có thể miêu tả gần đúng nhất mục tiêu của bà đối với doanh nghiệp trong 2 năm tới? (Chỉ chọn **MỘT** câu trả lời)

- Tiếp tục công việc kinh doanh bán thời gian (part-time) để tăng thêm thu nhập cho gia đình (1)
- Phát triển công việc kinh doanh bán thời gian (part-time) thành công việc kinh doanh toàn phần (full-time) (2)
- Tiếp tục hoạt động kinh doanh toàn phần (full-time) như hiện nay (3)
- Mở rộng công việc kinh doanh bằng cách tăng doanh số / tăng nhân công (4)
- Mở rộng công việc kinh doanh bằng cách phát triển sang thị trường mới (5)
- Bán hoặc ngừng hoạt động doanh nghiệp (6)

7. Trong vài tháng tới, các nhà hoạch định chính sách sẽ xem xét những biện pháp hỗ trợ cho doanh nghiệp nhỏ ở Việt Nam, có thể có một số chương trình hỗ trợ phát triển doanh nghiệp do nữ làm chủ. Chúng tôi mong bà cho biết ý kiến về những chính sách nào nên được ưu tiên. Từ danh sách dưới đây, hãy đánh dấu vào **BA LĨNH VỰC QUAN TRỌNG NHẤT** mà theo bà các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp trong thời gian tới cần tập trung đến.

- Rút ngắn thời gian đăng ký thành lập doanh nghiệp (1)
- Giảm chi phí cần thiết để đăng ký thành lập doanh nghiệp (2)
- Cung cấp những kỹ năng kinh doanh cơ bản cho những chủ doanh nghiệp mới hoặc những người đang có kế hoạch thành lập doanh nghiệp (3)
- Cung cấp những khóa đào tạo về kỹ năng kinh doanh đặc biệt dành cho phụ nữ (4)

- Thành lập một ban cố vấn đặc biệt để tư vấn chính phủ về những chính sách/chương trình liên quan đến phát triển doanh nghiệp nữ (5)
- Thay đổi các quy định luật pháp về lao động để tăng khả năng linh hoạt của doanh nghiệp trong việc sa thải và thay thế nhân công (6)
- Đơn giản hóa các thủ tục đăng ký và chuyển nhượng quyền sở hữu tài sản (7)
- Thành lập quỹ tín dụng đặc biệt hay chương trình đảm bảo tín dụng dành riêng cho doanh nghiệp nhỏ (8)
- Các chiến dịch truyền thông nhằm nâng cao hình ảnh của doanh nhân (9)
- Thiết lập những mục tiêu để chính phủ ưu tiên mua bán hàng hóa và dịch vụ từ doanh nghiệp nhỏ (10)
- Lĩnh vực khác (ĐỀ NGHỊ VIẾT CỤ THỂ VÀO ĐÂY:  
\_\_\_\_\_ ) (98)

***Chúng tôi muốn tìm hiểu xem doanh nghiệp của bà có tham gia thị trường quốc tế hay không***

8. Hiện nay doanh nghiệp có xuất khẩu hay nhập khẩu hàng hóa/dịch vụ hay không?  
(Chỉ chọn **MỘT** câu trả lời)
- Không (1)
  - Có, xuất khẩu hàng hóa/dịch vụ (2)
  - Có, nhập khẩu hàng hóa/dịch vụ (3)
  - Có, cả xuất và nhập (4)
9. (Nếu có ở câu 8) Doanh nghiệp đang quan hệ buôn bán với những thị trường nào? (Chọn tất cả những câu trả lời phù hợp)
- |                                         |                                               |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Australia (1)  | <input type="checkbox"/> Singapore (7)        |
| <input type="checkbox"/> Trung Quốc (2) | <input type="checkbox"/> Hàn Quốc (8)         |
| <input type="checkbox"/> Đức (3)        | <input type="checkbox"/> Đài Loan (9)         |
| <input type="checkbox"/> Hồng Kông (4)  | <input type="checkbox"/> Vương Quốc Anh (10)  |
| <input type="checkbox"/> Nhật Bản (5)   | <input type="checkbox"/> Hoa Kỳ (11)          |
| <input type="checkbox"/> Malaysia (6)   | <input type="checkbox"/> Thị trường khác (12) |

***Hãy cung cấp cho chúng tôi một số thông tin liên quan đến việc sử dụng công nghệ ở doanh nghiệp.***

10. Doanh nghiệp bà đang sử dụng những thiết bị công nghệ thông tin nào? (Chọn tất cả những câu trả lời phù hợp)
- Máy tính cá nhân (1)
  - Hệ thống nhiều đường điện thoại (2)
  - Điện thoại di động (3)
  - Máy fax (4)
  - Các máy tính được nối mạng với nhau (5)

11. Hãy miêu tả mức độ sử dụng Internet ở doanh nghiệp bà? (Chỉ chọn **MỘT** câu trả lời)
- Doanh nghiệp chúng tôi chưa từng sử dụng Internet (1)
  - Doanh nghiệp chúng tôi thỉnh thoảng có sử dụng Internet (2)
  - Doanh nghiệp chúng tôi thường xuyên sử dụng Internet (3)
12. Doanh nghiệp bà có trang Web không? (Chỉ chọn **MỘT** câu trả lời)
- Có (1)
  - Không (2)

***Hãy chia sẻ với chúng tôi một số thông tin liên quan đến các nguồn vốn doanh nghiệp đang sử dụng***

13. Trong 12 tháng vừa qua doanh nghiệp đã sử dụng những nguồn vốn nào? (Chọn tất cả những câu trả lời phù hợp)
- Vay ngân hàng với tư cách doanh nghiệp (1)
  - Vay ngân hàng với tư cách cá nhân (2)
  - Các hạn mức tín dụng (3)
  - Lãi của doanh nghiệp (4)
  - Vay từ chương trình tài chính vi mô (5)
  - Thẻ tín dụng (6)
  - Vay chợ đen (7)
  - Các nguồn cá nhân (tiết kiệm cá nhân, vay từ gia đình, bạn bè) (8)
  - Tín dụng nhà cung cấp (9)
  - Quỹ kinh doanh mạo hiểm (10)
  - Các nguồn tín dụng khác (98)
  - Không sử dụng nguồn vay nào (99)
14. Khi đi tìm các nguồn vốn bên ngoài trong vòng 1 năm qua, doanh nghiệp có gặp phải các tình huống dưới đây không? (Chọn tất cả những câu trả lời phù hợp)
- Lãi suất quá cao (1)
  - Bị từ chối cho vay do thiếu tài sản thế chấp (2)
  - Bị từ chối cho vay do thiếu kinh nghiệm kinh doanh (3)
  - Quá trình đi vay quá phức tạp (4)
  - Bị gây khó dễ do mình là phụ nữ (5)
  - Không gặp khó khăn gì (98)
  - Không đi tìm nguồn vốn bên ngoài (99)
15. Hiện nay doanh nghiệp có đang sử dụng tín dụng ngân hàng không (dưới hình thức vay hoặc hạn mức tín dụng)? (Chỉ chọn **MỘT** câu trả lời)
- Có (1)
  - Không (2)



16. Theo bà, hiện doanh nghiệp có đủ nguồn tài chính để tiếp tục mở rộng và phát triển hay không? (Chỉ chọn **MỘT** câu trả lời)

- Có (1)                                       Không (2)

17. Bà thường hỏi ý kiến ai khi phải ra những quyết định kinh doanh quan trọng? (Chọn tất cả những câu trả lời phù hợp)

- Các chủ doanh nghiệp thân quen (1)  
 Các cán bộ quản lý/ nhân viên chủ chốt trong doanh nghiệp (2)  
 Luật sư (3)  
 Kế toán hay tư vấn tài chính (4)  
 Chồng hoặc các thành viên khác trong gia đình (5)  
 Ban giám đốc / ban cố vấn doanh nghiệp (6)  
 Ngân hàng/cán bộ tín dụng (7)  
 Một người nhiều kinh nghiệm (8)  
 Người khác (98)  
 Không có ai, Tôi thường tự ra các quyết định quan trọng (99)

18. Hãy đánh giá mức độ hữu ích của các hoạt động dưới đây đối với sự phát triển và thành công của doanh nghiệp? (Chọn **MỘT** câu trả lời cho mỗi vấn đề)

	Hoàn toàn không hữu ích (1)	Không hữu ích lắm (2)	Hơi hữu ích (3)	Rất hữu ích (4)	Vô cùng hữu ích (5)
a. Thường xuyên gặp gỡ với các chủ doanh nghiệp khác để trao đổi ý tưởng/kinh nghiệm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Đào tạo về quản lý tài chính	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Đào tạo các kỹ năng về quản trị và lãnh đạo doanh nghiệp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Học hỏi thêm về áp dụng công nghệ để phát triển doanh nghiệp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Học hỏi thêm về cách tiếp cận thị trường mới trong và ngoài nước	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Học hỏi thêm về cách tham gia vận động và xây dựng chính sách liên quan đến doanh nghiệp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Tham quan nước ngoài để gặp gỡ và trao đổi với các chủ doanh nghiệp ở các nước khác	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>





19. Đối với từng lĩnh vực dưới đây, là phụ nữ có ảnh hưởng gì không? (Chọn **MỘT** câu trả lời cho mỗi vấn đề)

	Khó khăn hơn do mình là phụ nữ (1)	Không có sự khác biệt (2)	Đễ dàng hơn do mình là phụ nữ (3)
a. Tiếp cận các nguồn tài chính	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Tham gia các mạng lưới doanh nghiệp, hiệp hội doanh nghiệp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Quản lý nhân viên nam	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Quản lý nhân viên nữ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Làm việc với khách hàng/đối tác	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Được tôn trọng với tư cách là chủ một doanh nghiệp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Thực hiện các thủ tục giấy tờ/hành chính với cơ quan công quyền	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Đối phó với các hành vi tham nhũng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Cân bằng giữa công việc và gia đình	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Giao lưu và thiết lập quan hệ kinh doanh với các nhà cố vấn, tư vấn và các chủ doanh nghiệp khác	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k. Các vấn đề về an toàn cá nhân	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

20. Theo bà các vấn đề dưới đây ảnh hưởng thế nào đến sự thành công của doanh nghiệp? (Chọn **MỘT** câu trả lời cho mỗi vấn đề)

	Ảnh hưởng không tốt (1)	Không có sự khác biệt (2)	Ảnh hưởng tốt (3)
a. Là phụ nữ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Tuổi tác của bà	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Trình độ học vấn của bà	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Dân tộc xuất xứ của bà	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Tình trạng hôn nhân của bà	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Địa điểm kinh doanh của doanh nghiệp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



**Tiếp theo, hãy cung cấp thêm cho chúng tôi một số thông tin về doanh nghiệp. Nếu bà đang điều hành nhiều doanh nghiệp, xin hãy kể về doanh nghiệp chính nhất.**

21. Bà đã thành lập doanh nghiệp này bao lâu rồi? \_\_\_\_\_ năm
22. Bà đã thành lập bao nhiêu doanh nghiệp trước doanh nghiệp này?  
\_\_\_\_\_ doanh nghiệp
23. Bà có doanh nghiệp này bằng cách nào? (Chỉ chọn **MỘT** câu trả lời)
- Tự mình thành lập doanh nghiệp (1)
  - Mua lại doanh nghiệp (2)
  - Thừa hưởng lại doanh nghiệp (3)
  - Có được doanh nghiệp này (chẳng hạn do kết hôn) (4)
24. Hiện bà đang sở hữu bao nhiêu % vốn doanh nghiệp này? (Chỉ chọn **MỘT** câu trả lời)
- Dưới 50% (1)
  - 50% (2)
  - 51-99% (3)
  - 100% (4)
25. (Trường hợp sở hữu ít hơn 100%:) Ngoài bà ra, còn có bao nhiêu người sở hữu doanh nghiệp này? (Chỉ chọn **MỘT** câu trả lời)
- Một người nữa (1)
  - Hai người nữa (2)
  - Ba hoặc hơn ba người nữa (3)
26. (Trường hợp sở hữu ít hơn 100%:) Những người sau đây có tham gia sở hữu và quản lý doanh nghiệp của bà không? (Chọn tất cả những câu trả lời phù hợp)
- Chồng (1)
  - Bố mẹ (2)
  - Con (3)
  - Các thành viên khác của gia đình (4)



27. Việc quản lý doanh nghiệp chiếm bao nhiêu thời gian của bà trong một tuần? (Chỉ chọn **MỘT** câu trả lời)
- Ít hơn 20 tiếng (1)
  - 20 đến 40 tiếng (2)
  - 40 đến 49 tiếng (3)
  - 50 đến 59 tiếng (4)
  - 60 hay nhiều hơn (5)
28. Ngành nghề kinh doanh chính của doanh nghiệp? (Chỉ chọn **MỘT** câu trả lời)
- Nông nghiệp (1)
  - Phát triển các nguồn tài nguyên thiên nhiên (dầu khí, than v.v...) (2)
  - Sản xuất các sản phẩm không lâu bền (thức ăn, quần áo, mỹ nghệ) (3)
  - Sản xuất các sản phẩm lâu bền (máy móc, thép, lốp, v.v...) (4)
  - Thương mại (bán buôn/bán lẻ) (5)
  - Dịch vụ - du lịch (6)
  - Dịch vụ - các dịch vụ kinh doanh (7)
  - Dịch vụ - các dịch vụ cá nhân (8)
  - Công nghệ/Công nghệ thông tin (9)
  - Khác (99)
29. Bà có là hội viên của những hiệp hội nào dưới đây không? (Chọn tất cả những câu trả lời phù hợp)
- Hội doanh nghiệp ngành nghề (thực thực phẩm, dệt may, da giày, chế biến thủy sản v.v...) (1)
  - Hội doanh nghiệp trẻ (2)
  - Hội đồng doanh nhân nữ của VCCI (4)
  - Hội doanh nghiệp khác (5) .....
  - Câu lạc bộ doanh nhân nữ (3)
  - Không thuộc hiệp hội nào (6)
30. Trụ sở chính của doanh nghiệp đặt ở tỉnh nào?
- .....
31. Doanh nghiệp của bà có đặt tại nhà của bà không? (Chỉ chọn **MỘT** câu trả lời)
- Có (1)
  - Không (2)



32. Hiện doanh nghiệp của bà thuê bao nhiêu lao động, không kể bà?  
 \_\_\_\_\_ lao động hợp đồng dài hạn \_\_\_\_\_ lao động ngắn hạn hoặc theo vụ
33. Doanh nghiệp đang thuê khoảng bao nhiêu lao động là nữ? \_\_\_\_\_ nữ
34. Doanh số của doanh nghiệp trong năm 2004 là bao nhiêu? (Chỉ chọn **MỘT** câu trả lời)
- |                                                              |                                                       |
|--------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Dưới 100 triệu đồng (1)             | <input type="checkbox"/> 5 tỷ - dưới 10 tỷ đồng (5)   |
| <input type="checkbox"/> 100 triệu - dưới 500 triệu đồng (2) | <input type="checkbox"/> 10 tỷ - dưới 50 tỷ đồng (6)  |
| <input type="checkbox"/> 500 triệu - dưới 1 tỷ đồng (3)      | <input type="checkbox"/> 50 tỷ - dưới 200 tỷ đồng (7) |
| <input type="checkbox"/> 1 tỷ - dưới 5 tỷ đồng (4)           | <input type="checkbox"/> từ 200 tỷ đồng trở lên (8)   |

**Hãy trả lời thêm một số câu hỏi về bản thân bà. Thông tin này sẽ được giữ tuyệt mật và chỉ dùng để miêu tả các dữ liệu khác.**

35. Độ tuổi của bà? (Chỉ chọn **MỘT** câu trả lời)
- |                                            |
|--------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Dưới 25 (1)       |
| <input type="checkbox"/> Từ 25 đến 34 (2)  |
| <input type="checkbox"/> Từ 35 đến 44 (3)  |
| <input type="checkbox"/> Từ 45 đến 54 (4)  |
| <input type="checkbox"/> Từ 55 trở lên (5) |
36. Tình trạng hôn nhân của bà? (Chỉ chọn **MỘT** câu trả lời)
- |                                                      |                                      |
|------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Có chồng (1)                | <input type="checkbox"/> Ly thân (4) |
| <input type="checkbox"/> Độc thân, chưa có chồng (2) | <input type="checkbox"/> Góa (5)     |
| <input type="checkbox"/> Li dị (3)                   |                                      |
37. Có bao nhiêu người ở gia đình hiện đang phụ thuộc vào thu nhập của doanh nghiệp (chẳng hạn con cái, bố mẹ hay họ hàng)? \_\_\_\_\_ người



38. Trình độ học vấn cao nhất của bà? (Chỉ chọn **MỘT** câu trả lời)
- |                                                                 |                                                 |
|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Học hết tiểu học (1)                   | <input type="checkbox"/> Tốt nghiệp đại học (4) |
| <input type="checkbox"/> Tốt nghiệp trung học/trung cấp (2)     | <input type="checkbox"/> Sau đại học (5)        |
| <input type="checkbox"/> Trên trung học, nhưng chưa đại học (3) |                                                 |
39. Bà thuộc dân tộc nào? (Chỉ chọn **MỘT** câu trả lời)
- |                                    |                                    |
|------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Kinh (1)  | <input type="checkbox"/> Thái (4)  |
| <input type="checkbox"/> Hoa (2)   | <input type="checkbox"/> Khmer (5) |
| <input type="checkbox"/> Hmong (3) | <input type="checkbox"/> Khác (6)  |

***Xin chân thành cảm ơn sự hợp tác của bà.***

## Phụ lục 3

### Phụ lục 3: Bảng câu hỏi hướng dẫn cho thảo luận nhóm/ phỏng vấn

#### Bảng câu hỏi dành cho phỏng vấn cho “Tiếng nói của các doanh nhân nữ”

##### Thông tin cơ sở:

1. vốn đăng ký
2. số lao động
3. doanh thu
4. lợi nhuận (họ thường ít khi cho biết thông tin này)
5. tăng trưởng: thay đổi những chỉ số trên theo nhiều năm
6. Kinh nghiệm quản lý doanh nghiệp: khi thành lập doanh nghiệp, liệu họ đã có doanh nghiệp nào trước doanh nghiệp hiện nay chưa
7. Họ làm gì trước khi thành lập doanh nghiệp
8. Trình độ học vấn
9. Một số thông tin về gia đình: tình trạng hôn nhân, số con ...

##### Câu hỏi chung:

1. Tại sao thành lập doanh nghiệp?
2. Có được chồng hoặc ai đó hỗ trợ trong quá trình thành lập, quản lý doanh nghiệp hay trong các quyết định kinh doanh hay không?

##### Một số vấn đề cụ thể: tùy thuộc vào doanh nghiệp và kinh nghiệm của các doanh nhân nữ được phỏng vấn, có thể trọng tâm vào một số những vấn đề sau:

1. Tiếp cận tài chính: nguồn chính thức/không chính thức? Thái độ của ngân hàng và các nhà cung cấp tín dụng khác, mối quan hệ và thái độ của các cán bộ tín dụng, quy trình xin cấp tín dụng;
2. Cân bằng giữa công việc và gia đình: quản lý về thời gian (làm thế nào để giảm bớt gánh nặng trách nhiệm gia đình cho phụ nữ?)
3. Các vấn đề liên quan đến tạo mạng lưới liên kết (các hiệp hội doanh nghiệp/ câu lạc bộ nữ, các mạng lưới không chính thức? Họ có tham gia các hiệp hội doanh nghiệp ngành nghề không? Có trở ngại nào đối với việc tham gia này không?)
4. Các vấn đề về kỹ năng quản lý kinh doanh (cơ hội giáo dục đào tạo, được hướng dẫn, tư vấn...)

5. Các vấn đề liên quan đến môi trường chính sách pháp luật (có sự phân biệt đối xử nào đối với phụ nữ không? Có nên có những ưu tiên cụ thể để hỗ trợ doanh nghiệp nữ không? Ưu tiên gì là cần thiết?)
6. Quan niệm xã hội về của nữ chủ doanh nghiệp (tích cực/tiêu cực)
7. Ảnh hưởng của toàn cầu hóa/gia nhập WTO

#### **Các giai đoạn phát triển của doanh nghiệp:**

1. Những khó khăn gặp phải là phụ nữ khi thành lập doanh nghiệp? Cách thức giải quyết / chiến lược áp dụng?
2. Khó khăn trong vận hành và quản lý doanh nghiệp?
3. Kế hoạch mở rộng doanh nghiệp và những trở ngại có thể để thực hiện kế hoạch này?
4. Nếu doanh nghiệp đã tham gia thị trường quốc tế, còn có những khó khăn gì trong tiếp cận và giao dịch với các đối tác nước ngoài?

#### **Câu hỏi liên quan đến tâm tư tình cảm và quan niệm của chủ doanh nghiệp nữ:**

1. Những động cơ khuyến khích trở thành chủ doanh nghiệp?
2. Nếu được chọn lại lần nữa, bà có chọn công việc này nữa không?
3. Với những kinh nghiệm bà đã thu thập được cho đến hôm nay, bà có nghĩ mình sẽ thành lập và điều hành doanh nghiệp mình theo một cách khác không?
4. Nếu bà có con gái mà cũng muốn trở thành một chủ doanh nghiệp như bà, bà sẽ khuyên cô ấy như thế nào?
5. Triển vọng doanh nghiệp của bà trong vòng 5 năm tới?



## Số liệu khảo sát

## Phụ lục 4: Số liệu khảo sát

Bảng 1: Mối quan tâm hàng đầu theo khu vực						
Vấn đề	Tổng	Khu vực				
		Hà Nội	M Bắc	M Trung	TP HCM	M Nam
Chất lượng lao động, tuyển dụng và giữ lao động giỏi % quan trọng/rất quan trọng Trung bình (1-5)*	80% 4.14	96% 4.62	96% 4.48	72% 3.95	80% 4.15	78% 4.09
Chất lượng lao động, tuyển dụng và giữ lao động giỏi % quan trọng/rất quan trọng Trung bình (1-5)*	69% 3.87	80% 4.00	92% 4.44	65% 3.82	65% 3.69	67% 3.88
Luật pháp và chính sách không có lợi cho sự phát triển của doanh nghiệp % quan trọng/rất quan trọng Trung bình (1-5)*	67% 3.85	78% 3.98	59% 3.52	59% 3.72	74% 3.95	64% 3.82
Hiệu suất/năng suất thấp % quan trọng/rất quan trọng Trung bình (1-5)*	61% 3.82	56% 3.85	56% 3.61	58% 3.81	68% 3.89	60% 3.77
Tiếp cận thị trường mới (ví dụ như buôn bán với nước ngoài, hay bán cho nhiều loại khách hàng khác nhau) % quan trọng/rất quan trọng Trung bình (1-5)*	67% 3.81	72% 3.92	74% 4.36	58% 3.57	77% 3.96	65% 3.75
Tiếp cận các khóa đào tạo và hỗ trợ kỹ thuật để học hỏi các kỹ năng quản trị doanh nghiệp % quan trọng/rất quan trọng Trung bình (1-5)*	62% 3.71	74% 3.92	77% 4.12	60% 3.69	60% 3.61	60% 3.71
Tiếp cận các công nghệ cần thiết cho doanh nghiệp % quan trọng/rất quan trọng Trung bình (1-5)*	63% 3.70	80% 4.00	70% 3.96	51% 3.45	60% 3.62	64% 3.77
Tiếp cận các nguồn tài chính % quan trọng/rất quan trọng Trung bình (1-5)*	63% 3.62	76% 3.78	85% 4.00	61% 3.62	57% 3.47	61% 3.61
Tiếp cận đất đai/nhà xưởng/tài sản % quan trọng/rất quan trọng Trung bình (1-5)*	48% 3.32	54% 3.54	67% 3.70	53% 3.46	36% 3.05	49% 3.32



<b>Bảng 1: Mối quan tâm hàng đầu theo khu vực (tiếp)</b>						
Vấn đề	Tổng	Khu vực				
		Hà Nội	M Bắc	M Trung	TP HCM	M Nam
Chi phí dịch vụ công cộng cao (điện, nước, viễn thông v.v...) % quan trọng/rất quan trọng Trung bình (1-5)*	42% 3.22	50% 3.46	30% 2.72	38% 3.21	45% 3.28	42% 3.22
Chi phí lao động cao % quan trọng/rất quan trọng Trung bình (1-5)*	35% 3.06	42% 3.30	33% 3.22	27% 2.74	36% 3.12	37% 3.07
Cạnh tranh từ các nước khác % quan trọng/rất quan trọng Trung bình (1-5)*	34% 3.22	52% 3.21	30% 2.77	21% 2.50	38% 3.09	31% 2.76
Tham nhũng % quan trọng/rất quan trọng Trung bình (1-5)*	27% 2.55	36% 2.91	22% 2.53	20% 2.32	29% 2.66	26% 2.44
Thành kiến đối với phụ nữ % quan trọng/rất quan trọng Trung bình (1-5)*	27% 2.55	30% 2.79	22% 2.35	19% 2.19	26% 2.54	30% 2.70
Các khoản chi cho hối lộ và không chính thức khác % quan trọng/rất quan trọng Trung bình (1-5)*	16% 2.26	26% 2.73	15% 2.33	12% 2.05	18% 2.40	12% 2.04
Số người trả lời	(473)	(50)	(27)	(99)	(114)	(166)

\* Trung bình trên thang điểm từ 1 đến 5, trong đó 1= Hoàn toàn không quan trọng, 3= Hơi quan trọng, và 5= Vô cùng quan trọng.

**Bảng 2: Hoạt động đào tạo kinh doanh quan trọng theo quy mô lao động của doanh nghiệp**

Vấn đề	Tổng	Số lao động hợp đồng dài hạn				
		0	1 - 4	5 - 9	10 - 24	25+
Đào tạo các kỹ năng về quản trị và lãnh đạo doanh nghiệp % quan trọng/rất quan trọng Trung bình (1-5)*	75% 4.07	68% 4.02	68% 3.81	76% 4.17	83% 4.23	84% 4.14
Đào tạo về quản lý tài chính % quan trọng/rất quan trọng Trung bình (1-5)*	74% 3.98	61% 3.85	65% 3.75	76% 4.07	84% 4.15	76% 4.04
Học hỏi thêm về cách tiếp cận thị trường mới trong và ngoài nước % quan trọng/rất quan trọng Trung bình (1-5)*	71% 3.92	63% 3.94	56% 3.52	73% 3.95	75% 4.05	84% 4.15
Học hỏi thêm về áp dụng công nghệ để phát triển doanh nghiệp % quan trọng/rất quan trọng Trung bình (1-5)*	71% 3.91	68% 4.14	64% 3.73	68% 3.89	75% 3.99	72% 3.94
Thường xuyên gặp gỡ với các nữ chủ doanh nghiệp khác để trao đổi ý tưởng/kinh nghiệm % quan trọng/rất quan trọng Trung bình (1-5)*	64% 3.77	70% 3.90	68% 3.85	60% 3.68	66% 3.82	56% 3.65
Học hỏi thêm về cách tham gia vận động và xây dựng chính sách liên quan đến doanh nghiệp % quan trọng/rất quan trọng Trung bình (1-5)*	60% 3.70	64% 3.84	58% 3.54	66% 3.84	56% 3.68	62% 3.72
Tham quan nước ngoài để gặp gỡ và trao đổi với các chủ doanh nghiệp ở các nước khác % quan trọng/rất quan trọng Trung bình (1-5)*	59% 3.67	71% 3.71	55% 3.28	63% 3.63	66% 3.77	77% 3.92
Số người trả lời	(473)	(59)	(111)	(80)	(98)	(125)

\* Trung bình trên thang điểm từ 1 đến 5, trong đó 1= Hoàn toàn không quan trọng, 3= Hơi quan trọng, và 5= Vô cùng quan trọng.

**Bảng 3: Nguồn tín dụng theo tuổi đời của doanh nghiệp**

Nguồn vốn sử dụng trong vòng 12 tháng qua	Tổng	Tuổi đời của doanh nghiệp		
		<5	5-9	10+
Vay ngân hàng với tư cách doanh nghiệp	52%	43%	53%	56%
Nguồn cá nhân (tiết kiệm cá nhân, gia đình, bạn bè)	47	60	44	45
Lãi của doanh nghiệp	23	28	21	26
Vay ngân hàng với tư cách cá nhân	17	29	14	13
Các hạn mức tín dụng	8	8	5	12
Các hạn mức tín dụng	6	9	5	7
Vay chợ đen	6	8	6	5
Thẻ tín dụng	2	0	1	3
Vay từ chương trình tài chính vi mô	1	4	0	0
Quỹ kinh doanh mạo hiểm	0	0	0	0
Các nguồn khác	6	4	5	5
Không sử dụng nguồn vay nào	20	19	19	24
Số người trả lời	(473)	(76)	(190)	(186)

*Con số tổng có thể hơn 100% vì có thể có nhiều câu trả lời.*

**Bảng 4: % sử dụng tín dụng ngân hàng theo các nhóm chính**

	Đang sử dụng tín dụng ngân hàng, như vay hoặc hạn mức tín dụng?			Số người trả lời
	Có	Không	Không trả lời	
<b>Tổng</b>	49%	46	5	(473)
<b>Khu vực</b>				
Hà Nội	44%	52	4	(50)
M Bắc	56%	41	4	(27)
M Trung	55%	38	7	(99)
TP HCM	47%	51	3	(114)
M Nam	48%	47	5	(166)
<b>Ngành chính</b>				
Sản xuất	59%	35	6	(106)
Dịch vụ	47%	49	4	(355)
<b>Tuổi đời của Doanh nghiệp</b>				
< 5 năm	51%	45	4	(76)
5 - 9 năm	47%	50	3	(190)
10 năm trở lên	50%	45	5	(186)

**Bảng 5: % doanh nghiệp tham gia thương mại quốc tế theo các nhóm chính**

	Hiện đang xuất/nhập khẩu hàng hóa/dịch vụ ?			Số người trả lời
	Co	Không	Không trả lời	
<b>Tổng</b>	29%	63	7	(473)
<u>Khu vực</u>				
Hà Nội	70%	18	12	(50)
M Bắc	14%	82	4	(27)
M Trung	14%	78	8	(99)
TP HCM	66%	40	4	(114)
M Nam	10%	83	7	(166)
<u>Ngành chính</u>				
Sản xuất	47%	47	6	(106)
Dịch vụ	24%	69	7	(355)
<u>Tuổi đời của Doanh nghiệp</u>				
< 5 năm	42%	55	3	(76)
5-9 năm	27%	65	8	(190)
10 năm trở lên	29%	65	6	(186)
<u>Số nhân công dài hạn</u>				
0	19%	64	17	(59)
1-4	9%	86	5	(111)
5-9	19%	76	5	(80)
10-24	28%	65	7	(98)
25+	60%	34	6	(125)

**Bảng 6: Mức độ sử dụng công nghệ theo các nhóm chính**

	% sử dụng mạng nội bo	% sử dụng Internet thường xuyên	% có trang chủ
<b>Tổng</b>	35%	37%	24%
<u>Khu vực</u>			
Hà Nội	82	76	58
M Bắc	22	16	4
M Trung	23	26	16
TP HCM	54	66	46
M Nam	21	22	11
<u>Ngành chính</u>			
Sản xuất	38	45	32
Dịch vụ	35	38	23
<u>Tuổi đời của Doanh nghiệp</u>			
< 5 năm	43	45	29
5-9 năm	35	35	25
10 năm trở lên	35	43	25
<u>Số nhân công dài hạn</u>			
0	17	16	10
1-4	8	21	8
5-9	25	29	17
10-24	48	47	26
25+	66	65	51
<u>Tuổi của chủ doanh nghiệp</u>			
Dưới 45	47	51	33
Từ 45 trở lên	26	29	19

Đây là % trả lời có hay % sử dụng.



**International  
Finance Corporation**  
World Bank Group



Mekong Private Sector Development Facility

#### **HÀ NỘI**

Tầng 3, 63 Lý Thái Tổ  
Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội, Việt Nam  
Tel: (84-4) 824 7892  
Fax: (84-4) 824 7898

#### **TP HỒ CHÍ MINH**

Tầng 3, Somerset Chancellor Court  
21-23 Nguyễn Thị Minh Khai  
Quận 1, Tp. Hồ Chí Minh, Việt Nam  
Tel: (84-8) 823 5266  
Fax: (84-8) 823 5271

#### **PHNOM PENH**

70 Norodom Blvd.  
Sangkat Chey Chumnas  
P.O. Box 1115.  
Phnom Penh, Cambodia  
Tel: (855-23) 210 922  
Fax: (855-23) 215 157

#### **VIENTIANE**

Nehru Road, Pathou Xay  
P.O. Box 9690  
Vientiane, Lao P.D.R.  
Tel: (856-21) 450 017-9  
Fax: (856-21) 450 020

Chương trình Phát triển Kinh tế Tư nhân MPDF do nhiều quốc gia và tổ chức tài trợ, được điều hành bởi Tổ chức Tài chính Quốc tế IFC. IFC-MPDF được thành lập với mục tiêu giảm nghèo thông qua việc hỗ trợ sự phát triển bền vững của khu vực kinh tế tư nhân tại Việt Nam, Campuchia và Lào. IFC-MPDF bao gồm sáu chương trình: Phát triển môi trường kinh doanh, Tăng cường năng lực của các nhà quản lý và bốn chương trình hỗ trợ phát triển các ngành (Tài chính, Dệt may, Du lịch và Nông nghiệp). IFC-MPDF được tài trợ bởi Ngân hàng Phát triển Châu Á ADB, Ôxtrâyliya, Canada, Phần Lan, Tổ chức Tài chính Quốc tế IFC, Cộng hòa Ai-len, Nhật Bản, Niu Di Lân, Hà Lan, Na Uy, Thụy Sĩ, Thụy Điển và Vương Quốc Anh.  
[Website: http://www.mpdf.org](http://www.mpdf.org)

## **Gender Entrepreneurship Markets**

#### **Bộ phận Giới - Doanh nghiệp - Thị trường (GEM)**

Tổ chức Tài chính Quốc tế  
2121 Pennsylvania Avenue, NW  
Washington, DC 20433, Hoa Kỳ  
Tel: (001-202) 473 1028  
Email: [GEM-info@ifc.org](mailto:GEM-info@ifc.org)

Tổ chức Tài chính Quốc tế (IFC) thành lập bộ phận Giới - Doanh nghiệp - Thị trường (Gender-Entrepreneurship-Markets - GEM) vào tháng 12 năm 2004. Mục tiêu của Bộ phận này là lồng ghép các vấn đề giới vào công việc của IFC và qua đó giúp phát huy hết tiềm năng làm kinh tế của phụ nữ cũng như nam giới ở các nước đang phát triển. Để biết thêm thông tin chi tiết về GEM, xin tham khảo thêm trên trang web: <http://www.ifc.org/GEM>