

Phát triển tinh thần doanh nhân và chính sách (Phần 2)

Lê Vũ Quân

Tài liệu đọc

- Global Entrepreneurship Monitor: Vietnam Report 2014, VCCI.
- Raven, P., and Q. Le (2015) “Teaching Business Skills to Women: Impact of Business Training on Women’s Microenterprise Owners in Vietnam”, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 21(4): 622-641.
- Dineen, K., and Q. Le (2015) “The Impact of an Integrated Microcredit Program on the Empowerment of Women and Gender Equality in Rural Vietnam,” *Journal of Development Areas* 49(1): 23-38, 2015.

Giám sát Tinh thần Doanh nhân Toàn cầu: Báo cáo Việt Nam VCCI, 2014

- Dựa trên kết quả khảo sát 2000 cá nhân và 36 chuyên gia.
- Cung cấp một góc nhìn rộng về các đặc điểm tinh thần doanh nhân ở Việt Nam trong những giai đoạn khác nhau, từ khi có ý định khởi nghiệp, đến vừa mới khởi nghiệp, đến vận hành một doanh nghiệp mới hay doanh nghiệp đã hoạt động và thậm chí đến chấm dứt một doanh nghiệp.

Một số kết quả chủ yếu từ GEM Vietnam 2014

- Chỉ 39.4% nhận ra cơ hội để thành lập doanh nghiệp của mình và 58.2% trong số đó nhận thức được khả năng kinh doanh của mình. Trung bình, ở những nước phát triển theo yếu tố, con số tương ứng là 54.6% và 64.7%.
- Tỷ lệ phần trăm người lớn ở Việt Nam sợ thất bại trong kinh doanh là 50.1%, so với 31.4% ở những nước phát triển theo yếu tố.
- 18.2% có ý định khởi nghiệp trong 3 năm tới, thấp hơn tỷ lệ trung bình 40.2% ở những nền kinh tế phát triển theo yếu tố khác.
- Doanh nhân thành đạt được xã hội tôn trọng khá cao (75.9%) và là một lựa chọn nghề nghiệp được mong muốn của 67.2% số người lớn được khảo sát.

Một số kết quả chủ yếu từ GEM Vietnam 2014 (tt.)

- Tỷ lệ phần trăm của doanh nghiệp khởi nghiệp ở Việt Nam năm 2014 rất thấp, chỉ đạt 2%. Tỷ lệ này thấp hơn 4% so với năm 2013 và thấp hơn nhiều so với tỷ lệ trung bình 12.4% của các nền kinh tế khác cũng phát triển theo yếu tố .
- Người Việt Nam trưởng thành khởi nghiệp chủ yếu để khai thác cơ hội (70.3%) thay vì không còn lựa chọn nghề nghiệp nào tốt hơn (29.7%).
- Người Việt khai thác cơ hội chủ yếu là để gia tăng thu nhập (41.5%) thay vì trở nên độc lập hơn (11.8%).

Một số kết quả chủ yếu từ GEM Vietnam 2014 (tt.)

- Tỷ lệ người trưởng thành từ bỏ hoạt động kinh doanh năm 2014 là 3.6%, thấp hơn tỷ lệ này 4.3% năm 2013, bao gồm 1.6% chấm dứt hoạt động và 2% bán đi doanh nghiệp vẫn hoạt động.
 - Ba lý do chính mà người Việt đưa ra về việc từ bỏ hoạt động kinh doanh là lý do cá nhân, vấn đề tài chính và các vấn đề khác.

Một số kết quả chủ yếu từ GEM Vietnam 2014 (tt.)

- Triển vọng tăng trưởng việc làm của doanh nghiệp trong những giai đoạn đầu thấp hơn tỷ lệ trung bình ở những nước có cùng trình độ phát triển.
- Các hoạt động doanh nhân ở Việt Nam có định hướng sáng tạo và quốc tế thấp.

Khuyến nghị từ báo cáo GEM Vietnam 2014

- Thường xuyên ổn định kinh tế vĩ mô, khôi phục lại niềm tin của doanh nhân.
- Sáng tạo các chương trình đào tạo, khuyến khích người dân học hỏi về tinh thần doanh nhân và nâng cao năng lực.
- Cải thiện nội dung về khoa học và công nghệ trong tinh thần doanh nhân.
- Cải thiện điều kiện kinh doanh.
- Xây dựng và hoàn thành các chương trình hỗ trợ khởi nghiệp và phát triển doanh nghiệp.
- Triển khai các chương trình thông tin về kiến thức và kỹ năng doanh nhân để khởi nghiệp cho các cá nhân có ý định khởi nghiệp, đặc biệt là thanh niên và kể cả doanh nghiệp hộ gia đình.

Dạy kỹ năng kinh doanh cho phụ nữ: Tác động của đào tạo kinh doanh lên nữ chủ doanh nghiệp vi mô ở Việt Nam

Raven and Le (2015)

- Hiện nay đang có tranh luận giữa các tổ chức phi chính phủ và giới học thuật về hiệu quả của việc đào tạo cho người nhận tín dụng vi mô.
 - Một bên đề xuất rằng việc đơn thuần cung cấp tín dụng sẽ kích thích các hoạt động kinh doanh với tinh thần doanh nhân .
 - Bên kia cho rằng đào tạo cho những người nhận tín dụng vi mô về kỹ năng kinh doanh sẽ cải thiện hiệu quả kinh doanh và có thể có những tác động quan trọng khác.

Mục tiêu nghiên cứu

- Mục đích của bài viết là xem xét tác động của các chương trình đào tạo kinh doanh cho người nhận tín dụng là phụ nữ ở những vùng nông thôn của Việt Nam.
- Nghiên cứu được thực hiện với sự cộng tác của Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam và tổ chức PeaceTrees Vietnam ở tỉnh Quảng Trị.

Hai quan điểm đối lập

- Yunus (1999): giới hạn tài chính được cho là những nguyên nhân chính làm hạn chế khả năng người nghèo thoát nghèo.
- Karlan và Valdivia (2011): tìm thấy việc dạy kỹ năng kinh doanh sẽ giúp khách hàng cải thiện kiến thức kinh doanh.
 - Tuy nhiên, họ không tìm thấy bằng chứng rằng đào tạo sẽ cải thiện các kết quả kinh doanh như doanh thu, lợi nhuận hay việc làm.

Khảo sát quốc gia của IFC (2006)

- Nữ chủ doanh nghiệp ở Việt Nam thể hiện quan tâm mạnh về đào tạo và giáo dục dành riêng cho phụ nữ.
- Đây là khuyến nghị chính sách số một từ những phụ nữ được khảo sát, trong số một loạt các chính sách và chương trình tiềm năng (p. 2).

Doanh nhân

- Doanh nhân (Entrepreneurs) được định nghĩa theo nhiều cách khác nhau, nhưng đa số các định nghĩa đều cho rằng đó là những người phát triển các ý tưởng mới và/hoặc sáng tạo cho sản phẩm, mô hình kinh doanh hay thị trường (Nijssen, 2014).
- Sự thật là các doanh nghiệp có tinh thần doanh nhân thành công tồn tại trên toàn thế giới và tinh thần doanh nhân đã trở thành một hiện tượng toàn cầu.

Khu vực phi chính thức ở Việt Nam

- Khu vực phi chính thức tạo ra việc làm chiếm 70% tổng số việc làm.
- Theo báo cáo của ILO và Bộ Lao động Thương binh Xã hội Việt Nam (2011), có 8.4 triệu hộ gia đình kinh doanh ở Việt Nam và đa số công việc ở những hộ kinh doanh này là phi chính thức.
- Khảo sát lực lượng lao động (2010) cho thấy khu vực phi chính thức chiếm khoảng gần 11 triệu việc làm trong tổng số 46 triệu việc làm, chiếm gần 25% tổng số việc làm năm 2007.

Khu vực phi chính thức ở Việt Nam (tt)

- Chỉ 15.7% đã hoàn thành tối thiểu trung học phổ thông, và hơn 90% số công nhân khu vực phi chính thức chưa trải qua bất cứ hình thức đào tạo nghề nào (Meißner,2011).
- Tỷ lệ phụ nữ trong khu vực phi chính thức là gần 50%, nhưng đàn ông kiếm tiền cao hơn phụ nữ gần 50% dù tương đương về số giờ làm việc, học vấn và thâm niên (ILO,2011).

Giả thiết

- H1. Doanh nghiệp nữ được đào tạo kỹ năng kinh doanh sẽ hoạt động hiệu quả hơn doanh nghiệp nữ không được đào tạo.
 - Nghiên cứu cho thấy nếu được đào tạo về cách vận hành doanh nghiệp, phụ nữ có thể làm tốt như đàn ông, hoặc tốt hơn (Amutha, 2011).
- H2. Đào tạo kinh doanh sẽ tác động tích cực lên nữ chủ doanh nghiệp trên các phương diện: (a) thành công được nhìn nhận; (b) động cơ; (c) niềm tin.
 - Một nghiên cứu gần đây ở Bangladesh đã cho thấy những lợi ích nhiều mặt của nữ chủ doanh nghiệp vi mô thành công, bao gồm các đặc điểm cá nhân, tự do công việc, và mong muốn đạt được địa vị xã hội cao hơn (Parvin et al., 2012).

Giả thiết (tt.)

- H3. Đào tạo kinh doanh sẽ: (a) làm giảm nỗi sợ rủi ro; (b) tăng nhận thức về doanh nhân.
 - Đào tạo kinh doanh có thể làm giảm nỗi sợ rủi ro, điều thường được xem là một đặc điểm quan trọng của doanh nhân.
 - Nếu đào tạo làm giảm sợ rủi ro, sẽ đồng thời làm tăng nhận thức về việc trở thành doanh nhân

Phương pháp khảo sát và dữ liệu

- Khảo sát được tiến hành năm 2012 ở tỉnh Quảng Trị.
- Sáu xã ở một số vùng - khu vực ven biển.
- 120 nữ chủ doanh nghiệp tham gia khảo sát

Chương trình đào tạo

	All participants <i>n</i> = 52	Mountainous Khe Sanh Lao Bao <i>n</i> = 12	Plains Quang Tri Trieu Trung <i>n</i> = 20	Coastal Cua Tung Cua Viet <i>n</i> = 20
	Mean and (SD)			
(1) How to diversify entrepreneurial activities	4.00 (0.80)	4.25 (0.71)	3.89 (0.83)	4.00 (0.82)
(2) Basic accounting	3.84 (0.92)	4.40 (0.89)	3.69 (0.95)	3.79 (0.89)
(3) Basic marketing	3.76 (0.80)	3.86 (0.90)	3.76 (0.75)	3.69 (0.85)
(4) Basic selling strategies	3.96 (0.76)	4.25 (0.71)	3.95 (0.83)	3.83 (0.71)
(5) Basic inventory management	3.87 (0.84)	4.75 (0.50)	3.95 (0.85)	3.53 (0.74)
(6) How to manage a business budget	4.08 (0.79)	4.40 (0.7)	4.14 (0.79)	3.82 (0.81)
(7) How to manage a household budget	4.33 (0.81)	4.80 (0.42)	4.00 (0.88)	4.42 (0.77)
(8) How to use a loan wisely	4.29 (0.84)	4.55 (0.69)	4.24 (0.89)	4.18 (0.88)
(9) Savings strategies	4.22 (0.90)	4.73 (0.65)	4.00 (0.95)	4.16 (0.90)
(10) How to grow a business with better sales and customer service practices	4.27 (0.73)	4.55 (0.69)	4.15 (0.75)	4.22 (0.73)

Notes: 5 = extremely important; 4 = very important; 3 = mildly important; 2 = not very important; 1 = unimportant. SD in parentheses

Các số đo quan trọng về doanh nghiệp vi mô

Measure	Mountainous Khe Sanh Lao Bao		Plains Quang Tri Trieu Trung		Coastal Cua Tung Cua Viet	
	<i>n</i>	Mean	<i>n</i>	Mean	<i>n</i>	Mean
Performance	37	3.09	38	3.18	32	3.08
Risk-taking	37	4.31 ^a	38	3.93	33	3.64 ^b
Values factor 1	37	4.59	38	4.64	34	4.41
Values factor 2	37	3.52	38	3.64	34	3.55
Trust	37	3.48	34	3.61	34	3.51
Perceptions of entrepreneurs	37	4.07	38	4.27	34	3.97
Motivations factor 1	37	4.46	38	4.43	34	4.07
Motivations factor 2	37	3.62	38	3.47	34	3.26
Success factor 1	37	4.12	38	4.18	34	3.94
Success factor 2	38	4.42 ^a	38	4.46 ^{a,b}	34	4.12 ^b
Problems factor 1 (business training)	37	3.48	38	3.71	34	2.84 ^a
Problems factor 2 (finances)	37	3.18 ^a	38	3.69 ^b	34	2.87 ^a
Problems factor 3 (Infrastructure)	37	3.44 ^a	38	3.74 ^b	34	2.66 ^{a,b,c}
Problems factor 4 (tax structure)	37	3.18	38	3.24	34	2.68 ^a
Problems factor 5 (competition)	37	3.49	38	3.45	34	2.88 ^a

Kiểm định giả thiết

- H1. Doanh nghiệp nữ được đào tạo kỹ năng kinh doanh sẽ hoạt động hiệu quả hơn doanh nghiệp nữ không được đào tạo.
 - Kiểm định t-test đối với chênh lệch giữa các giá trị trung bình cho thấy doanh nghiệp nữ được đào tạo có hiệu quả cao hơn doanh nghiệp nữ không được đào tạo.
 - Phân tích chéo (crosstab) cũng ủng hộ các kết quả này. Hầu như tất cả các phụ nữ được đào tạo đều thể hiện họ đã thực sự áp dụng kiến thức đào tạo vào hoạt động kinh doanh của mình.

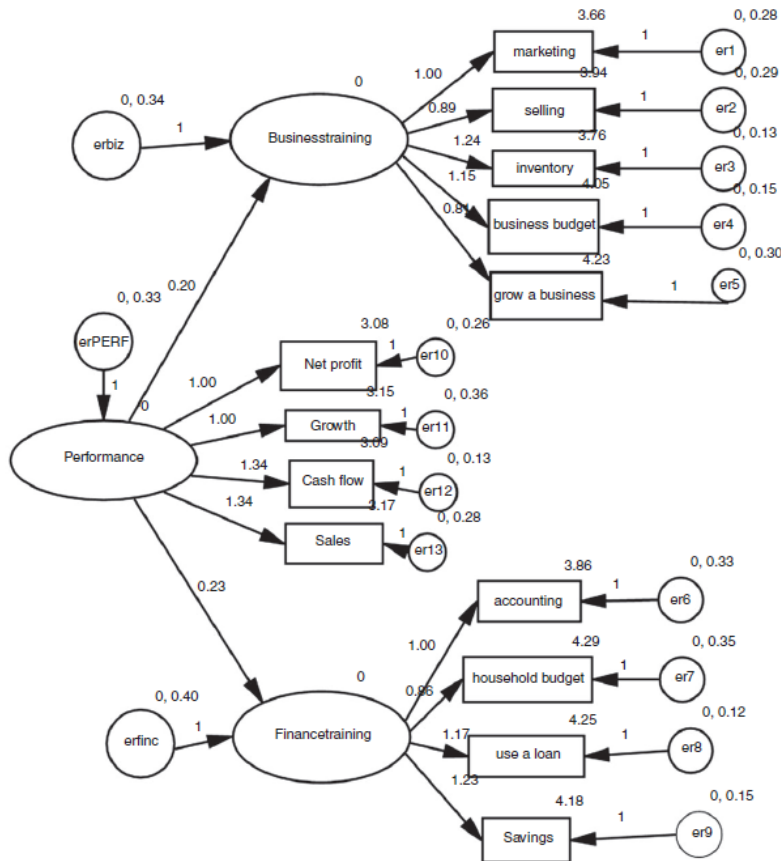
Kiểm định giả thiết (tt.)

- H2. Đào tạo kinh doanh sẽ tác động tích cực lên nữ chủ doanh nghiệp trên các phương diện: (a) thành công được nhìn nhận; (b) động cơ; (c) niềm tin.
 - Đào tạo kỹ năng kinh doanh và kỹ năng tài chính thực sự có tác động lên thành công, động cơ, và niềm tin theo hướng tích cực.
 - Kết quả phân tích chéo (Crosstabs) cho thấy những ai nhận thức rằng đào tạo kỹ năng kinh doanh và tài chính có vai trò quan trọng thường có mức độ thành công, động cơ, và niềm tin cao hơn, khẳng định giả thiết của chúng tôi.

Kiểm định giả thiết (tt.)

- H3. Đào tạo kinh doanh sẽ: (a) làm giảm nỗi sợ rủi ro; (b) tăng nhận thức về doanh nhân.
 - Đào tạo kỹ năng kinh doanh không có tác động đáng kể lên mức chấp nhận rủi ro, nhưng đã cải thiện nhận thức về doanh nhân.
 - Đào tạo kỹ năng tài chính đã làm tăng đáng kể mức chấp nhận rủi ro ($p < 0.10$), nhưng không có tác động lên nhận thức về doanh nhân.

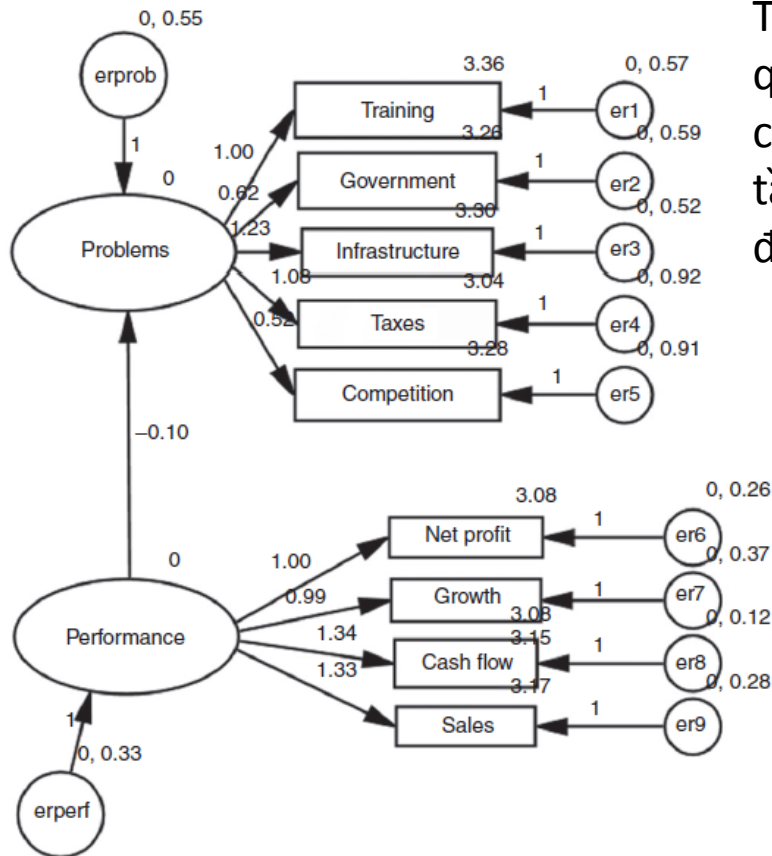
Mô hình phương trình cấu trúc Structural Equation Modeling (SEM)



Các hệ số hồi quy cấu trúc cho thấy cả đào tạo kinh doanh và đào tạo tài chính có tác động gần bằng nhau lên hiệu quả.

Notes: Training: performance. $\chi^2=130.004$. $p=0.000$. $df=63$

Mô hình phương trình cấu trúc



Trong tình huống này, hệ số hồi quy giữa hiệu quả và các vấn đề là âm, cho thấy tác động âm của các vấn đề lên hiệu quả. Thuế, cơ sở hạ tầng và đào tạo có vẻ là những vấn đề có tác động lớn hơn lên hiệu quả kinh doanh.

Notes: $\chi^2=44.399$. $p=0.014$. $df=26$

Kết luận

- Đào tạo kinh doanh có thể giúp nữ chủ doanh nghiệp cải thiện kết quả kinh doanh của mình hay không? Nghiên cứu này cho thấy là có thể.
- Kỹ năng kinh doanh quan trọng hơn trong việc cải thiện nhận thức về doanh nhân nói chung, trong khi kỹ năng tài chính quan trọng trong việc tăng mức độ chấp nhận rủi ro, một đặc điểm quan trọng của doanh nhân.
- Ngay cả số lượng đào tạo kinh doanh ít cũng có thể tạo ra gia tăng đáng kể về hiệu quả doanh nghiệp vi mô và cải thiện động cơ, thành công, niềm tin, và nhận thức về doanh nhân ở vùng nông thôn Việt Nam.
- Các yếu tố này có thể có lợi ích dài hạn cho chủ doanh nghiệp trong việc duy trì một doanh nghiệp và trong phát triển doanh nghiệp mới.

Tác động của chương trình tín dụng vi mô tích hợp lên trao quyền cho phụ nữ và bình đẳng giới ở nông thôn Việt Nam

Dineen and Le (2015)

- Trao quyền cho phụ nữ là một trong bốn chủ đề của Chiến dịch Thượng đỉnh Tín dụng Vi mô.
- Tuyên ngôn của Chiến dịch nêu “kinh nghiệm cho thấy phụ nữ là một rủi ro tín dụng tốt, và doanh nghiệp do phụ nữ vận hành thường làm lợi cho các thành viên gia đình một cách trực tiếp nhiều hơn doanh nghiệp do đàn ông vận hành. Đồng thời, thông qua việc kiếm thu nhập phụ nữ đạt được vị thế cao hơn trong gia đình, cộng đồng và đất nước (Microcredit Summit).”

Ba phương thức trao quyền cho phụ nữ Mayoux (2005)

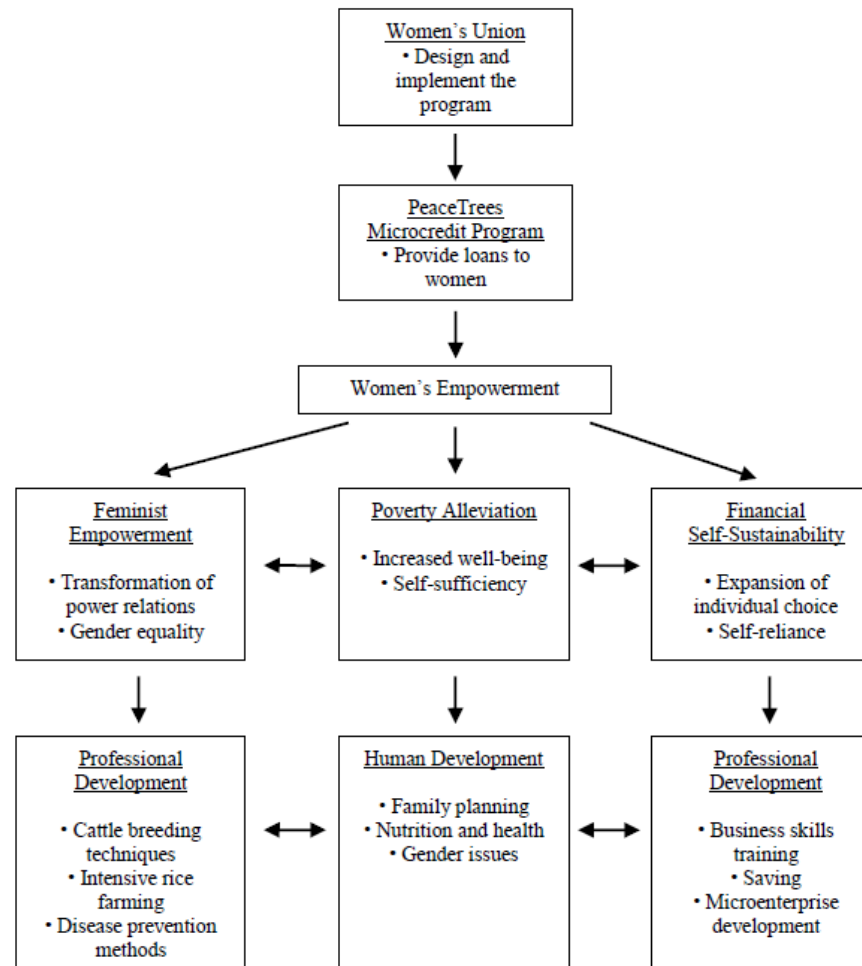
- Mô hình trao quyền cho phụ nữ định nghĩa trao quyền là “chuyển đổi quan hệ quyền lực thông qua xã hội (Mayoux, 2005, p. 4)”.
- Mô hình giảm nghèo định nghĩa trao quyền là “gia tăng phúc lợi, phát triển cộng đồng và khả năng tự đáp ứng (Mayoux, 2005, p. 4).”
- Phương thức tự bền vững tài chính định nghĩa trao quyền là “trao quyền kinh tế, mở rộng lựa chọn và năng lực của cá nhân để tự lập (Mayoux, 2005, p. 4).”

Mục tiêu nghiên cứu

- Xem xét tác động của một chương trình tín dụng vi mô tích hợp lên trao quyền cho phụ nữ ở Việt Nam.
- Chương trình tín dụng vi mô PeaceTrees được thiết kế với mục tiêu và hoạt động rõ ràng nhằm hỗ trợ giảm nghèo, độ bền vững tự chủ tài chính, và trao quyền cho phụ nữ.
- Tiến hành hai đợt khảo sát từ 2008 đến 2012 tại tỉnh Quảng Trị.

Chương trình tín dụng vi mô PeaceTrees

FIGURE 1. AN INTEGRATED MICROCREDIT PROGRAM



Khảo sát

- Bảng câu hỏi được phát cho 50 người bởi cán bộ chương trình từ PeaceTrees và Hội Liên hiệp Phụ nữ vào 2008 và 2012.
- 12 câu hỏi liên quan đến nhận thức về trao quyền cho phụ nữ chủ yếu dựa trên Malhotra et al. (2002) và Santillan et al. (2004).
 - Các câu hỏi đề cập đến quy trình ra quyết định của hộ gia đình, phân công lao động trong hộ gia đình, phẩm giá của phụ nữ, và vai trò của giới trong xã hội.
 - Sử dụng thang đo Likert 5 điểm với hai đầu là “Hoàn toàn đồng ý” (5) và “Hoàn toàn không đồng ý” (1). Điểm cao hơn nghĩa là nhận thức về trao quyền cho phụ nữ là cao.

Điểm số về trao quyền cho phụ nữ

TABLE 2. WOMEN'S EMPOWERMENT SCORES IN 2008 AND 2012 SURVEYS

No.	Question	2008	2012	Difference	t-Test
	Scale from 1 to 5 (1: Absolutely not agree; 5: Absolutely agree)				
1	Women should be in charge of household finance	4.58	4.98	0.40	4.04***
2	Women should have their voice heard in making household decisions	4.32	4.94	0.62	4.44***
3	Women should make their own decision on purchasing major personal items without consulting their spouse	3.06	2.94	-0.12	-0.40
4	Women should make their own decision on purchasing small personal items without consulting their spouse	4.38	4.62	0.24	1.41*
5	Women should decide on family planning together with their spouse	4.78	5.00	0.22	2.85***
6	Husband and wife should be jointly responsible to educate and take care of their children	4.72	5.00	0.28	3.26***
7	Women should do all household chores even if their spouse is not working	3.00	3.50	0.50	1.57**
8	Women should discuss domestic violence issues with people who are not family members	2.96	4.70	1.74	8.30***
9	Dignity and the right to privacy are important values to women in their family	4.88	4.88	0.00	0.00
10	Dignity and the right to privacy are important values to women in society	4.76	5.00	0.24	3.28***
11	You are very confident to express your own personal views in a community meeting	4.24	4.86	0.62	4.26***
12	You are very confident to give advises to others in the village to solve daily problems	4.18	4.90	0.72	5.37***

Note: N = 50. *** significant at 1% level, ** significant at 5% level, * significant at 10% level.

Kết quả thực tế

TABLE 3. MICROCREDIT AND WOMEN'S EMPOWERMENT

	(1)	(2)	(3)	(4)
<i>INTERCEPT</i>	0.059 (0.481)	-0.345*** (-3.466)	-0.047 (-0.497)	-0.345*** (-3.329)
<i>ΔINCOME</i>	0.033*** (3.847)			0.010* (2.025)
<i>TRAINING</i>		0.377*** (2.857)		0.349*** (2.495)
<i>ENCOURAGEMENT</i>		0.433*** (2.891)		0.347** (2.165)
<i>CONFIDENCE</i>		0.294** (1.963)		0.192** (2.258)
<i>SECEDU</i>			0.570*** (4.296)	0.252** (2.105)
<i>MARRIED</i>			0.259* (1.874)	0.092 (0.720)
Adjusted R ²	0.23	0.67	0.48	0.68
No. of Observations	50	50	50	50

*Notes: The dependent variable is the change in perception of empowerment between two rounds of surveys in 2008 and 2012. T-statistics, computed using White's adjustment, are in parentheses, *** significant at 1% level, ** significant at 5% level, * significant at 10% level.*

Thảo luận và kết luận

- Nghiên cứu này ủng hộ tầm quan trọng của phương thức trao quyền cho phụ nữ, trong đó trao quyền là thực tiễn tốt nhất khi cách tiếp cận bình đẳng giới được đưa vào từ giai đoạn thiết kế chương trình, thay vì chỉ là một lợi ích bổ sung (Mayoux, 2002 and 2005).
- Chương trình tín dụng vi mô PeaceTrees cũng thể hiện phương thức giảm nghèo và phương thức tự bền vững về tài chính.
- Đối với Hội Liên hiệp Phụ nữ, tài chính vi mô không chỉ là cho người nghèo vay, đó là một phương tiện để đạt mục đích chứ không phải chính là mục đích.

Thảo luận và kết luận (tt.)

- Các bên liên quan, là phụ nữ vay tiền, đang có những nỗ lực thực hiện trao quyền cho phụ nữ trong mỗi mặt cuộc sống của họ.
- Vì vậy, thành công của các chương trình tín dụng vi mô không phải là người vay tiền có thể trả nợ, mà là khoản vay có vai trò như một phương pháp trao quyền cho người vay.
- Phụ nữ vay tiền cần một hệ thống hỗ trợ, họ cần đào tạo và cần được khuyến khích.

Thảo luận và kết luận (tt.)

- Khi phụ nữ Việt Nam ngày càng được trao quyền và tham gia các công tác bên ngoài gia đình, theo nhiều góc độ sự tham gia này tạo ra ít thời gian nghỉ ngơi hơn cho phụ nữ và thêm nhiều trách nhiệm xã hội, kinh tế và gia đình hơn.
- Gia tăng bình đẳng giới sẽ xuất hiện khi phụ nữ có thể chia sẻ trách nhiệm gia đình và chịu ít áp lực hơn từ các phong tục văn hóa xã hội đặt lên vai họ.