

Doanh nhân nữ Việt Nam khát vọng vươn lên trong thời đại mới

16:35 08/03/2022

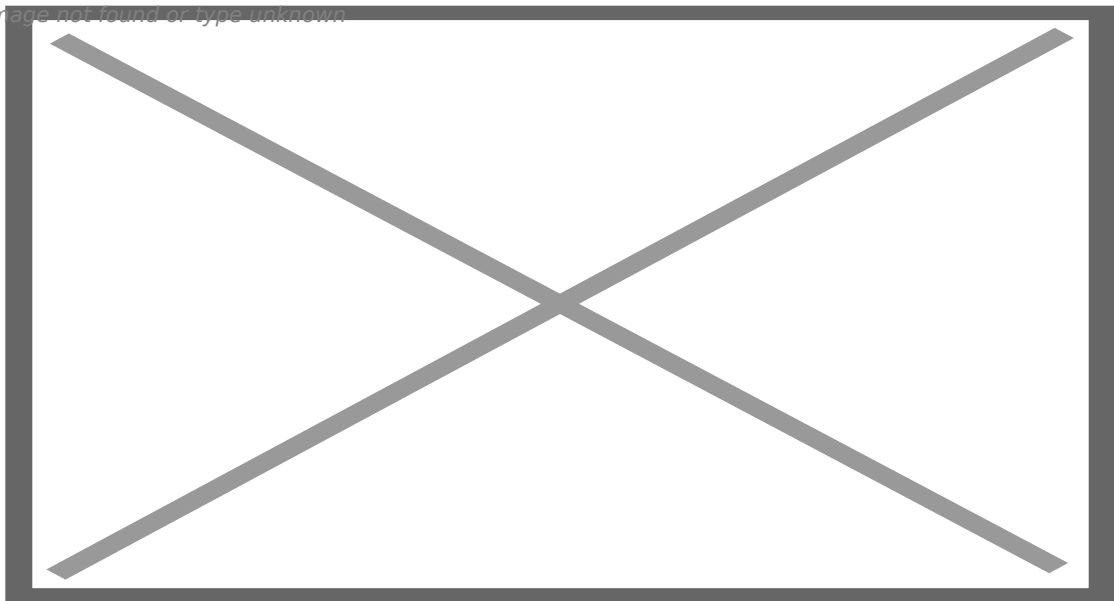
Tác giả: Admin

Trong lịch sử dựng nước và giữ nước, phụ nữ Việt Nam giữ một vai trò và một vị trí quan trọng. Phụ nữ Việt Nam có truyền thống vẻ vang, có những tiềm năng to lớn, họ là động lực quan trọng trong công cuộc đổi mới và phát triển kinh tế - văn hoá - xã hội.

Trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ tổ quốc, phát huy truyền thống tốt đẹp của giới mình, phụ nữ ngày nay đã phấn đấu rèn luyện, học tập, cống hiến tài năng trí tuệ cho đất nước và có rất nhiều phụ nữ nổi danh, hầu như trên tất cả các lĩnh vực chính trị, quân sự, kinh tế, văn hóa, ngoại giao. Nữ Doanh nhân đã đang và sẽ khẳng định vai trò và trách nhiệm của mình đối với xã hội.

Đối với phụ nữ, lúc sinh thời, Chủ tịch Hồ Chí Minh đặc biệt quan tâm sự nghiệp giải phóng phụ nữ. Người khẳng định: *“Non sông gấm vóc Việt Nam do phụ nữ ta, trẻ cũng như già, ra sức dệt thêu mà thêm tốt đẹp, rực rỡ”*, làm cách mạng mà không giải phóng phụ nữ thì mới giải phóng một nửa thế giới và chỉ làm cách mạng giải phóng dân tộc để có độc lập dân tộc thì phụ nữ mới được giải phóng. Người xác định: *“Phụ nữ chiếm một nửa tổng số nhân dân. Để xây dựng chủ nghĩa xã hội thì phải thật sự giải phóng phụ nữ và tôn trọng quyền lợi của phụ nữ”*.

Image not found or type unknown



Hội đồng Doanh nhân nữ Việt Nam

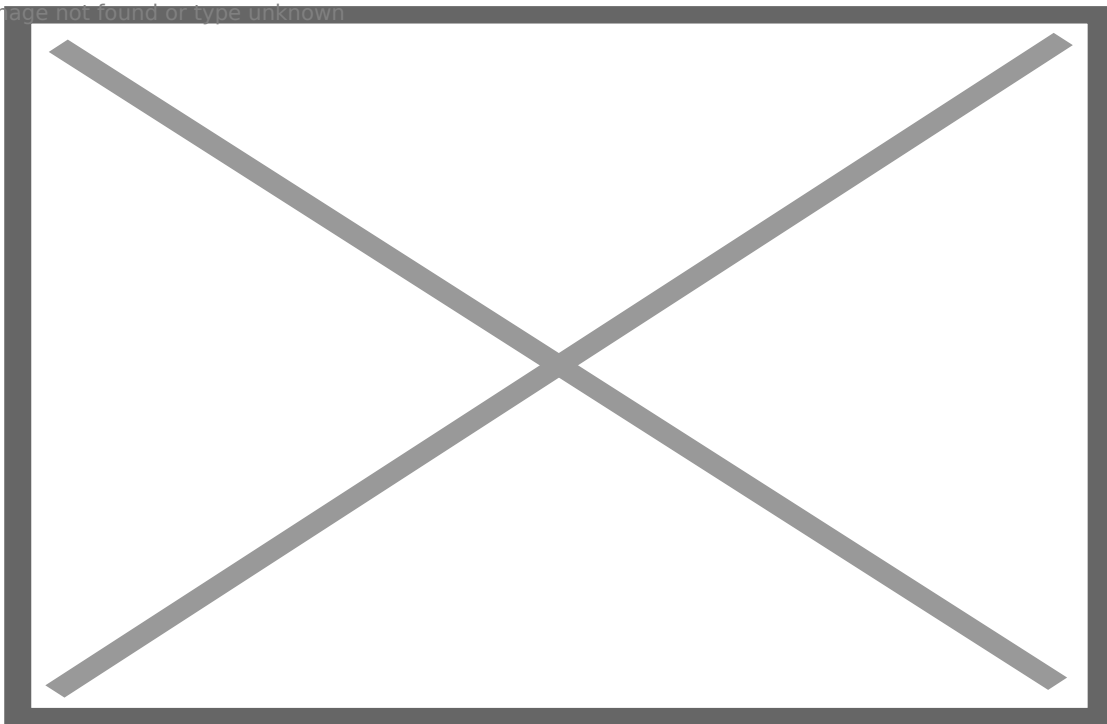
Qua bao thế hệ, phụ nữ Việt Nam luôn làm tốt vai trò không thể thiếu với gia đình, xã hội. Trong

đạn lửa, người phụ nữ tự hào với 8 chữ vàng mà Bác Hồ trao tặng “Anh hùng, Bất khuất, Trung hậu, Đảm đang”.

Ngày nay, **phụ nữ** Việt Nam được gắn với những phẩm chất vô cùng đáng quý “Năng động, Sáng tạo, Trung hậu, Đảm đang”, “Giỏi việc nước, Đảm việc nhà”, phụ nữ Việt Nam đang ngày càng phát huy được năng lực của mình: Giữ lửa cho gia đình ấm êm, hòa thuận; Góp sức để dựng xây đất nước phồn vinh, phụ nữ Việt Nam luôn đáng được trân trọng và ngợi ca.

Sau 35 năm đổi mới, vị thế, vai trò của phụ nữ ngày càng được khẳng định trong đời sống kinh tế, chính trị, văn hóa xã hội của đất nước. Phụ nữ đang dần thay đổi cùng với sự tiến bộ trong nhận thức chung của xã hội về bình đẳng giới.

Image not found or type unknown



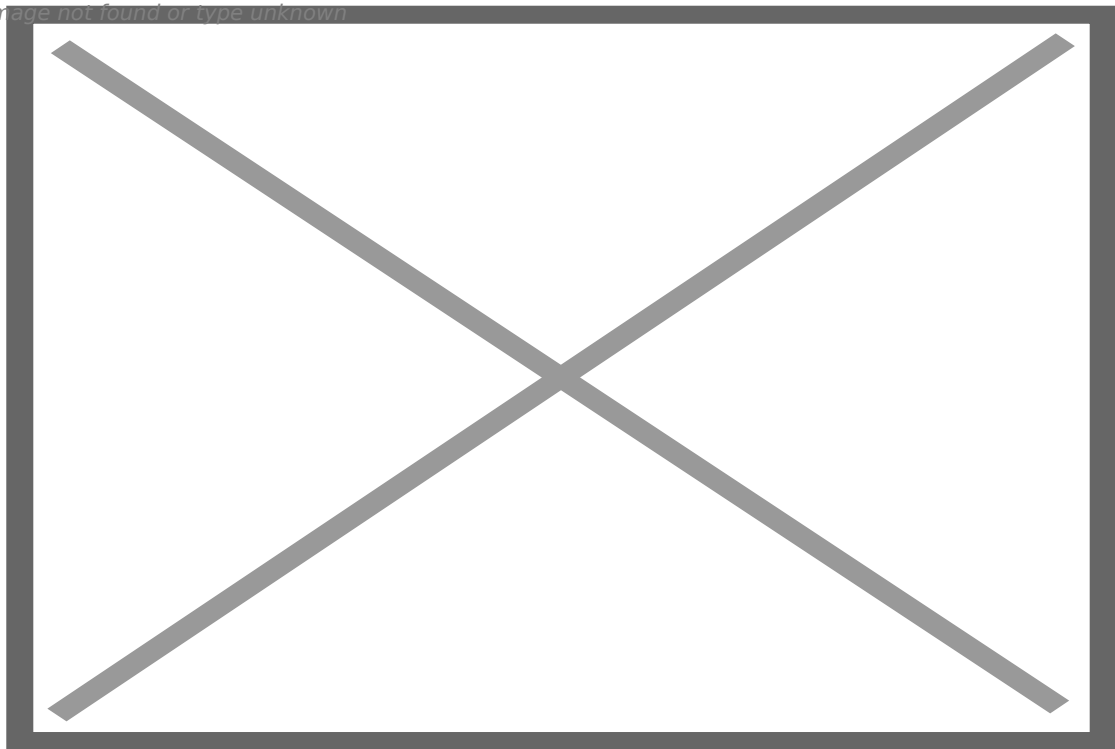
Đảng và Nhà nước ta đã có nhiều chủ trương, chính sách nhằm thúc đẩy sự tham gia của phụ nữ trong các hoạt động kinh tế, khởi nghiệp và phát triển doanh nghiệp. Tỷ lệ doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ chiếm trong tổng số doanh nghiệp Việt Nam tăng từ 4% năm 2009 lên 21% vào năm 2011 và 24% vào năm 2019 (Báo cáo của VCCI).

Bên cạnh việc gia tăng về số lượng thì tính chuyên nghiệp, chất lượng hoạt động và sự lớn mạnh về qui mô cũng được khẳng định với các vị trí mà Doanh nhân nữ Việt Nam đã và đang vươn tới như TOP 100 tỷ phú thế giới, TOP 50 phụ nữ quyền lực của Châu Á, danh hiệu Nữ doanh nhân nữ ASEAN tiêu biểu, Nữ doanh nhân nữ Việt Nam tiêu biểu – Cúp Bông Hồng Vàng...

Nhân dịp ngày Quốc tế phụ nữ 8/3, Tạp chí Người Làm Báo/Cổng Thông tin điện tử - Hội Nhà báo Việt Nam có cuộc trao đổi trực tuyến với các thành viên nữ Doanh nhân tiêu biểu của Hội đồng

Doanh nhân nữ Việt Nam - VCCI với chủ đề: “Doanh nhân nữ Việt Nam và khát vọng vươn lên trong thời đại mới”.

Image not found or type unknown



Bà Nguyễn Thị Tuyết Minh – Chủ tịch Hội đồng Doanh nhân nữ Việt Nam – VCCI

Chủ tịch sáng lập Mạng Nữ Doanh nhân ASEAN

Chủ tịch Hội nghị thượng đỉnh Phụ nữ Toàn cầu tại Việt Nam

Doanh nhân nữ Việt Nam và khát vọng vươn lên trong thời đại mới

Chiếm 50,2% dân số và 49% lực lượng lao động, phụ nữ Việt Nam đóng vai trò quan trọng trong tất cả các lĩnh vực: Chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội... của đất nước. Đội ngũ DN do nữ làm chủ không ngừng lớn mạnh cả về số lượng, qui mô và tầm ảnh hưởng. Tỷ lệ doanh nghiệp do nữ làm chủ tăng từ 4% năm 2009, con số này hiện nay khoảng 24% tổng số doanh nghiệp cả nước. Nhiều tập đoàn kinh tế lớn của Việt Nam do các nữ doanh nhân chèo lái, đã làm rạng danh hình ảnh của **phụ nữ** Việt Nam trên thương trường quốc tế và được bình chọn vào TOP 100 tỷ phú thế giới, TOP 50 phụ nữ quyền lực của Châu Á, đạt danh hiệu Nữ doanh nhân ASEAN tiêu biểu, Nữ doanh nhân nữ Việt Nam tiêu biểu - Cúp Bông Hồng Vàng. Mặc dù vậy, nữ doanh nhân vẫn còn gặp nhiều khó khăn khi khởi nghiệp và điều hành doanh nghiệp.

Theo báo cáo của UN Women Việt Nam 12/2020, Doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ chủ yếu có quy mô siêu nhỏ và nhỏ (chiếm 93,2%). Doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) do phụ nữ làm chủ gặp nhiều trở ngại trong kinh doanh như giới hạn trong tiếp cận nguồn lực, vốn nhân lực thấp, thiếu

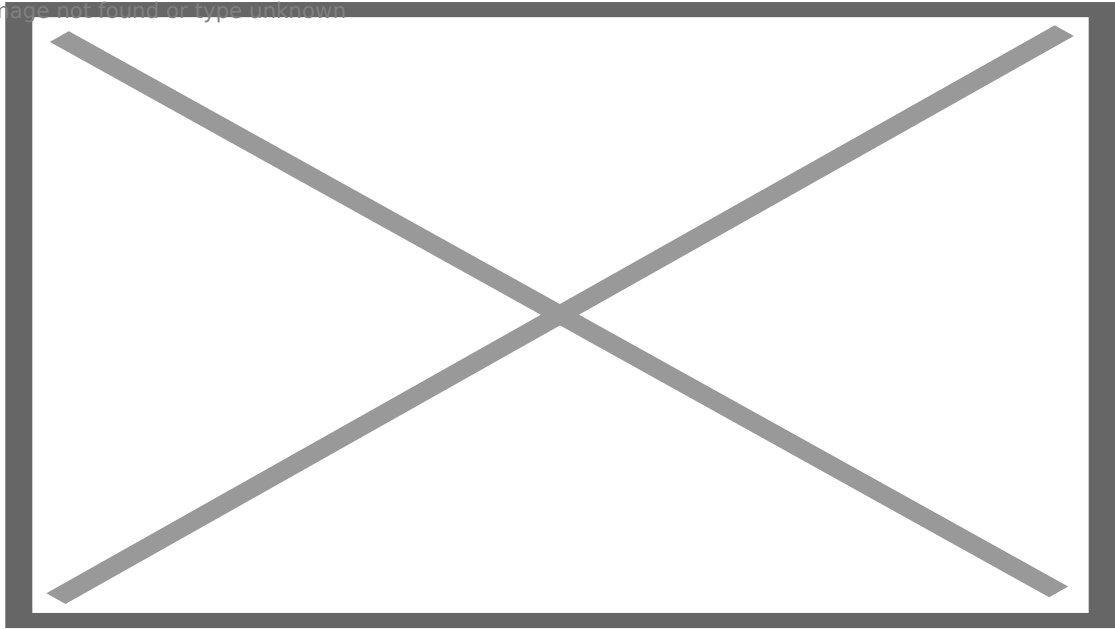
kiến thức và kỹ năng về công nghệ thông tin truyền thông (ICT), khoa học công nghệ và những định kiến giới trong gia đình và kinh doanh. Báo cáo của Grand Thompson 2019 đã chỉ ra rằng các nữ lãnh đạo cấp cao trong doanh nghiệp ở Việt Nam gặp một số trở ngại hơn so với thế giới là: Thiếu cơ hội phát triển nghề nghiệp (Toàn cầu 27%; Việt Nam: 40%); Cơ hội xây dựng các mối quan hệ (Toàn cầu: 26%; Việt Nam: 35%); Trách nhiệm chăm lo gia đình ngoài công việc (Toàn cầu: 25%; Việt Nam: 39%), ...).

Hơn hai năm qua, đại dịch Covid-19 và ảnh hưởng nặng nề của biến đổi khí hậu đã tàn phá nền kinh tế, làm cho nhiều doanh nghiệp điêu đứng, trong đó có doanh nhân nữ. Nhưng với tinh thần vượt khó, bứt phá vươn lên mọi hoàn cảnh, đã hun đúc cho các nữ doanh nhân bản lĩnh vững vàng, năng động, sáng tạo và chất “thép” đã được “tôi” trong chính những khó khăn, thách thức đó.

Nhiều doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ vẫn trụ vững và đã nhanh nhạy nắm bắt các cơ hội để tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu. Các sáng kiến chung tay cùng Chính phủ trong cuộc chiến chống đại dịch Covid đã được các doanh nhân nữ triển khai như “siêu thị 0 đồng”, “bữa cơm miễn phí”, “Áo ấm mùa đông”, chia sẻ thuốc men, lương thực, thực phẩm, vật phẩm y tế, tài chính... hỗ trợ người có hoàn cảnh khó khăn, đồng bào vùng sâu, vùng xa, biên cương, hải đảo, vùng bị ảnh hưởng bão lũ, dịch bệnh và hỗ trợ lực lượng ngành y trong tuyến đầu chống dịch Covid-19.

Với trí thông minh, tâm trong sáng và bản lĩnh vững vàng, cùng sự tiếp sức, đồng hành của Đảng, Nhà nước, Chính phủ, Quốc hội, VCCI và các tổ chức xã hội, hiệp hội doanh nghiệp... nữ doanh nhân Việt Nam nhất định sẽ hiện thực hóa được khát vọng vươn lên vì sự phát triển bền vững của doanh nghiệp và sự thịnh vượng, hùng cường của quốc gia, chung tay cùng toàn dân điểm tô “non sông gấm vóc Việt Nam” “ngày thêm tốt đẹp, rực rỡ” hơn như lời Bác Hồ dạy.

Image not found or type unknown



Bà Thái Hương, Nhà sáng lập, Chủ tịch Hội đồng Chiến lược Tập đoàn TH

Hãy sưởi ấm cho gia đình và xã hội bằng tình thương và sự lo âu của người phụ nữ

Tôi nghĩ, phụ nữ hay nam giới, khi đứng trên vai trò của một chủ doanh nghiệp thì sức mạnh về tinh thần cực kỳ quan trọng. Nhưng phụ nữ có 2 lợi thế nâng đỡ tinh thần, đó chính là sự tử tế và lợi thế được chăm sóc con cái, gia đình”. Trong mắt các chuyên gia thực phẩm thế giới, bà Thái Hương là người tạo ra cuộc cách mạng cho ngành sữa Việt Nam, đưa ngành sữa Việt từ con số 0 có một vị thế đỉnh đặc trên bản đồ thế giới.

Về phần mình, bà Thái Hương chỉ tự nhận là một người nội trợ tử tế, đang nỗ lực làm ra những món ăn tươi sạch, an toàn, bổ dưỡng và ngon miệng cho gia đình và cho cộng đồng. Là phụ nữ, tham gia vào lĩnh vực kinh doanh hàng chục năm nay, bà Thái Hương tự nhận ưu điểm của phụ nữ khi dẫn thân vào chốn thương trường là sự bao dung, nhạy cảm, tinh tế và tử tế. “Sự tử tế của **phụ nữ** kết hợp với vai trò của CEO sẽ là lợi thế mang lại thành công trong quá trình điều hành doanh nghiệp”, bà Thái Hương chia sẻ. Cũng theo bà, chính sự tử tế của doanh nhân nữ sẽ hướng nền kinh tế phát triển bền vững, hướng đến một cộng đồng xanh - sạch đẹp - bền vững.

Nhìn vào thành công của “nữ doanh nhân quyền lực châu Á” này, có thể thấy rõ nỗ lực dùng sự tử tế rất phụ nữ đó. Có thể thấy, những năm qua, bà Thái Hương kiên trì, bền bỉ với cam kết làm sữa tươi sạch, hoàn toàn từ thiên nhiên. Và điều đó đã được xác nhận từ thực tế của trang trại bò sữa quy mô hơn 45.000 con tại Nghệ An.

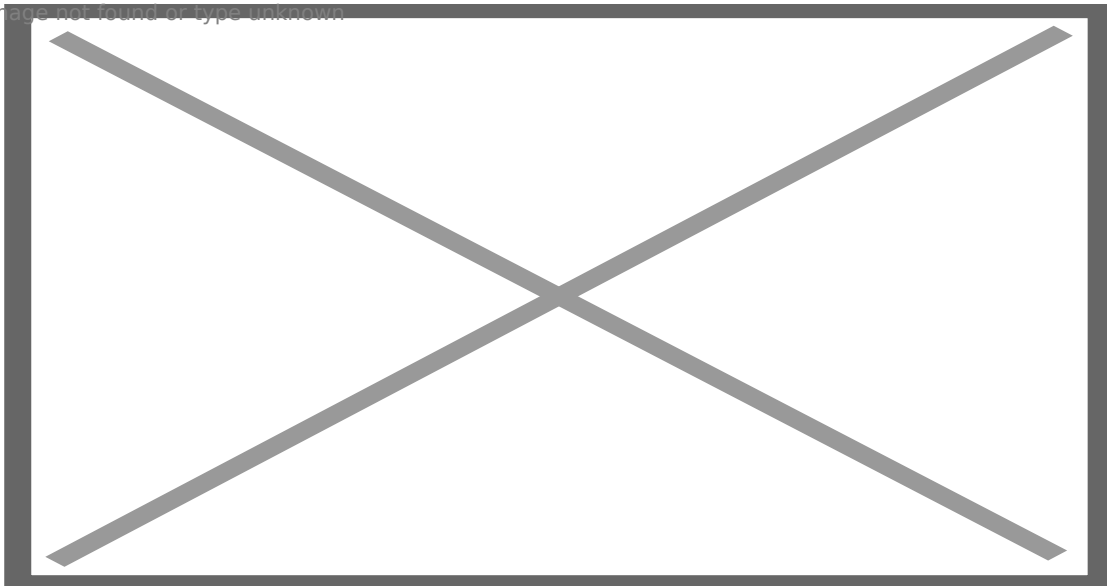
Giờ đây, lời cam kết thứ 2 tiếp tục được bà khẳng định bằng lộ trình trồng thảo dược, dược liệu,

sản xuất các sản phẩm nước uống, thực phẩm hoàn toàn từ thiên nhiên, theo giá trị cốt lõi “Vì sức khỏe cộng đồng”. Theo bà Thái Hương, phụ nữ rất có lợi thế khi kinh doanh lĩnh vực thực phẩm bởi vì người phụ nữ là người vợ, người mẹ, họ mang về bếp ăn của gia đình mình những thực phẩm tốt thế nào, thì cũng có thể mang đến bếp ăn của cả xã hội những thực phẩm tốt như thế.

Quan điểm này đã được bà Thái Hương chứng minh bằng sự thành công trong hành trình thay đổi ngành sữa và ngành thực phẩm sạch tại Việt Nam trong hơn 10 năm qua. Năm 2008, khi sự cố sữa nhiễm melamine xảy ra tại Trung Quốc khiến cho nguy cơ hàng triệu quả thận của trẻ em bị chảy máu, từ một doanh nhân trong ngành tài chính, bà Thái Hương đã quyết định đầu tư vào lĩnh vực sữa tươi sạch. Nhưng không chỉ là người vợ, người mẹ, những nữ doanh nhân vẫn luôn đóng vai trò quan trọng trong mọi lĩnh vực từ kinh tế, chính trị đến văn hóa, xã hội. Họ cũng là những người lên tiếng mạnh mẽ về các vấn nạn mang tính toàn cầu như an toàn thực phẩm, ô nhiễm và tàn phá môi trường.

Bà Thái Hương cho biết, bà muốn kêu gọi các doanh nhân nữ - những người biết cách làm những điều thực sự tốt cho con cái và người thân của mình - hãy cùng nhau làm đẹp cho bản thân mỗi ngày bằng cách sống vì người bên cạnh, xa hơn là sống vì con cháu mai sau, giúp chúng có được môi trường sạch đẹp, tồn tại vĩnh hằng với thời gian. "Hãy sưởi ấm cho gia đình và xã hội bằng tình thương và sự lo âu của người phụ nữ".

Image not found or type unknown



Bà Nguyễn Thị Nga, Chủ tịch Hội đồng quản trị Tập đoàn BRG

Tôi làm được và tôi tin là phụ nữ chúng ta sẽ làm được, năng lượng chính là đam mê và khát vọng

“Năng lượng tích cực mà tôi có được chỉ đơn giản là xuất phát từ sự đam mê và khát khao được làm việc, được cống hiến”. Đây là lời chia sẻ của bà Nguyễn Thị Nga, Chủ tịch Tập đoàn BRG. Được biết đến là một trong những “nữ tướng” tiêu biểu trên thương trường, bà chính là hình mẫu cho tấm gương về tinh thần tự lực - tự cường, dám nghĩ - dám làm của người phụ nữ hiện đại.

Tôi được nhận xét là một người có nhiều năng lượng, một người “truyền lửa không bao giờ hết lửa”. Tôi thực sự không có bí quyết gì to tát, những năng lượng mà tôi có được chỉ đơn giản là xuất phát từ sự đam mê và khát khao được làm việc, được cống hiến, là những đỉnh cao tôi đặt ra cho mình để vượt qua để rồi lại tiếp tục chinh phục đỉnh cao khác phía trước...Khát vọng và sứ mệnh của những doanh nghiệp như chúng tôi là đóng góp cùng Chính phủ để xây dựng những ngành kinh tế mũi nhọn có thể cạnh tranh được với quốc tế, trở thành thế mạnh của quốc gia.

So với người phụ nữ xưa, **phụ nữ** ngày nay ngày càng khẳng định được vai trò, vị trí cùng sự ảnh hưởng của mình trong gia đình và xã hội. Tuy nhiên, điều đó không có nghĩa là những người phụ nữ hiện đại ít lưu giữ được các giá trị truyền thống.

Quan điểm về nữ công gia chánh bây giờ cũng đã không còn giống với trước. Với tôi, nữ công gia chánh không nhất thiết là phải giỏi việc bếp núc, nội trợ, may vá, không nhất thiết ngày nào cũng phải vào bếp nấu ăn cho chồng con. Bởi trong cuộc sống hiện đại, người phụ nữ không còn phụ thuộc, thụ động mà cùng kề vai, chung sức với nam giới lo toan kinh tế, xây dựng hạnh phúc gia đình.

Công việc nhà, chăm sóc con cái, đưa đón con, nấu nướng... có thể đều phải nhờ đến sự hỗ trợ của người giúp việc, nhưng dù bận rộn đến đâu, với phụ nữ hiện đại, gia đình vẫn là điều quan trọng nhất, mỗi người sẽ có những cách khác nhau để vun vén, giữ lửa cho tổ ấm của mình. Đó chính là giá trị truyền thống được lưu giữ từ thế hệ này sang thế hệ khác và có lẽ sẽ không bao giờ thay đổi.

Gần đây, khi nói về vấn đề phụ nữ, về bình đẳng giới, tôi thấy người ta hay nhắc đến hai chữ “nữ quyền”. Tôi tự thấy bản thân mình may mắn khi có một sự nghiệp cho riêng mình, và một mái ấm bình yên như một bến đỗ, một chỗ dựa vững chắc để trở về.

Đối với tôi, dù là phụ nữ truyền thống hay hiện đại, thì vẫn luôn cân cân bằng giữa công việc và gia

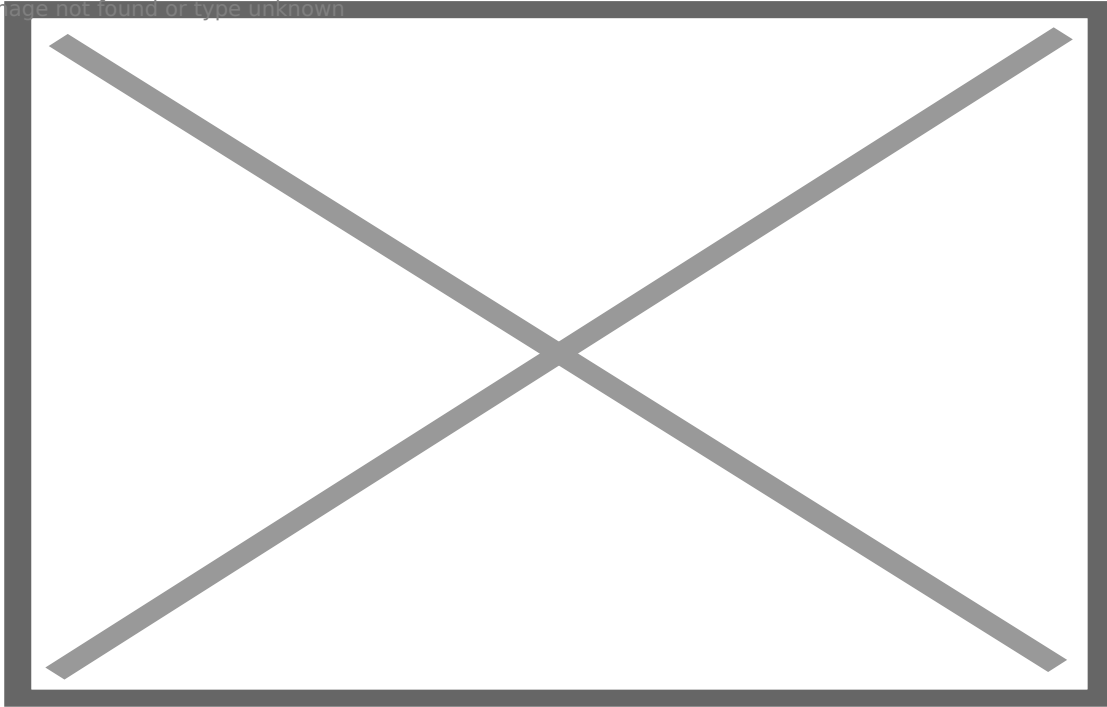
đình, để những giá trị của gia đình được gìn giữ và phát huy qua các thế hệ. Với tôi, làm việc nhà, chăm sóc gia đình, nấu cơm cho chồng con, phụ các con chăm sóc các cháu, chơi với các cháu... là cách để lấy lại cân bằng.

Công việc cơ quan có thể khiến mình bị rút sinh lực và cảm thấy căng thẳng, mệt mỏi, còn việc gia đình khiến mình như được tiếp thêm năng lượng, cảm thấy vui vẻ và yêu đời hơn. Tôi chỉ biết làm việc cật lực, làm hết sức mình cả việc công lẫn việc tư, tuyệt nhiên không có sự phân chia hay phải cố gắng tìm cách phân bổ thời gian. Dù bận, mỗi ngày, tôi vẫn dành thời gian nhất định cho riêng mình để theo dõi tin tức, xem phim, thỉnh thoảng đi chơi gôn để thay đổi trạng thái. Thư giãn và hít thở sâu là cách cân bằng trạng thái rất tốt trong bất cứ khoảng thời gian nào. Tôi nghĩ, bất cứ người phụ nữ nào, dù thành công trong công việc đến đâu, thì sau buổi làm việc, có một gia đình chờ đợi mình là điều hạnh phúc.

Đối với tôi, việc trở thành một doanh nhân nữ là một niềm tự hào vô cùng lớn. Niềm tự hào khi chúng ta không chỉ là người **phụ nữ** của gia đình mà còn là niềm cảm hứng và là người truyền lửa cho đại gia đình mang tên Tập đoàn BRG với gần 22.000 cán bộ nhân viên. Tôi tự hào khi những nỗ lực của mình và cả Tập đoàn BRG đã giúp chúng tôi có một chỗ đứng nhất định trong những lĩnh vực kinh doanh trọng yếu, không chỉ tại Việt Nam mà còn ở khu vực và thế giới.

Phương châm của tôi ngay từ khi bắt đầu sự nghiệp kinh doanh cho đến ngày hôm nay là: “Hãy kiên trì theo đuổi đam mê và khát vọng của mình, không ngừng cố gắng hiến cho sự tiến bộ của cộng đồng và sự phát triển của Tổ quốc. Hãy chinh phục khát vọng bằng cả khối óc và trái tim. Tôi làm được và tôi tin là phụ nữ chúng ta sẽ làm được.”

Image not found or type unknown



Bà Cao Thị Ngọc Dung, Chủ tịch Hội đồng quản trị PNJ

Tình yêu thương của người Phụ nữ có sức mạnh vô cùng lớn lao

Doanh nhân Cao Thị Ngọc Dung sinh năm 1957 ở tỉnh Quảng Ngãi. Bà là 1 nữ doanh nhân nổi tiếng người Việt. Hiện tại, bà đang đảm nhiệm vị trí Chủ tịch HĐQT kiêm Tổng Giám đốc CTCP Vàng bạc Đá quý Phú Nhuận (PNJ). Theo số liệu năm 2017, với tổng giá trị tài sản lên đến trên 663 tỷ đồng bà Dung là người **phụ nữ** giàu thứ 8 ở Việt Nam.

Từ khi đất nước đổi mới, có lẽ, chưa bao giờ đội ngũ doanh nhân tại TP.HCM nói riêng và cả nước nói chung gặp nhiều khó khăn như thời gian qua, đặc biệt là khi đợt dịch Covid-19 lần thứ tư bùng phát. Trở thành tâm dịch, TP.HCM phải thực hiện giãn cách xã hội nghiêm ngặt, khó khăn chồng chất. Đối mặt với nhiều thách thức, bà Cao Thị Ngọc Dung cũng như nhiều doanh nhân khác ở TP.HCM và trên cả nước đã kiên cường chèo lái “con thuyền” doanh nghiệp bằng những giải pháp linh hoạt, sáng tạo, đặc biệt là luôn bảo vệ lợi ích của người lao động. Rất nhiều doanh nhân đã lăn xả vào tâm dịch, bất chấp những nguy hiểm về sức khỏe để làm tròn trách nhiệm với cộng đồng, chung tay với chính quyền phòng, chống dịch.

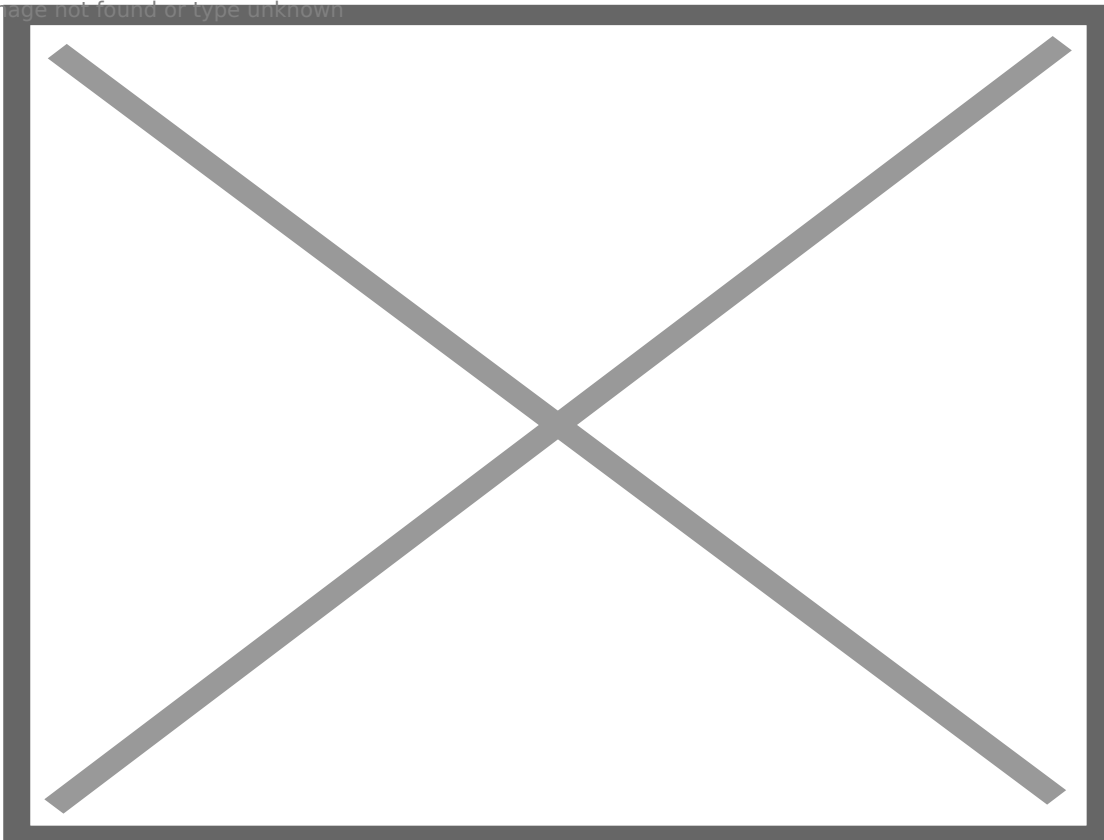
Theo bà Dung, thời gian qua doanh nghiệp bỏ ra rất nhiều về tiền của. Nhưng đó là giai đoạn lịch sử, trong lịch sử chỉ một lần này thôi, nếu không sau này muốn hỗ trợ cũng không được. Đó là lý do bà liên tục đề xuất PNJ thêm tiền hỗ trợ, thậm chí bỏ tiền túi để hỗ trợ. Bà Dung chia sẻ thêm: tình yêu thương có sức mạnh vô cùng lớn lao, có thể phá bỏ mọi rào cản để đưa con người xích lại gần

nhau hơn. PNJ và các đơn vị đồng hành sẽ tiếp tục chung tay cùng nhau tạo nên những điều kỳ diệu, lan tỏa tình người, tạo niềm tin, sức mạnh cộng đồng để cuộc sống ngày càng tốt đẹp hơn.

Trong kinh doanh, triết lý của bà là phải luôn đặt lợi ích xã hội và của người tiêu dùng lên trên lợi ích doanh nghiệp. Việc gia đình bà có truyền thống làm kinh doanh cũng đã giúp bà Dung hiểu rõ tầm quan trọng của chữ TÍN trong việc kinh doanh. Vì vậy, bà vẫn luôn đặt chữ TÍN lên hàng đầu trong mỗi chiến lược kinh doanh của mình. Tiếp đó, một yếu tố vô cùng quan trọng trong sự thành công của PNJ chính là về văn hóa doanh nghiệp. Bà đặc biệt quan tâm về bình đẳng giới và sự đa dạng trong vấn đề sử dụng lao động. Điều này yêu cầu môi trường làm việc trong công ty không chỉ phải mang tính chuyên nghiệp hiện đại, mà còn cần có cảm giác thân quen như gia đình.

Trong nhiều năm qua, với phương châm con người chính là trung tâm và cũng là mục tiêu sau cùng, bà Cao Thị Ngọc Dung đã không ngừng xây dựng một nền tảng vững chắc từ chính sách thù lao, phúc lợi, cơ hội được đào tạo, trao quyền, đến yếu tố thương hiệu và bản sắc văn hóa doanh nghiệp,...nhằm phát triển tối đa nguồn nhân lực. Và trên tất cả, công thức niềm tin song hành cùng văn hóa doanh nghiệp được bà vận dụng, phát triển một cách hiệu quả nhằm kích thích mỗi cá nhân phát huy tối đa tiềm năng trên cơ sở của sự thấu hiểu, tự giác, tự nguyện và cống hiến hết mình cho gia đình và xã hội./.

Image not found or type unknown



Người phụ nữ lãnh đạo bằng yêu thương để tạo nên kỳ tích

Chắc hẳn không ít người thắc mắc về chồng bà Nguyễn Thị Phương Thảo này là ai?. Mặc dù, không xuất hiện nhiều trước báo chí nhưng khi nhắc đến Vietjet, giới doanh nhân sẽ hoàn toàn nghĩ ngay đến cặp vợ chồng doanh nhân quyền lực Thảo - Hùng. Đặc biệt là khi biết về lý lịch khủng của người chồng luôn đứng phía sau và là chỗ dựa vững chắc cho bà Thảo. Chồng của bà Thảo, ông Nguyễn Thanh Hùng là thành viên Hội đồng tư vấn doanh nghiệp của APEC (ABAC); Phó chủ tịch diễn đàn doanh nghiệp Việt Nam - Nhật Bản; là Ủy viên Ban chấp hành hội Hữu nghị Việt Nam - Hoa Kỳ; là thành viên duy nhất của Doanh nghiệp Việt Nam tại diễn đàn kinh tế thế giới...

Vợ chồng Hùng Thảo là những người sáng lập tập đoàn Sovico Holdings, hoạt động ở nhiều lĩnh vực, như tài chính ngân hàng, bất động sản, hàng không ở Việt Nam. Vợ chồng “Hùng Thảo Sovico” nắm trong tay khối tài sản khổng lồ từ bất động sản, ngân hàng, hàng không đến các công ty tại nước ngoài. Gia đình bà Nguyễn Thị Phương Thảo được nhiều người ngưỡng mộ bởi sự giàu có và hạnh phúc. Bước qua cánh cửa của ngôi biệt thự màu trắng, dường như đối với bà Thảo, chỉ còn thế giới của gia đình.

Tuy sống ở nước ngoài nhiều năm nhưng bà Thảo vẫn giữ cốt cách của cô gái Hà Nội gốc. Bà tự mình chăm lo từng bữa cơm tối cho gia đình, trồng cây, nuôi cá, cắm hoa và chơi với những đứa con ngoan ngoãn, đáng yêu. Bà còn có thể tự may vá, làm tóc và chăm lo ngoại hình. Áp lực công việc lớn, làm việc từ sáng sớm tới đêm khuya, mỗi ngày chỉ ngủ được vài tiếng, tuy nhiên CEO Vietjet luôn mang nét tươi tắn, trẻ trung, an nhiên và tràn đầy sức sống. Khi được hỏi bí quyết, bà Thảo tiết lộ, sự lạc quan chính là mỹ phẩm tốt nhất cho **phụ nữ**.

Người phụ nữ duyên dáng, miệng hay cười, tiếp nối “giấc mơ lớn” và truyền thông điệp đó đến với cộng đồng, đặc biệt là các bạn trẻ. “Doanh nhân khởi nghiệp đừng tiết kiệm ước mơ, hãy mơ những giấc mơ to lớn và biến ước mơ thành hiện thực bằng những hành động giản dị mỗi ngày tại doanh nghiệp, tổ chức của mình. Chúng tôi đã biến điều không thể thành có thể, biến ước mơ thành hiện thực. Hàng triệu người lần đầu tiên được đi máy bay và thật hạnh phúc khi họ không chỉ là người VN mà còn là người dân đến từ nhiều nước lần đầu đi du lịch trên tàu bay Vietjet”.

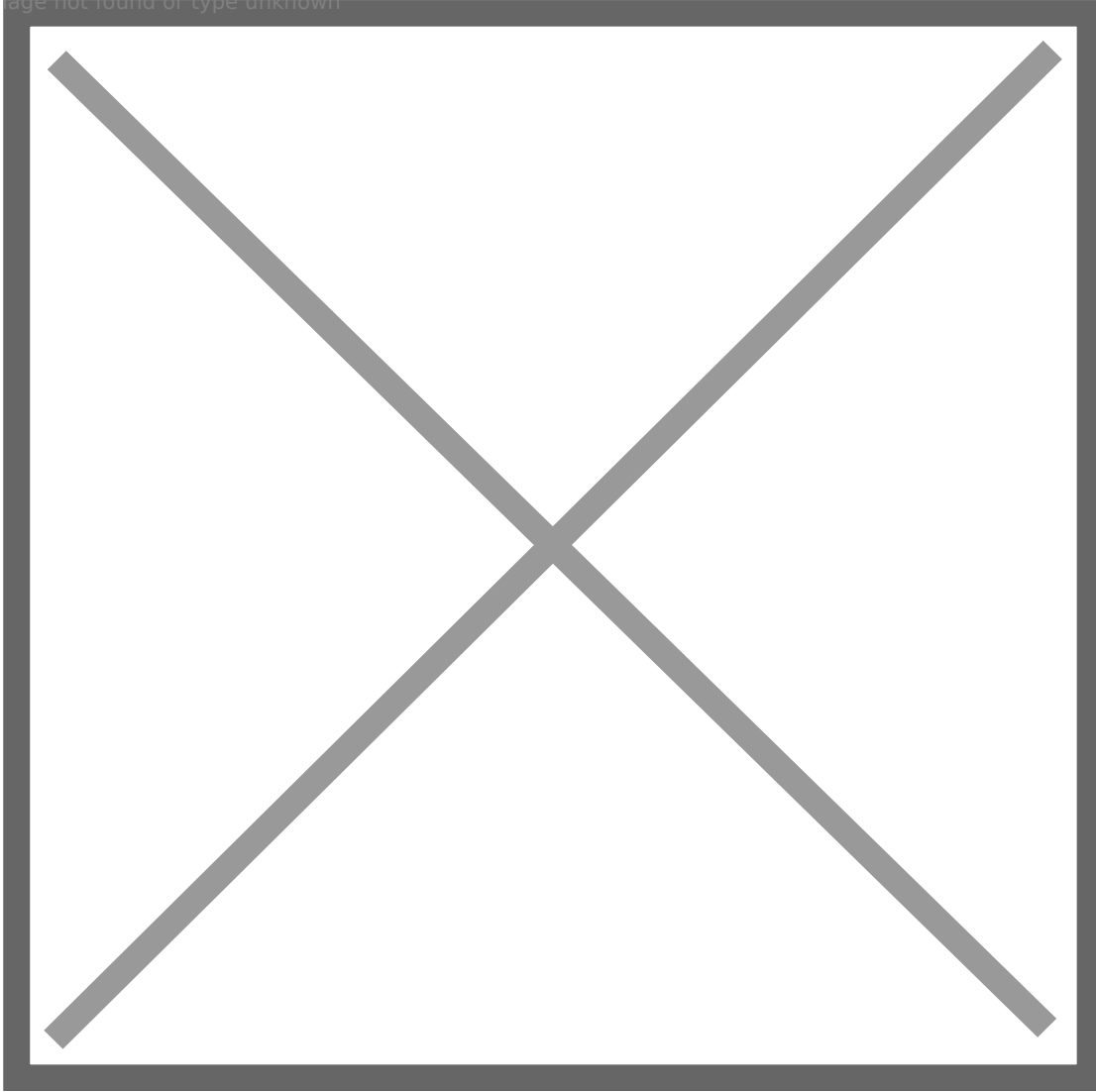
CEO Nguyễn Thị Phương Thảo khẳng định: “Không phải công nghệ làm thay đổi thế giới mà chính ước mơ của con người đã làm thay đổi thế giới; công nghệ chỉ là công cụ, và công nghệ cũng được sáng tạo từ những ước mơ của con người”. Thành công trong kinh doanh nhưng với nữ tỉ phú

Phương Thảo, mục tiêu cao hơn của hoạt động kinh doanh là tạo ra giá trị, nhất là các giá trị mới mẻ cho cộng đồng.

Bên cạnh đó, bà nhấn mạnh yếu tố kinh doanh lương thiện. “Tính lương thiện sẽ hướng mình làm điều đúng đắn, có ích cho xã hội”. Cống hiến sức lực cho doanh nghiệp nhiều là vậy, thế nhưng tôi vẫn luôn chú trọng cân bằng giữa cuộc sống gia đình và công việc lãnh đạo. Nói đơn giản, theo tôi là mình cứ mang cái chất phụ nữ vào kinh doanh, và ngược lại, mang những kiến thức hàn lâm như quản trị doanh nghiệp, nhân sự... về nhà. Có thể ai cũng nghĩ tôi là người rất bận rộn, nhưng tôi vẫn có thời gian cuối tuần xem phim và chăm sóc cho con cái. Thời nay người ta nói nhiều về bình đẳng giới và sự đấu tranh cho vị trí của người phụ nữ trong xã hội. Thực ra tôi nghĩ đã có rất nhiều người làm điều này, và có lẽ tôi xin phép không tham gia vào việc này nữa.

Theo bà, người phụ nữ có trách nhiệm gấp ba lần người thường", thì mình hãy cứ nỗ lực gấp ba lần. Đừng đòi hỏi người ta phải công nhận mình, hãy coi đó như một lẽ đương nhiên, nếu có thì là món quà cuộc sống. Nhiều lúc ở công ty tôi nói rất mạnh, nhưng thực ra bên trong vẫn là một người **phụ nữ** Á Đông, và phải hài hoà rất nhiều việc. Phụ nữ Việt Nam phải quán xuyến việc nhà, từ những việc rất nhỏ như nấu ăn, trông con, hay cả việc... thắt cà vạt cho chồng. Nên biết làm sao, hãy cứ nỗ lực gấp ba người thường!

Image not found or type unknown



Bà Hà Thị Thu Thanh, Chủ tịch HĐQT Deloitte Việt Nam

Chủ tịch HĐQT Deloitte Việt Nam: Kiên định tiên phong trong lĩnh vực kiểm toán

Ba thập kỷ phát triển, chúng tôi đã nỗ lực không ngừng để có được những ‘dấu ấn tiên phong’ trong việc mang những dịch vụ giá trị gia tăng vượt trội và bền vững tới khách hàng, tới đối tác và tới cộng đồng. Chúng tôi cũng thật kiêu hãnh với ‘dấu ấn bản địa’ khi kế thừa tinh hoa 175 năm của Deloitte toàn cầu, biết kết hợp và sáng tạo cùng bản sắc truyền thống và giá trị thuần Việt, để tạo nên những giá trị đặc trưng riêng có của Deloitte Việt Nam. Ba thập kỷ phát triển, chúng tôi đã nỗ lực không ngừng để có được những ‘dấu ấn tiên phong’ trong việc mang những dịch vụ giá trị gia tăng vượt trội và bền vững tới khách hàng, tới đối tác và tới cộng đồng.

Chặng đường 30 năm phát triển và thành công của Deloitte Việt Nam cũng chính là chặng đường phát triển của ngành kiểm toán độc lập Việt Nam. Và cũng bởi thế, bà Hà Thị Thu Thanh còn được mệnh danh là “người đàn bà thép” của ngành kiểm toán Việt Nam. Và hơn hết, bà tự hào về việc

Deloitte Việt Nam đang “sở hữu” một đội ngũ hùng hậu hơn 1.000 cán bộ, nhân viên, chuyên gia được đào tạo bài bản, có năng lực và trình độ quốc tế, am hiểu văn hóa và pháp luật của Việt Nam. Sở hữu nhiều “báu vật” như vậy, nên Deloitte Việt Nam trong 3 thập kỷ vừa qua luôn là sự lựa chọn hàng đầu của các doanh nghiệp muốn tìm kiếm các dịch vụ tư vấn chuyên ngành, giúp doanh nghiệp quản trị minh bạch, phát triển bền vững và đưa ra những tư vấn chiến lược hiệu quả.

Trong mọi hoàn cảnh và giai đoạn phát triển, Deloitte Việt Nam vẫn luôn kiên tâm theo tôn chỉ ‘kiến tạo những giá trị ảnh hưởng’. Đây không chỉ là kim chỉ nam cho mọi hoạt động của Deloitte Việt Nam, mà còn cho tất cả các thành viên của Deloitte toàn cầu. Đó cũng là một trong những giá trị cốt lõi để Deloitte toàn cầu liên tục nhiều năm liền là hãng số 1 trong ‘Big4’ về quy mô doanh thu, về tốc độ tăng trưởng, và giá trị thương hiệu.

Trong sự nỗ lực tột cùng đó, tôi nhận ra trong con người mình có một giá trị, đó là sự kiên định. Sự kiên định không phải là cái gì quá to lớn, bắt đầu bằng việc chọn con đường, đi mà không ngã, bám vào những giá trị mình chọn, để đến hôm nay, tôi là một người mẹ hạnh phúc, các con tự hào về mình, là một người làm nghề có dấu ấn từ thời đầu tiên đó. Kiên định chỉ đơn giản là nội lực của bản thân, là nỗ lực đến tột cùng để vượt qua khó khăn, đi đúng con đường đã chọn.

Tôi tin mục tiêu cao cả với sự ròng rã kiên định trong suốt mười năm qua sẽ giúp Deloitte tiếp tục tiên phong. Người lãnh đạo thành công là người biết biến nội lực thành giá trị, từ giá trị thành bộ kỹ năng, trở thành phiên bản tốt nhất của chính mình để dẫn dắt tổ chức đi đến thành công,” nữ doanh nhân chia sẻ.

Nói về bốn phận người [phụ nữ](#).

Chia sẻ quan điểm về vai trò của gia đình và liệu gia đình có phải là một rào cản đối với người phụ nữ, bà Thanh khẳng định: “Chắc chắn gia đình không có tội, không thể coi gia đình là một rào cản mà phải là một động lực”. Bà Thanh khẳng định, để có thể trở thành một người phụ nữ thành công phải “lãnh đạo bản thân mình trước khi lãnh đạo bất cứ ai”. Để đạt được thành công và tiến tới những vị trí cao hơn, người phụ nữ cần có sự tự tin vào khả năng làm được mọi việc như đàn ông và tự mình bước qua định kiến.

Image not found or type unknown



Doanh nhân nữ khởi nghiệp bằng sự vượt khó vươn lên

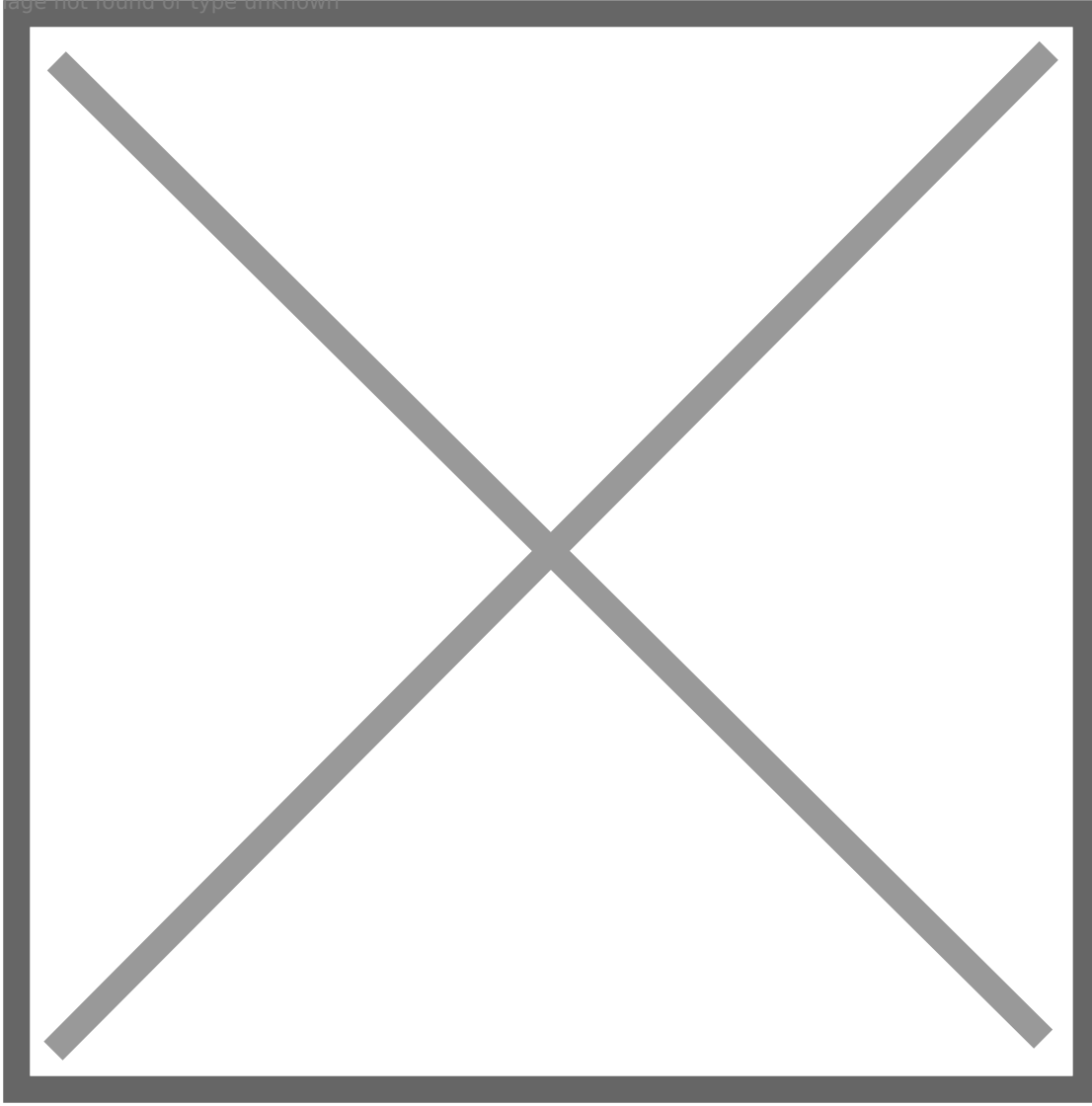
Schum Coffee là một thương hiệu Cà phê thuộc Công ty TNHH Phát triển Schum Quốc Tế, khởi nghiệp năm 2017, đúng vào lúc dịch Covid 19 bùng phát và kéo dài đến nay là 4 năm rồi, nhưng qua quá trình đổi theo chị và thấy chị vẫn an lạc, hạnh phúc, bền bỉ phát triển mỗi ngày. Chị hướng tới những sản phẩm xanh trong một môi trường xanh và mơ ước về một hệ sinh thái xanh“ vì thế chị đi tìm kiếm những gia đình, những nông hộ và đồng hành cùng họ, thuyết phục, đồng hành với từng cá nhân từng bước chuyển đổi và phát triển.

4 năm với biết bao khó khăn, thăng trầm trong khởi nghiệp, gặp đúng lúc “thiên không thời, địa không lợi, nhân không hòa” vất vả như thế nhưng chị không nản, một mình cũng làm, ít việc cũng làm, ít đơn cũng phục vụ, gặp bài toán khó giải cũng phải làm, và rồi “tích tiểu thành đại” chị cũng dần ổn định và tiếp tục phát triển mở rộng việc phát triển kinh doanh, có một hệ thống khách hàng thấu hiểu và yêu thương đồng hành – “ Schum Coffee giờ là một thương hiệu được yêu mến trong giới cà phê rồi đấy ”

4 năm, Schum Coffee – hạt cà phê hạnh phúc được sinh ra và lớn lên trong khó khăn nhưng không vì thế mà làm khó chị Hương, chị không những bền bỉ kiên trì kinh doanh và còn phát động và thực hiện dự án “Gieo mầm xanh cho tương lai” bằng việc trích lại một phần nhỏ những lợi nhuận để Trồng Rừng hay “Gieo một ly cà phê ấm” đồng hành cùng các bác sỹ tuyến đầu chống dịch.

Với sự kiên trì bền bỉ và hướng tới phát triển bền vững trong kinh doanh, chị lựa chọn sản xuất những ly cà phê vì sức khỏe với mong muốn rằng những sản phẩm này sẽ đem đến cả sức khỏe bản thân – sức khỏe tài chính – sức khỏe môi trường không chỉ cho những người trồng cà phê mà còn là những người thợ rang xay tử tế và những vị khách hàng bỏ tiền ra mua ly cà phê để thưởng thức hàng ngày.

Image not found or type unknown



Nữ Doanh nhân Nguyễn Thị Quỳnh Phương - Nhà sáng lập MPACT

Khởi nghiệp bằng giá trị truyền thống Việt vào cuộc sống hiện đại

Thế giới có gần 4 tỉ phụ nữ với số đo, vóc dáng khác nhau, nhưng đa phần các thương hiệu thời trang trong mọi phân khúc đều chỉ có 6-10 cỡ (size) cho phụ nữ lựa chọn. Hệ thống kích cỡ (sizing) quá hạn hẹp, không bao phủ hết các số đo cá biệt, để tận dụng mô hình sản xuất hàng loạt, rẻ hơn, chính là lý do mà mỗi năm mặc dù có đến 150 tỉ sản phẩm may mặc được làm ra, nhưng rất nhiều phụ nữ vẫn không tìm được trang phục thực sự phù hợp với số đo riêng biệt của cơ thể mình.

Mô hình sản xuất hàng loạt này được cho là một trong những yếu tố chính gây ra tình trạng sản xuất và tiêu dùng dư thừa quá độ - vấn đề lớn nhất cản trở ngành công nghiệp thời trang trở nên bền vững hơn. Đây cũng chính là lý do dù tốn rất nhiều tiền của, thời gian và không gian trong cuộc sống mỗi ngày, nhưng nhiều **phụ nữ** vẫn luôn cảm thấy “không có gì để mặc” khi đứng trước một tủ đầy ắp áo quần. Và để lấp đầy khoảng trống tâm lý này, phụ nữ chúng ta lại tiếp tục lặp lại

vòng quay mua sắm mà vẫn không bao giờ đạt được cảm giác “là đủ”.

MPACT là thương hiệu Việt đầu tiên sẽ áp dụng công nghệ quét 3D lấy số đo cơ thể để lưu giữ và lan tỏa may đo truyền thống vào cuộc sống hiện đại. Với mô hình “3 KHÔNG”: KHÔNG SIZE - KHÔNG HÀNG TỒN - KHÔNG THEO TRÀO LƯU, Mpact ra đời để phá vỡ rào cản “sizing” bó hẹp, đánh đồng sự đa dạng về số đo cá biệt của mỗi người phụ nữ; đồng thời thoát ra khỏi vòng quay chóng mặt của những bộ sưu tập mới liên tục thay đổi, gây tác hại đến hệ sinh thái cũng như sức khỏe tinh thần của người phụ nữ.

Tại Mpact mỗi một thiết kế được nghiên cứu và phát triển như một phần mềm để có thể được sử dụng qua nhiều năm tháng, và khi cần chỉ nâng cấp, chứ không phải liên tục loại bỏ và làm mới. Với hướng đi này, Mpact chỉ có một bộ sưu tập duy nhất và tập trung đầu tư R&D, cho đổi mới, nâng cấp thiết kế, chất liệu và xây dựng kho dữ liệu số đo để kỹ thuật fitting ngày càng chính xác.

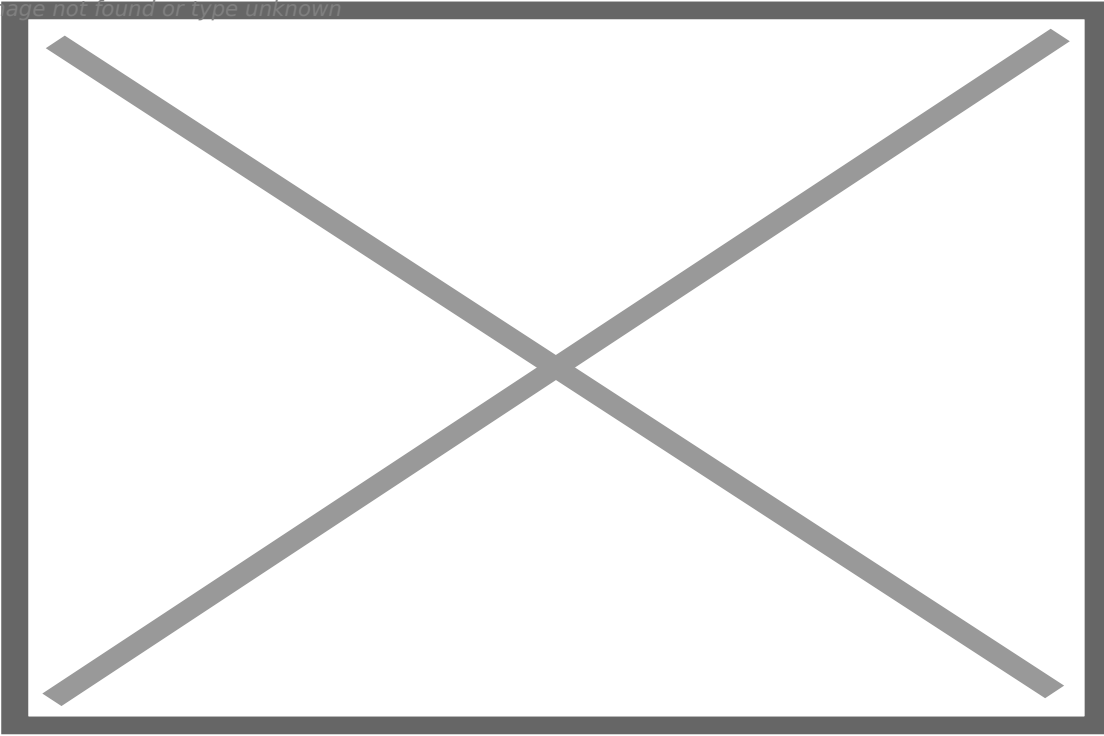
Ý tưởng sáng tạo thường bắt nguồn từ chính thực tế cuộc sống, từ nhu cầu của các chị em bận rộn, đảm đương nhiều vai trò, trọng trách trong xã hội. Có lẽ chính vì thế mà hầu hết các thiết kế của Mpact cũng đa kiểu dáng và đa tính năng như chính những người phụ nữ Mpact đang phục vụ. Mpact còn tiên phong trong việc thúc đẩy sự minh bạch và tính truy xuất, tái định nghĩa lại “Made in Vietnam”.

Khi mua một sản phẩm tại Mpact, bạn biết được ai là người cắt, may cho bạn cũng như thông tin chi tiết cụ thể về chất liệu và nhà cung ứng. Mpact nhận thấy rằng, trong một thế giới mà đi đâu cũng thấy “100% cotton” thì đã đến lúc người tiêu dùng cần được có thêm thông tin để phân biệt được chất lượng các loại cotton và sự khác biệt.

Mpact đã tìm ra được điểm giao thoa bền vững giữa lưu giữ truyền thống may đo Việt, lan tỏa văn hoá tiêu dùng có kết nối giữa người mặc với người may cũng như giữa người mặc với trang phục, và trao quyền cho phụ nữ thoát khỏi rào cản “sizing” định kiến về ngoại hình của mình. Chúng tôi cũng hy vọng rằng công nghệ sẽ giúp may đo Việt tới được với nhiều **phụ nữ** trên thế giới để giúp họ kết nối, tự tin hơn với chính số đo của mình”./.

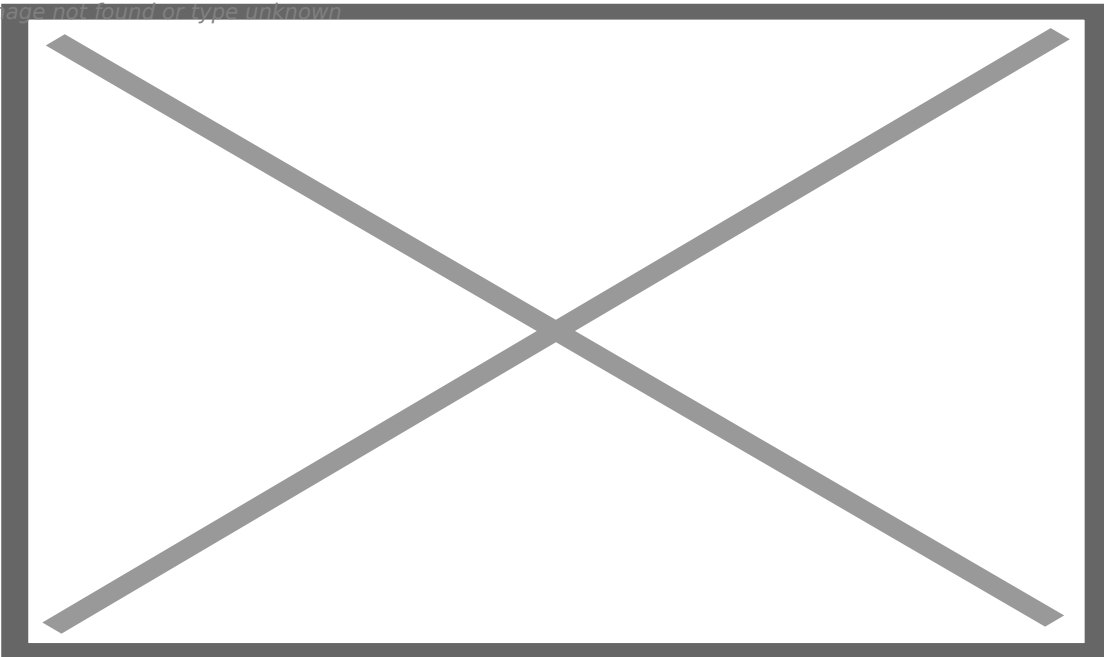
Một số hình ảnh:

Image not found or type unknown



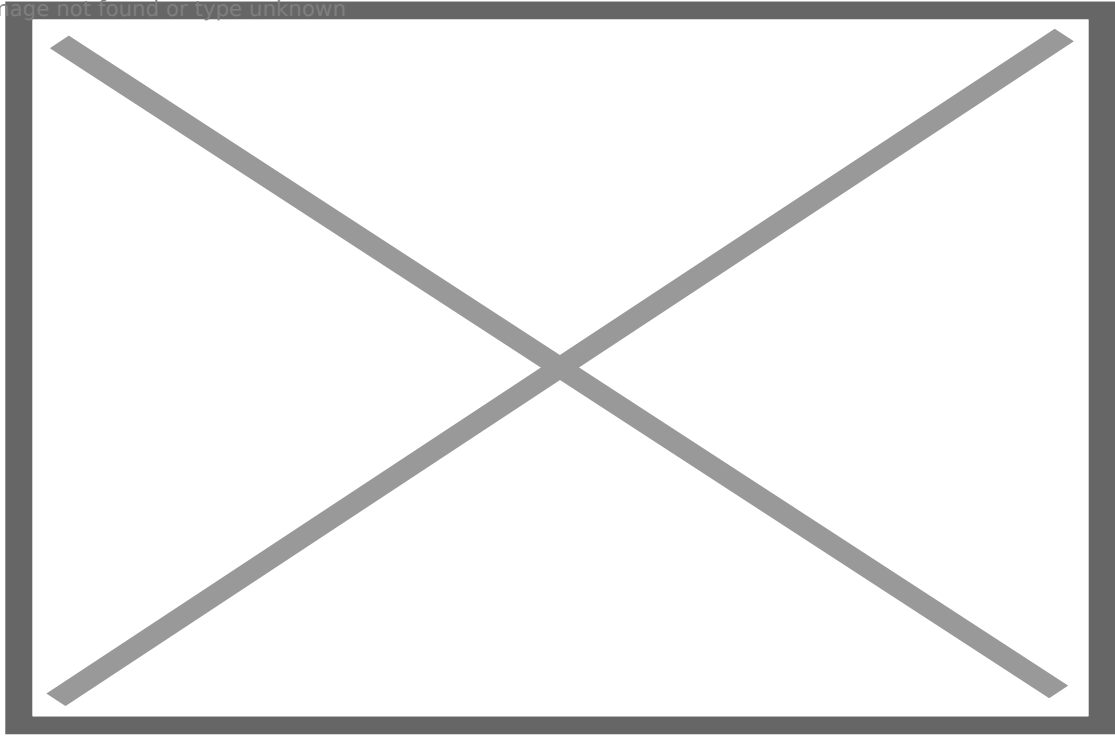
Đại hội Đại biểu Hiệp hội nữ doanh nhân Việt Nam nhiệm kỳ II

Image not found or type unknown



Đồng chí Trương Hòa Bình dự Đại hội Đại biểu Hiệp hội nữ doanh nhân Việt Nam nhiệm kỳ II

Image not found or type unknown



Hiệp hội nữ doanh nhân Việt Nam chụp ảnh lưu niệm với Đồng chí Nguyễn Xuân Phúc

Tuấn Hoàng - Tuấn Trần - Tuấn Hữu

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/doanh-nhan-nu-viet-nam-khat-vong-vuon-len-trong-thoi-dai-moi>