

Trang chủ/Diễn đàn khoa học/Nghiên cứu - Trao đổi

Bản luận về lãnh đạo nữ trong doanh nghiệp: Vai trò của tinh thần kinh doanh và các rào cản xã hội

15:42 | 27/11/2024

EFR Ngày nay, phụ nữ đã chứng minh sự tồn tại của mình bằng việc giữ các vị trí quan trọng trong các công ty đa quốc gia hoặc trở thành doanh nhân trên toàn thế giới.

TS. Nguyễn Hồng Thu

Trường Đại học Thủ Dầu Một

Email: thunh@tdmu.edu.vn

Tóm tắt

Trong thực tế, số lượng nữ giới giữ các vị trí lãnh đạo trong các doanh nghiệp vẫn thấp hơn đáng kể so với nam giới. Vì lý do này, việc tăng cường quyền lực cho phụ nữ là cần thiết để tăng số lượng doanh nhân nữ và đáp ứng quá trình phát triển của xã hội. Nghiên cứu nhằm luận giải các quan điểm về đặc điểm lãnh đạo và tinh thần kinh doanh của nữ giới trong quản lý doanh nghiệp. Thông qua các kỹ thuật phân tích, đánh giá và diễn giải, nghiên cứu này tiết lộ rằng, tinh thần lãnh đạo của phụ nữ trong kinh doanh đang ngày càng có sự tăng trưởng và có sự khác biệt về phong cách lãnh đạo so với nam giới. Dựa trên nghiên cứu này, tác giả đưa ra các khuyến nghị liên quan để nâng cao vai trò lãnh đạo quản lý kinh doanh các trong doanh nghiệp và hướng đến giải pháp bảo đảm vấn đề bình đẳng giới trong xã hội.

Từ khóa: lãnh đạo nữ, doanh nghiệp, tinh thần kinh doanh, rào cản xã hội

Summary

In reality, the number of women holding leadership positions in enterprises is still significantly lower than that of men. For this reason, empowering women is necessary to increase the number of women entrepreneurs and respond to the development of society. The study aims to explain the views on leadership characteristics and women entrepreneurship in business management. Through analysis, evaluation, and interpretation techniques, this study reveals that women's leadership in business is growing, and there are differences in leadership styles compared to men. Based on this study, the author makes relevant recommendations to enhance the role of business management leadership in enterprises and towards solutions to ensure gender equality in society.

Keywords: women leadership, enterprise, entrepreneurship, social barriers

ĐẶT VẤN ĐỀ

Bình đẳng giới ngụ ý rằng, nam giới và nữ giới nên được đối xử công bằng và bình đẳng, thực hiện vấn đề này đã mang đến nhiều cơ hội cho phụ nữ tham gia vào các khía cạnh khác nhau của cuộc sống mà trước đây không có sẵn dành cho họ. Bất kể thành tựu của họ trong các lĩnh vực nào, phụ nữ hiện nay luôn có cơ hội lớn để tham gia tích cực vào các hoạt động xã hội trong đời sống cộng đồng. Ngày nay, phụ nữ đã chứng minh sự tồn tại của mình bằng việc giữ các vị trí quan trọng trong các công ty đa quốc gia hoặc trở thành doanh nhân trên toàn thế giới. Về đặc điểm tinh thần kinh doanh có sự khác nhau giữa nam giới và nữ giới (Kamberidou, 2013). Nữ giới có phong cách giao tiếp xã hội khác so với nam giới, điều này cũng ảnh hưởng đến phong cách kinh doanh của họ. Do đó, giới tính sẽ ảnh hưởng đến phong cách quản lý của lãnh đạo trong doanh nghiệp. Dựa trên những lập luận này, nghiên cứu tập trung vào vai trò của phụ nữ và tinh thần khởi nghiệp kinh doanh của họ, cũng như các rủi ro và rào cản tiềm năng khi phụ nữ đảm nhận vai trò lãnh đạo trong doanh nghiệp.

CƠ SỞ LÝ LUẬN NGHIÊN CỨU

Hành vi kinh doanh bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố, bao gồm: tuổi tác, giới tính, trình độ học vấn, kỹ năng quản lý và các yếu tố tâm lý (Spencer và cộng sự, 2012). Nghiên cứu của Lucarelli (2014) đã chỉ ra rằng, tính cách giới tính ảnh hưởng đến tinh thần khởi nghiệp. Trong kinh doanh, những người lãnh đạo hiệu quả thường xây dựng mối quan hệ bằng cách hỗ trợ tổ chức hoặc nhóm trong việc đạt được mục tiêu của họ. Trong một thế giới toàn cầu cạnh tranh gay gắt, một người lãnh đạo phải sẵn lòng chấp nhận rủi ro và đưa ra quyết định, tìm kiếm cách hành động mới, linh hoạt và sáng tạo, và tận dụng hiệu quả các nguồn lực có sẵn. Người lãnh đạo phải có khả năng khám phá và sử dụng các nguồn lực mới liên quan đến tầm nhìn

của người lãnh đạo.

Thực tế, các nhà lãnh đạo là những doanh nhân được coi là mang lại những thay đổi đột phá và kích thích trong kinh doanh (Kuratko, 2007). Họ tạo dựng tinh thần doanh nhân như một quá trình tầm nhìn, năng động, đam mê và sáng tạo, bao gồm: khả năng tính toán rủi ro theo thời gian, hiệu quả tạo ra một đội ngũ liên doanh, thu thập các nguồn lực cần thiết, xây dựng một kế hoạch kinh doanh khả thi và nhận diện các cơ hội mà người khác chưa nhìn thấy (Kuratko và Hodgetts, 2007). Hơn nữa, Esmer và Dayi (2017) cho rằng, tư duy lãnh đạo kinh doanh liên quan đến việc tạo ra sản phẩm, quy trình và cơ hội mở rộng trong doanh nghiệp, làm việc trong tổ chức xã hội và tham gia vào các vấn đề xã hội. Do đó, xem xét các khía cạnh đạo đức của các quản lý và nhà lãnh đạo, theo Chatzigianni (2018) cho rằng, mục tiêu chính của họ là tạo ra giá trị như một phương tiện để nâng cao danh tiếng của doanh nghiệp và tăng giá trị đầu tư của họ.

Cho đến nay, vẫn có những cuộc tranh luận về các đặc điểm của lãnh đạo, như: cơ hội, giáo dục và kinh nghiệm được trang bị bởi những nhà lãnh đạo tài năng. Trước đây, một nhà lãnh đạo tài năng thường được miêu tả là một ông chủ có đầy đủ quyền lực và quyền hành, trong khi ngày nay, một nhà lãnh đạo tốt là người làm mọi việc đúng vị trí và phải là một tấm gương hoặc một hình mẫu để truyền cảm hứng cho nhân viên của họ (Maxwell, 1993). Các hoạt động của một nhà lãnh đạo không chỉ liên quan đến việc lập kế hoạch, giải quyết vấn đề và tổ chức hoạt động kinh doanh, mà còn chuẩn bị tổ chức của họ để thực hiện những thay đổi tốt hơn và có khả năng hướng dẫn nhân viên của họ qua các vấn đề phát sinh trong kinh doanh (Kotter, 1999).

Bất kể phong cách nào, một nhà lãnh đạo đóng vai trò quan trọng trong sự tồn tại và tương lai của một doanh nghiệp. Vai trò của một nhà lãnh đạo có thể được phân loại thành hai loại, theo Plowman và cộng sự (2007) cho rằng: (1) Một nhà lãnh đạo là người kiểm soát, chỉ đạo và giám sát tương lai của tổ chức của họ. Trong trường hợp này, nhà lãnh đạo sẽ sử dụng các phương pháp khác nhau để đạt được giá trị kỳ vọng trong tương lai (Plowman và cộng sự, 2007). Nhà lãnh đạo đặt tiêu chuẩn cho hành vi, kiểm soát công việc của cấp dưới và chú ý đến nhu cầu cá nhân của cấp dưới để điều hướng tất cả các yếu tố trong công ty đến kết quả mong muốn (Eagly và Johannesen-Schmidt, 2001); (2) Một nhà lãnh đạo hơn là một người tạo điều kiện để tạo ra một môi trường thúc đẩy sự đổi mới trong số cấp dưới thay vì tạo ra sự đổi mới chính họ. Nhà lãnh đạo tạo điều kiện hơn là kiểm soát, cung cấp hỗ trợ cho các hành vi có lợi cho sự phát triển của tổ chức và theo dõi sự phát triển của tổ chức. Vai trò của một nhà lãnh đạo như một người kiểm soát dựa trên quan điểm truyền thống của các lý thuyết lãnh đạo, trong khi vai trò mới nổi như một người tạo điều kiện sẽ phải đối mặt với một hệ thống phức tạp do các yếu tố về môi trường và bên ngoài xảy ra cho doanh nghiệp (Marion và Uhl-Bien, 2002).

TINH THẦN KINH DOANH VÀ VAI TRÒ CỦA LÃNH ĐẠO NỮ TRONG DOANH NGHIỆP

Lãnh đạo nữ đóng một vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy sự đổi mới và phát triển trong doanh nghiệp. Họ thường mang đến góc nhìn đa dạng và khả năng giải quyết vấn đề sáng tạo. Một doanh nhân trong nền kinh tế đóng vai trò quan trọng và có tác động tích cực đến sự phát triển của nền kinh tế. Tinh thần kinh doanh không chỉ là một phương pháp khoa học, mà còn là một nghệ thuật. Cụ thể hơn, đó là kiến thức thực tế và kỹ năng trong công việc quản lý. Có sự khác biệt trong việc thực hành tư duy kinh doanh tập trung vào sự đổi mới và quản lý kinh doanh, nó cũng tập trung vào phát triển nguồn lực và thực hiện chiến lược (Nassif và cộng sự, 2012). Với những khác biệt này, doanh nhân không chỉ có khả năng khởi đầu các doanh nghiệp mới được thiết lập bởi tư duy kinh doanh và hoạt động kinh doanh, mà nó còn bao gồm một số khả năng như: sáng tạo, cơ hội, tổ chức, chiến lược, cam kết xã hội, mạng lưới xã hội, tư duy học tập liên tục và cân bằng giữa công việc và cuộc sống (Nassif và cộng sự, 2012).

Một doanh nhân sở hữu một phần hoặc toàn bộ các khả năng kinh doanh được sử dụng để vận hành một doanh nghiệp và các khả năng của doanh nhân quyết định cách thức vận hành của doanh nghiệp. Do đó, vai trò của tư duy kinh doanh cũng liên quan đến khả năng của doanh nhân, và vai trò này bao gồm: khả năng xây dựng một văn hóa cạnh tranh trong tổ chức, tạo ra sự đổi mới, tích cực và có cái nhìn mới về cơ hội thị trường để mở rộng mạng lưới kinh doanh (Nassif và cộng sự, 2012; Nguyen, 2024). Ngày nay, nam giới và nữ giới có cơ hội bình đẳng trong kinh doanh, nhưng số lượng nữ doanh nhân vẫn chưa cao bằng nam doanh nhân, mặc dù hiện tại chưa có bằng chứng rõ ràng cho thấy khả năng lãnh đạo của nữ doanh nhân thấp hơn nam doanh nhân. Thậm chí, một số đặc điểm của công việc, kinh doanh và tư duy kinh doanh của phụ nữ có xu hướng có các đặc điểm tương tự nam giới (Pines, Lerner và Schwartz, 2010).

Ở nước ta, nữ giới sở hữu khoảng 1/4 số lượng các doanh nghiệp, nhưng tỷ lệ này tương đối ở mức tương đương so với nhiều quốc gia khác trên thế giới. Theo nghiên cứu của Mastercard (MIWE, 2020), Việt Nam xếp hạng thứ 23 trong tổng số 58 quốc gia được chọn với tỷ lệ sở hữu doanh nghiệp của phụ nữ. Số liệu thống kê, phụ nữ sở hữu 26,5% trên tổng số các doanh nghiệp, tỷ lệ này tương đối cao so với các nước trong khu vực, như: Thái Lan (23%), Indonesia (21%) và Singapore (24%). Tỷ lệ này cũng tương đối cao so với các quốc gia trên thế giới, như: Pháp (24%) và Thụy Điển (20%). Tuy nhiên, tỷ lệ này vẫn thấp hơn so với các nước, như: Ghana (36%), Malawi (31%) và Philippines (27%). Nước ta có nhiều phụ nữ hơn nam giới tham gia vào hoạt động kinh doanh trong giai đoạn khởi nghiệp tại Việt Nam: tỷ lệ này cao hơn so với các nước phát triển hơn, như: Israel và Hoa Kỳ (ADB, 2023). Năm 2021, tỷ lệ phụ nữ giữ vị trí quản lý chỉ là 25%. Ngoài ra, tỷ lệ phụ nữ giữ vị trí quản lý cấp cao và trung cấp đã giảm từ 23% năm 2020 xuống còn 16% năm 2021. Mặc dù cao hơn nhiều quốc gia khác trên thế giới, tỷ lệ này tương đương với các nước trong khu vực (ADB, 2023).

Dẫu vậy, ngoài sự phát triển của số lượng, đội ngũ doanh nhân nữ bị ảnh hưởng bởi các yếu tố khác nhau cả từ bên trong và bên ngoài. Các yếu tố này bao gồm sự do dự của phụ nữ trong việc khởi nghiệp cho đến khi họ tự tin vào khả năng của mình. Một khi doanh nghiệp hoạt động, họ có xu hướng tìm kiếm lời khuyên từ bên ngoài từ những người có kinh nghiệm đa

dạng hơn so với đối tác là nam giới. Họ cũng nhạy bén hơn với chất lượng dịch vụ khách hàng. Các yếu tố bên ngoài gây trở ngại cho tinh thần khởi nghiệp của phụ nữ vẫn liên quan đến bất bình đẳng xã hội và kinh tế, cũng như sự phân biệt đối xử. Những khó khăn về tài chính và quan hệ thị trường quốc tế cũng là những yếu tố đầy thách thức cho đội ngũ danh nhân nữ. Cho đến nay, vẫn chưa có nhiều tấm gương nổi bật của nữ doanh nhân tiên phong trong việc phát triển tinh thần khởi nghiệp.

Liên quan đến các yếu tố hỗ trợ và thành công, trong nhận thức của các doanh nhân nữ, nhận thức về sự hỗ trợ có tác động tích cực đến thành công kinh doanh của họ và nhận thức về thành công cũng được coi là một hình thức hỗ trợ để phụ nữ trở thành doanh nhân (Pollard, 2006). Các doanh nhân nữ cũng nhận thức về tầm quan trọng của việc phát triển năng lực quản lý và kinh doanh, cũng như cân bằng cuộc sống cá nhân với công việc. Họ vượt qua nỗi sợ hãi, kiểm soát cảm xúc, đổi mới và kiên trì trong việc vận hành doanh nghiệp (Nassif và cộng sự, 2012). Một đặc điểm khác của tinh thần khởi nghiệp của phụ nữ là động lực của họ liên quan đến cơ hội và nhu cầu. Ở các quốc gia phát triển hơn với mức kinh tế cao hơn, phụ nữ có xu hướng trở thành doanh nhân khi họ nhìn thấy cơ hội kinh doanh tốt cho mình. Phụ nữ thường mang tinh thần kinh doanh mạnh mẽ, họ tìm kiếm cơ hội, đối mặt với thách thức và xây dựng mô hình kinh doanh bền vững. Tinh thần kinh doanh của phụ nữ thường đi kèm với khả năng hợp tác, tạo mối quan hệ và tạo ra giá trị cho cộng đồng.

Mặt khác, nhiều nghiên cứu được tiến hành trong bối cảnh của các nước đang phát triển hoặc các nền kinh tế chuyển đổi, họ khẳng định rằng, có sự khác biệt rõ rệt trong trải nghiệm của các doanh nhân nam giới và nữ giới trong quản lý kinh doanh. Điều này do sự khác biệt trong việc tiếp cận các cơ hội và thách thức khác nhau. Những hạn chế tiềm ẩn trong bối cảnh ở cấp độ toàn cầu của các nước đang phát triển hoặc các nền kinh tế chuyển đổi cũng bao gồm những khoảng cách về tổ chức, khung pháp lý và tiêu chuẩn (Mair và Lanuza, 2005). Đến nay, chúng ta vẫn thiếu bằng chứng đáng kể về tinh thần kinh doanh của phụ nữ trong các nước đang phát triển, nhưng họ được thúc đẩy và phát triển bởi sự đổi mới và cơ hội (Nicolopoulou và cộng sự, 2016). Mặc dù một số nghiên cứu đã xác định các đặc điểm chung của phụ nữ có khát vọng khởi nghiệp, như: (vấn đề) tránh rủi ro, hạn chế tiếp cận nguồn lực tài chính, thiếu động lực, hạn chế về giáo dục, ý tưởng khởi nghiệp, hỗ trợ ra quyết định và việc sử dụng không hiệu quả mạng lưới của xã hội cũng đang là vấn đề cần bàn luận.

RÀO CẢN VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI VAI TRÒ CỦA PHỤ NỮ LÃNH ĐẠO TRONG DOANH NGHIỆP

Sự tiến bộ của phụ nữ tại nơi làm việc đã đạt được những bước tiến đáng kể, tuy nhiên, mặc dù số lượng nhân viên nữ ở vị trí quản lý trung cấp tăng lên, nhưng vẫn còn thiếu hụt phụ nữ ở các vị trí lãnh đạo cấp cao. Vẫn còn sự mâu thuẫn giữa quan niệm về bình đẳng và bất bình đẳng vẫn còn tiếp tục tồn tại. Cho rằng, phụ nữ đã vượt qua các rào cản để đạt được vị trí cấp cao, nhưng thực tế là họ vẫn bị thiếu hụt trong các mô hình quản lý như chức vụ giám đốc và lãnh đạo cấp cao trong các doanh nghiệp. Phụ nữ vẫn đối mặt với những rào cản đáng kể khi muốn trở thành những nhà lãnh đạo cấp cao trong tổ chức.

Khi xem xét cấu trúc xã hội và ngữ cảnh của doanh nghiệp, phụ nữ phải đối mặt với (1) Một số vấn đề chung trong xã hội nói chung và (2) Một số vấn đề khác đặc thù cho ngữ cảnh kinh doanh. Vấn đề xã hội là những vấn đề sâu sắc trong văn hóa xã hội, và phụ nữ phải đối mặt với các yếu tố cá nhân, phải cân bằng giữa công việc và chăm sóc bản thân, trách nhiệm gia đình. Ngoài ra, những yếu tố hạn chế sự tiến bộ nghề nghiệp của phụ nữ bao gồm: một số khía cạnh xã hội, yếu tố vốn con người và kỳ vọng xã hội về sự tham gia của phụ nữ trong các ngành và lĩnh vực (Eagly và Sczesny, 2009). Vốn con người đề cập đến kỹ năng, kinh nghiệm và kiến thức mà một nhân viên mang đến trong vị trí mà họ đảm nhiệm. Kỳ vọng văn hóa cho rằng, việc phụ nữ tạm dừng sự nghiệp do trách nhiệm gia đình, chẳng hạn như chăm sóc trẻ em hoặc chăm sóc cha mẹ, được chấp nhận hơn là nam giới đảm nhận những vai trò này. Hơn nữa, phụ nữ được khuyến khích làm việc trong các phòng ban có ít hoặc không có cơ hội thăng tiến trong quản lý (Guerrero, 2011). Phụ nữ ở vị trí quản lý thường ít có khả năng đến từ nền tảng tinh thần kinh doanh, điều này hạn chế những nỗ lực thành công của họ vì họ ít hoặc không có kinh nghiệm trong lãnh đạo kinh doanh (Broughton và Miller, 2009). Tuy nhiên, phụ nữ có thể bù đắp cho thiếu hụt kinh nghiệm này bằng cách phát triển chuyên môn thông qua các bằng cấp đào tạo. Mặt khác, phụ nữ thường phải đối diện với rào cản để phát triển hoặc thiếu kinh nghiệm trong kinh doanh quốc tế do hạn chế trong việc tiếp cận cơ hội trao đổi học tập, thường được ưu tiên cho nam giới nhiều hơn (Broughton và Miller, 2009). Cuối cùng, việc thúc đẩy sự chấp nhận rộng rãi hơn về vai trò lãnh đạo của phụ nữ trong doanh nghiệp cần được thúc đẩy hơn mà không dựa vào giới tính là cơ sở để bàn luận (Eagly và Sczesny, 2009). Mặc dù ít phổ biến hơn so với các vấn đề xã hội, các vấn đề liên quan đến cấu trúc kinh doanh ảnh hưởng đến tiềm năng của phụ nữ và nam giới nói chung cần chú ý hơn đến việc chào đón các thành viên là nữ tham gia vào bộ máy tổ chức.

Ngoài những hạn chế đã đề cập, cơ chế phản ứng của nam giới và nữ giới cũng khác nhau. Đối mặt với các rào cản, phụ nữ thường có xu hướng tránh các ngành nghề có mức độ định kiến hoặc phân biệt đối xử cao hơn. Những ngành nghề này thường do nam giới chiếm ưu thế là phần nhiều, đặc biệt là những ngành liên quan đến kỹ năng truyền thống được coi là thể mạnh của nam giới, như: xây dựng, vật lý, khoa học tự nhiên... (Zhang và cộng sự, 2009). Mặc dù phụ nữ được coi là đạt được những bước tiến đáng kể trong việc đạt được vị trí cao cấp, nhưng trong thực tế phụ nữ vẫn thiếu đại diện tính bình đẳng trong vai trò này. Phụ nữ trong vai trò lãnh đạo và kinh doanh vẫn chưa đóng vai trò quan trọng, các rào cản phức tạp và phổ biến đang ngăn chặn sự tiến bộ của hàng triệu phụ nữ khao khát tiến vào các vị trí quyền lực cao hơn. Những rào cản cấu trúc, định kiến và phân biệt đối xử mà những phụ nữ này đối mặt thường bị hiểu lầm, tạo ra nhiều vấn đề phức tạp, trở ngại và cản trở đối với sự tiến bộ mà họ có thể đạt được. Để giải quyết sự mất cân bằng này, nghiên cứu cần được đánh giá và trải qua những biến đổi tích cực hơn trong vai trò lãnh đạo và kinh doanh của họ.

MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ

Dựa trên việc tổng hợp và so sánh nghiên cứu, tác giả đưa ra một số khuyến nghị như sau:

Thứ nhất, cần loại bỏ các rào cản đối với khả năng lãnh đạo của phụ nữ, vì vậy, Nhà nước cần có chính sách thúc đẩy mạnh mẽ hơn nữa và ủng hộ phát huy bình đẳng giới trong xã hội, tạo ra các cơ hội phát triển năng lực cho phụ nữ. Cần thúc đẩy các mô hình thành công và biểu dương những tấm gương phụ nữ tiêu biểu thành công trong xã hội, tạo điều kiện để gia tăng hơn nữa tỷ lệ phụ nữ trong vai trò lãnh đạo để tận dụng sức mạnh của một đội ngũ lãnh đạo đa dạng có bao gồm cả nam giới và nữ giới.

Thứ hai, cần có các chính sách cụ thể và chương trình hành động cụ thể để tác động đến nhận thức của xã hội về vai trò của người phụ nữ tham gia lãnh đạo trong các doanh nghiệp, và như vậy sẽ dần thay đổi và tạo điều kiện thuận lợi cho phụ nữ phát triển khả năng lãnh đạo của mình. Phụ nữ tham gia lãnh đạo không chỉ đóng góp vào sự phát triển kinh tế của đất nước mà còn thúc đẩy sự công bằng xã hội và bền vững.

Thứ ba, phụ nữ phải vươn lên và mạnh dạn vượt qua các rào cản, định kiến trong xã hội để tham gia vào các hoạt động, các lĩnh vực quan trọng của tổ chức, họ phải nỗ lực cố gắng và phải phân biệt rõ hành vi của họ khi thực hiện vai trò lãnh đạo cũng như trong cuộc sống hàng ngày. Phụ nữ cần học cách thu thập các kỹ năng và họ phải tiếp tục học tập để duy trì và nâng cao khả năng lãnh đạo của mình. Trong việc phân bổ tài nguyên và thời gian, cần dành thời gian phù hợp để cập nhật kiến thức, thông tin và các năng lực cần thiết để phát triển sự nghiệp. Để vượt qua rào cản này, ngoài sự nỗ lực của bản thân, phụ nữ cần có sự hỗ trợ từ cộng đồng, Chính phủ và tổ chức phi lợi nhuận. Đào tạo, tài trợ và mạng lưới kết nối đóng vai trò quan trọng.

Thứ tư, trong các doanh nghiệp, nên thúc đẩy văn hóa doanh nghiệp bình đẳng giới trong tổ chức, nêu rõ những hành vi được khuyến khích bao gồm cả hành vi và thái độ được mong đợi từ những người phụ nữ lãnh đạo. Như vậy, họ sẽ không bị các rào cản ràng buộc về hành vi và thái độ cả trong công việc và cuộc sống cá nhân. Trong gia đình, nam giới cũng cần thể hiện sự thông cảm và có sự hỗ trợ thiết thực cả về cảm xúc và hành động để giảm bớt trách nhiệm chăm sóc gia đình cho người phụ nữ khi họ vừa phải tham gia xã hội vừa phải lo chăm sóc gia đình.

Thứ năm, cần có sự giáo dục và hướng nghiệp về giới đến các đơn vị giáo dục trong toàn xã hội, cần quan tâm và phổ biến kiến thức và định hướng nghề nghiệp cho nữ giới. Tuyên truyền thái độ tích cực đối với việc đặt mục tiêu công việc và cam kết với sự phát triển nghề nghiệp của mình. Tuyên truyền, giáo dục và xây dựng hình ảnh của những người mẹ và những nhà lãnh đạo nữ xuất sắc, để các bạn trẻ là nữ giới học hỏi những tấm gương sáng để noi theo. Việc thúc đẩy lãnh đạo nữ và tinh thần kinh doanh của phụ nữ là một phần quan trọng của việc xây dựng một xã hội bình đẳng và phát triển. Sự chung tay, chung sức đồng lòng của các cấp chính quyền, ban, ngành và tổ chức giáo dục sẽ góp phần thúc đẩy bình đẳng giới và phát huy giá trị tốt đẹp của người phụ nữ nói chung, nhất là vai trò tham gia lãnh đạo trong các doanh nghiệp nói riêng./.

Tài liệu tham khảo

1. ADB (2023), *Thúc đẩy tăng trưởng doanh nghiệp thông qua tháo gỡ các rào cản sách trắng về doanh nghiệp nhỏ và vừa do phụ nữ làm chủ tại Việt Nam*.
2. Broughton, A., and Miller, L. (2009), Women in senior management: Is the glass ceiling still intact?, *The Journal of Industrial Relations & Human Resources*, 11(4), 7-23, doi:10.4026/1303-2860.2009.0122.x.
3. Chatzigianni, E. (2018), The impact of governance and leadership on the reform of the federation international de Football, *International Review of Services Management*, 1(1), 41–62.
4. Eagly, Alice H., and Johannesen-Schmidt, Mary C (2001), The leadership styles of female and males, *Journal of Social Issues*, 57(4), 781-797.
5. Eagly, A., and Sczesny, S. (2009), *Stereotypes about women, men and leaders: Have times changed?* In M. Barreto, M. Ryan, & M. Schmitt (Eds.), *The glass ceiling in the 21st century: Understanding barriers to gender equality* (pp. 21-48), Washington, DC: American Psychological Association.
6. Esmer, Y., and Dayi, F. (2017), Entrepreneurial leadership: A theoretical framework, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(2), 112–124.
7. Guerrero, L. (2011), *Women and leadership*, In W. Rowe, L. Guerrero (Eds.), *Cases in leadership* (380-412), Thousand Oaks, CA: SAFE Publications.
8. Kamberidou, Irene (2013), Female entrepreneurs: we cannot have change unless we have men in the room, *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2(1), 1-18.
9. Kotter, John P (1999), *What leaders really do*, Harvard Business Press.
10. Kuratko, D. F. (2007), Entrepreneurial leadership in the 21st century, *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(4), 1-11.

11. Kuratko, D. F., and Hodgetts, R. M. (2007), *Entrepreneurship: Theory, process, practice (7th ed.)*, Mason, OH: Thomson/SouthWestern Publishing.
12. Lucarelli, S. (2014), *The EU's leadership in global governance: Perceptions from the others*, In Communicating Europe in Times of Crisis (45–64), London: Palgrave Macmillan.
13. Marion, Russ, and Uhl-Bien, Mary (2002), Leadership in complex organizations, *The Leadership Quarterly*, 12(4), 389-418.
14. Maxwell, John C (1993), *Developing the leader within you*, Thomas Nelson Publishers.
15. Mair, J., and I. M. Lanuza. (2005), *Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction and delight*, IESE Business School Working Paper, No. 546, <http://ssrn.com/abstract-673446>.
16. Nassif, Vânia Maria Jorge, Andreassi, Tales, Tonelli, Maria Jose., and Fleury, Maria Tereza Leme (2012), Female entrepreneurs: Discussion about their competencies, *African Journal of Business Management*, 6(26), 7694-7704.
17. Nicolopoulou, K, Kakabadse, N, Nikolopoulos, KP, Alcaraz, J, Sakellariou, K (2016), Cosmopolitanism and Transnational Elite entrepreneurial practices: manifesting the cosmopolitan disposition in an cosmopolitan city, *Society And Business Review*, 11(3), 257-275.
18. Nguyen, M. H. (2024). Natural absurdity: How satirical fables can inform us of a vision for sustainability?. <https://books.google.com/books?id=viQtEQAAQBAJ>
19. Plowman, Donde Ashmos, Solansky, Stephanie, Beck, Tammy E, Baker, LaKami, Kulkarni, Mukta., and Travis, Deandra Villarreal (2007), The role of leadership in emergent, selftorganization, *The Leadership Quarterly*, 18(4), 341-356.
20. Pines, Ayala Malach, Lerner, Miri., and Schwartz, Dafna (2010), Gender differences in entrepreneurship: equality, diversity and inclusion in times of global crisis, Equality, Diversity and Inclusion, *An International Journal*, 29(2), 186- 198.
21. Pollard, Rolanda P. Farrington (2006), Female Entrepreneurs: How Important are Their Perceptions?, *Academy of Entrepreneurship Journal*, 12(1).
22. Spencer, A. J., Buhalis, D., and Moital, M. (2012), A hierarchical model of technology adoption for small owner-managed travel firms: An organizational decisionmaking and leadership perspective, *Tourism Management*, 33, 1195–1208.
23. Zhang, S., Schmader, T., and Forbes, C. (2009), *The effects of gender stereotypes on women's career choice: Opening the glass door*, In M. Barreto, M. Ryan, & M. Schmitt (Eds.), *The glass ceiling in the 21st century: Understanding barriers to gender equality* (pp. 125-150), Washington, DC: American Psychological Association.

Ngày nhận bài: 27/10/2024; Ngày phản biện: 10/11/2024; Ngày duyệt đăng: 27/11/2025

URL: <https://kinhtevadubao.vn/ban-luan-ve-lanh-dao-nu-trong-doanh-nghiep-vai-tro-cua-tinh-than-kinh-doanh-va-cac-rao-can-xa-hoi-30434.html>

© Kinh tế và Dự báo - Bộ Kế hoạch và Đầu tư