



# WE RISE *Together*

Tạo cơ hội thị trường bình đẳng cho phụ nữ bằng cách thúc đẩy Đa dạng nhà cung cấp thông qua Mua sắm có trách nhiệm giới (SD-GRP) tại Việt Nam



© 2024 UN Women. Bảo lưu mọi quyền.

Các quan điểm nêu trong ấn phẩm này thuộc về tác giả cùng những người đóng góp và không đại diện cho quan điểm của UN Women, Liên Hợp Quốc hay bất kỳ tổ chức liên kết nào của Liên Hợp Quốc.

Tác giả: Hoàng Bích Thảo, Nguyễn Kim Lan (UN Women), Hội đồng Doanh nhân nữ Việt Nam (VWEC) và Sáng kiến Hỗ trợ Phụ nữ Khởi nghiệp và Kinh doanh (WISE)

Người đánh giá: Nguyễn Kim Lan, Nguyễn Kiều Khánh Linh và Phạm Thị Nga (UN Women)

Người phụ trách hình ảnh: Hoàng Bích Thảo, Trang Trần và Thùy Dương

# WE RISE *Together*

Tạo cơ hội thị trường bình đẳng cho phụ nữ  
bằng cách thúc đẩy Đa dạng nhà cung cấp thông qua  
Mua sắm có trách nhiệm giới (SD-GRP) tại Việt Nam



# GIỚI THIỆU

Với sự hỗ trợ tài chính từ Chính phủ Australia thông qua Quan hệ đối tác Mekong-Australia, dự án WE RISE Together (Tháng 3 năm 2022 - Tháng 2 năm 2025) do UN Women triển khai hướng đến mục tiêu tạo cơ hội thị trường bình đẳng cho phụ nữ bằng cách thúc đẩy đa dạng nhà cung cấp thông qua mua sắm có trách nhiệm giới (SD-GRP) tại Thái Lan và Việt Nam. Mua sắm có trách nhiệm giới (GRP) được định nghĩa là “việc lựa chọn bền vững các dịch vụ, hàng hóa hoặc công trình dân dụng có tính đến tác động đối với bình đẳng giới và trao quyền cho phụ nữ”. Dự án WE RISE Together hướng tới kiến tạo một hệ sinh thái đổi mới, giúp phụ nữ lãnh đạo doanh nghiệp, tiếp cận, hưởng lợi bình đẳng từ các cơ hội thị trường lớn hơn, thông qua xuyên suốt bốn lĩnh vực:

- 1. Hệ sinh thái mạnh mẽ hơn:** Hỗ trợ các tổ chức nhà nước và tư nhân xây dựng, thúc đẩy chính sách cũng như biện pháp đa dạng nhà cung cấp và mua sắm có trách nhiệm giới
- 2. Nhiều mô hình doanh nghiệp và mạng lưới hỗ trợ hơn:** Thông qua các cơ hội kết nối và mô hình kinh doanh bền vững, bao trùm, các doanh nghiệp có trách nhiệm giới và doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ được nâng cao năng lực để tiếp cận thị trường
- 3. Năng lực tổ chức mua được nâng cao:** Các tổ chức mua thuộc khu vực nhà nước và tư nhân có thể tăng cường vận động, thúc đẩy và thực hiện mua sắm có trách nhiệm giới
- 4. Nhiều cơ hội thị trường bình đẳng hơn:** Tạo các nền tảng kết nối các doanh nghiệp có trách nhiệm giới và doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ tới các tổ chức mua có quy mô lớn hơn thuộc khu vực nhà nước và tư nhân

# CÁC KẾT QUẢ CHÍNH CỦA DỰ ÁN



**Đánh giá nhanh về mua sắm có trách nhiệm giới tại Việt Nam.**



**Thông tư số 06/2022/TT-BKHĐT và Thông tư số 52/2023/TT-BTC** hướng dẫn cơ chế sử dụng Ngân sách nhà nước nhằm thực hiện chính sách hỗ trợ cho doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV), đã được ban hành nhờ một phần đóng góp của UN Women thông qua việc tạo bằng chứng từ việc nghiên cứu và vận động chính sách với các nhà lập pháp.



**Sổ tay hỗ trợ các DNNVV do phụ nữ làm chủ** tiếp cận chính sách của Nhà nước và nền tảng thương mại điện tử.



**102 đơn vị mới ký kết WEP**, nâng tổng số đơn vị ký kết WEP của Việt Nam lên 222 vào tháng 11 năm 2024. Tổng cộng 32 công ty đã giành Giải thưởng WEP vào năm 2022 và 2024.



**653 lãnh đạo và nhân viên (98% là phụ nữ) thuộc 261 doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ** (WOBs) đã được nâng cao kiến thức về kinh doanh bền vững và có trách nhiệm giới, xây dựng thương hiệu, quản lý tài chính, ứng dụng công nghệ số và chiến lược tiếp thị để phát triển các mô hình kinh doanh có khả năng phục hồi và cạnh tranh cao hơn, tận dụng các cơ hội kết nối để tăng cường tiếp cận thị trường.



**1.562 lãnh đạo và nhân viên (90% là phụ nữ) thuộc 558 công ty** đã tăng cường năng lực về mua sắm có trách nhiệm giới, đa dạng nhà cung cấp và bình đẳng giới tại nơi làm việc, thị trường và cộng đồng theo Nguyên tắc trao quyền cho phụ nữ (WEP) thông qua chương trình đào tạo, huấn luyện và các sự kiện kết nối kinh doanh của dự án.



**19 hợp đồng bán hàng** thành công được ký kết giữa các WOBs và tổ chức mua; 110 kết nối kinh doanh giữa các bên này được tạo ra, bao gồm các hoạt động gửi mẫu, báo giá, thử nghiệm mẫu và đàm phán về các điều kiện bán hàng, sau các sự kiện kết nối kinh doanh (gồm 143 WOBs là nhà cung cấp và 80 Người mua).

Cuốn sách này trình bày những câu chuyện về các doanh nghiệp bền vững, bao trùm do phụ nữ làm chủ mà đã nâng cao năng lực tiếp cận thị trường cũng như các tổ chức mua có trách nhiệm giới giúp thúc đẩy mua sắm có trách nhiệm giới.

# LỜI NÓI ĐẦU



Chúng tôi rất hân hạnh được giới thiệu tập hợp những câu chuyện đầy cảm hứng này từ 12 doanh nghiệp bền vững do phụ nữ làm chủ và các doanh nghiệp mua sắm có trách nhiệm giới tại Việt Nam.

Việt Nam mong muốn trở thành quốc gia có thu nhập cao vào năm 2045 và đạt mức trung hòa carbon vào năm 2050. Để đạt được mục tiêu này, Việt Nam cần biến những bất bình đẳng hiện tại thành động lực mới cho tăng trưởng toàn diện và hiệu quả. Một trong những lĩnh vực cần cải thiện là khả năng tiếp cận thị trường.

Giờ đây, không còn có thể phủ nhận sự đóng góp của các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ trong việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Tại Việt Nam, cứ trong 5 doanh nghiệp thì có 1 doanh nghiệp là do phụ nữ làm chủ. 92% trong số đó là doanh nghiệp nhỏ hoặc siêu nhỏ. Một doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ có trung bình 30 nhân viên.

Ở quy mô toàn cầu, nếu các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ tăng trưởng với tốc độ bằng doanh nghiệp do nam giới làm chủ, GDP toàn cầu sẽ tăng lên khoảng 2 nghìn tỷ đô la – tương đương với 2% đến 3% GDP toàn cầu và tạo ra 288 triệu đến 433 triệu việc làm mới. Hiện tại, các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ chỉ nhận được 1% chi tiêu mua sắm công và tư trên toàn cầu.

Thông các câu chuyện về những công ty truyền cảm hứng, chúng tôi mong có thể khích lệ những người khác và khuyến khích đầu tư nhiều hơn vào các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ và lãnh đạo, cũng như thúc đẩy mua sắm có trách nhiệm giới. Chung tay, chúng ta có thể tạo nên một tương lai công bằng và thịnh vượng hơn cho tất cả mọi người.

Trưởng Đại diện  
UN Women tại Việt Nam

**Caroline T. Nyamayembe**

# LỜI CẢM ƠN

UN Women chân thành cảm ơn Chính phủ Australia, Bộ Ngoại giao và Thương mại Australia đã hào phóng tài trợ cho dự án WE RISE Together thông qua Quan hệ đối tác Mekong-Australia. Chúng tôi cảm ơn Hội đồng Doanh nhân nữ Việt Nam (VWEC) thuộc Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam và Sáng kiến Hỗ trợ Phụ nữ Khởi nghiệp và Kinh doanh (WISE) vì sự hợp tác vô giá và đồng sản xuất ấn phẩm này.

12 doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ và thực hiện tốt bình đẳng giới được giới thiệu trong ấn phẩm này đã chia sẻ cởi mở hành trình của họ, trở thành bộ phận cho nhiều phụ nữ khác tiến bước. Cuối cùng nhưng không kém phần quan trọng, dự án WE RISE Together không thể thành công nếu thiếu sự hướng dẫn kỹ thuật và hỗ trợ nguồn lực từ Văn phòng UN Women Khu vực Châu Á và Thái Bình Dương.

# Khai thác tinh hoa Đất - Trời

## SÁNG KIẾN NÔNG NGHIỆP BỀN VỮNG CỦA CHỊ NGUYỄN PHẠM CẨM TÚ



Ở tuổi 40, chị Nguyễn Phạm Cẩm Tú đã khẳng định mình là một nhà tiên phong trong lĩnh vực năng lượng tái tạo tại Đà Nẵng. Là một trong ba nhà sáng lập của Công ty TNHH CAS, năm 2019, chị Tú đã khởi xướng một dự án đột phá, kết hợp sản xuất nông nghiệp với điện mặt trời.

Trên trang trại năng lượng mặt trời rộng 4 hecta tại Ninh Thuận, dưới những mái nhà khai thác năng lượng mặt trời, chị kết hợp mô hình nuôi 2.000 con gà thả vườn, tuân thủ nghiêm ngặt các tiêu chuẩn của Liên minh Châu Âu về chăn nuôi gia cầm. Dự án này đã tạo ra những quả trứng có chất lượng vượt trội với giá bán cao hơn so với các sản phẩm thông thường.

Dù doanh nghiệp có nhiều triển vọng phát triển, chị Tú cũng gặp phải nhiều thách thức trong việc bán hàng và tiếp thị. Tuy nhiên, nhờ việc tham gia vào chương trình WE RISE Together, do UN Women và Sáng kiến hỗ trợ Phụ nữ Khởi nghiệp và Kinh doanh (WISE) tổ chức, chị Tú đã nhận thấy nhiều thay đổi đáng kể. Chương trình giúp chị mở rộng tầm nhìn về các thực hành kinh doanh bền vững và trung lập giới.







**“ Nhờ sự đào tạo và cố vấn từ UN Women và WISE, tôi đã có cái nhìn rộng mở hơn rất nhiều.**

Chị Tú chia sẻ.



Với đội ngũ gồm 36 nhân viên, chị đã xây dựng thương hiệu sản phẩm của mình như một phần của mô hình nông nghiệp thông minh bền vững, hứa hẹn mang lại lợi ích ba chiều cho nông dân, môi trường và nền kinh tế.

Các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ thường gặp nhiều khó khăn trong việc tiếp cận nguồn lực và thị trường, và thường chỉ giành được 1% chi tiêu từ mua sắm công và tư toàn cầu. Bà Caroline Nyamayemombe, Trưởng đại diện UN Women tại Việt Nam, đã nhấn mạnh tầm quan trọng của sáng kiến WE RISE Together.

**Chiến lược của chúng tôi tích cực tìm cách đưa các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ vào chuỗi cung ứng. Điều này không chỉ thúc đẩy sự công bằng kinh tế mà còn làm phong phú thêm hệ sinh thái kinh doanh.**

Bà Caroline Nyamayemombe, Trưởng đại diện, UN Women Viet Nam tại Việt Nam, phát biểu.

Sau khi hoàn thành chương trình đào tạo và tập huấn kéo dài sáu tháng, cùng sự kiện kết nối kinh doanh vào tháng 3 năm 2024, chị Tú đã ký kết thành công hợp đồng với hai khách sạn 5 sao danh tiếng tại Đà Nẵng, cung cấp ít nhất 20.000 quả trứng mỗi tháng. Chị cũng đang lên kế hoạch mở rộng sang bốn khách sạn sang trọng khác trong khu vực. Tinh thần sáng tạo đổi mới và kiên cường của chị Tú là minh chứng rõ ràng cho việc các nữ doanh nhân có thể tạo ra những thay đổi lớn lao, hướng tới một tương lai bền vững và hòa nhập về giới.



*Từ giá trị truyền thống* đến thành công



**HÀNH TRÌNH MỞ RỘNG SẢN PHẨM  
TINH DẦU TRÀM TRÀ CỦA CHỊ TRẦN THỊ VUI**

**B**iến một doanh nghiệp nhỏ thành một công ty triệu đô là một thách thức lớn, nhưng hoàn toàn có thể đạt được nếu có quyết tâm”, chị Trần Thị Vui, một nữ doanh nhân điều hành doanh nghiệp sản xuất tinh dầu trà 27 năm tuổi tại Huế, chia sẻ.

Ở tuổi 54, chị Vui là thế hệ thứ hai trong gia đình sản xuất tinh dầu tại Huế, loại sản phẩm vốn từ xưa chỉ dành riêng cho các gia đình hoàng tộc dành cho phụ nữ sau khi sinh nhờ vào đặc tính kháng khuẩn của nó.

Hiện tại, công ty của chị Vui có 60 nhân viên, trong đó 80% là phụ nữ. Vào mùa thu hoạch, công ty tạo cơ hội thu nhập cho khoảng 200 phụ nữ và nông dân địa phương, mỗi người có thể kiếm tới 7 triệu đồng (tương đương 250 USD) mỗi tháng nhờ việc bán lá trà và cây thuốc cho Công ty TNHH Kim Vui.

**Tôi nhận thấy hiện nay nhu cầu sử dụng tinh dầu ngày càng tăng và quyết định mở rộng quy mô từ nghề truyền thống của gia đình. Phụ nữ, người già, trẻ nhỏ hoặc bất kỳ ai cũng có thể sử dụng được mặt hàng này. Vì vậy, tôi đã chuyển đổi doanh nghiệp gia đình thành Công ty TNHH Kim Vui vào năm 2014.**

Chị Vui chia sẻ.



Tuy nhiên, chị Vui gặp khó khăn trong việc mở rộng thị trường, đặc biệt là thu hút các khách hàng có khả năng chi tiêu lớn. Nhờ tham gia một chương trình đào tạo, tập huấn và kết nối kinh doanh kéo dài sáu tháng do UN Women và Hội Nữ Doanh Nhân Việt Nam tổ chức trong khuôn khổ dự án WE RISE Together, chị Vui đã nhận thấy những tác động tích cực đáng kể đến doanh nghiệp của mình.

Chị cũng đã chia sẻ những kiến thức quý báu này cho thế hệ kế thừa của các doanh nghiệp do phụ nữ lãnh đạo, trong đó có cả con gái của chị. Con gái chị Vui hiện đang quản lý doanh nghiệp gia đình và giám sát các hoạt động bán hàng cũng như tiếp thị.

***Mua sắm đáp ứng giới là một khái niệm và công cụ mới, lại không khó áp dụng. Sau khi tham gia dự án, tôi nhận ra rằng mình có thể tạo ra những tác động tích cực đáng kể cho các phụ nữ khác và cả cộng đồng. Trong chuỗi cung ứng của công ty, tôi ưu tiên mua sản phẩm từ các doanh nghiệp do phụ nữ lãnh đạo. Đồng thời, tôi đã học hỏi thêm về nghệ thuật “kể chuyện” để không chỉ bảo vệ uy tín thương hiệu trước vấn nạn dầu giả, mà còn nâng cao hiệu quả kinh doanh trên các nền tảng trực tuyến như Shopee, Tiki và Lazada.***

Chị Vui cho biết.



*Phá vỡ rào cản*  
**CUỘC CÁCH MẠNG CHẤT TẨY RỬA SINH HỌC CỦA BÀ TRỊNH THỊ HỒNG**





3 tuổi 60, bà Trịnh Thị Hồng đã trở thành một nhân vật đáng chú ý tại Đà Nẵng, khi dám thách thức các chuẩn mực xã hội và thành lập Công ty TNHH Minh Hồng khi bà 50 tuổi. Mặc dù ban đầu không nhận được sự ủng hộ từ chồng và bạn bè, phải đối mặt với nhiều sự hoài nghi khi quyết định bước chân vào lĩnh vực sản xuất và phân phối các sản phẩm tẩy rửa sinh học, bà Hồng vẫn kiên trì theo đuổi mục tiêu. “Chồng tôi thậm chí còn từ chối để tên mình có liên quan đến công ty”, bà Hồng nhớ lại.

Hành trình của bà bắt đầu vào năm 2011 với cảm hứng sau khi tham dự một hội thảo tại Philippines, từ đó bà học cách tận dụng và tái chế các bó hoa và rau củ thừa thành dung dịch làm sạch sinh học. Qua hai năm thử nghiệm, bà đã hoàn thiện quy trình biến các loại rác thải thực vật thành những sản phẩm có giá trị.

Hiện nay, Công ty TNHH Minh Hồng chỉ có 6 nhân viên trực tiếp, nhưng thông qua việc tạo công ăn việc làm bán thời gian cho 150 phụ nữ khó khăn ở Đà Nẵng, công ty đã có tác động tích cực và ý nghĩa đến cộng đồng xã hội. Những phụ nữ này có thể kiếm được tới 7 triệu VND (tương đương 250 USD) mỗi tháng nhờ công việc lên men hoa và rau củ quả dư thừa rồi bán lại cho công ty của bà Hồng. Công ty TNHH Minh Hồng hiện có 100 đại lý và năm nhà phân phối, với triển vọng mở rộng hơn nữa và tạo thêm nhiều cơ hội việc làm cho phụ nữ có hoàn cảnh khó khăn.

Chương trình đào tạo, tập huấn và kết nối kinh doanh kéo dài 6 tháng do UN Women và Sáng kiến hỗ trợ Phụ nữ Khởi nghiệp và Kinh doanh (WISE) tổ chức trong dự án WE RISE Together đã đóng vai trò quan trọng trong thành công của bà Hồng. Chương trình này giúp bà Hồng cải thiện bao bì sản phẩm, nâng cao nghệ thuật “kể chuyện” và chiến lược marketing, đồng thời hiểu hơn về quy trình thu mua, xây dựng một doanh nghiệp bền vững và có tính đáp ứng giới cao.



***Bây giờ tôi đã hiểu cách truyền tải hiệu quả câu chuyện về doanh nghiệp và sản phẩm của mình đến người mua, từ đó tạo sự khác biệt.***

Bà chia sẻ tại một sự kiện kết nối doanh nghiệp do UN Women tổ chức tại Đà Nẵng vào tháng 3 năm 2024.

Sự kiện này, có sự tham gia của 33 khách hàng trong ngành du lịch, làm nổi bật tác động tích cực của việc đào tạo về sự đa dạng nhà cung cấp và hoạt động mua sắm đáp ứng giới, với sự hỗ trợ từ UN Women và WISE.

Bà Hồng đã đạt được những bước tiến lớn trong việc mở rộng thị trường và tiếp cận ngành du lịch bằng cách gửi mẫu sản phẩm và báo giá đến các khách sạn 5 sao, đồng thời thúc đẩy đàm phán với các nhà phân phối lớn tại Quảng Nam và Đà Nẵng.



# Thiên Hương



*Thành công ngọt ngào*

THAY ĐỔI CÙNG TRUYỀN THỐNG TẠI  
BÁNH KẸO THIÊN HƯƠNG, VIỆT NAM

Dưới sự dẫn dắt của bà Hồ Thị Hoa, kẹo mè Thiên Hương, một món quà lưu niệm không thể thiếu của du khách khi đến thăm cố đô Huế, đã trở thành biểu tượng cho di sản phong phú của thành phố này. Được thành lập hơn 50 năm trước, Thiên Hương khởi đầu với công thức kẹo mè gia truyền do cha chồng bà Hoa để lại. Bà đã biến cơ sở kinh doanh nhỏ ban đầu thành một doanh nghiệp phát triển mạnh mẽ, thể hiện sự kiên định và khả năng lãnh đạo mạnh mẽ của phụ nữ.



**Thiên Hương mang ý nghĩa là hương thơm từ thiên đường, cũng gắn liền với dòng sông Hương nổi tiếng của Huế.**

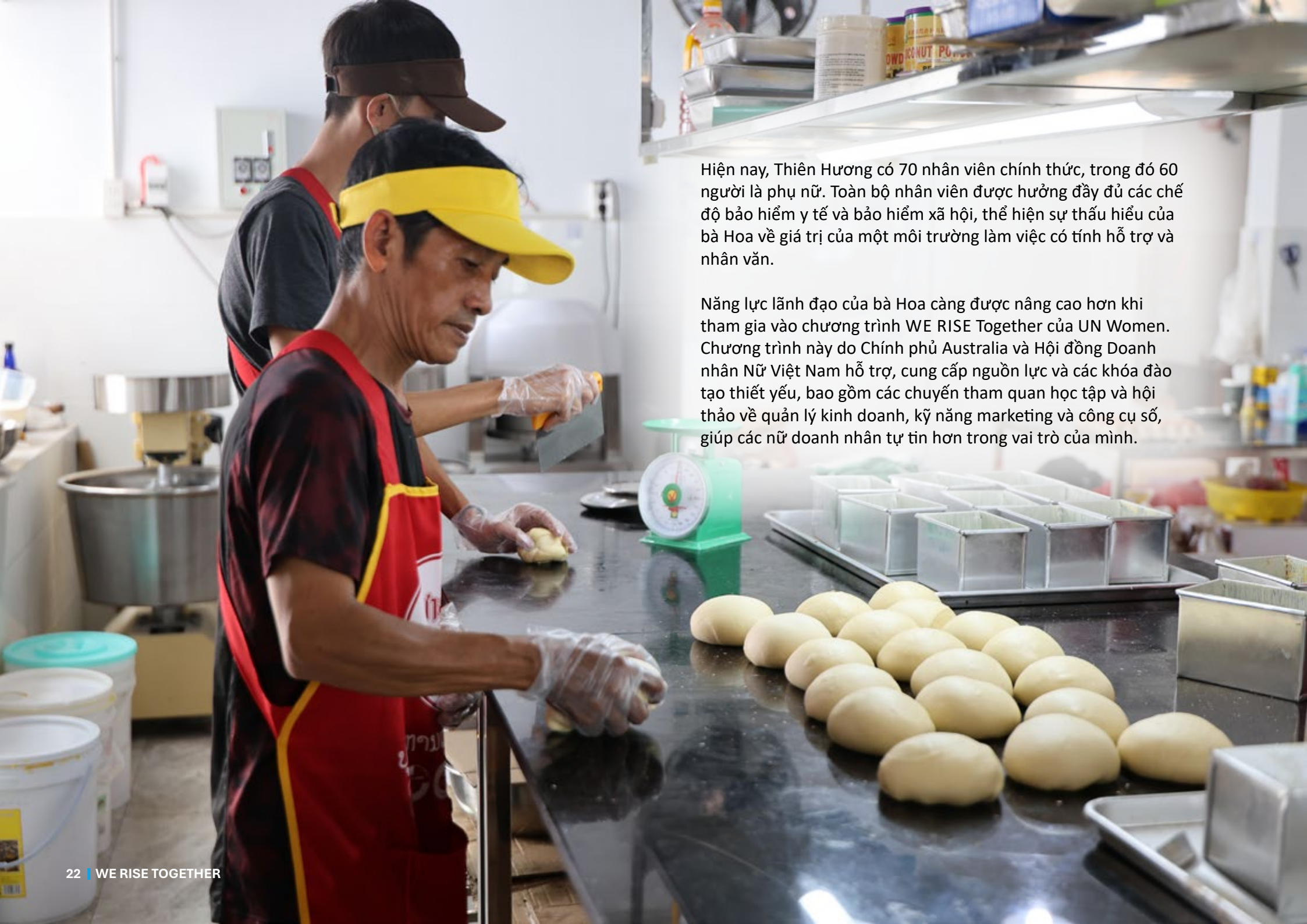
Bà Hoa chia sẻ.

Với lòng tận tâm và tinh thần tự học không ngừng, bà đã phá vỡ những định kiến về giới bằng cách đảm nhận một vai trò vốn thường dành cho nam giới, đưa Thiên Hương thành một trong những thương hiệu bánh kẹo hàng đầu của Huế, chứng minh rằng phụ nữ hoàn toàn có thể vươn lên mạnh mẽ trong những vai trò được xem là truyền thống của phái nam.

**Với sự quyết tâm, chăm chỉ và hỗ trợ phù hợp, sức mạnh của phụ nữ là vô hạn. Đồng sức đồng lòng, chúng ta có thể thành công.**

Bà Hoa khẳng định.





Hiện nay, Thiên Hương có 70 nhân viên chính thức, trong đó 60 người là phụ nữ. Toàn bộ nhân viên được hưởng đầy đủ các chế độ bảo hiểm y tế và bảo hiểm xã hội, thể hiện sự thấu hiểu của bà Hoa về giá trị của một môi trường làm việc có tính hỗ trợ và nhân văn.

Năng lực lãnh đạo của bà Hoa càng được nâng cao hơn khi tham gia vào chương trình WE RISE Together của UN Women. Chương trình này do Chính phủ Australia và Hội đồng Doanh nhân Nữ Việt Nam hỗ trợ, cung cấp nguồn lực và các khóa đào tạo thiết yếu, bao gồm các chuyến tham quan học tập và hội thảo về quản lý kinh doanh, kỹ năng marketing và công cụ số, giúp các nữ doanh nhân tự tin hơn trong vai trò của mình.

**Sự hỗ trợ của UN Women là điểm tựa quan trọng trong sự phát triển của doanh nghiệp chúng tôi. Các cơ hội đào tạo và kết nối kinh doanh đã giúp chúng tôi tiếp cận được nhiều đối tác mới, mở ra thị trường mới, giúp chúng tôi thích ứng với nhu cầu của khách hàng hiện đại.**

Bà Hoa chia sẻ.



Nhờ những nỗ lực này, sản phẩm của Thiên Hương hiện có mặt tại các cửa hàng bán lẻ trên khắp các sân bay Việt Nam. Đây cũng là minh chứng cho kết quả thực tế của chương trình.

***“Thiên Hương là ngọn hải đăng cho thành tựu lãnh đạo của phụ nữ. Cam kết thực hành đáp ứng giới và thành công của bà Hoa một lần nữa khẳng định vai trò then chốt của phụ nữ trong việc thúc đẩy tiến bộ kinh tế và xã hội,”*** bà Caroline Nyamayemombe, Trưởng đại diện UN Women tại Việt Nam, phát biểu trong chuyến thăm Thiên Hương vào tháng 7 năm 2024.



*Kiến tạo sự bình đẳng*  
HÀNH TRÌNH CỦA TRÚC CHỈ ART



Tại thành phố Huế cổ kính, chị Nguyễn Đình Bảo Vy, đồng sáng lập Trúc Chỉ Art, đang từng bước đưa nghệ thuật giấy truyền thống của Việt Nam lên tầm cao mới. Ra đời năm 2012, Trúc Chỉ Art sử dụng vòi phun tạo áp lực nước để thay đổi cấu trúc xơ sợi trên giấy, tạo nên hiệu ứng hình ảnh tinh luyện. Kỹ thuật sáng tạo này kết hợp giữa tre (Trúc) và giấy (Chỉ), tạo nên các tác phẩm mang đầy chất liệu và tinh thần văn hóa Việt Nam.

Vai trò lãnh đạo của chị Vy là yếu tố then chốt cho thành công của Trúc Chỉ Art. Với đội ngũ nhân viên cân bằng giữa nam và nữ, chị đặc

biệt quan tâm đến phúc lợi của lao động nữ. Để hỗ trợ các bà mẹ đang làm việc tại Trúc Chỉ Art, chị áp dụng chính sách cho phép phụ nữ có con dưới năm tuổi được nghỉ làm sớm, tạo môi trường làm việc có tính hỗ trợ cao, giúp nâng cao năng suất và tinh thần làm việc của nhân viên.

Đối mặt với những thách thức trong hoạt động kinh doanh, chị Vy đã tìm ra giải pháp thông qua chương trình WE RISE Together (WRT), do Chính phủ Australia tài trợ và UN Women thực hiện. Chương trình tập huấn này mang đến những kiến thức quý báu về quản lý kinh doanh và marketing.

**Chương trình tập huấn đã trang bị cho tôi những kỹ năng cần thiết để vượt qua những thách thức phức tạp trong kinh doanh và điều hành một doanh nghiệp thành công.**

Chị Vy chia sẻ.



WRT cũng mở ra những cơ hội thị trường mới cho Trúc Chi, kết nối thương hiệu này với các khách hàng lớn trong ngành du lịch. Sự hỗ trợ này rất quan trọng đối với Trúc Chi, một công ty hướng đến thị trường khách phục vụ khách hàng cao cấp với gu thẩm mỹ riêng.

**Các cơ hội kết nối từ UN Women đã giúp chúng tôi tiếp cận các khách hàng thấu hiểu giá trị nghệ thuật độc đáo của Trúc Chi. Nhờ đó, khả năng tiếp cận thị trường của chúng tôi được mở rộng, giúp chúng tôi giới thiệu tác phẩm của mình đến những người thực sự trân trọng ý nghĩa văn hóa của nó.**

Chị Vy chia sẻ.

Với sự hỗ trợ của UN Women, Trúc Chi Art không chỉ góp phần bảo tồn văn hóa Việt Nam mà còn truyền cảm hứng cho một phong trào rộng lớn hơn hướng tới bình đẳng giới và trao quyền cho phụ nữ trong lĩnh vực nghệ thuật.



# Chắp cánh ước mơ

## BLU SAIGON VÀ HÀNH TRÌNH TRAO QUYỀN CHO PHỤ NỮ, TÔN VINH DI SẢN VIỆT NAM TỪ NHỮNG CHIẾC BÚT NGỌC TRAI



Tôn Nữ Xuân Quyên là một minh chứng cho việc kết hợp truyền thống và đổi mới để tạo ra điều phi thường. Là thế hệ thứ hai trong một gia đình nổi tiếng với nghề sản xuất cúc áo từ vỏ sò cho các thương hiệu thời trang hàng đầu, chị đã dẫn thân vào con đường khởi nghiệp năm 2018 và thành lập Công ty TNHH Blu Saigon. Công ty có trụ sở tại TP. Hồ Chí Minh, chuyên sản xuất bút ngọc trai thủ công, trang sức và phụ kiện làm từ vỏ sò, tất cả đều được chế tác bởi các nữ nghệ nhân địa phương.

Câu chuyện của Blu Saigon gắn liền với việc bảo tồn di sản Việt Nam, đồng thời đổi mới để phục vụ thị trường xa xỉ. Sản phẩm của Công ty, đặc biệt là bút khảm ngọc trai, là minh chứng cho tay nghề thủ công tinh xảo. Mỗi chiếc bút được làm thủ công mất từ 24 đến 72 giờ để hoàn thiện, sử dụng các kỹ thuật đặc biệt làm nổi bật vẻ đẹp lung linh của ngọc trai.

“*Từ nhỏ, tôi đã mơ ước đưa kỹ năng thủ công của phụ nữ Việt Nam ra toàn thế giới. Tôi khởi nghiệp với niềm tin mạnh mẽ nhưng cũng đã gặp nhiều thách thức trong việc tiếp cận thị trường xa xỉ vì công ty vẫn còn mới.*”

Chị Quyên chia sẻ.





Chương trình WE RISE Together đóng vai trò then chốt trong hành trình của chị Xuân Quyên. Chương trình đã mang đến cho chị những kiến thức hữu ích để cải thiện bao bì sản phẩm và tiếp thị, đồng thời giúp chị kết nối với các nhà phân phối thương hiệu xa xỉ.

**Nhờ sự hướng dẫn từ dự án, tôi đã hiểu rõ hơn quy trình và yêu cầu của những nhà phân phối hàng xa xỉ. Tôi dự định sẽ tiếp tục hoàn thiện sản phẩm để xuất khẩu sang Australia và Mỹ.**

### Chị Quyên cho biết

Thành công của Blu Saigon không chỉ nằm ở vẻ đẹp của sản phẩm mà còn ở cam kết trao quyền cho phụ nữ địa phương và bảo tồn di sản văn hóa. Thông qua công ty của mình, Xuân Quyên đã tạo ra những sản phẩm cao cấp đầy thẩm mỹ, đồng thời mang lại sinh kế bền vững cho nhiều phụ nữ. Khi hướng đến thị trường quốc tế, câu chuyện của chị là minh chứng cho sức mạnh của việc kết hợp truyền thống với tinh thần khởi nghiệp hiện đại.





# *Na Ni Store*

**XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU “MADE IN VIETNAM”**

**TỪ NỖ LỰC VƯỢT KHÓ, DƯỚI BÀN TAY KHÉO LÉO CỦA PHỤ NỮ VIỆT**



**Đồng hành cùng  
WE RISE Together mình bớt  
cô đơn trên con đường khởi  
nghiệp, vượt qua giới hạn của  
phụ nữ, tự tin vào chính mình.  
Mong rằng, chương trình cũng  
giúp được nhiều chị em phụ nữ  
như mình.**

Chị Trần Thị Nguyễn Thương, Giám đốc  
Công ty TNHH Sản xuất & Thương mại NaNi.

## VƯỢT LÊN CHÍNH MÌNH

**Q**uết định từ bỏ vị trí Giám đốc điều hành của một doanh nghiệp làm đẹp sau nhiều năm gắn bó, chị Trần Thị Nguyễn Thương – Giám đốc công ty TNHH Sản xuất & Thương mại NaNi – luôn ấp ủ theo đuổi hoài bão một thương hiệu “Made in Vietnam”. Ở tuổi gần 40, hành trình khởi nghiệp của chị mới thực sự bắt đầu.

Với chị Thương, đây không chỉ là công việc kinh doanh mà còn là sứ mệnh, là cơ hội để tôn vinh những đôi bàn tay khéo léo của phụ nữ Việt. Hơn ai hết chị thấu hiểu các khó khăn, thách thức của phụ nữ trong cuộc sống, gia đình và công việc. Bản thân chị đôi lúc cảm thấy cô đơn trên chính con đường mình đã chọn vì phải tự cân bằng mọi thứ.

7 năm khởi nghiệp, gây dựng và phát triển thương hiệu NaNi Store - chuyên sản xuất quần áo, đồ bộ mặc ở nhà dành cho nữ giới, chị chia sẻ:

Vừa mới bắt tay vào kinh doanh thì đại dịch COVID-19 ập đến khiến chị phải đóng nhiều cửa hàng ở mặt phố chính, gần như tập trung vào kênh phân phối trực tuyến. Những khó khăn ban đầu tưởng chừng như không thể vượt qua đã tôi luyện cho chị Thương một ý chí thép. Nhờ sự kiên trì, chị đã dần chứng minh được khả năng của mình và nhận được sự tin tưởng từ gia đình, bạn bè và đối tác.

**Ngoài việc thuyết phục, chứng minh cho gia đình, người thân thấy lựa chọn của mình là đúng đắn thì Thương còn thuyết phục chính bản thân phải tin vào chính mình.**

# TIẾP CẬN THỊ TRƯỜNG

Chị tập hợp các chị thợ may mà điểm chung là họ ở nhà nuôi con nhỏ nhưng vẫn phải lo kinh tế gia đình cùng tham gia kinh doanh với phương châm “Đẹp trong nhà - Tự tin ra phố”.

Sau gần 24 tháng tham gia đầy đủ các hoạt động trong khuôn khổ Chương trình WE RISE Together (WRT) và được lựa chọn là một trong 4 doanh nghiệp được tư vấn chuyên sâu tại thành phố Hồ Chí Minh, **chị đã tự tin và quyết tâm chuyển từ mô hình Hộ kinh doanh lên mô hình Công ty TNHH để có thêm nhiều cơ hội tiếp cận thị trường**. Tuy là một doanh nghiệp mới thành lập với quy mô nhỏ nhưng NaNi đã ký ủng hộ các Nguyên tắc trao quyền cho phụ nữ

(WEPs) từ năm 2023; thực hành “Đa dạng nhà cung cấp” và áp dụng công cụ “Mua sắm có trách nhiệm giới” nhằm hướng tới kinh doanh bền vững ngay từ những bước đi ban đầu.

Công ty đặt mục tiêu đảm bảo 100% số lượng lao động nữ sẽ được đóng bảo hiểm xã hội và bảo hiểm y tế đầy đủ đến cuối năm 2025. Kết quả của công cụ Đánh giá Mua sắm có trách nhiệm giới (GRP) cũng ghi nhận NaNi Store dẫn đầu trong việc chủ động mở rộng mối quan hệ với các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ, các nhà cung cấp có cam kết bình đẳng giới trong chuỗi giá trị. Có đến 99% các nhà cung cấp của NaNi Store đều là nữ giới.

Để đạt được những con số ấn tượng này, trong quá trình tham gia WRT, NaNi Store đã tham gia vào các hội thảo chương trình để học hỏi kinh nghiệm và kết nối với các đối tác tiềm năng. Chị Thương cho biết, **NaNi Store đã tiết kiệm được hơn trăm triệu đồng nhờ việc tận dụng tối đa các nguồn lực có sẵn và định hướng lại phân khúc khách hàng**. Quan trọng hơn cả, chương trình đã **giúp NaNi Store xây dựng được niềm tin vững chắc cho khách hàng**, tạo động lực để doanh nghiệp tiếp tục phát triển và chinh phục những mục tiêu mới.





# Fine Scandinavia

## THỰC HÀNH ĐA DẠNG NHÀ CUNG CẤP VÀ MUA SẴM CÓ TRÁCH NHIỆM GIỚI

**M**ua sắm có trách nhiệm giới không chỉ là xu hướng, đó còn là một cam kết. Khi chủ động lựa chọn các nhà cung cấp do phụ nữ làm chủ hay các nhà cung cấp thực hiện tốt các chính sách về thúc đẩy bình đẳng giới, chúng ta đang góp phần phát triển một chuỗi cung ứng bền vững và đa dạng hơn.

Tạo cơ hội thị trường bình đẳng cho phụ nữ và doanh nghiệp do nữ làm chủ tham gia chuỗi cung ứng là mục tiêu của Chương

trình WE RISE Together (WRT) do Hội đồng Doanh nhân nữ Việt Nam cùng Cơ quan Liên Hợp quốc về Bình đẳng giới và Trao quyền cho Phụ nữ (UN Women) thực hiện. Tại đây các doanh nghiệp thực hành tốt mua sắm có trách nhiệm giới gặp gỡ với các doanh nghiệp nhỏ và vừa do phụ nữ làm chủ để cùng tìm hiểu, hỗ trợ cải thiện dịch vụ, sản phẩm, yêu cầu và quy trình mua hàng cũng như kết nối các cơ hội hợp tác kinh doanh.

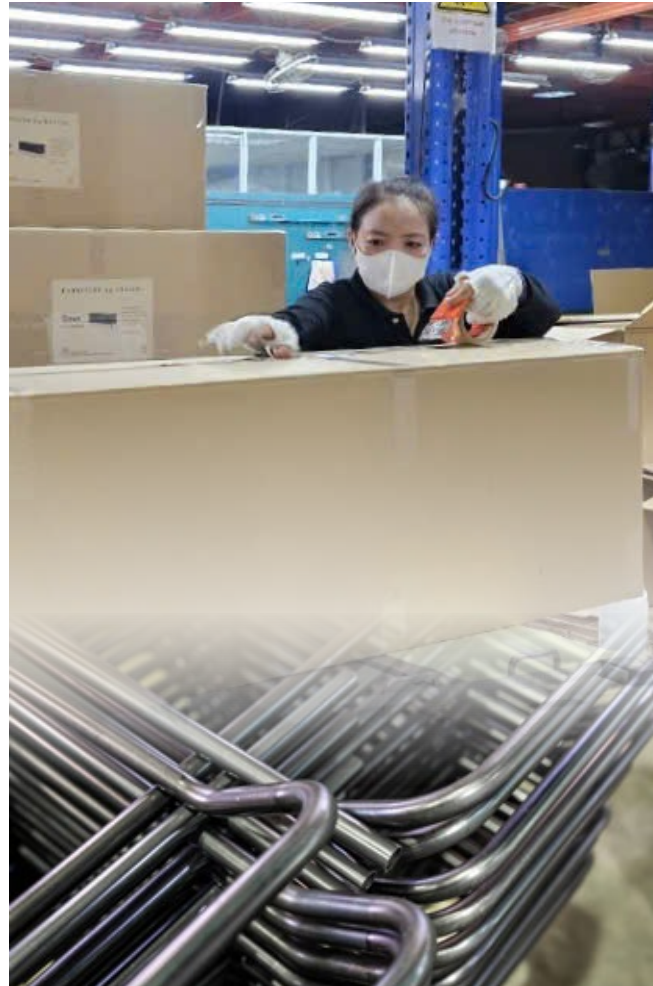
## CƠ HỘI TIỀM TÀNG TẠI ĐỊA HẠT KÉN PHÁI NỮ

### BẮT ĐẦU TỪ ĐỊNH KIẾN

Công ty TNHH Fine Scandinavia - với 17 năm trong nghề sản xuất sản phẩm nội ngoại thất đa vật liệu tại Bình Dương - nhận thấy sự bất bình đẳng giới do đặc thù của ngành khiến doanh nghiệp chủ yếu thu hút nam giới. Từ thực tế đó, sau khi được truyền cảm hứng từ chương trình, công ty đã chú trọng thực hành đa dạng nhà cung cấp và mua sắm có trách nhiệm giới.

### QUYẾT ĐỊNH NHỎ TẠO NÊN SỰ KHÁC BIỆT LỚN

Để khuyến khích phụ nữ tham gia vào các ngành công nghiệp nặng, Fine Scandinavia nhận thấy rõ cần đảm bảo bình đẳng giới tại nơi làm việc. Trong những năm gần đây, công ty đã duy trì **tỷ lệ lao động nữ ở mức 20% tổng số nhân viên**.



*Phụ nữ hiện nắm giữ những vị trí quan trọng và cốt cán trong công ty. Họ là những hình mẫu đáng ngưỡng mộ để thế hệ tiếp theo noi gương và học hỏi. Ngoài ra, văn hóa doanh nghiệp đề cao và tôn trọng phụ nữ cũng là yếu tố giúp phụ nữ cảm thấy dễ hòa nhập hơn trong những môi trường thường được coi là “địa phận nam giới” như ngành sản xuất.*

Chị Tô Thị Ngọc Đan,  
Giám đốc Hành chính – Nhân sự công ty  
chia sẻ.



## PHÁT TRIỂN ‘WE RISE TOGETHER’

Fine Scandinavia luôn ưu tiên và ủng hộ những nhà cung cấp nhỏ và vừa đạt tiêu chuẩn chất lượng tại địa phương, đặc biệt là các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ. Hiện nay, 15% nhà cung cấp của công ty là các doanh nghiệp do phụ nữ điều hành. Bên cạnh đó, Fine Scandinavia cũng khuyến khích và hỗ trợ các nhà cung cấp của mình ủng hộ các Nguyên tắc Trao quyền cho Phụ nữ (WEPs). Việc ban hành và áp dụng các chính sách này đã giúp công ty hợp tác thêm với các nhà cung cấp có chất lượng và giá cả phù hợp, góp phần nâng cao uy tín và hình ảnh của công ty đối với khách hàng.

Fine Scandinavia đã chủ động sử dụng Công cụ đánh giá mua sắm có trách nhiệm giới (GRP) của UN Women để xây dựng chính sách mua hàng của mình và được đánh giá là công ty tiên phong trong hoạt động mua sắm có trách nhiệm giới. Thông qua chương trình WRT, Fine Scandinavia và các nhà mua hàng tiềm năng đã có cơ hội chia sẻ về yêu cầu và quy trình mua hàng với các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ, nhằm hỗ trợ họ tiếp cận gần hơn tới chuỗi cung ứng của công ty.

Công ty lập kế hoạch tăng tỷ lệ đối tác kinh doanh quan trọng do phụ nữ làm chủ thêm 10% vào năm 2025. Ban lãnh đạo công ty tâm niệm rằng “Cần luôn nêu cao ý thức và tuyên truyền về bình đẳng giới tại Fine Scandinavia trên các phương tiện truyền thông, để các đối tác thấy được cơ hội tiềm tàng và thử thách bản thân trong những địa hạt vẫn còn kén phái nữ”.

Sự chuyên tâm trong thực hành bình đẳng giới tại doanh nghiệp đã giúp Ông Johan Sundberg, Tổng Giám đốc công ty, nhận giải thưởng “Lãnh đạo cam kết và hành động thúc đẩy bình đẳng giới”, trong khuôn khổ Giải thưởng Nguyên tắc Trao quyền cho Phụ nữ của UN Women (UN Women WEPs Awards) năm 2021. Giải thưởng không chỉ công nhận những thành tích và nỗ lực thực hiện cam kết về bình đẳng giới của Fine Scandinavia, mà còn là một nguồn cảm doanh nghiệp tiếp tục thực hiện chính sách đa dạng nhà cung cấp và mua sắm có trách nhiệm giới tại nơi làm việc, thị trường và cộng đồng.

# IPP Travel Retail

## TIÊN PHONG TRONG ĐA DẠNG NHÀ CUNG CẤP & MUA SẮM CÓ TRÁCH NHIỆM GIỚI



Công ty Cổ phần Thương mại Duy Anh (IPP Travel Retail - IPPTR), thuộc Tập đoàn Liên Thái Bình Dương (IPPG), đã có gần 30 năm hoạt động trong lĩnh vực vận hành dịch vụ bán lẻ tại sân bay Việt Nam. Không chỉ mang đến những trải nghiệm mua sắm độc đáo cho du khách, doanh nghiệp còn chú trọng đến việc đóng góp các giá trị hữu ích cho xã hội, đặc biệt là hỗ trợ phụ nữ khởi nghiệp thông qua chính sách đa dạng nhà cung cấp và mua sắm có trách nhiệm giới.

IPPG và IPP Travel Retail luôn coi phát triển bền vững và bảo đảm bình đẳng giới là ưu tiên hàng đầu.

Qua nhiều năm, Tập đoàn đã triển khai các hoạt động nhằm đóng góp vào sự phát triển của cộng đồng, bao gồm việc hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa, đặc biệt là doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ gia nhập chuỗi cung ứng của Tập đoàn. Năm 2021, bà Lê Hồng Thủy Tiên, TGD của IPPG đã đạt giải thưởng cao nhất tại hạng mục Lãnh đạo cấp cao cam kết thúc đẩy BĐG của UN Women WEPs Awards. Dưới sự lãnh đạo của bà, các cam kết về đa dạng nhà cung cấp và mua sắm có trách nhiệm giới đã được hiện thực hoá tới từng công ty thành viên trong đó có IPP Travel Retail.





# Viet Nam's Delights



IPP Travel Retail đã xây dựng và triển khai chính sách đa dạng nhà cung cấp, ưu tiên lựa chọn các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ, lựa chọn nhà cung cấp tới từ những địa bàn khó khăn, vùng sâu vùng xa. Bên cạnh những tiêu chí về chất lượng, uy tín, năng lực của nhà cung cấp,

IPPTR còn có điểm cộng cho những đơn vị cung ứng do phụ nữ làm chủ hoặc các doanh nghiệp thực hiện tốt chính sách bình đẳng giới.

Trong năm 2024, thông qua chương trình WE RISE Together, IPPTR đã thực hiện nhiều đợt tư vấn chuyên

sâu cho 04 doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ tại Huế và kết nối với 30 doanh nghiệp trong lĩnh vực dịch vụ du lịch tại các hội thảo ở Tp. Hồ Chí Minh và Huế. Những hoạt động này đã giúp các doanh nghiệp này nâng cao năng lực cạnh tranh, mở rộng cơ hội kinh doanh và góp phần

đa dạng hóa nguồn cung ứng sản phẩm, dịch vụ của chính IPPTR. Nhờ đó, nhiều sản phẩm độc đáo của các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ đã đến gần hơn với khách hàng và có cơ hội được bày bán tại các quầy hàng trong hệ thống cửa hàng không do IPPTR quản lý.

Với những nỗ lực của mình dành cho các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ, IPP Travel Retail tự hào là một phần trong hành trình phát triển của các doanh nghiệp đó. Bà Nguyễn Thị Thanh Tuyền – CEO của IPP Travel Retail đã chia sẻ

***Chúng tôi tin rằng, việc hỗ trợ các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ không chỉ là trách nhiệm xã hội mà còn là cơ hội để phát triển kinh tế bền vững. Khi phụ nữ được trao quyền, xã hội sẽ trở nên phát triển hơn. Chính vì vậy, trong tương lai, IPP Travel Retail sẽ tiếp tục thực hiện và hoàn thiện chính sách đa dạng nhà cung cấp, hướng tới mục tiêu xây dựng một chuỗi cung ứng bền vững, góp phần phát triển kinh tế xã hội.***



# Lan tỏa hương sắc Huế

## CÙNG MỘC TRULY HUE'S

**M**ộc Truly Hue's là một trong những doanh nghiệp tiên phong tại Huế khôi phục và phát triển giống sen trắng cổ Huế. Hiện tại Mộc Truly đang sản xuất và kinh doanh các sản phẩm, thành phẩm sen Huế tiêu biểu gồm kẹo cau, mè xửng, bánh in, bánh ép, mứt gừng, mứt vỏ thanh trà...

Được thành lập vào tháng 01/2020, dưới sự dẫn dắt của Founder Phạm Thị Diệu Huyền, Mộc Truly Hue's đã đạt được những thành công đáng kể sau khi tham gia chương trình WE RISE Together (WRT). Như nhiều doanh nghiệp khởi nghiệp khác, Mộc Truly Hue's đã gặp phải nhiều thách thức trong việc xây dựng thương hiệu, tìm kiếm thị trường và quản lý tài chính hiệu quả. Tuy nhiên, với niềm đam mê gìn giữ và phát huy những giá trị truyền thống của Huế, chị Diệu Huyền đã tìm kiếm và tận

dụng các cơ hội như chương trình WRT để phát triển doanh nghiệp.

Với số lượng 15 nhân viên, tỷ lệ lao động nữ lên đến 86.7%, Mộc Truly Hue's đã nhận thức rõ tầm quan trọng của việc xây dựng một môi trường làm việc bình đẳng. Sau khi tham gia chương trình WRT, công ty đã có những bước tiến đáng kể. Các chính sách tuyển dụng và thăng tiến đã được điều chỉnh để đảm bảo cơ hội ngang nhau cho mọi giới. Bên cạnh đó, việc linh hoạt giờ làm việc và các chính sách hỗ trợ về chăm sóc con cái đã giúp phụ nữ cân bằng tốt hơn giữa công việc và gia đình. Nhờ những nỗ lực này, Mộc Truly Hue's không chỉ tăng cường sự hài lòng của nhân viên mà còn nâng cao hiệu suất làm việc và tạo ra một văn hóa làm việc tích cực, thúc đẩy sự phát triển bền vững.



***WE RISE Together đã trang bị cho tôi những kiến thức và kỹ năng quản lý hiện đại, mở ra nhiều cơ hội kết nối với các đối tác tiềm năng cho doanh nghiệp và giúp đưa các sản phẩm đặc sản Huế của chúng tôi đến gần hơn với người tiêu dùng.***

Chị Huyền chia sẻ.



Chương trình WRT đã giúp mở rộng mạng lưới và tăng cường khả năng tiếp cận của Mộc Trully với các thị trường mới, đa dạng hơn. Thông qua các sự kiện, hội thảo kết nối kinh doanh, doanh nghiệp đã gặp gỡ và kết nối với nhiều đối tác tiềm năng như hệ thống siêu thị, các cửa hàng bán lẻ tại sân bay, mở rộng thị trường tiêu thụ, đưa các sản phẩm của Mộc Trully ra xa hơn thị trường địa phương.

Nhờ WRT, doanh nghiệp được tư vấn chuyên sâu về quản lý tài chính, marketing số và ứng dụng các công cụ trí tuệ nhân tạo (AI). Điều này đã giúp Mộc Trully tối ưu hóa chi phí hoạt động, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn và tạo ra những nội dung marketing sáng tạo, thu hút nhưng đồng thời vẫn tiết kiệm chi phí và thời gian.



***WE RISE Together đã giúp tôi nâng cao năng lực quản lý, tự tin hơn trong việc đưa ra các quyết định kinh doanh và xây dựng chiến lược phát triển bền vững cho doanh nghiệp.***

Chị Huyền nhận xét.

“ Tôi rất biết ơn những cơ hội và kiến thức mà chương trình đã mang lại. Với sự hỗ trợ của WE RISE Together, Mộc Truly Hue’s sẽ tiếp tục phát triển và góp phần mang những giá trị văn hóa truyền thống của Huế đến với nhiều khách hàng trong nước và quốc tế.

Chị Phạm Thị Diệu Huyền chia sẻ thêm.





# *Cỏ Cây Hoa Lá*

SỨ MỆNH TRAO QUYỀN NĂNG  
KINH TẾ CHO PHỤ NỮ VIỆT





Cỏ Cây Hoa Lá, một thương hiệu thuộc Công ty ONA Global, sáng lập bởi hai nữ doanh nhân trẻ, đã từng bước khẳng định tên tuổi trên thị trường Việt Nam. Với sứ mệnh phát triển các sản phẩm làm đẹp từ thiên nhiên và đồng hành cùng phụ nữ trong phát triển kinh tế, thương hiệu này đã mang đến những sản phẩm chăm sóc cá nhân lành tính, tốt cho sức khỏe, đồng thời góp phần nâng cao vai trò của phụ nữ trong xã hội, thông thông qua việc phát triển chuỗi giá trị nông nghiệp bền vững.

## HÀNH TRÌNH TỪ CẢM HỨNG TRUYỀN THỐNG ĐẾN ĐỔI MỚI SẢN PHẨM

Lấy cảm hứng từ các phương pháp chăm sóc tự nhiên của mẹ mình, chị Bích Nguyễn, Đồng sáng lập kiêm Tổng Giám đốc của ONA Global, chia sẻ: ***“Câu chuyện về những bình rượu gừng hạ thổ mẹ tôi dùng để chăm sóc cho các con trong mùa đông đã gợi mở cho chúng tôi phát triển các sản phẩm dầu gội và sữa tắm chiết xuất từ gừng và nghệ, cùng các dược liệu thân thuộc của người Việt.”*** Những sản phẩm này không chỉ kế thừa tinh hoa truyền thống Việt Nam mà còn đáp ứng xu hướng làm đẹp an toàn từ thiên nhiên, tạo nên giá trị cốt lõi cho thương hiệu.

## THÁCH THỨC TRONG CHIẾN LƯỢC MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG

Hiện nay, Cỏ Cây Hoa Lá phân phối chủ yếu qua các kênh bán hàng trực tuyến, chiếm đến 60% doanh thu, và trực tiếp qua các hệ thống nhà thuốc lớn, cùng các cửa hàng mẹ và bé, v.v. Doanh nghiệp đang hướng tới mở rộng qua các kênh phân phối truyền thống như salon, spa, và các chuỗi khách sạn cao cấp để nâng tầm thương hiệu và phát triển bền vững hơn.



***Việc tiếp cận thị trường này, đặc biệt là các khách sạn, spa cao cấp không hề dễ dàng bởi cơ hội được kết nối kinh doanh vẫn còn hạn chế.***

Chị Bích cho biết.

Đặc biệt, đây thách thức chung của các doanh nhân nữ. Do họ phải cân bằng thời gian cho công việc và lẫn gia đình, và còn thiếu các mạng lưới hỗ trợ đặc thù cho các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ trên thị trường.



## WE RISE TOGETHER: MỞ RA CƠ HỘI HỢP TÁC BỀN VỮNG

Nhằm giải quyết những thách thức trên, dự án WE RISE Together (WRT) tạo điều kiện cho các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ như Cỏ Cây Hoa Lá tiếp cận với những khách hàng tiềm năng lớn.

Tham gia vào chương trình tăng tốc kéo dài 6 tháng của WRT, Cỏ Cây Hoa Lá đã được nâng cao năng lực quản lý, phát triển thị trường và hiểu

hơn về chính sách & quy trình mua sắm của các khách sạn lớn. Điều này giúp họ điều chỉnh sản phẩm và chiến lược kinh doanh phù hợp với yêu cầu của thị trường cao cấp. WRT cũng đã trực tiếp hỗ trợ thương hiệu kết nối với những đối tác mua có chung tầm nhìn, giúp họ phát triển chuỗi cung ứng bền vững và gia tăng sự hiện diện trong các phân khúc khách hàng cao cấp.

## BƯỚC ĐỘT PHÁ VỚI JW MARRIOTT HÀ NỘI

Một bước ngoặt quan trọng đối với Cỏ Cây Hoa Lá được mở ra khi doanh nghiệp chính thức ký kết hợp đồng hợp tác với JW Marriott Hà Nội danh tiếng. Thông qua Chương trình Tăng tốc của WRT, JW Marriott Hà Nội đã chia sẻ về chính sách mua sắm đa dạng và bền vững của họ, giúp cho các doanh nghiệp nữ làm chủ như ONA Global hiểu rõ và phát triển chiến lược cung ứng phù hợp. Hiện tại, các sản phẩm của Cỏ Cây Hoa Lá đã có mặt tại spa của khách sạn, ghi nhận bước tiến lớn trong việc xâm nhập vào thị trường dịch vụ cao cấp.

Sự thành công này không chỉ phản ánh sự đổi mới trong sản phẩm mà còn là thành quả của việc tìm kiếm các đối tác có chung tầm nhìn phát triển bền vững, hỗ trợ nông nghiệp Việt Nam và nâng cao vai trò của phụ nữ trong cộng đồng. Sự hợp tác với JW Marriott Hà Nội không chỉ giúp thương hiệu Cỏ Cây Hoa Lá tạo dựng được chỗ đứng vững chắc trong phân khúc thị trường cao cấp, mà còn mở ra những cơ hội phát triển dài hạn và bền vững trong tương lai.





## TẦM NHÌN TƯƠNG LAI: MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG QUỐC TẾ

Không chỉ dừng lại ở thị trường trong nước, Cỏ Cây Hoa Lá đặt mục tiêu vươn ra thị trường quốc tế. Thương hiệu đang tập trung xuất khẩu các sản phẩm chăm sóc cơ thể với những nguyên liệu chính từ nông

sản Việt Nam như gừng, nghệ và đậu đỏ. Với tiêu chuẩn mỹ phẩm hữu cơ Cosmos Organic, Cỏ Cây Hoa Lá tự tin sẽ tiếp tục mang lại những sản phẩm chất lượng cao, chăm sóc sức khỏe cho người tiêu dùng toàn cầu.



# Green Joy

## HÀNH TRÌNH TRỞ THÀNH “MẮT XÍCH XANH” TRONG CHUỖI CUNG ỨNG BỀN VỮNG

Được thành lập vào năm 2018 bởi chị Võ Quốc Thảo Nguyên, Green Joy ra đời từ khát khao góp phần chống lại sự suy thoái môi trường ngày một gia tăng. Sau 8 năm công tác trong ngành ngân hàng, chị đã chuyển hướng tập trung vào các vấn đề môi trường.

**Hình ảnh một chiếc ống hút nhựa mắc kẹt trong mũi chú rùa biển và những bãi biển ngập đầy rác đã thôi thúc tôi sáng lập Green Joy.**

Chị Nguyên chia sẻ.



Green Joy chuyên cung cấp các sản phẩm thân thiện với môi trường như ống hút cỏ và đồ dùng làm từ cỏ bàng và cau khô, chủ yếu phục vụ cho các khách sạn, nhà hàng và quán cà phê. Những sản phẩm này đều trải qua kiểm định khắt khe bởi các tổ chức như SGS và Eurofins để đảm bảo chất lượng hàng đầu.

Chỉ sau 5 năm, Green Joy đã đạt được nhiều thành tựu đáng kể, với 80% sản phẩm được xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn chất lượng cao rất khắt khe như Mỹ, Đức, Pháp, Bỉ, Ba Lan, Hàn Quốc và Nhật Bản. Tại Việt Nam, sản phẩm của Green Joy cũng có mặt tại nhiều chuỗi khách sạn, khu nghỉ dưỡng, nhà hàng và siêu thị cao cấp như Intercontinental Hanoi Landmark 72, JW Marriott Hanoi, Premier Village Phu Quoc resort, Annam Gourmet, The Deck Saigon, v.v.



Tuy nhiên, Green Joy vẫn gặp nhiều khó khăn trong việc tiếp cận khách hàng mới.

**Là một doanh nghiệp nhỏ do phụ nữ làm chủ, việc xây dựng mối quan hệ với các nhà mua hàng lớn rất khó khăn. Nhiều đơn vị vẫn gắn bó với nhà cung cấp cũ hoặc đòi hỏi có mối quan hệ cá nhân mới có thể kết nối được với ban lãnh đạo cấp cao và phòng mua hàng.**

Chị Nguyễn nhận xét.

Các chuỗi khách sạn và nhà hàng lớn cũng có những yêu cầu kỹ thuật khắt khe và quy trình mua sắm phức tạp, đòi hỏi nguồn lực và năng lực cao, điều kiện không dễ để các nhà cung cấp nhỏ như Green Joy có thể đáp ứng.

Chương trình “WE RISE Together” đã đóng vai trò quan trọng giúp Green Joy vượt qua những rào cản này. Chương trình cung cấp các khóa đào tạo về quản lý doanh nghiệp và tiếp thị, cùng các cơ hội kết nối. Nhờ sự hỗ trợ và các hoạt động kết nối từ chương trình, Green Joy đã thành công trong việc thiết lập hợp tác với Melia Đà Nẵng và Tiệm bánh Đồng Tiến, dự kiến sẽ tiêu thụ gần 500.000 ống hút mỗi năm.

**Chương trình “WE RISE Together” đã mở ra những cánh cửa mà trước đây chúng tôi khó tiếp cận. Đây thực sự là một bước ngoặt để chúng tôi kết nối với các đối tác quan trọng trong ngành.**

Chị Nguyễn cho biết.

Trong tương lai, Green Joy hy vọng tiếp tục gạt hái nhiều thành công từ sự hỗ trợ của UN Women và những chương trình như “WE RISE Together”. Những nỗ lực này không chỉ thúc đẩy việc thực hành kinh doanh bền vững mà còn trao quyền cho các nữ doanh nhân tạo ra tác động tích cực trong lĩnh vực của mình.





