

Triển vọng Kinh

Tập 9, Số 1

Tạp chí Điện tử của Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ

Tháng 2/2004



MICROENTERPRISE

*Laying the Foundation
for Economic Development*

DOANH NGHIỆP SIÊU NHỎ
Đặt nền móng cho phát triển kinh tế

ECONOMIC PERSPECTIVES

Microenterprise: Laying the Foundation for Economic Development

<http://usinfo.state.gov/journals/ites/0204/ijee/ijee0204.htm>



Successful small businesses are the primary engines of economic development, income growth, and poverty reduction in much of the developing world. These businesses can also build foundations for stable communities, civil society and gender equality. However, poor infrastructure, weak public services, inadequate mechanisms for dispute resolution, and lack of access to markets and formal financing remain major impediments to small business growth.

The United States, the multilateral development agencies, and many bilateral aid donors are working to improve this situation by developing new programs that help microenterprises - small, locally owned businesses with up to 10 employees - contribute to dynamic, competitive industries. Over the past five years, America's average annual funding for microenterprise has been around \$155 million. This support has reached more than 3.7 million microenterprises worldwide - whose activities include producing goods for export, such as footwear, furniture, agricultural crops, and other foods; providing services ranging from equipment repair to information technology; marketing raw materials to manufacturers; and trading a wide variety of goods. As these businesses expand and integrate into the formal economies of their countries, they empower the world's poor, create higher incomes and more jobs, contribute to economic growth, and strengthen democratic societies.

I am proud of America's key role in promoting microenterprise. U.S. objectives are three-fold: to improve access to financial services for the world's poor; to support access to business services that specifically address constraints felt by poorer entrepreneurs; and to improve the business climate through regulatory, legal, and policy reforms. Our efforts are global, from Mali in Africa and Jordan in the Near East to Azerbaijan in Europe and Peru in Latin America. Our successes will be universal, with the concerted efforts of the international community. I hope you will join us in taking action towards that goal.

In this issue of Economic Perspectives, you will find insights from key government officials and leading scholars in the field of microenterprise on access to finance and enterprise development and its societal implications. I believe that these issues are more important than ever in the 21st century because microenterprise provides hope and concrete tools for the world's poorest to improve their own lives and realize the basic dignity of self-sufficiency.

Colin L. Powell
U.S. Secretary of State

TRIỂN VỌNG KINH TẾ

Doanh nghiệp siêu nhỏ: Đặt nền móng cho phát triển kinh tế

http://vietnam.usembassy.gov/wwwhta110_0.html

Sự thành công của các doanh nghiệp nhỏ là động năng chính cho phát triển kinh tế, tăng thu nhập và xóa đói nghèo ở nhiều nước đang phát triển. Các doanh nghiệp này cũng có thể đặt nền móng cho các cộng đồng ổn định, cho xã hội dân sự và sự bình đẳng về giới. Tuy nhiên, cơ sở hạ tầng nghèo nàn, dịch vụ công yếu kém, thiếu cơ chế giải quyết tranh chấp, và thiếu tiếp cận thị trường và nguồn tài chính chính thức là những cản trở chính để các doanh nghiệp nhỏ phát triển.

Ở Hoa Kỳ, các cơ quan phát triển đa phương và nhiều tổ chức viện trợ song phương đang cố gắng cải thiện tình trạng này thông qua việc xây dựng các chương trình mới nhằm giúp đỡ cho các doanh nghiệp siêu nhỏ – các doanh nghiệp nhỏ mang tính địa phương có từ 10 nhân viên trở xuống – để các doanh nghiệp này có thể đóng góp vào những ngành kinh tế năng động và có tính cạnh tranh cao. Trong vòng 5 năm trở lại đây, mức tài trợ trung bình hàng năm của Hoa Kỳ cho những doanh nghiệp siêu nhỏ là khoảng 155 triệu đô-la. Sự hỗ trợ này được dành cho hơn 3,7 triệu doanh nghiệp siêu nhỏ trên phạm vi toàn thế giới hoạt động trong những lĩnh vực như sản xuất hàng xuất khẩu như giấy dếp, đồ gỗ nội thất, nông sản và các thực phẩm khác; cung cấp dịch vụ từ sửa chữa thiết bị đến công nghệ thông tin; tiếp thị nguyên vật liệu để bán cho các nhà sản xuất; và kinh doanh các mặt hàng tổng hợp. Khi các doanh nghiệp này mở rộng sản xuất và chính thức tham gia vào nền kinh tế của nước họ, các doanh nghiệp đó đã tăng thêm sức mạnh cho những người nghèo trên thế giới, tạo ra thu nhập cao hơn và nhiều việc làm hơn, đóng góp cho tăng trưởng kinh tế, và củng cố các xã hội dân chủ.

Tôi cảm thấy rất tự hào về vai trò chủ chốt của Hoa Kỳ trong việc khuyến khích các doanh nghiệp siêu nhỏ. Mục tiêu của Hoa Kỳ gồm có ba khía cạnh: nâng cao khả năng tiếp cận các dịch vụ tài chính cho những người nghèo trên thế giới; hỗ trợ tiếp cận các dịch vụ kinh doanh nhằm khắc phục một cách cụ thể những trở ngại mà các doanh nghiệp nhỏ gặp phải; cải thiện môi trường kinh doanh thông qua những cải cách về quản lý, pháp luật và chính sách. Nỗ lực của chúng ta mang tính toàn cầu, từ Mali ở châu Phi và Jordan ở Trung Cận Đông, cho đến Azerbaijan ở châu Âu và Peru ở châu Mỹ Latinh. Thành công của chúng ta cũng sẽ mang tính toàn cầu, với sự đồng tâm hiệp lực của cộng đồng quốc tế. Tôi hi vọng rằng các bạn sẽ cùng với chúng tôi hành động để đạt được mục tiêu đó.

Trong số này của tạp chí *Triển vọng Kinh tế*, các bạn sẽ thấy ý kiến của các quan chức chủ chốt trong chính phủ và của những học giả hàng đầu trong lĩnh vực doanh nghiệp siêu nhỏ về sự tiếp cận với tài chính và sự phát triển doanh nghiệp cũng như những ý nghĩa về mặt xã hội của nó. Tôi tin rằng những vấn đề này quan trọng hơn bao giờ hết trong thế kỷ 21, bởi vì doanh nghiệp siêu nhỏ đem lại hi vọng và những công cụ cụ thể để những người nghèo nhất trên thế giới có cơ hội cải thiện cuộc sống của chính họ và thể hiện phẩm giá cơ bản của con người kiếm sống bằng chính lao động của bản thân.

Colin L. Powell
Ngoại trưởng Hoa Kỳ

ECONOMIC PERSPECTIVES

An Electronic Journal of the U.S. Department of State

CONTENTS

MICROENTERPRISE: LAYING THE FOUNDATION FOR ECONOMIC DEVELOPMENT

FOCUS

THE ROLE OF MICROENTERPRISE IN U.S. DEVELOPMENT POLICY **8**

By Emmy Simmons, Assistant Administrator, Bureau for Economic Growth, Agriculture and Trade, U.S. Agency for International Development

Microenterprises are the predominant source of income and employment for hundreds of millions of people worldwide. The U.S. government sees support for these microenterprises as a key component of its poverty reduction strategy and foresees that this assistance will increasingly focus on communities whose economies have been ravaged by civil wars and HIV/AIDS.

PAVING THE WAY FOR ENTREPRENEURS TO ENTER THE MARKET ECONOMY **22**

By Gaddi H. Vasquez, Director, Peace Corps

The Peace Corps is funneling help to community-based small businesses and microenterprises, particularly those that focus on youth and women. Working side by side with low-income entrepreneurs, Peace Corps volunteers are helping them, and by extension their countries, develop new links to domestic and international markets.

MICROCREDIT LOANS ARE CRITICAL TOOLS TO HELPING THE WORLD'S POOR **32**

By Congressman Christopher H. Smith

Microenterprise programs are effective because they help the poor help themselves - a bottom-up approach distinct from the top-down strategies of most foreign aid bureaucracies. A member of Congress explains how legislation he authored, which was signed into law by President George W. Bush, will increase microenterprise spending for the poorest of the poor.

FINANCING DEVELOPMENT: BANKING MICROENTERPRISE **38**

By Katharine McKee, Director, Office of Microenterprise Development, USAID

Only 5 percent of low-income households around the world have access to financial services. Yet these services are now considered critical to small business development and income and employment growth in all countries. McKee outlines U.S.-supported initiatives to increase financial services to poor entrepreneurs, including the use of substitutes for traditional collateral, flexible repayment schedules, and access to expanded services such as insurance and flexible savings accounts.

BEST PRACTICES IN MICROENTERPRISE DEVELOPMENT: A USAID PERSPECTIVE **50**

Office of Microenterprise Development, USAID

Successful microenterprise development requires products tailored to the diverse financial needs of individuals and entrepreneurs, cost structures that allow providers of microenterprise services to make profits, and regulatory and tax policies that encourage enterprise development.

TRIỂN VỌNG KINH TẾ

Tạp chí Điện tử của Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ

NỘI DUNG

DOANH NGHIỆP SIÊU NHỎ: ĐẶT NỀN TẢNG CHO PHÁT TRIỂN KINH TẾ

TRỌNG TÂM

VAI TRÒ CỦA DOANH NGHIỆP SIÊU NHỎ TRONG CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN CỦA HOA KỲ 9

Emmy Simmons, Trợ lý Điều hành, Phòng Phát triển Kinh tế, Nông nghiệp và Thương mại, USAID

Doanh nghiệp siêu nhỏ là nguồn thu nhập và tạo công ăn việc làm chính cho hàng trăm triệu người trên thế giới. Chính phủ Hoa Kỳ coi việc hỗ trợ các doanh nghiệp này là một phần quan trọng trong chiến lược xóa đói nghèo của mình, và dự đoán rằng sự trợ giúp này sẽ ngày càng tập trung vào các cộng đồng với nền kinh tế bị tàn phá bởi các cuộc nội chiến và đại dịch HIV/AIDS.

XÂY DỰNG CON ĐƯỜNG ĐƯA CÁC DOANH NGHIỆP MỚI ĐẾN VỚI KINH TẾ THỊ TRƯỜNG 23

Gaddi H. Vaquez, Giám đốc Tổ chức Hòa bình Mỹ

Tổ chức Hòa bình Mỹ đang dành sự trợ giúp cho các doanh nghiệp nhỏ và doanh nghiệp siêu nhỏ mang tính cộng đồng, đặc biệt là những doanh nghiệp của thanh niên và phụ nữ. Sát cánh cùng với các doanh nghiệp siêu nhỏ, các chuyên gia tình nguyện của Tổ chức Hòa bình Mỹ đang giúp đỡ họ và rộng hơn là đất nước họ, xây dựng những mối liên hệ mới với thị trường trong và ngoài nước.

TÍN DỤNG SIÊU NHỎ LÀ CÔNG CỤ CẤP THIẾT ĐỂ GIÚP NGƯỜI NGHÈO TRÊN THẾ GIỚI 33

Nghị sĩ Christopher H. Smith

Các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp siêu nhỏ rất hiệu quả bởi vì những chương trình này giúp cho người nghèo có thể tự cứu giúp mình - một cách tiếp cận từ dưới lên, khác hẳn với những chiến lược từ trên xuống của phần lớn các cơ quan viện trợ nước ngoài. Với tư cách là một Nghị sĩ Quốc hội, tác giả trình bày cách thức mà những dự luật do ông soạn thảo và được Tổng thống Bush ký phê chuẩn thành luật sẽ làm tăng khoản chi tiêu cho doanh nghiệp siêu nhỏ

TÀI TRỢ CHO PHÁT TRIỂN: DỊCH VỤ NGÂN HÀNG CHO DOANH NGHIỆP SIÊU NHỎ 39

Katharine McKee, Giám đốc, Văn phòng Phát triển Doanh nghiệp Siêu nhỏ, USAID

Chỉ có 5% các hộ gia đình có thu nhập thấp trên thế giới được tiếp cận với các dịch vụ tài chính. Vậy mà những dịch vụ này giờ đây lại được coi là đóng vai trò cấp thiết đối với sự phát triển của doanh nghiệp và đối với việc tăng thu nhập và việc làm ở tất cả các nước. McKee phân tích những sáng kiến được Hoa Kỳ ủng hộ để tăng thêm dịch vụ tài chính cho các doanh nghiệp nghèo, bao gồm việc sử dụng những phương tiện thay thế cho tài sản thế chấp truyền thống, các kế hoạch trả nợ linh hoạt, và việc tiếp cận với những dịch vụ được mở rộng như bảo hiểm và tài khoản tiết kiệm linh hoạt.

NHỮNG KINH NGHIỆM THÀNH CÔNG NHẤT TRONG PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP SIÊU NHỎ: QUAN ĐIỂM CỦA USAID 51

Văn phòng Phát triển Doanh nghiệp Siêu nhỏ, USAID

Sự phát triển thành công của các doanh nghiệp siêu nhỏ đòi hỏi phải có những sản phẩm được thiết kế riêng, phù hợp với những nhu cầu tài chính đa dạng của các cá nhân và của các chủ doanh nghiệp, phải có những cơ cấu chi phí cho phép những người cung cấp dịch vụ cho doanh nghiệp siêu nhỏ thu được lợi nhuận, và phải có những qui định và chính sách thuế khuyến khích được sự phát triển của doanh nghiệp.

COMMENTARY

BUILDING AN ENABLING ENVIRONMENT: A LONG-TERM PERSPECTIVE OF MICROENTERPRISE 54

By Charles Cadwell, Kathleen Druschel, and Thierry van Bastelaer, The Center for Institutional Reform and the Informal Sector, University of Maryland

Small businesses and microenterprises thrive best where good governance is firmly in place. The authors suggest that foreign assistance be refocused toward building the legal and regulatory framework that promotes business development.

WOMEN AND MICROFINANCE: OPENING MARKETS AND MINDS 64

By Susy Cheston, Senior Vice President for Policy and Research, Opportunity International

The microfinance industry has long recognized women as a force in international development and as a market worthy of attention, but it could do even better if it addressed ongoing barriers to women's participation and empowerment.

TWO VIEWS OF MICROENTERPRISE LENDING

MICROFINANCE AND THE GLOBAL DEVELOPMENT CHALLENGE 76

By Alex Counts, President, Grameen Foundation USA

It has been clearly shown that microfinance can have a major impact on reducing poverty at both the local and national levels. Women business owners often are associated with the best credit risks and are more likely than men to funnel earnings into their children's education. The author suggests that formal business training is not always a prerequisite to successful business development.

CREATING AND BUILDING A SUCCESSFUL MICROFINANCE ORGANIZATION 86

By Gregory F. Casagrande, Founder and President, South Pacific Business Development Foundation

Small loans, often not more than a few hundred dollars, have helped to improve income and employment growth for many Samoans and others in the independent Pacific island nations. The author outlines some of SPBD's loan strategies that have resulted in a nearly 100 percent repayment rate by its borrowers.

PROFILES OF MICROENTREPRENEURS 96

Four successful microentrepreneurs from Russia, Haiti, Russia, and the Philippines.

FACTS AND FIGURES

QUICK FACTS 102

USAID FUNDING FOR MICROENTERPRISE 106

RESOURCES

ADDITIONAL READINGS 109

KEY INTERNET SITES 110

BÌNH LUẬN

XÂY DỰNG MÔI TRƯỜNG THUẬN LỢI: TRIỂN VỌNG LÂU DÀI CỦA DOANH NGHIỆP SIÊU NHỎ 55

Charles Cadwell, Kathleen Druschel và Thierry van Bastelaer, Trung tâm Cải cách Thể chế và Khu vực Không chính thức, Đại học Maryland

Các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ sẽ phát triển một cách tốt nhất ở nơi nào có hệ thống quản lý tốt. Các tác giả cho rằng hỗ trợ của nước ngoài nên tập trung vào việc xây dựng một khuôn khổ pháp lý và quản lý để khuyến khích doanh nghiệp phát triển.

PHỤ NỮ VÀ NGUỒN TÀI CHÍNH SIÊU NHỎ: MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG VÀ TƯ DUY 65

Susy Cheston, Phó Chủ tịch Cao cấp về Chính sách và Nghiên cứu, Tổ chức Opportunity International

Khu vực tài chính siêu nhỏ đã từ lâu coi phụ nữ là một lực lượng trong sự phát triển quốc tế và là mảng thị trường đáng chú ý, nhưng khu vực này có thể làm tốt hơn nếu nó khắc phục được những rào cản vẫn còn tồn tại đối với sự tham gia và sự lớn mạnh của phụ nữ.

HAI QUAN ĐIỂM VỀ CHO VAY ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP SIÊU NHỎ

TÀI CHÍNH SIÊU NHỎ VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI SỰ PHÁT TRIỂN TOÀN CẦU 77

Alex Counts, Chủ tịch, Tổ chức Grameen Foundation USA

Một điều rõ ràng là tài chính siêu nhỏ có ảnh hưởng lớn đến việc xóa đói giảm nghèo ở cấp quốc gia và địa phương. Những chủ doanh nghiệp nữ thường ít có rủi ro về tín dụng và thường dành số thu nhập họ kiếm được cho việc học hành của con cái hơn nam giới. Tác giả cho rằng việc đào tạo về kinh doanh một cách bài bản không phải lúc nào cũng là điều kiện tiên quyết để phát triển doanh nghiệp một cách thành công.

TẠO LẬP VÀ XÂY DỰNG MỘT TỔ CHỨC TÀI CHÍNH SIÊU NHỎ THÀNH CÔNG 87

Gregory F. Casagrande, Sáng lập viên và Chủ tịch, Quỹ Phát triển Doanh nghiệp Nam Thái Bình Dương

Các khoản vay nhỏ, thường là không quá vài trăm đô-la, đã góp phần tăng thu nhập và việc làm cho nhiều người Samoa và những người khác ở các quốc đảo độc lập ở Thái Bình Dương. Tác giả miêu tả ngắn gọn một số những chiến lược cho vay của Tổ chức Phát triển Doanh nghiệp Nam Thái Bình Dương, với kết quả là tỉ lệ trả nợ đạt gần 100%.

CHÂN DUNG NHỮNG DOANH NGHIỆP SIÊU NHỎ 97

Bốn chủ doanh nghiệp siêu nhỏ thành công từ Nga, Haiti, và Phillippines.

CON SỐ VÀ SỰ KIẾN

CÁC THÔNG TIN NHANH VỀ DOANH NGHIỆP SIÊU NHỎ 103

TÀI TRỢ DOANH NGHIỆP SIÊU NHỎ CỦA USAID THEO QUỐC GIA VÀ VÙNG LÃNH THỔ 107

TÀI LIỆU THAM KHẢO

SÁCH BÁO VỀ DOANH NGHIỆP SIÊU NHỎ 109

CÁC TRANG WEB VỀ DOANH NGHIỆP SIÊU NHỎ 110

THE ROLE OF MICROENTERPRISE ASSISTANCE IN U.S. DEVELOPMENT POLICY

By Emmy Simmons, Assistant Administrator, Bureau of Economic Growth, Agriculture and Trade, U.S. Agency for International Development

The U.S. government believes that a key component of its poverty reduction strategy lies in support for very small businesses called microenterprises, says Emmy Simmons, assistant administrator at the U.S. Agency for International Development (USAID). This support, she says, is now expanding to address some of the world's most difficult development challenges - rebuilding economies ravaged by civil wars and communities hurt by HIV/AIDS.

Simmons outlines key USAID strategies in support of microenterprise and how these efforts reduce poverty not only for the local entrepreneur but also for the local community. "As the predominant source of income and employment for hundreds of millions of people worldwide, the microenterprise sector's influence on individuals, households, and national economies is clear and profound," she says.

In many countries, microenterprises -- small, informally organized commercial operations owned and operated mostly by the poor -- constitute the majority of businesses. They account for a substantial share

of total employment and gross domestic product (GDP), and they contribute significantly to the alleviation of poverty. They are often the chief economic defense of the most vulnerable households in high-risk environments, such as civil conflict, or during natural disasters. As the predominant source of income and employment for hundreds of millions of people worldwide, the microenterprise sector's influence on individuals, households, and national economies is clear and profound.

For the past three decades, support for microenterprise development has been an important feature of U.S. foreign assistance. The United States Agency for International Development (USAID), the U.S. government's lead agency for bilateral foreign assistance and humanitarian assistance, defines "microenterprise" as a firm of 10 or fewer employees, including unpaid family workers, that is owned and operated by someone who is poor. USAID promotes microenterprise development by:

- Providing financial and technical assistance to institutions and networks that extend credit and financial and sustainable

❖ VAI TRÒ CỦA HOẠT ĐỘNG TRỢ GIÚP DOANH NGHIỆP SIÊU NHỎ TRONG CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN CỦA HOA KỲ

Emmy Simmons, *Trợ lý Điều hành, Phòng Phát triển Kinh tế, Nông nghiệp và Thương mại, Cơ quan Phát triển Quốc tế Hoa Kỳ*

Theo Emmy Simmons, Trợ lý điều hành tại Cơ quan Phát triển Quốc tế Hoa Kỳ (USAID), Chính phủ Hoa Kỳ tin rằng một phần quan trọng trong chiến lược xóa đói nghèo của mình là việc hỗ trợ các doanh nghiệp rất nhỏ gọi là doanh nghiệp siêu nhỏ. Bà nói sự hỗ trợ này hiện đang ngày càng mở rộng để giải quyết một số thách thức lớn nhất về phát triển của thế giới – đó là tái thiết những nền kinh tế bị tàn phá bởi nội chiến và những cộng đồng bị tổn thương bởi đại dịch HIV/AIDS.

Simmons phác thảo những chiến lược quan trọng của USAID trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp siêu nhỏ và trình bày những nỗ lực đã giảm đói nghèo như thế nào cho các chủ doanh nghiệp địa phương cũng như cho cả cộng đồng ở đó. Bà nói: “Với tư cách là một nguồn tạo thu nhập và công ăn việc làm chủ yếu cho hàng trăm triệu người trên thế giới, ảnh hưởng của khu vực doanh nghiệp siêu nhỏ đối với các cá nhân, các hộ gia đình và các nền kinh tế quốc dân là rất rõ ràng và sâu sắc”.

Ở nhiều nước, các doanh nghiệp siêu nhỏ – các tổ chức kinh doanh nhỏ được tổ chức một cách không chính thức, và thường là do người nghèo sở hữu và điều hành – chiếm đa số trong cộng đồng doanh nghiệp. Các doanh nghiệp siêu nhỏ tạo ra một phần đáng kể trong

tổng số việc làm và tổng sản phẩm quốc nội (GDP), và họ đóng góp đáng kể vào công cuộc xóa đói nghèo. Doanh nghiệp siêu nhỏ thường là phương tiện sinh nhai chủ yếu đối với những hộ gia đình dễ bị thiệt hại trong những môi trường có rủi ro cao, như môi trường có xung đột dân sự hay có thiên tai. Là một nguồn tạo thu nhập và công ăn việc làm chủ yếu cho hàng trăm triệu người trên thế giới, nên sự ảnh hưởng của khu vực doanh nghiệp siêu nhỏ đối với các cá nhân, các hộ gia đình và các nền kinh tế quốc dân là rất rõ ràng và sâu sắc.

Trong suốt ba thập kỷ qua, sự hỗ trợ cho các doanh nghiệp siêu nhỏ phát triển là một đặc điểm quan trọng trong chính sách viện trợ nước ngoài của Hoa Kỳ. USAID, cơ quan chủ chốt của Chính phủ Hoa Kỳ trong hoạt động viện trợ nước ngoài song phương và viện trợ nhân đạo song phương, đã định nghĩa “doanh nghiệp siêu nhỏ” là một doanh nghiệp có từ 10 nhân viên trở xuống, kể cả những người trong gia đình làm việc không có lương, và do người nghèo sở hữu và điều hành. USAID khuyến khích sự phát triển của doanh nghiệp siêu nhỏ bằng cách:

- Hỗ trợ về tài chính và kỹ thuật cho các tổ chức và mạng lưới cấp tín dụng và các dịch vụ tài chính và phát triển doanh nghiệp bền vững cho các hộ gia đình nghèo.

business-development services to poor households.

- Promoting policy reforms that enable the smallest businesses to compete against larger firms and achieve their income and job-creation potential.
- Supporting experimentation and research to identify and promote best practices.

The Microenterprise for Self-Reliance and International Anti-Corruption Act of 2000 established microenterprise development as an integral part of U.S. foreign assistance. The law authorized grants by USAID to support poor microentrepreneurs, further specifying that half of all funds benefit the very poor, usually living on less than one U.S. dollar a day. USAID works with more than 700 U.S., local, and international organizations to implement this initiative. The great majority are private-sector providers of financial and business services to the vibrant microenterprise sector.

As the leading bilateral donor for microenterprise development, USAID over the past two decades has created a remarkably effective approach to reducing poverty in a sustainable manner. Its partnerships with U.S. private voluntary organizations (PVOs) and microenterprise practitioners have shown that microenterprise assistance can help alleviate poverty and be commercially viable. As a result of U.S. government support, more than two million poor people throughout the developing world have access to credit from a wide range of financial institu-

tions. Loan recipients use the money to increase their incomes, build assets, and improve their lives. They also prove their creditworthiness by achieving repayment rates that typically exceed 95 percent. More than three million poor people are depositing their savings in lending institutions, allowing them to better plan for their families' futures and cope with crises. Almost 670,000 clients benefit from USAID-supported business development services, which help them reach new markets, improve their skills and productivity, and raise their incomes.

WHY ARE MICROENTERPRISES IMPORTANT?

In many countries, especially those in Africa and Asia, the microenterprise sector constitutes the majority of the working population. A few statistics illustrate the key role that micro and small firms play in generating overall employment:

- Firms of five or fewer employees account for half of the non-farm workforce in Latin America and two-thirds of the non-farm workforce in Africa.
- Informal sector firms generate three out of every four new, non-farm jobs in Thailand and half of all new jobs in Indonesia.
- In Indonesia, firms with five or fewer employees account for almost half of total

- Thúc đẩy cải cách chính sách nhằm giúp các doanh nghiệp nhỏ nhất cạnh tranh được với các doanh nghiệp lớn hơn và để họ phát huy được những tiềm năng về thu nhập và tạo công ăn việc làm của mình.
- Hỗ trợ việc thử nghiệm và nghiên cứu để xác định và thúc đẩy việc áp dụng các thực tiễn thành công nhất.

Đạo luật Doanh nghiệp Siêu nhỏ vì Tự lực Cảnh sinh và Chống Tham nhũng Quốc tế năm 2000 đã khẳng định rằng việc phát triển các doanh nghiệp siêu nhỏ là một bộ phận không thể tách rời trong viện trợ nước ngoài của Hoa Kỳ. Đạo luật này cho phép cung cấp các khoản viện trợ của USAID nhằm hỗ trợ các chủ doanh nghiệp siêu nhỏ nghèo và nói rõ thêm rằng một nửa của tất cả số tiền viện trợ đó phải đem lại lợi ích cho những người rất nghèo, thường sống dưới mức 1 đô-la một ngày. USAID cũng hợp tác với hơn 700 tổ chức của Hoa Kỳ, tổ chức tại địa phương và quốc tế để thực hiện sáng kiến này. Phần lớn những tổ chức này là những tổ chức tư nhân cung cấp dịch vụ kinh doanh và tài chính cho khu vực doanh nghiệp siêu nhỏ đầy năng động.

Với tư cách là cơ quan tài trợ song phương hàng đầu đối với sự phát triển của các doanh nghiệp siêu nhỏ, trong vòng hai năm qua, USAID đã xây dựng được một phương pháp tiếp cận rất hiệu quả để xóa đói nghèo một cách bền vững. Mỗi quan hệ đối tác của USAID với các tổ chức tự nguyện tư nhân của Hoa Kỳ (PVOs) và những người hoạt động trong khu vực doanh nghiệp siêu nhỏ đã cho thấy rằng sự hỗ trợ cho doanh nghiệp siêu nhỏ có thể góp phần xóa đói nghèo và có tính khả thi và bền vững về mặt thương mại.

Nhờ có sự hỗ trợ của Chính phủ Hoa Kỳ, hơn hai triệu người nghèo ở các nước đang phát

triển đã được tiếp cận với nguồn tín dụng từ nhiều tổ chức tài chính khác nhau. Những người được vay vốn đã sử dụng số tiền đó để tăng thu nhập, gây dựng tài sản, và cải thiện cuộc sống của mình. Họ cũng chứng tỏ được độ tin cậy về tài chính của mình bằng việc hoàn trả những khoản vay với tỉ lệ trả nợ lên tới 95%. Hơn 3 triệu người nghèo đang gửi tiền tiết kiệm của mình tại các tổ chức tín dụng, cho phép họ lập kế hoạch tốt hơn cho tương lai của gia đình và trụ vững được trong những hoàn cảnh khó khăn. Gần 670.000 khách hàng đã được hưởng lợi từ các dịch vụ phát triển kinh doanh do USAID hỗ trợ, và điều này giúp họ tiếp cận được tới các thị trường mới, nâng cao kỹ năng và năng suất lao động, và tăng thu nhập.

TAI SAO DOANH NGHIỆP SIÊU NHỎ LẠI QUAN TRỌNG?

Ở nhiều nước, nhất là ở các nước châu Phi và châu Á, khu vực doanh nghiệp siêu nhỏ chiếm đa số trong lực lượng lao động. Những số liệu thống kê sau cho thấy vai trò chủ đạo của các doanh nghiệp nhỏ và doanh nghiệp siêu nhỏ trong việc tạo công ăn việc làm nói chung:

- Các doanh nghiệp có từ năm nhân viên trở xuống chiếm một nửa lực lượng lao động phi nông nghiệp ở khu vực châu Mỹ Latinh và hai phần ba lực lượng lao động ở châu Á.
- Ở Thái Lan, cứ 4 việc làm phi nông nghiệp mới được tạo ra thì trong đó các doanh nghiệp của khu vực kinh tế không chính thức chiếm 3 việc làm, còn ở Ấn Độ thì con số này là một nửa.
- Ở Ấn Độ, các doanh nghiệp có từ 5 nhân viên trở xuống chiếm gần một nửa số việc làm trong ngành chế tạo, trong khi các doanh nghiệp nhỏ chiếm thêm 18%.

manufacturing employment while small firms account for an additional 18 percent.

- In Thailand, micro and Small Enterprises comprise more than 97 percent of all firms in the manufacturing and trade/service sectors. Micro firms generate 71 percent of total employment in the trade/service sector.

Many USAID-assisted microenterprise development programs have broad impacts on poverty as income from the enterprise increases and stabilizes household income. But the benefits are not just enterprise-related. Families often gain access to a range of financial services - for instance, specially tailored loans for school fees, medical emergencies, wedding and funeral expenses, insurance products, and remittance services that enable them to receive funds sent from abroad faster and at lower cost. Access to financial services is critical in helping poor households build up assets, cope with shocks, and seize new economic opportunities.

A 2002 study by CGAP (the Consultative Group to Assist the Poor, a 29-donor consultative group for microfinance) cited examples of diverse benefits in a range of countries. In El Salvador, for instance, the weekly income of Foundation for International Community Assistance (FINCA)⁽¹⁾ clients increased on average by 145 percent. In India, half of SHARE⁽²⁾ clients graduated from poverty. The CGAP study revealed equally impressive gains in education, health, and nutrition. In Vietnam, clients of

a [Save the Children] partner organization, reduced food deficits from three months to one. In Bangladesh, nearly all girls in Gram-een Bank-client households received schooling, compared to 60 percent of girls in non-client households.

Statistics at the national-economy level are also compelling:

- Firms of five or fewer employees generate a substantial share of GDP in many countries.
- No fewer than 90 percent of workers in India owe their livelihoods to informal sector employment⁽³⁾. These workers contribute 60 percent of net domestic product and 70 percent of domestic income. More than half of the economically active population in the Philippines is employed in micro and small businesses.⁽⁴⁾
- Mexico looks to microenterprises for 32 percent of its gross domestic product and 64 percent of its total employment.⁽⁵⁾
- Approximately 49 percent of GDP in Peru and 70 percent in Nigeria and Egypt come from the micro-dominated informal economy.⁽⁶⁾
- In Ukraine, 2.6 million businesses - 87 percent of all businesses in that country - are self-employed individuals who produce, distribute, and/or sell goods in the local marketplace.

Microenterprises may also be integral to the success of key economic sectors. In South Africa, for example, the construction sector generates a third of GDP and includes

- Ở Thái Lan, các doanh nghiệp nhỏ và doanh nghiệp siêu nhỏ chiếm hơn 97% tổng số doanh nghiệp trong ngành chế tạo và ngành thương mại/dịch vụ. Các doanh nghiệp siêu nhỏ tạo ra 71% tổng số việc làm trong ngành thương mại/dịch vụ.

Nhiều chương trình phát triển doanh nghiệp siêu nhỏ do USAID trợ giúp đã có những ảnh hưởng sâu rộng đối với xóa đói nghèo khi thu nhập từ doanh nghiệp tăng lên và giúp ổn định thu nhập của hộ gia đình. Nhưng những lợi ích không chỉ liên quan đến doanh nghiệp. Các gia đình thường tiếp cận với một loạt các dịch vụ tài chính - chẳng hạn như những khoản cho vay được thiết kế dành riêng cho việc nộp học phí, cho thuốc men khi ốm đau bất ngờ, cho việc cưới hỏi hay ma chay, cho bảo hiểm, và dịch vụ kiều hối giúp cho họ được nhận tiền gửi về từ nước ngoài một cách nhanh hơn và với chi phí thấp hơn. Việc tiếp cận với các dịch vụ tài chính là rất quan trọng trong việc giúp các hộ gia đình nghèo gây dựng tài sản, vượt qua những hoàn cảnh khó khăn, và nắm bắt được những cơ hội kinh tế mới.

Một nghiên cứu do CGAP (Nhóm Tư vấn Hỗ trợ Người nghèo, một nhóm tư vấn về tài chính siêu nhỏ gồm 29 nhà tài trợ) tiến hành đã nêu ra những ví dụ về những lợi ích khác nhau ở nhiều nước. Chẳng hạn như ở El Salvador, thu nhập hàng tuần của những khách hàng của Tổ chức Hỗ trợ Cộng đồng Quốc tế (FINCA)⁽¹⁾ đã tăng trung bình 145%. Ở Ấn Độ, một nửa số khách hàng của SHARE⁽²⁾ đã thoát khỏi cảnh đói nghèo. Nghiên cứu của CGAP cũng cho thấy những tiến bộ đáng kể không kém về giáo dục, sức khỏe, và dinh dưỡng. Ở Việt Nam, khách hàng của một tổ chức đối tác (quỹ Cứu giúp Nhi đồng) đã giảm được thời gian thiếu lương thực từ ba tháng xuống còn một tháng. Ở Bangladesh, gần như

tất cả các em bé gái ở các hộ gia đình là khách hàng của Ngân hàng Grameen đã được đến trường, so với 60% em bé gái trong những hộ gia đình không phải là khách hàng của ngân hàng này.

Các số liệu thống kê ở cấp quốc gia cũng rất thuyết phục:

- Các doanh nghiệp có 5 nhân viên trở xuống đóng góp một phần đáng kể trong GDP của nhiều quốc gia.
- Có tới 90% số người lao động ở Ấn Độ kiếm sống nhờ làm việc trong khu vực không chính thức⁽³⁾. Những người này đóng góp 60% vào sản phẩm quốc nội ròng và 70% vào thu nhập trong nước. Hơn một nửa số dân đang làm việc có thu nhập ở Philippines làm việc trong những doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ⁽⁴⁾.
- Ở Mexico, các doanh nghiệp siêu nhỏ chiếm 32% tổng sản phẩm quốc nội và 64% tổng số việc làm⁽⁵⁾.
- Gần 49% GDP của Peru và 70% ở Nigeria và Ai Cập là từ khu vực kinh tế không chính thức mà trong đó vai trò chủ đạo thuộc về doanh nghiệp siêu nhỏ⁽⁶⁾.
- Ở Ukraina, 2,6 triệu doanh nghiệp – 87% tổng số doanh nghiệp trên cả nước – là những cá nhân tự kinh doanh, họ sản xuất, phân phối và/hoặc bán hàng hóa tại những khu chợ ở địa phương.

Các doanh nghiệp siêu nhỏ cũng đóng vai trò không thể thiếu trong sự thành công của những khu vực kinh tế quan trọng. Chẳng hạn như ở Nam Phi, ngành xây dựng tạo ra một phần ba GDP với 90.000 doanh nghiệp, trong đó 87.000 doanh nghiệp có qui mô nhỏ và siêu nhỏ. Một đặc điểm nổi bật của ngành này là các công ty xây dựng lớn thường thuê lại các nhà thầu phụ nhỏ có chuyên môn. Ở Bangla-

90,000 firms, of which 87,000 are micro- and small-scale. Outsourcing by large construction firms to specialized, small subcontractors is a very common feature of the industry. In Bangladesh, more than 90 percent of the firms engaged in the \$350 million shrimp export business are microbusinesses. In Honduras, microfirms account for 30,000 of 40,000 horticultural firms that emerged in the wake of Hurricane Mitch. They partner with larger firms to compete in export markets and improve quality control and processing.

THREE AREAS OF USAID MICROENTERPRISE SUPPORT

USAID's microenterprise program focuses on three areas of strategic support: policy/enabling environment, business services, and microfinance.

A supportive policy environment, including a favorable business and investment climate, is critical to successful, sustainable microenterprise development. USAID supports reform of laws, regulations, and policies to facilitate the creation and operation of microenterprises and to expand access to financial and other services by the underserved poor. This can include helping countries streamline their business registration process; building the capacity of microentrepreneurs to work through independent business associations to advocate for policy

reforms; and promoting anti-corruption efforts and tax reform.

A variety of organizations offer business development services (BDS) to help microenterprises increase revenues, build capacity, initiate new economic activities, or increase their leverage in the marketplace. Such services include marketing assistance, product development, business training, advisory or information services, productivity-enhancing technologies, and linkages to financial services.

USAID does not support direct subsidization of business services for microentrepreneurs. Instead, it supports the development of markets by helping BDS providers extend services that boost microenterprise income and competitiveness. Service providers often need help to tailor their services to poorer clients. Access to appropriate financial and business services enables microenterprises to seize new economic opportunities and increases the potential impact of sustained reductions in poverty levels.

Linking small producers to larger firms and lucrative markets is often the key to success. For instance, in Bangladesh the USAID-supported JOBS⁽⁷⁾ program supports firms producing hand-made sandals for export to Paris. With project assistance, the larger exporters organized groups of smaller producers to supply this market, providing them with inputs, designs, and quality control in addition to export services. The business services facilitated by JOBS helped flexible, labor-intensive micro-firms enter

desh, hơn 90% các doanh nghiệp trong lĩnh vực xuất khẩu tôm trị giá 350 triệu đô-la là các doanh nghiệp siêu nhỏ. Ở Honduras, các doanh nghiệp siêu nhỏ chiếm tới 30.000 trong tổng số 40.000 các doanh nghiệp làm vườn được thành lập sau cơn bão Mitch. Những doanh nghiệp này hợp tác với các doanh nghiệp lớn hơn để cạnh tranh trên các thị trường xuất khẩu và nâng cao việc kiểm soát chất lượng và chế biến.

BA LĨNH VỰC HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP SIÊU NHỎ CỦA USAID

Chương trình doanh nghiệp siêu nhỏ của USAID tập trung vào ba lĩnh vực hỗ trợ chiến lược: chính sách/tạo môi trường thuận lợi, các dịch vụ kinh doanh và tài chính siêu nhỏ.

Một môi trường chính sách thuận lợi, bao gồm một môi trường kinh doanh và đầu tư thuận lợi, đóng một vai trò quan trọng trong việc phát triển thành công và bền vững các doanh nghiệp siêu nhỏ. USAID hỗ trợ cải cách luật pháp, các qui định và chính sách nhằm tạo điều kiện cho việc thành lập và điều hành các doanh nghiệp siêu nhỏ, và để tạo điều kiện cho những người nghèo chưa được quan tâm có thể tiếp cận dễ dàng hơn đến các dịch vụ tài chính và các dịch vụ khác. Hoạt động này có thể bao gồm việc giúp cho các quốc gia đơn giản hóa thủ tục đăng ký kinh doanh, xây dựng năng lực cho các chủ doanh nghiệp thông qua các hiệp hội kinh doanh độc lập để vận động cho các cuộc cải cách chính sách; và thúc đẩy những nỗ lực chống tham nhũng và cải cách thuế.

Nhiều tổ chức sẵn sàng cung cấp các dịch vụ phát triển kinh doanh (BDS) để giúp các doanh nghiệp siêu nhỏ tăng doanh thu, xây dựng năng lực, sáng tạo ra những hoạt động kinh tế mới, hay tăng thêm vị thế của họ trên

thị trường. Những dịch vụ như vậy bao gồm hỗ trợ tiếp thị, phát triển sản phẩm, đào tạo về kinh doanh, dịch vụ tư vấn hay cung cấp thông tin, công nghệ để nâng cao năng suất lao động và tiếp cận với các dịch vụ tài chính.

USAID không ủng hộ việc trợ cấp trực tiếp các dịch vụ kinh doanh cho các doanh nghiệp siêu nhỏ. Thay vào đó, cơ quan này ủng hộ việc phát triển thị trường bằng cách giúp những người cung cấp dịch vụ phát triển kinh doanh dịch vụ có thể tăng thu nhập và tính cạnh tranh của doanh nghiệp siêu nhỏ. Các nhà cung cấp dịch vụ thường cần có sự giúp đỡ để điều chỉnh dịch vụ của họ cho phù hợp với những khách hàng nghèo. Việc tiếp cận với những dịch vụ kinh doanh và tài chính phù hợp giúp cho các doanh nghiệp siêu nhỏ nắm bắt được những cơ hội kinh tế mới và có nhiều khả năng hơn trong việc xóa đói nghèo một cách bền vững.

Kết nối các nhà sản xuất nhỏ với các doanh nghiệp lớn và các thị trường có lợi nhuận cao thường là chìa khóa cho sự thành công. Chẳng hạn như ở Bangladesh, chương trình do USAID tài trợ (JOBS)⁽⁷⁾ đã hỗ trợ cho các doanh nghiệp sản xuất dệt thủ công để xuất khẩu sang Paris. Với sự trợ giúp của dự án, các công ty xuất khẩu qui mô lớn đã tổ chức các nhóm những nhà sản xuất nhỏ để cung cấp sản phẩm cho thị trường này bằng cách cung cấp cho các nhà sản xuất nhỏ những nguyên liệu đầu vào, thiết kế mẫu mã và kiểm soát chất lượng, và với các dịch vụ xuất khẩu. Các dịch vụ kinh doanh do JOBS đỡ đầu đã giúp cho các doanh nghiệp siêu nhỏ linh hoạt sử dụng nhiều lao động cao thâm nhập được vào những thị trường ngách đang phát triển, nhưng không phù hợp với các doanh nghiệp lớn hơn.

emerging niche markets for which larger firms are not well suited.

In Haiti, 37 coffee-grower associations representing 25,000 small growers were assisted in development of a common logo for the "Haitien Bleu" premium coffee brand. Backed by consistent quality standards and a targeted market, Haitien Bleu has provided the micro producers returns significantly higher than they previously were receiving for coffee harvests without quality controls and premium designations.

Microfinance involves the provision of diverse financial services to families and firms excluded from the formal financial market. When this field was in its infancy, microfinance meant small loans for microentrepreneurs to use in starting or expanding their businesses. The predominant methodology was the group loan, based on the Grameen Bank model developed in Bangladesh, which required individual entrepreneurs to receive loans in groups, attend weekly meetings, and take responsibility for repayment by all group members.

Over the years, microfinance has grown to include a variety of lending methodologies. It now encompasses a wide range of financial services. Loans can be offered on a group or individual basis, with amounts and repayment terms increasingly flexible and tailored to client needs. Other microfinance services include savings deposit services, insurance, and transfer/remittance services. The list continues to grow as microfinance

institutions develop new products in response to client demand.

Roughly two-thirds of USAID microenterprise funds support development of credit and financial services targeted to poor entrepreneurs and their households. These services typically include credit for working capital and investment, savings, insurance, and payments services of various types. USAID support led to the development of a number of successful microfinance methodologies over the past two decades, adapted to a wide variety of settings and client groups. Loan repayment rates typically exceed 97 percent.

USAID's support for microfinance focuses on two equally important objectives. The first of these is the development and expansion of strong microfinance institutions (MFIs) - those with effective governance structures and credible business plans to cover all operating expenses, including the cost of capital, through operating income within a reasonable timeframe. The second objective is the promotion of products and services with the potential to reach poor and very poor entrepreneurs, especially underserved populations such as rural residents, women, and those in conflict or crisis situations.

The majority of USAID funds support very poor entrepreneurs - those considered to be well below the poverty line in their countries.⁽⁸⁾ Program features for these clients

Ở Haiti, 37 hiệp hội những người trồng cà phê đại diện cho 25.000 người trồng cà phê đã được trợ giúp trong việc phát triển một biểu trưng chung mang tên “Haitien Bleu” cho nhãn hiệu cà phê hạng nhất của mình. Được hỗ trợ bởi những tiêu chuẩn chất lượng có hệ thống và một thị trường mục tiêu rõ ràng, nhãn hiệu Haitien Bleu đã đem lại cho những nhà sản xuất nhỏ những khoản lợi suất cao hơn nhiều so với thời kỳ khi họ thu hoạch cà phê mà không có một hệ thống kiểm soát chất lượng và không thông tin về chất lượng tuyệt hảo của cà phê.

Tài chính siêu nhỏ bao gồm cả việc cung cấp những dịch vụ tài chính đa dạng cho các hộ gia đình và các doanh nghiệp không thể tiếp cận với thị trường tài chính chính thức. Khi lĩnh vực này còn đang trong thời kỳ sơ khai thì tài chính siêu nhỏ chỉ có nghĩa là dành các khoản cho vay nhỏ cho các chủ doanh nghiệp siêu nhỏ để họ sử dụng trong việc khởi nghiệp hay mở rộng kinh doanh. Thời đó, phương pháp chủ yếu là cho vay theo nhóm, dựa trên mô hình của Ngân hàng Grameen ở Bangladesh, theo đó đòi hỏi mỗi doanh nghiệp phải nhận tiền vay theo nhóm, phải dự các cuộc họp hàng tuần, và phải có trách nhiệm đảm bảo tất cả các thành viên trong nhóm đều phải trả nợ.

Cùng với thời gian, tài chính siêu nhỏ đã phát triển và giờ đây nó bao gồm nhiều phương thức cho vay đa dạng. Hiện nay, nó được thực hiện với nhiều dịch vụ tài chính khác nhau. Các khoản cho vay có thể được dành cho một nhóm hay cho một cá nhân, với số tiền cho vay và thời gian trả nợ linh hoạt hơn nhiều và được điều chỉnh cho phù hợp với nhu cầu của khách hàng. Các dịch vụ tài chính siêu nhỏ khác bao gồm dịch vụ gửi tiền tiết kiệm, bảo hiểm, và dịch vụ chuyển tiền/kiều hối. Danh

sách này vẫn tiếp tục được bổ sung khi các tổ chức tài chính siêu nhỏ phát triển các sản phẩm mới đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Gần hai phần ba số tiền dành cho doanh nghiệp siêu nhỏ của USAID là để hỗ trợ cho việc phát triển các dịch vụ tín dụng và tài chính nhằm phục vụ các doanh nghiệp nghèo và gia đình họ. Thông thường, các dịch vụ này bao gồm cấp tín dụng để làm vốn hoạt động và đầu tư, dịch vụ tiết kiệm, và các dịch vụ thanh toán khác nhau. Hỗ trợ của USAID đã dẫn tới việc phát triển một số phương thức tài chính siêu nhỏ thành công trong hai thập kỷ qua, được điều chỉnh cho phù hợp với những bối cảnh khác nhau và các nhóm khách hàng khác nhau. Tỷ lệ hoàn trả nợ thường cao hơn 97%.

Hỗ trợ của USAID cho tài chính siêu nhỏ tập trung vào hai mục tiêu quan trọng như nhau. Mục tiêu đầu tiên là phát triển và mở rộng các tổ chức tài chính siêu nhỏ (MFI) mạnh - những tổ chức có cơ cấu điều hành doanh nghiệp hiệu quả và các kế hoạch kinh doanh đáng tin cậy để trang trải mọi chi phí vận hành như chi phí đầu tư xây dựng cơ bản, thông qua các khoản thu nhập từ hoạt động kinh doanh trong một khung thời gian hợp lý. Mục tiêu thứ hai là phát triển các sản phẩm và dịch vụ có khả năng đến được với chủ doanh nghiệp nghèo và rất nghèo, đặc biệt là những người bị thiệt thòi như những cư dân ở nông thôn, phụ nữ, và những người đang trong các cuộc xung đột hoặc khủng hoảng.

Phần lớn số tiền của USAID là để hỗ trợ cho những chủ doanh nghiệp rất nghèo – những người được coi là sống thấp hơn nhiều so với mức nghèo khổ ở nước họ⁽⁸⁾. Những đặc điểm của chương trình dành cho các đối tượng này bao gồm những cam đoan theo nhóm thay cho

may include group guarantees as a substitute for traditional loan collateral and very small loan sizes with frequent loan repayments. By grouping clients, MFIs can achieve economies of scale and recoup their costs despite the very small revenue generated by each transaction. An important innovation permits clients to make frequent, very small savings deposits, reflecting the actual availability of cash in the household.

NEW DIRECTIONS FOR MICROENTERPRISE DEVELOPMENT

In recent years, USAID field-based microenterprise programs have moved toward integrating microenterprise development activities into broader programs that address problems faced by microentrepreneurs and their households, such as civil conflict and HIV/AIDS. For example, Constanta, a Georgian microfinance institution, was created in 1998 after the civil war, with assistance from Save the Children. It designed its products and outreach strategy to ensure service to women who were internally displaced persons (IDPs), typically supporting families on their own. Constanta now has more than 15,000 active clients and has served well over 20,000 very disadvantaged microentrepreneurs. It has received grants from USAID and other donors totaling just over \$4 million for its loan capital and operations. A recent impact assessment of 828

clients documented that 72 percent of clients had been able to improve their families' nutritional status, 28 percent had improved children's schooling, and 22 percent had created new jobs through microenterprise. Of the 74 percent of respondents that reported income increases, 92 percent attributed the increase to credit access that enabled them to tap new economic opportunities. Results such as these suggest that microfinance can be a powerful tool for poverty alleviation in even the toughest economic and political environments. Support for microfinance is one of the strategies the United States will use to accelerate reconstruction in places as diverse as Afghanistan and Sudan.

In areas devastated by HIV/AIDS, such as in Zimbabwe, USAID missions are using microfinance to mitigate the economic impact on orphans and others affected by the disease. Currently, one in four people between the ages of 15 and 45 in Zimbabwe has HIV and some 624,000 children under the age of 15 have lost one or both parents to the disease. USAID funds programs to provide training, business skills, and financial services to affected communities. It also assists the national microfinance network, Zimbabwe Association of Micro Finance Institutes (ZAMFI), as well as local affiliates of international networks. This support to national and multi-country networks has been a key component of the USAID mis-

những tài sản thế chấp truyền thống, hay những khoản tiền cho vay rất nhỏ và phải trả nợ thường xuyên. Bằng cách nhóm các khách hàng lại với nhau, các tổ chức tài chính siêu nhỏ có thể đạt được hiệu quả kinh tế theo qui mô và bù đắp được chi phí mặc dù mỗi giao dịch chỉ đem lại cho họ một khoản doanh thu rất nhỏ. Các tổ chức tài chính siêu nhỏ còn có một sáng kiến quan trọng cho phép khách hàng gửi tiền tiết kiệm một cách thường xuyên, mỗi lần gửi với số tiền rất nhỏ, chứng tỏ trên thực tế các hộ gia đình cũng có tiền mặt.

NHỮNG HƯỚNG ĐI MỚI TRONG VIỆC PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP SIÊU NHỎ

Trong những năm gần đây, các chương trình doanh nghiệp siêu nhỏ dựa trên thực tế địa phương của USAID đã đi theo hướng lồng ghép các hoạt động phát triển doanh nghiệp siêu nhỏ vào những chương trình rộng hơn để giải quyết những vấn đề mà các chủ doanh nghiệp siêu nhỏ và gia đình họ gặp phải, chẳng hạn như xung đột trong nội bộ đất nước hay đại dịch HIV/AIDS. Chẳng hạn như Constanta, một tổ chức tài chính siêu nhỏ ở Georgia, đã được thành lập năm 1998 sau cuộc nội chiến, với nguồn tài trợ từ Quỹ Cứu trợ Nhi đồng. Tổ chức này thiết kế các sản phẩm và chiến lược phục vụ của mình để đảm bảo phục vụ được những người phụ nữ, những người thường bị hạ thấp vai trò trong gia đình (IDPs) và thường phải gánh vác gia đình một mình. Constanta giờ đây có hơn 15.000 khách hàng thường xuyên và đã phục vụ được hơn 20.000 doanh nghiệp bị thiệt thòi. Tổ chức này đã nhận được viện trợ USAID và các nhà tài trợ khác với trị giá hơn 4 triệu đô-la để duy trì hoạt động và cho vay. Một đánh giá tác động gần đây đối với 828 khách hàng đã cho thấy 72% khách hàng đã cải thiện được tình trạng

đinh dưỡng của gia đình, 28% đã cải thiện được việc học hành cho con cái, và 22% đã tạo ra những việc làm mới thông qua doanh nghiệp siêu nhỏ. Trong số 74% số người trả lời điều tra nói rằng thu nhập của họ đã tăng lên, 92% đã nói rằng đó là nhờ họ được tiếp cận với tín dụng giúp họ nắm bắt được các cơ hội kinh tế mới. Những kết quả như thế này chỉ ra rằng tài chính siêu nhỏ có thể là một công cụ hữu hiệu để xóa đói nghèo ngay cả trong những môi trường chính trị và kinh tế khắc nghiệt nhất. Sự ủng hộ tài chính siêu nhỏ là một trong những chiến lược mà Hoa Kỳ sẽ sử dụng để đẩy nhanh công cuộc tái thiết ở những nơi có bối cảnh đa dạng như Afghanistan và Sudan.

Ở những nơi bị tàn phá bởi đại dịch HIV/AIDS như ở Zimbabwe, các phái đoàn của USAID đang sử dụng tài chính siêu nhỏ để giảm nhẹ những ảnh hưởng về kinh tế đối với những đứa trẻ mồ côi và những người khác bị ảnh hưởng của đại dịch. Hiện nay, cứ bốn người tuổi từ 15 đến 45 ở Zimbabwe thì có một người nhiễm HIV và khoảng 624.000 trẻ em dưới 15 tuổi bị mất cha hoặc mẹ hoặc cả hai vì đại dịch này. USAID đã cung cấp tài chính cho các chương trình đào tạo về kỹ năng kinh doanh và cung cấp dịch vụ tài chính cho những cộng đồng bị ảnh hưởng của đại dịch. USAID cũng giúp đỡ mạng lưới tài chính siêu nhỏ của quốc gia có tên Hội các Tổ chức Tài chính siêu nhỏ Zimbabwe (ZAMFI), cũng như những chi nhánh của mạng lưới này tại các địa phương. Sự hỗ trợ cho các mạng lưới quốc gia và nhiều quốc gia này là một nội dung chủ yếu trong chiến lược của USAID nhằm đáp ứng những nhu cầu đa dạng của những người nghèo nhưng lại rất năng động trong làm ăn kinh tế ở Zimbabwe theo một phương thức tổng hợp.

sion's strategy for addressing the multiple needs of Zimbabwe's economically active poor in an integrated fashion.

Strategies for making microenterprise work are expanding. U.S. commitment for making microenterprise work is expanding. More than ever the idea of delivery of well-tailored financial and business services to this important sector of the economy is showing its ability to pull huge numbers of people out of poverty.

- 1 The Foundation for International Community Assistance.
- 2 Society for Helping Awakening Rural Poor through Education, an associate of Women's World Banking.
- 3 (ILO), "Women and men in the informal economy: A statistical picture," p. 7 (no date) The International Labour Office defines informal sector employment to include both self-

employment in informal enterprises (i.e., small and/or unregistered) and wage employment in informal jobs (i.e., lacking contract, benefits or social protection).

- 4 ILO, pp. 34, 36.
- 5 ILO p. 37.
- 6 "The Informal Sector: Refugees from Under-Performing Legal and Institutional Systems," presentation by Kate McKee, Washington, DC, 2002.
- 7 Job Opportunities and Business Support.
- 8 USAID Microenterprise Results Reporting, 2000, p. 26 (chart).
Section 105 of P.L. 106-309 added a new Sec. 131 to the Foreign Assistance Act, which requires that 50 percent of all microenterprise resources be targeted to very poor entrepreneurs, defined in the law as those living in the bottom 50 percent below the poverty line as established by the national government of the country. The section also sets out loan sizes in different regions to serve as a standard for measuring the poverty level of clients, with loans in 1995 United States dollars of \$1,000 or less in the Europe and Eurasia region; \$400 or less in the Latin America region; and \$300 or less in the rest of the world.

Các chiến lược thúc đẩy hoạt động của doanh nghiệp siêu nhỏ vẫn đang tiếp tục được mở rộng. Hơn bao giờ hết, ý tưởng cung cấp những dịch vụ kinh doanh và tài chính phù hợp cho khu vực quan trọng này của nền kinh tế đang chứng tỏ khả năng của mình trong việc giúp rất nhiều người thoát khỏi cảnh đói nghèo.

-
1. Tổ chức Hỗ trợ Cộng đồng Quốc tế.
 2. Tổ chức Giúp đỡ Những người nghèo đang thức tỉnh ở Nông thôn thông qua Giáo dục, một cơ quan thành viên của Ngân hàng Thế giới cho Phụ nữ.
 3. (ILO), “Phụ nữ và nam giới trong nền kinh tế không chính thức: một bức tranh thống kê,” trang 7 (không có ngày tháng) Tổ chức Lao động Quốc tế định nghĩa việc làm trong nền kinh tế không chính thức bao gồm cả việc tự thân kinh doanh trong những doanh nghiệp không chính thức (có nghĩa là những doanh nghiệp nhỏ và/hoặc không đăng ký kinh doanh) và thuê nhân công làm những công việc không chính thức (có nghĩa là không có hợp đồng lao động, không có chế độ đãi ngộ hay bảo hiểm xã hội).
 4. ILO, trang 34, 36.
 5. ILO trang 37
 6. “Khu vực Không chính thức: Những người trốn chạy các hệ thống thể chế và pháp lý thiếu hiệu quả,” bài trình bày của Kate McKee, Washington, DC, 2002.
 7. Các cơ hội việc làm và Hỗ trợ kinh doanh.
 8. Báo cáo kết quả về Doanh nghiệp siêu nhỏ của USAID, 2000, trang 26 (biểu đồ).
Phần 105 của P.L. 106-309 bổ sung một phần mới 131 vào Đạo luật Viện trợ Nước ngoài, yêu cầu rằng 50% của các nguồn lực dành cho doanh nghiệp siêu nhỏ phải được nhằm vào các chủ doanh nghiệp rất nghèo, theo luật định là những người thuộc nhóm 50% người nghèo nhất sống dưới mức nghèo khổ do chính phủ nước đó đề ra. Phần này cũng qui định những khoản tiền cho vay ở những vùng khác nhau để làm tiêu chuẩn đánh giá mức nghèo khổ của khách hàng, với số tiền cho vay trị giá 1.000 đô-la năm 1995 hay ít hơn ở châu Âu và vùng Âu Á; 400 đô-la hay ít hơn ở khu vực Mỹ Latinh; và 350 đô-la hay ít hơn ở các vùng khác trên thế giới.

PAVING THE WAY FOR ENTREPRENEURS TO ENTER THE MARKET ECONOMY

By Gaddi Vasquez, Director, U.S. Peace Corps

The Peace Corps focuses on underserved segments in the countries in which it serves, particularly women and youth, in its support for community-based small businesses and microenterprises, says Director Gaddi Vasquez. By providing training in entrepreneurial, business management, and leadership skills, and establishing youth business clubs to help young people put their skills to use, Peace Corps volunteers are helping countries develop new links to domestic and international markets. "Where volunteers once constructed wooden bridges, the 21st century Peace Corps volunteer builds economic bridges by paving the way for entrepreneurs to enter the market economy," Vasquez says.

The U.S. Peace Corps is promoting development of community-based small businesses and microenterprise projects in many of the world's poorest countries. By combining traditional business management training with innovative information technologies, Peace Corps volunteers are nurturing new entrepreneurs and helping them to create links between developing- country suppliers and domestic and international markets.

From Africa and Latin America to Central and Eastern Europe, the Peace Corps has provided assistance to hundreds of thousands of entrepreneurs the past 43 years. What separates the Peace Corps approach

from those of other development agencies is its cadre of skilled volunteers who understand the local language, culture, and markets and who live and work in local communities where they integrate community members in every facet of their projects.

With the fall of the communist era in the late 1980s and the rise of market economies in Central and Eastern Europe and the former Soviet Union, the Peace Corps launched in the region a number of formal Small Enterprise Development (SED) projects. At the same time, volunteers continued to build on the cooperative movement in Latin America and advance the tradition of entrepreneurship in Africa and Asia. The goal of these projects was to impart entrepreneurial skills while strengthening the capacity of local organizations and service providers that assist micro and small businesses.

The Peace Corps now has stand-alone SED projects in 36 countries around the world and promotes SED activities in almost all of the more than 65 other country programs it operates. In fiscal year 2002, close to 1,000 SED volunteers assisted more than 80,000 individual entrepreneurs and 8,000 service providers and organizations. Where volunteers once constructed wooden bridges, the 21st century Peace Corps volunteer builds economic bridges by paving the way for entrepreneurs to enter the market economy.

MỞ ĐƯỜNG ĐƯA DOANH NGHIỆP MỚI ĐẾN VỚI KINH TẾ THỊ TRƯỜNG

Gaddi Vasquez, Giám đốc Tổ chức Hòa bình Mỹ (Peace Corps)

Tổ chức Hòa bình Mỹ tập trung vào các nhóm người còn chưa được quan tâm đầy đủ, đặc biệt là phụ nữ và thanh niên, ở những nước mà tổ chức này hoạt động nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ trong cộng đồng. Giám đốc Gaddi Vasquez nói. Bằng hoạt động đào tạo về các kỹ năng khởi sự doanh nghiệp, quản lý kinh doanh và lãnh đạo doanh nghiệp, và thành lập các câu lạc bộ doanh nghiệp trẻ để giúp thanh niên vận dụng các kỹ năng của mình, các chuyên gia tình nguyện của Tổ chức Hòa bình Mỹ đang giúp nhiều nước xây dựng các mối liên kết mới giữa thị trường trong nước và quốc tế. Vasquez nói: "Ở nơi nào những người tình nguyện đã từng xây dựng nên các cây cầu gỗ thì trong thế kỷ XXI các chuyên gia tình nguyện của Tổ chức Hòa bình Mỹ sẽ dựng lên những cây cầu kinh tế bằng cách mở đường đưa các doanh nghiệp mới đến với kinh tế thị trường".

Tổ chức Hòa bình của Hoa Kỳ đang thúc đẩy sự phát triển của các doanh nghiệp nhỏ trong cộng đồng và các dự án về doanh nghiệp siêu nhỏ ở nhiều nước nghèo nhất trên thế giới. Bằng cách kết hợp đào tạo về quản lý kinh doanh theo truyền thống với các công nghệ thông tin tiên tiến, các chuyên gia tình nguyện của Tổ chức Hòa bình Mỹ đang bồi dưỡng cho các doanh nghiệp mới và giúp đỡ họ tạo ra các mối liên kết giữa những người cung cấp ở các nước đang phát triển và giữa thị trường trong nước với thị trường ngoài nước.

Từ châu Phi và Mỹ Latinh đến Trung và Đông Âu, Tổ chức Hòa bình Mỹ đã trợ giúp cho hàng trăm ngàn doanh nghiệp mới trong 43 năm qua. Sự khác biệt giữa Tổ chức Hòa bình Mỹ và các cơ quan hỗ trợ phát triển khác chính là ở đội ngũ chuyên gia tình nguyện có trình độ, những người hiểu được ngôn ngữ, văn hóa và thị trường sở tại và sống cũng như làm việc tại các cộng đồng địa phương nhằm gắn kết các thành viên của cộng đồng với mọi khía cạnh hoạt động của các dự án do họ tiến hành.

Cùng với sự sụp đổ của chủ nghĩa cộng sản vào cuối những năm 1980 và sự xuất hiện của các nền kinh tế thị trường ở Trung và Đông Âu và Liên Xô cũ, Tổ chức Hòa bình Mỹ khởi động hàng loạt dự án Phát triển Doanh nghiệp Quy mô nhỏ (SED) trong khu vực. Đồng thời, các chuyên gia tình nguyện tiếp tục phát huy phong trào hợp tác xã ở Mỹ Latinh và thúc đẩy truyền thống kinh doanh ở châu Phi và châu Á. Mục tiêu của những dự án này là phổ biến kỹ năng khởi sự doanh nghiệp đồng thời với việc tăng cường năng lực của các tổ chức và các nhà cung cấp dịch vụ tại địa phương nhằm trợ giúp các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ.

Tổ chức Hòa bình Mỹ hiện nay có 36 dự án SED độc lập ở 36 nước trên thế giới và thúc đẩy các hoạt động SED trong hầu như tất cả hơn 65 chương trình quốc gia khác mà họ đang triển khai. Trong năm tài chính 2002, gần 1.000 chuyên gia tình nguyện SED đã trợ giúp cho hơn 80000 doanh nghiệp mới và 8.000 các nhà cung cấp dịch vụ và các tổ

BUILDING COMMUNITY SUPPORT

After 12 weeks of intensive language, cross-cultural, health, safety and security, and technical business training in the Ukraine, Peace Corps volunteer Jon Daigle was assigned to the Division of Economy in Khmelnytsky Oblast, or governmental region. With his newfound knowledge of the Ukrainian language, and local business and cultural norms, as well as his understanding of the country's economic situation, Daigle worked with local colleagues to promote "economic cluster development," an economic model that encourages interdependence among local businesses within a particular industry.

Daigle assisted his colleagues to design and implement a seminar that promoted economic investment in the oblast and at the Ukrainian Stock Exchange in Kyiv. He also helped his colleagues develop an investment promotion program to attract funds from the United States and Europe. As a result of these efforts, the national Micro-Finance Bank opened a branch office in Khmelnytsky to provide seed loans to small and medium sized enterprises in the region. The next step for the oblast administration is to open a business-training center for potential clients of the Micro-Finance Bank.

A much smaller community in another part of the world, Dagana, Senegal, is a departmental capital (there are three departmental capitals per region, which is equivalent to a oblast) with a population of 25,000 located

80 miles from the regional capital of Saint Louis. Dagana is a cultural crossroads rich in traditional art of the Wolof, Peulh, and Moor ethnic groups. Unfortunately, few tourists visit the community and few festivals and other cultural events take place there. This makes it difficult for traditional artisans to sell their products or to create linkages that would allow them to reach larger markets.

After hearing about the work that other Peace Corps volunteers had done at an arts and crafts fair during Senegal's annual Saint Louis Jazz Festival, Volunteer Erika Miller recognized an opportunity to promote both Dagana's artists and the city as a tourist destination at the next festival. With Miller's guidance, Dagana's mayor agreed to sponsor a promotional project with the modest amount of \$320.

Part of the mayor's money was used to pay for a booth at the Saint Louis fair as well as transportation and lunches for the artists. Miller persuaded six artists to part from their families -- a difficult feat in this rural area -- and to bring their works to the festival. She helped each artist to create a publicity book, teaching them an important marketing principle. After the artists arrived, they toured local galleries to market their products. Another portion of the mayor's grant was used to create a Dagana tourism promotion committee, which produced a tourism promotional brochure under Miller's guidance. Upon her return to Dagana after the festival, the community hailed Miller's efforts in helping Dagana "get on the map."

chức. Ở nơi nào những người tình nguyện đã từng dựng lên các cây cầu gỗ thì trong thế kỷ XXI các chuyên gia tình nguyện của Tổ chức Hòa bình Mỹ dựng lên các cây cầu kính tế bằng cách mở đường đưa các doanh nghiệp đến với kinh tế thị trường.

XÂY DỰNG SỰ HỖ TRỢ CỦA CỘNG ĐỒNG

Sau 12 tuần đào tạo về ngôn ngữ chuyên sâu, giao lưu văn hóa, y tế, an toàn và an ninh, và kỹ năng kinh doanh ở Ukraine, chuyên gia tình nguyện Jon Daigle của Tổ chức Hòa bình Mỹ được cử đến Ban Kinh tế của Vùng Khmelnytsky thuộc quản lý của Chính phủ Trung ương. Với những kiến thức mới học được về tiếng Ukraine và các chuẩn mực về kinh doanh và văn hóa của địa phương cũng như sự hiểu biết của bản thân về tình hình kinh tế của đất nước này, Daigle đã làm việc với các đồng nghiệp sở tại để thúc đẩy "phát triển cụm kinh tế", một mô hình kinh tế khuyến khích sự hợp tác lẫn nhau giữa các doanh nghiệp địa phương trong một ngành kinh tế cụ thể.

Daigle hỗ trợ các đồng nghiệp xây dựng kế hoạch và tổ chức một cuộc hội thảo về xúc tiến đầu tư kinh tế trong vùng và tại Sở Giao dịch Chứng khoán Ukraine ở Kyiv. Ông cùng các đồng nghiệp xây dựng một chương trình xúc tiến đầu tư nhằm thu hút nguồn vốn từ Hoa Kỳ và châu Âu. Những nỗ lực này đã mang lại kết quả là ngân hàng quốc gia về tài chính siêu nhỏ đã mở một chi nhánh ở Khmelnytsky để thực hiện các khoản cho vay ban đầu đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa trong vùng. Chính quyền vùng sẽ thực hiện bước tiếp theo bằng việc mở một trung tâm đào tạo doanh nghiệp cho các khách hàng tiềm năng của Ngân hàng Tài chính siêu nhỏ.

Một cộng đồng dân cư nhỏ hơn rất nhiều ở một khu vực khác trên thế giới, Dagana, Senegal, là một thủ phủ hành chính (có ba thủ phủ hành chính trong mỗi vùng tương đương với vùng ở Ukrain) với dân số 25.000 người, cách thủ phủ Saint Louis của khu vực là 80 dặm. Dagana là một nơi giao nhau của nhiều nền văn hóa, giàu truyền thống nghệ thuật có nguồn gốc từ các dân tộc thiểu số như Wolof, Peulh và Moor. Đáng tiếc là rất ít khách du lịch biết đến cộng đồng này và rất ít lễ hội và các sự kiện văn hóa khác diễn ra tại đây. Điều này làm cho các nghệ nhân thấy khó khăn khi bán các sản phẩm của họ hoặc tạo ra các mối liên kết cho phép họ với tới các thị trường lớn hơn.

Sau khi nghe nói về công việc của các chuyên gia tình nguyện khác của Tổ chức Hòa bình Mỹ đã làm tại một hội chợ hàng thủ công và mỹ nghệ diễn ra trong Lễ hội Jazz Saint Louis hàng năm của Senegal, chuyên gia tình nguyện Erika Miller nhận thấy cơ hội giúp cho các nghệ nhân Dagana và thành phố trở thành một điểm đến du lịch trong lễ hội năm sau. Với sự hướng dẫn của Miller, Thị trường Dagana đồng ý tài trợ một dự án xúc tiến với số tiền khiêm tốn là 320 đô-la.

Một phần trong số tiền của ông Thị trường được dùng để thanh toán cho một gian hàng tại hội chợ Saint Louis cũng như chi phí đi lại và ăn trưa cho các nghệ nhân. Miller đã thuyết phục được sáu nghệ nhân rời khỏi gia đình họ - một việc rất khó tại khu vực nông thôn này - và mang các tác phẩm của họ đến lễ hội. Bà đã giúp từng nghệ nhân xây dựng một quyển sách quảng bá, dạy họ một nguyên tắc tiếp thị quan trọng. Sau khi các nghệ nhân đến nơi, họ đi tham quan các phòng trưng bày nghệ thuật để tiếp thị sản phẩm của mình. Một phần khác trong số tiền của ông Thị trường được dùng để

Both Daigle in Ukraine and Miller in Senegal were successful in getting their communities noticed in larger markets and in attracting investment. They are representative of volunteers in practically all Peace Corps countries who leverage their understanding of the local business environments and their cross-cultural skills to gain the trust of their local colleagues, identify new opportunities, and facilitate economic development.

A MODEL FOR MICROENTERPRISE DEVELOPMENT

The Peace Corps approach involves host country partners in the entire process -- from project planning and training design to participation in pre- and in-service training and project implementation. Buy-in and ownership of Peace Corps activities by the Khmelnytsky Oblast administration in Ukraine and by Dagana in Senegal were essential to achieving sustainable results that met local needs.

Buy-in cannot be achieved unless the community sees a project's relevance to local needs, particularly underserved segments such as youth and women. The Peace Corps tries to ensure such relevance by managing projects not from its Washington headquarters but through its country headquarters. It is the country offices that assign volunteers to work alongside host country counterparts. Both parties are involved in making sure that the work is relevant to local development needs and that the training of local staff is adequate to sustain project activities after the volunteers depart. These activities

often include counterparts providing training in organizational management and business practices to members of international or local nongovernmental organizations or community-based organizations such as a farmers cooperatives or artisan associations, as well as to individual micro and small entrepreneurs.

In the developing world, women cultivate 80 percent of all the food produced and make up one third of the world's wage-labor force. As microenterprise managers, women in Africa, Asia and Latin America produce and sell produce, processed food, and handicrafts. Volunteers often work directly with women's cooperatives, as well as with microfinance institutions, to help women access the appropriate training, business advice, and financial resources to start and expand their businesses.

For example, at the beginning of her tour in 2000 in Togo, one Peace Corps volunteer initiated a Tontine Tatchoyim, a revolving credit group for women. After three years of operation, the Tontine continues to grow and thrive. The group now has enough funds to open bank accounts, reinvest in businesses, and pay for the education of members' children. This system allows group members to keep their money safe from the social pressures (such as demands from family or community members for a share of the profits) to which small businesses often fall prey. Tontine Tatchoyim, which started with no funds, now has an annual income of 400,000 CFA, the common currency of 14 African Countries, or about \$800.

thành lập một uỷ ban xúc tiến du lịch của Dagana, từ đó cho ra đời một tài liệu xúc tiến du lịch dưới sự hướng dẫn của Miller. Khi trở về Dagana sau lễ hội, cộng đồng ở đây đã biết ơn những nỗ lực của Miller trong việc giúp Dagana "có tên trên bản đồ".

Cả Daigle ở Ukraine và Miller ở Senegal đều thành công trong việc giúp cho các cộng đồng ở những nước này được biết đến tại các thị trường lớn hơn và thu hút đầu tư. Họ là đại diện cho các chuyên gia tình nguyện ở tất cả các nước mà Tổ chức Hòa bình Mỹ đang hoạt động, những người biết tự nâng cao sự hiểu biết của bản thân về môi trường kinh doanh tại địa phương và những kỹ năng làm quen với nhiều nền văn hóa để chiếm được lòng tin của các đồng nghiệp ở nước sở tại, xác định các cơ hội mới và tạo thuận lợi cho phát triển kinh tế.

MỘT MÔ HÌNH PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP SIÊU NHỎ

Phương thức hoạt động của Tổ chức Hòa bình Mỹ đòi hỏi sự tham gia của các đối tác ở nước sở tại trong toàn bộ quy trình - từ khi lập kế hoạch dự án và xây dựng kế hoạch đào tạo đến giai đoạn tham gia hoạt động đào tạo trước và trong khi làm việc và thực hiện dự án. Sự ủng hộ cũng như vai trò làm chủ trong các hoạt động của Tổ chức Hòa bình Mỹ của chính quyền vùng Khmelnytsky ở Ukraine và chính quyền vùng Dagana ở Senegal là yếu tố căn bản để đạt được các thành quả lâu dài nhằm đáp ứng các yêu cầu của địa phương.

Không thể có được sự ủng hộ nếu cộng đồng sở tại không thấy dự án đáp ứng thiết thực các yêu cầu của địa phương, đặc biệt của những nhóm người không được quan tâm đầy đủ như phụ nữ và thanh niên. Tổ chức Hòa bình Mỹ cố gắng đảm bảo sự thiết thực này bằng cách quản lý các dự án tại các trụ sở ở nước sở tại

chứ không phải từ trụ sở tại Washington, DC. Đó là các văn phòng quốc gia có nhiệm vụ cử các chuyên gia tình nguyện đến làm việc bên cạnh các đối tác của nước sở tại. Cả hai bên cùng đảm bảo rằng công việc của họ thiết thực đối với nhu cầu phát triển của địa phương và rằng việc đào tạo nhân viên địa phương là đủ để họ tiếp tục thực hiện các hoạt động của dự án sau khi các chuyên gia tình nguyện rút đi. Những hoạt động này thường bao gồm việc đối tác tiến hành đào tạo về quản lý tổ chức và cách thức kinh doanh cho các thành viên của các tổ chức phi chính phủ quốc tế hoặc của nước sở tại hoặc các tổ chức tại cộng đồng như hợp tác xã nông nghiệp hoặc hội nghề nhân cũng như cho các chủ doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ.

Tại các nước đang phát triển, phụ nữ sản xuất ra 80% tổng sản lượng lương thực và chiếm 1/3 lực lượng lao động của thế giới. Với tư cách là người quản lý các doanh nghiệp siêu nhỏ, phụ nữ ở châu Phi, châu Á và Mỹ Latinh sản xuất và bán ra thực phẩm chế biến và hàng thủ công. Các chuyên gia tình nguyện thường làm việc trực tiếp với các hợp tác xã của phụ nữ cũng như với các tổ chức tín dụng nhỏ để giúp phụ nữ được tham gia các hoạt động đào tạo phù hợp, được tư vấn kinh doanh và tiếp cận các nguồn vốn nhằm khởi sự và mở rộng kinh doanh.

Ví dụ, khi bắt đầu chuyến đi khảo sát tại Togo năm 2000, một nữ chuyên gia tình nguyện của Tổ chức Hòa bình Mỹ đã khởi xướng ra Tontine Tatchoyim, một hình thức cho vay quay vòng của nhóm phụ nữ. Sau ba năm hoạt động Tontine tiếp tục tăng trưởng và phát đạt. Nhóm này hiện nay có đủ tiền để mở tài khoản ngân hàng, tái đầu tư vào các doanh nghiệp và thanh toán tiền học cho con cái của các thành viên. Cơ chế này cho phép các

The world has some 1.2 billion youth between the ages of 10 and 19, and 87 percent **OF** them live in developing countries. Despite shrinking government payrolls in many developing countries, young people often expect to be hired by the state upon completion of secondary school. In many of the countries Peace Corps serves, the lack of jobs for this growing demographic group has led to an increase in youth crime, particularly in urban areas. To change attitudes and provide opportunities for the future, Peace Corps volunteers have been training out-of-school and in-school youth in entrepreneurial, business management, and leadership skills, while establishing youth business clubs to help young people put their skills to use.

In coordination with Nicaragua's Ministry of Education, Sports, and Culture, volunteer Joran Lawrence developed entrepreneurial and business skills among youth in local high schools, youth centers, and homeless youth shelters. More than 300 young Nicaraguans took part in these training activities. As a result, a group of youth started a T-shirt printing business, and the profits were used to fund an educational campaign to combat the spread of HIV/AIDS.

INNOVATION IN PROJECT IMPLEMENTATION

Peace Corps volunteers are responding to a growing need for expertise in business sub-sectors such as Information and Communications Technology (ICT), microfinance, and ecotourism -- growing areas that provide opportunities for local, regional, and international investment.

Volunteers find business solutions for microenterprises through the implementation of computerized accounting systems, inventory databases, and Internet access. They use local radios to transmit information about successful practices in business management to people around the country and disseminate current market prices to farmers. ICT helps lenders track client loans and uses the Global Positioning System (GPS) to provide virtual addresses where street names don't exist.

Peace Corps volunteers also help increase reimbursement rates for microfinance institutions by providing the necessary business training to potential clients and loan recipients, increasing the rates of on-time payments and business profitability. Volunteers also promote equitable community involvement in managing and operating ecotourism sites as businesses that serve both the needs of the community and of tourists. Microenterprises involved with the sites benefit from volunteer-provided training in the "4 Ps" of marketing -- price, product, placement, and promotion -- as well as in quality control, hospitality, and accounting.

thành viên trong nhóm giữ tiền của họ một cách an toàn trước các áp lực xã hội (như yêu cầu của gia đình hoặc cộng đồng đòi chia lợi nhuận) mà các doanh nghiệp nhỏ thường trở thành mục tiêu bị theo đuổi. Tontine Tatchoyim, khi mới bắt đầu hình thành chưa có tiền, hiện nay có thu nhập hàng năm là 400.000 CFA, đồng tiền chung của 14 nước châu Phi, hay khoảng 800 đô-la Hoa Kỳ.

Trên thế giới có khoảng 1,2 tỷ thanh niên trong độ tuổi từ 10 đến 19, và 87% trong số họ sống ở các nước đang phát triển. Bất chấp sự giảm dần tiền lương của chính phủ ở nhiều nước đang phát triển, thanh niên thường mong chờ được nhà nước tuyển dụng sau khi học xong bậc trung học. Tại nhiều nước mà Tổ chức Hòa bình Mỹ hoạt động, thiếu việc làm cho nhóm dân cư đang tăng lên đã dẫn đến gia tăng tội phạm ở thanh niên, đặc biệt là ở khu vực đô thị. Để thay đổi thái độ và tạo cơ hội cho tương lai, các chuyên gia tình nguyện của Tổ chức Hòa bình Mỹ đang tổ chức hoạt động đào tạo cho thanh niên đã hết tuổi đi học và còn trong độ tuổi đi học về kỹ năng khởi sự doanh nghiệp, quản lý kinh doanh và lãnh đạo doanh nghiệp đồng thời thành lập các câu lạc bộ doanh nghiệp trẻ để giúp thanh niên vận dụng các kỹ năng của họ.

Phối hợp với Bộ Giáo dục, Thể thao và Văn hóa của Nicaragua, chuyên gia tình nguyện Joran Lawrence xây dựng các kỹ năng khởi sự doanh nghiệp và kinh doanh cho thanh niên tại các trường trung học, các trung tâm thanh niên và nhà cho thanh niên vô gia cư. Hơn 300 thanh niên Nicaragua đã tham gia vào các hoạt động đào tạo này. Kết quả là có một nhóm thanh niên bắt đầu kinh doanh in áo phông và

tiền lãi được dùng để hỗ trợ chiến dịch giáo dục phòng chống sự lây lan của HIV/AIDS.

CẢI TIẾN TRONG THỰC HIỆN DỰ ÁN

Các chuyên gia tình nguyện của Tổ chức Hòa bình Mỹ đang đáp ứng yêu cầu ngày càng tăng về tri thức trong các phân ngành kinh doanh như Công nghệ Thông tin và Truyền thông (ICT), tài chính quy mô nhỏ và du lịch sinh thái - các lĩnh vực đang phát triển mang lại nhiều cơ hội cho hoạt động đầu tư tại địa phương, khu vực và quốc tế.

Các chuyên gia tình nguyện tìm ra các giải pháp kinh doanh cho các doanh nghiệp siêu nhỏ thông qua việc thực hiện các hệ thống kế toán được vi tính hóa, các cơ sở dữ liệu về hàng trong kho và truy cập Internet. Họ sử dụng các đài truyền thanh địa phương để tuyên truyền thông tin về các thực tiễn thành công trong quản lý kinh doanh cho người dân trên toàn quốc và cung cấp cho nông dân thông tin về giá cả hiện tại trên thị trường. ICT giúp người cho vay theo dõi các khoản cho vay và sử dụng Hệ thống Định vị Toàn cầu (GPS) để tìm địa chỉ ở các đường phố không có tên.

Các chuyên gia tình nguyện của Tổ chức Hòa bình Mỹ còn giúp làm tăng tỷ lệ hoàn trả vốn cho các tổ chức tín dụng quy mô nhỏ bằng cách tổ chức hoạt động đào tạo cần thiết cho các khách hàng tiềm năng và những người tiếp nhận vốn vay, nhờ đó làm tăng tỷ lệ thanh toán đúng hạn và khả năng sinh lời của doanh nghiệp. Các chuyên gia tình nguyện thúc đẩy sự tham gia của cộng đồng vào việc quản lý và điều hành các khu du lịch sinh thái như những doanh nghiệp nhằm đáp ứng các nhu cầu của cộng đồng và khách du lịch. Các doanh nghiệp siêu nhỏ tham gia vào các khu du

PROMISING PRACTICES

During the two years that they normally spend in their host-nation communities, SED Peace Corps volunteers take as their guiding principle the old adage that teaching a man how to fish is better than giving him a fish to eat. But these volunteers go beyond teaching the basics "of fishing" to train women, men, and young people to create linkages between suppliers, producers, and buyers; explore opportunities for access to credit; market their products, and strengthen the organizations that will support their business efforts over the long term.

Whether assisting local staff to transform a school's resource center into a self-sustaining IT microenterprise in Panama or training members of a women's association in Nepal to sell their handicrafts on the Internet, Peace Corps volunteers have contributed to the overall development of hundreds of thousands of communities. Key to their success has been the ability and willingness of volunteers to become full members of their host communities. By speaking the local languages, understanding the cultural norms and mores, and living more or less as their neighbors live, volunteers are laying foundations for sustainable development and prosperity. Host country nationals, meanwhile, are gaining, along with a foothold in the global economy, a greater understanding of Americans. Open communication, mutual respect, and collaboration are the tools paving the way.

lịch này sẽ được đào tạo do các chuyên gia tình nguyện thực hiện về nguyên tắc tiếp thị "4 P" - giá cả (price), sản phẩm (product), phân phối (placement) và khuyến mại (promotion) - cũng như quản lý chất lượng, chăm sóc khách hàng và kế toán.

CÁC THỰC TIỄN ĐẦY HỨA HẸN

Trong hai năm hoạt động theo thông lệ tại nước sở tại, các chuyên gia tình nguyện SED của Tổ chức Hòa bình Mỹ lấy một câu ngạn ngữ cổ làm nguyên tắc định hướng: dạy một người biết cách câu cá thì tốt hơn là cho người đó một con cá. Nhưng các chuyên gia tình nguyện làm nhiều hơn việc dạy các nguyên tắc "câu cá" cơ bản, đó là đào tạo cho phụ nữ, nam giới và thanh niên biết cách tạo ra những mối liên kết giữa người cung cấp, người sản xuất và người mua; tìm hiểu các cơ hội tiếp cận nguồn tín dụng; tiếp thị sản phẩm và tăng

cường vai trò của các tổ chức sẽ hỗ trợ công việc kinh doanh của họ về lâu dài.

Dù là trợ giúp nhân viên địa phương chuyển đổi trung tâm nguồn lực của một trường học ở Panama thành một doanh nghiệp siêu nhỏ và tự hoạt động về IT hay đào tạo các thành viên của một hội phụ nữ ở Nepal về cách bán hàng thủ công trên Internet, các chuyên gia tình nguyện của Tổ chức Hòa bình Mỹ đã đóng góp vào sự phát triển tổng thể của hàng trăm ngàn cộng đồng dân cư. Chìa khóa đưa đến thành công của họ chính là khả năng và sự sẵn sàng của các chuyên gia tình nguyện khi công việc yêu cầu họ trở thành các thành viên đầy đủ của các cộng đồng ở nước sở tại. Bằng việc nói thổ ngữ, hiểu các chuẩn mực và tục lệ theo truyền thống văn hóa, và sống cùng với người dân trong cộng đồng, các chuyên gia tình nguyện đang đặt nền móng cho sự phát triển bền vững và thịnh vượng. Đồng thời, người dân của nước sở tại, cùng với việc tham gia vào nền kinh tế thế giới, đang có sự hiểu biết sâu sắc hơn về các công dân Hoa Kỳ. Giao tiếp cởi mở, tôn trọng lẫn nhau và hợp tác là những phương tiện để xây nên con đường đó.

MICROCREDIT LOANS ARE CRITICAL TO HELPING THE WORLD'S POOR

By Christopher H. Smith, *U.S. Congressman from New Jersey*

U.S. Representative Christopher H. Smith says he likes microenterprise programs because they directly help the poor help themselves, a bottom-up approach distinct from the top-down approach of most foreign aid bureaucracies.

Author of legislation signed by President George W. Bush to expand and reform the U.S. federal government's microenterprise program, Smith says the new law both increases the level of spending and directs more money to the poorest of the poor. Smith is vice chairman of the House of Representatives International Relations Committee and chairman of the U.S. Commission on Security and Cooperation in Europe.

Baulia Parra Pruneda may never become a household name. She may never make the cover of a leading financial news magazine, nor will she likely earn significant attention in the world of finance.

But Baulia, a resident of Monterrey, Mexico, has her own success story that is remarkable because it is the tale of a woman who, with a small amount of financial assistance and a significant amount of determination, was able to improve life for herself and her family.

When her husband lost his job in 1998, Baulia was determined to support her six chil-

dren. Even though she had never worked before and could not read or write, she taught herself to sew by following designs that she saw in magazines.

A \$150 microenterprise loan supported by the United States Agency for International Development (USAID) provided capital for her to purchase the necessary supplies to launch her endeavor into self-sufficiency. After building her small business through a series of U.S.-sponsored microloans, she now sells over 100 items per week. The money she earns not only provides food for her children but has also enabled her to install running water and a second floor in her home.

As inspiring as Baulia's story is, it is thankfully not unique. When given the opportunity and the seed capital to produce, people can turn their economic situation around in a dramatic way. The goal now is to build on past successes that have reached tens of thousands of people and apply lessons learned to efforts aimed at developing an even better U.S. foreign-aid microcredit program.

In June 2003, President George W. Bush signed into law my bill, the Microenterprise Enhancement Act (PL 108-31), which will expand our existing microenterprise program so that more people can share in the hope that has already proven so fruitful to

☒ CÁC KHOẢN VAY TÍN DỤNG SIÊU NHỎ LÀ CÔNG CỤ QUAN TRỌNG ĐỂ GIÚP NGƯỜI NGHÈO

Christopher H. Smith, Hạ Nghị sĩ Hoa Kỳ bang New Jersey

Hạ Nghị sĩ Hoa Kỳ Christopher H. Smith nói rằng ông thích các chương trình doanh nghiệp siêu nhỏ vì những chương trình này trực tiếp giúp người nghèo tự thoát khỏi hoàn cảnh hiện tại, đây là cách làm đi từ dưới lên và khác biệt với cách làm theo hướng từ trên xuống của hầu hết các cơ quan viện trợ nước ngoài.

Là tác giả của đạo luật được Tổng thống George W. Bush ký ban hành nhằm mở rộng phạm vi và cải cách chương trình doanh nghiệp siêu nhỏ của Chính phủ Liên bang Hoa Kỳ, Smith nói rằng đạo luật mới sẽ nâng cao mức chi tiêu và chuyển thêm tiền đến những người nghèo nhất trên thế giới. Smith là Phó Chủ tịch Ủy ban Đối ngoại của Hạ viện Hoa Kỳ và là Chủ tịch của Ủy ban Hoa Kỳ về An ninh và Hợp tác ở châu Âu.

Baulia Parra Pruneda có thể không bao giờ trở thành một cái tên quen thuộc. Cô có thể không bao giờ xuất hiện trên trang bìa của một tạp chí tin tức tài chính hàng đầu hoặc không thể được giới tài chính quan tâm nhiều đến vậy.

Nhưng Baulia, một người dân ở Monterrey, Mexico, đã có được sự thành công đầy ấn tượng vì đó là câu chuyện về một người phụ nữ, chỉ với một số tiền trợ giúp nhỏ nhoi và một lòng quyết tâm lớn lao, đã có thể tạo dựng cuộc sống cho chính bản thân mình và gia đình cô.

Khi chồng cô mất việc làm vào năm 1998, Baulia quyết tâm phải nuôi được sáu đứa con.

Mặc dù cô chưa bao giờ đi làm và không biết đọc và viết, nhưng cô đã tự học cách may quần áo bằng cách bắt chước các mẫu thiết kế trong các tạp chí.

Cô đã dùng số tiền 150 đô-la được trợ giúp trong chương trình tín dụng cho doanh nghiệp siêu nhỏ của Cơ quan Phát triển Quốc tế của Hoa Kỳ (USAID) để mua các vật tư cần thiết để tự kiếm sống. Sau khi tạo dựng công việc kinh doanh bằng một số khoản tín dụng siêu nhỏ do Chính phủ Hoa Kỳ trợ giúp, hiện nay mỗi tuần cô bán được trên 100 sản phẩm. Số tiền cô kiếm được không chỉ nuôi sống con cái mà còn giúp cô lắp hệ thống nước và xây thêm tầng hai cho căn nhà của cô.

Rất may là câu chuyện đầy hấp dẫn về Baulia không chỉ là của riêng cô. Khi có cơ hội và một số tiền vốn ban đầu để sản xuất, người ta có thể làm thay đổi hoàn cảnh kinh tế bằng những cách làm đầy ấn tượng. Mục tiêu hiện nay là phát huy những thành công đã đạt được của hàng chục ngàn người và áp dụng những bài học đó vào các nỗ lực nhằm xây dựng một chương trình tín dụng siêu nhỏ hiệu quả hơn trong hoạt động viện trợ nước ngoài của Chính phủ Hoa Kỳ.

Tháng 6 năm 2003, Tổng thống George W. Bush đã ký ban hành đạo luật của tôi, Luật Nâng cao Doanh nghiệp Siêu nhỏ (PL108-31), nhằm mở rộng phạm vi chương trình doanh nghiệp siêu nhỏ hiện nay của chúng ta để thêm nhiều người có được hy vọng tươi đẹp giống như của Baulia, những người đang sống tại những nước nghèo nhất trên thế giới. Đạo

women like Baulia, who are living in some of the world's poorest countries. The law places an increased priority on microenterprise funding by authorizing a \$25 million increase in the program's budget -- to \$200 million - for the 2004 fiscal year.

My new law also establishes a new framework to ensure that more funds go to the poorest of the poor through the development and implementation of easy-to-use and cost-effective poverty assessment programs and techniques.

Previous legislation failed to accomplish the goal of directing 50 percent of the money to the poorest of the poor. The program had relied on only a single measurement tool -- average loan size -- to evaluate and rank poverty outreach efforts.

The administrators had assumed that only the poorest people would apply for such small loans and that, therefore, making so many small loans was accomplishing the goal.

But with currency values varying from country to country, and loans varying depending on the type of business being established, the "average loan size" methodology has failed as a measure for evaluating both outreach efforts and poverty.

Accordingly, PL 108-31 requires USAID to devise new, more meaningful poverty-assessment tools and give consideration to low-cost, easy-to-implement tools. Identifying and targeting the poorest potential clients who would stand to benefit the most

from microenterprise loans has proven to be more difficult than originally anticipated. I am hopeful that once developed, these poverty assessment techniques may prove more useful not only for microenterprise, but also in other areas of foreign aid.

It is important to note that over two million clients are benefiting from USAID-assisted programs that provide the necessary capital through these small loans, which sometimes total only \$200, \$300, or maybe \$400. While these awards may seem small in our society, the microcredit loans are key to the individuals who receive them. These loans can make the difference by helping them to develop their own businesses, build their own homes, and care for themselves.

About 70 percent of the loans are awarded to women business owners, helping them to overcome the many added obstacles women still face in developing countries. The loans and the businesses they foster empower women and give them the means to support themselves and to break the cycle of poverty and discrimination that has made them vulnerable to the perpetrators of slave labor and human trafficking that run rampant through many poor nations.

Another remarkable statistic is that an estimated 97 percent of all of the loans are repaid. This high rate of return payment helps replenish the pot of funds so that more individuals can apply for and benefit from microcredit loans.

One of the reasons I am so enthusiastic about microenterprise programs is that they

luật tăng thêm ưu tiên đối với số tiền tài trợ cho doanh nghiệp siêu nhỏ bằng cách cho phép bổ sung thêm 25 triệu đô-la cho ngân sách của chương trình - lên 200 triệu đô-la - cho năm tài khóa 2004.

Đạo luật mới của tôi cũng thiết lập một khuôn khổ mới để đảm bảo rằng sẽ có thêm tiền cho những người nghèo nhất thông qua việc xây dựng và thực hiện các chương trình và kỹ năng để sử dụng và hiệu quả để đánh giá mức đói nghèo.

Đạo luật trước đó đã thất bại trong việc hoàn thành mục tiêu đưa 50% số tiền đến với những người nghèo nhất. Chương trình đã chỉ dựa vào một thước đo duy nhất - quy mô khoản vay trung bình - để đánh giá và phân hạng các nỗ lực giúp xóa đói nghèo.

Những người quản lý chương trình cho rằng chỉ có những người nghèo nhất mới xin vay những khoản tiền nhỏ như vậy và do đó thực hiện nhiều khoản vay nhỏ sẽ giúp hoàn thành mục tiêu.

Nhưng với giá trị tiền tệ không giống nhau giữa các nước và các khoản vay cũng khác nhau tùy theo loại hình kinh doanh, phương pháp "quy mô khoản vay trung bình" đã thất bại trong việc đánh giá mức đói nghèo và các nỗ lực giúp xóa đói nghèo.

Theo tinh thần của đạo luật mới, PL 108-31 yêu cầu USAID phải xây dựng các công cụ đánh giá mức đói nghèo mới và thiết thực hơn và phải cân nhắc đối với các công cụ có chi phí thấp và dễ sử dụng. Xác định và đặt mục tiêu hướng tới các khách hàng tiềm năng là những người nghèo nhất và sẽ thu được nhiều lợi ích nhất từ các khoản tín dụng cho doanh nghiệp siêu nhỏ đã chứng tỏ là nhiệm vụ khó

khăn hơn nhiều so với dự kiến ban đầu. Tôi hy vọng rằng một khi đã được xây dựng, các kỹ thuật đánh giá mức đói nghèo có thể hữu ích hơn không chỉ cho các doanh nghiệp siêu nhỏ mà còn cho các lĩnh vực khác trong hoạt động viện trợ nước ngoài.

Điều quan trọng cần lưu ý là hơn hai triệu khách hàng đang hưởng lợi từ các chương trình do USAID thực hiện nhằm cung cấp vốn cần thiết thông qua các khoản vay nhỏ, đôi khi chỉ đến 200, 300, hoặc có thể 400 đô-la. Mặc dù những khoản tiền này có thể là nhỏ đối với chúng ta nhưng những khoản vay siêu nhỏ lại là công cụ then chốt đối với những người cần chúng. Những khoản vay này có thể tạo ra sự thay đổi bằng cách giúp họ tạo dựng công việc kinh doanh của chính họ, xây lên những ngôi nhà của họ và giúp chăm sóc con cái họ.

Khoảng 70% các khoản vay được dành cho phụ nữ là chủ doanh nghiệp, giúp họ vượt qua nhiều trở ngại mà phụ nữ thường gặp ở các nước đang phát triển. Những khoản vay và các hoạt động kinh doanh mà họ tiến hành làm cho phụ nữ mạnh dạn hơn và giúp họ có phương tiện để tự nuôi sống bản thân và phá vỡ vòng đói nghèo và sự phân biệt đối xử đã khiến họ bị tổn thương trước những kẻ muốn có chế độ lao động nô lệ và nạn buôn bán người mà hiện nay đang tràn lan ở nhiều nước nghèo.

Một số liệu thống kê đầy ấn tượng là ước tính khoảng 97% tất cả các khoản vay đều được hoàn trả. Tỷ lệ hoàn trả cao này giúp tái tạo nguồn vốn để có thêm nhiều người có thể xin vay và hưởng lợi từ các khoản vay siêu nhỏ.

Một trong những lý do làm tôi hứng thú với các chương trình doanh nghiệp siêu nhỏ là các chương trình này về căn bản khác với các

are fundamentally different from traditional foreign-aid programs. They are based on a bottom-up, grass roots approach rather than a top-down model. The assistance goes directly to the people in need rather than to government agencies that may get sidetracked or bogged down with their own political agendas.

Studies on the effects of microenterprise programs find they promote higher household income and increased family well being, including improved nutrition and education among children.

With success stories like Baulia and many others, I am excited about the potential of microcredit loan programs. I look forward to continuing to champion the cause of microcredit in the Congress so we can ensure the money continues to flow to those in need.

chương trình viện trợ nước ngoài theo truyền thống. Chúng dựa trên cách tiếp cận từ dưới lên và gắn với thực tế chứ không theo mô hình từ trên xuống. Sự trợ giúp đến thẳng với những người cần giúp đỡ chứ không qua các cơ quan của chính phủ để tránh bị trệch hướng hoặc không giải ngân được vì các ý đồ chính trị.

Các nghiên cứu về hiệu quả của chương trình doanh nghiệp siêu nhỏ cho thấy chúng nâng cao hơn thu nhập và cuộc sống của các gia đình, bao gồm cả nâng cao dinh dưỡng và giáo dục cho trẻ em nói chung.

Với những ví dụ thành công như của Baulia và nhiều người khác, tôi rất phấn khởi về tiềm năng của các chương trình tín dụng siêu nhỏ. Tôi mong muốn tiếp tục chứng minh sự cần thiết của tín dụng siêu nhỏ trước Quốc hội để chúng ta có thể đảm bảo rằng tiền sẽ tiếp tục đến với những người đang cần.

FINANCING DEVELOPMENT: BANKING ON MICROENTERPRISE

By Katharine McKee, Director, Microenterprise Development Division, USAID

Only 5 percent of low-income households around the world have access to financial services. Yet these services are now considered critical to small business development, income, and employment growth in all countries, says Katharine McKee, director of the Microenterprise Development Division at the U.S. Agency for International Development (USAID).

McKee outlines key strategies used by USAID in its support of microfinance, which is now at the forefront of global anti-poverty strategies. Innovative approaches to serving low-income entrepreneurs and households, she said, include finding substitutes for traditional collateral, promoting flexible repayment schedules, and offering a broader range of financial services such as insurance and flexible savings accounts.

To grow and prosper, businesses of all sizes and in all countries need access to financial services. Such access is a particular challenge for poor families around the world that need loans, credit and savings to establish, sustain, and expand small businesses and microenterprises. Once considered peripheral to mainstream development policy, access to microfinance is now at the forefront of a global anti-poverty strategy that has tremendous potential to generate income and expand employment at both the local and national levels.

Financial services are equally important in protecting against the unforeseen consequences of illness, incapacity, or death of a breadwinner; natural disasters, war and other crises. With financial services, poor families can send their children to school, buy medicine, and get through lean times when cash and food are scarce.

Despite the importance of financial services for both poverty reduction and equitable economic growth, experts estimate that only 5 percent of low-income households around the world have access to such services. The international development community, with a vision it calls "financial sector deepening," is promoting the extension of diverse financial services by a wide range of bank and non-bank financial institutions to ever larger numbers of low-income and middle-class households around the world.

Support for microfinance has been a focus of U.S. foreign assistance programs for more than 25 years. The United States Agency for International Development (USAID) annually provides over \$100 million for projects that create large-scale, effective, and sustainable microfinance services for the poor in developing and transition countries.

TÀI TRỢ CHO SỰ PHÁT TRIỂN: DỊCH VỤ NGÂN HÀNG CHO DOANH NGHIỆP SIÊU NHỎ

Katharine McKee, Giám đốc, Ban Phát triển Doanh nghiệp Siêu nhỏ, Cơ quan Phát triển Quốc tế Hoa Kỳ

Chỉ có 5% các gia đình có thu nhập thấp trên thế giới có tiếp cận với các dịch vụ tài chính. Tuy nhiên, những dịch vụ này hiện nay được coi là có tính cấp bách đối với việc phát triển doanh nghiệp nhỏ, thu nhập và tăng công ăn việc làm ở tất cả các nước, Katharine McKee, Giám đốc Ban Phát triển Doanh nghiệp Siêu nhỏ của Cơ quan Phát triển Quốc tế Hoa Kỳ (USAID) nói.

McKee chỉ ra những chiến lược then chốt mà USAID đang sử dụng trong việc hỗ trợ hoạt động tài chính siêu nhỏ mà hiện nay đang là vấn đề được đặt lên hàng đầu trong các chiến lược chống đói nghèo. Các phương thức tiên tiến nhằm phục vụ doanh nghiệp và gia đình có thu nhập thấp, bà nói, bao gồm việc tìm ra các hình thức thay thế cho biện pháp thế chấp truyền thống, xúc tiến các kế hoạch hoàn trả linh hoạt và giới thiệu nhiều dịch vụ tài chính hơn nữa như bảo hiểm và tài khoản tiết kiệm linh hoạt.

Để tăng trưởng và thịnh vượng, các doanh nghiệp thuộc mọi quy mô cần tiếp cận các dịch vụ tài chính. Nhưng việc tiếp cận lại là thách thức đặc biệt đối với các gia đình nghèo trên toàn thế giới khi cần đi vay, cần tín dụng và tiết kiệm để thành lập, duy trì và mở rộng các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ. Từng được xem là yếu tố phụ trợ cho chính sách phát triển chủ đạo, việc tiếp cận tài chính siêu nhỏ hiện nay được đặt lên hàng đầu trong chiến lược chống đói nghèo toàn cầu vì có nhiều tiềm năng to lớn trong việc tạo ra thu nhập và

tăng thêm việc làm ở cấp địa phương và quốc gia.

Các dịch vụ tài chính có vai trò không kém phần quan trọng trong việc bảo hiểm trước các hậu quả không thấy trước do ốm đau, mất khả năng lao động hoặc chết; các thiên tai, chiến tranh và các khủng hoảng khác. Bằng các dịch vụ tài chính, người nghèo có thể gửi con em tới trường học, mua thuốc men và sinh sống trong những thời kỳ thiếu thốn về tiền bạc hoặc thực phẩm.

Mặc dù dịch vụ tài chính có vai trò quan trọng đối với xóa đói giảm nghèo và tăng trưởng kinh tế công bằng, nhưng các chuyên gia ước tính chỉ có 5% các gia đình có thu nhập thấp trên thế giới được tiếp cận với các dịch vụ này. Cộng đồng phát triển quốc tế, với tầm nhìn được gọi là "sự tham gia sâu hơn của khu vực tài chính", đang thúc đẩy sự mở rộng phạm vi các dịch vụ tài chính thông qua một loạt các ngân hàng và tổ chức phi ngân hàng để phục vụ cho một số lượng hơn các gia đình có thu nhập thấp và trung bình trên toàn thế giới.

Hỗ trợ cho tài chính siêu nhỏ đã là tâm điểm của các chương trình viện trợ của Hoa Kỳ trong hơn 25 năm qua. Cơ quan Phát triển Quốc tế Hoa Kỳ (USAID) hàng năm cung cấp trên 100 triệu đô-la cho các dự án tạo ra các dịch vụ tài chính siêu nhỏ có quy mô lớn, hiệu quả và lâu dài để phục vụ người nghèo ở các nước đang phát triển và có nền kinh tế chuyển đổi.

The United States complements its direct investments in microfinance development through its support for international financial institutions (IFIs) such as the World Bank, the International Finance Corporation (IFC), and regional development banks. Several IFIs, including the Inter-American

Development Bank, the Asian Development Bank, and the European Bank for Reconstruction and Development, have strong track records in supporting financial services for micro and small enterprises.

The results of USAID's investments over the years are impressive (see microenterprise

USAID Microenterprise Investments

	1999	2000	2001	2002
Loan clients	1,997,839	2,175,198	2,904,152	2,723,146
Total loan portfolio	\$655,906,588	\$883,273,258	\$934,253,554	\$1,269,622,200
Savings clients	3,069,604	3,155,100	3,514,200	3,196,300
Total savings portfolio	\$349,663,487	\$533,500,000	\$424,800,000	873,400,000
BDS* clients	401,530	254,809	835,458	668,808
Women clients (MF)	69%	70%	73%	69%
Women clients (BDS)	61%	75%	47%	48%
Very poor clients (MF)	67%	67%	69%	59%
Very poor (BDS)	29%	18%	30%	53%

*BDS Business Development Services

investments table) .

In some countries, support for microfinance over the years has transformed the national financial landscape by incorporating hundreds of thousands of bank-ready clients and stimulating innovations that change the way mainstream banks do business. Microfinance customers now make up the majority of financial services clients in countries as diverse as Kyrgyzstan, Uganda, and Bolivia. In Bolivia, for example, USAID's microfinance program has been instrumental in a massive expansion of financial services in

terms of the number of borrowers and savers as well as the overall performance of the country's financial markets.

According to information collected by USAID based on data furnished by central banking authorities, the dollar assets of microfinance institutions (MFIs) - those groups that lent money principally to small businesses and low-income households - operating in Bolivia rose nearly 300 percent between 1992 and 2001, a rate of growth more than eight times that of commercial

Hoa Kỳ bổ sung đầu tư trực tiếp cho phát triển dịch vụ tài chính siêu nhỏ thông qua hỗ trợ đối với các tổ chức tài chính quốc tế (IFIs) như Ngân hàng Thế giới, Công ty Tài chính Quốc tế (IFC) và các ngân hàng phát triển khu vực. Một số tổ chức tài chính quốc tế trong đó có Ngân hàng Phát triển Liên châu Mỹ, Ngân hàng Phát triển châu Á và Ngân hàng Tài thiết

và Phát triển châu Âu đã có kinh nghiệm lâu dài trong việc hỗ trợ các dịch vụ tài chính cho doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ.

Kết quả đầu tư của USAID trong thời gian qua đầy ấn tượng (xem bảng đầu tư cho doanh nghiệp siêu nhỏ).

Đầu tư của USAID cho doanh nghiệp siêu nhỏ				
	1999	2000	2001	2002
Khách hàng vay tiền	1.997.839	2.175.198	2.904.152	2.723.146
Tổng tín dụng	\$655.906.588	\$883.273.258	\$934.253.554	\$1.269.622.200
Khách hàng gửi tiết kiệm	3.069.604	3.155.100	3.514.200	3.196.300
Tổng tiết kiệm	\$349.663.487	\$533.500.000	\$424.800.000	873.400.000
Khách hàng dùng BDS*	401.530	254.809	835.458	668.808
Khách hàng là phụ nữ (MF)	69%	70%	73%	69%
Khách hàng là phụ nữ (BDS)	61%	75%	47%	48%
Khách hàng rất nghèo (MF)	67%	67%	69%	59%
Khách hàng rất nghèo (BDS)	29%	18%	30%	53%
*BDS - Dịch vụ Phát triển Kinh doanh MF - Tài chính siêu nhỏ				

Ở một số nước, hỗ trợ cho dịch vụ tài chính siêu nhỏ trong thời gian qua đã làm biến đổi tình hình tài chính quốc gia bằng việc tập hợp được hàng trăm ngàn khách hàng và khuyến khích cải tiến làm thay đổi cách thức kinh doanh của những ngân hàng lớn. Khách hàng sử dụng dịch vụ tài chính siêu nhỏ hiện nay chiếm đa số trong số khách hàng sử dụng dịch vụ tài chính nói chung ở các nước Kyrgyzstan, Uganda và Bolivia. Ví dụ, ở Bolivia, chương trình tài chính siêu nhỏ của USAID đã giúp mở rộng quy mô các dịch vụ tài chính nếu xét về số lượng người vay tiền và gửi tiết kiệm

cũng như toàn bộ hoạt động của các thị trường tài chính trong nước.

Theo thông tin của USAID dựa trên số liệu của các ngân hàng trung ương, tài sản đô-la của các tổ chức tài chính siêu nhỏ (MFIs) - là những nhóm cho vay chủ yếu đối với các doanh nghiệp nhỏ và các gia đình có thu nhập thấp - đang hoạt động ở Bolivia tăng gần 300% trong thời gian từ 1992 đến 2001, một tỷ lệ tăng trưởng gấp hơn tám lần các ngân hàng thương mại. Đến năm 2001, số lượng người đi vay của các tổ chức tài chính siêu

banks. By 2001, the number of borrowers from MFIs was more than double the number of borrowers from commercial banks and 797,000 Bolivians held savings at MFIs compared to just 658,000 in commercial banks.

USAID provides the majority of its microfinancing through its field "missions" in developing and transitional countries. Currently, approximately 50 USAID missions support microfinance and microenterprise development programs. Funding is divided roughly equally among the four USAID regions -- Africa, Latin America and the Caribbean, Asia and the Near East, and Europe and Eurasia.

RESPONDING TO LENDING REALITIES

Enterprises need working capital loans, longer-term financing for equipment and other investments, and savings and payment services in order to create jobs and to take advantage of new economic opportunities. Families need access to flexible savings accounts, remittance and payment services, insurance, loans for housing, school fees, emergencies, and so on, to be able to increase their income and assets, reduce their vulnerability to crises, and meet obligations related to such events as births, deaths, and weddings. USAID has invested in developing a wide range of services to meet these disparate needs.

One key lesson from its work is that careful market research is critical before financial institutions introduce new financial services. For too long, for example, most MFIs of-

fered only short-term working-capital loans. Faced with new competition for clients, the MFIs now understand the importance of tailoring product features and service delivery techniques to meet the needs of various clients. An MFI seeking to serve farm families in remote rural areas, for example, must adjust its loan repayment terms and savings services to the cash flow cycles of the families and community, which can vary dramatically by season and agricultural cycle. The same MFI might find that, instead of setting up a fixed branch office, it needs to employ mobile loan officers who travel throughout the countryside to serve its clients.

Microfinance has come a long way from the days when few believed that poor families' repayment of their loans for business and household needs could rival the performance of the most high-performing banks. Nor did many believe that poor families could be successful savers, building up financial assets of their own. How were these breakthroughs in microcredit and microsavings achieved? A few key principles have been critical to the successes - charging interest rates that cover lending costs, managing delinquency carefully, and tailoring flexible financial products in terms of collateral and repayment schedules (see box on "Best Practices in Microenterprise Development: A USAID Perspective).

MFIs recognize that few new clients have the kind of collateral many banks require to secure loans. Therefore, MFIs have developed collateral substitutes - products designed to create strong incentives for repayment. One such technique is a system of

nhỏ đã tăng hơn hai lần số người đi vay của các ngân hàng thương mại và 797.000 người Bolivia có tài khoản tiết kiệm tại các tổ chức tín dụng siêu nhỏ nếu so với 658.000 người gửi tiết kiệm ở các ngân hàng thương mại.

USAID cung cấp phần lớn tiền cho dịch vụ tài chính siêu nhỏ thông qua các "văn phòng" tại địa phương ở các nước đang phát triển và có nền kinh tế chuyển đổi. Hiện nay có khoảng 50 văn phòng của USAID hỗ trợ các chương trình tài chính siêu nhỏ và phát triển doanh nghiệp siêu nhỏ. Tiền được chia đều cho bốn khu vực hoạt động của USAID - châu Phi, Mỹ Latinh và Caribê, châu Á và Cận Đông, và châu Âu và Eurasia.

ĐÁP ỨNG NHU CẦU VAY

Các doanh nghiệp cần vay tiền để có vốn hoạt động, đầu tư dài hạn trong việc mua thiết bị và các khoản đầu tư khác, và các dịch vụ tiết kiệm và thanh toán để tạo ra việc làm và tận dụng các cơ hội kinh tế mới. Các gia đình cần tiếp cận các tài khoản tiết kiệm linh hoạt, các dịch vụ chuyển tiền và thanh toán, cần đóng tiền học phí, các khoản tiền dự phòng .v.v. để có thể tăng thêm thu nhập và tài sản, giảm khả năng bị thiệt hại trước các cuộc khủng hoảng và thực hiện các nghĩa vụ liên quan đến sinh đẻ, ma chay và cưới hỏi. USAID đã đầu tư vào việc xây dựng hàng loạt các dịch vụ để đáp ứng những nhu cầu thiết yếu này.

Một bài học căn bản thu được từ hoạt động là việc nghiên cứu thị trường cẩn thận có vai trò quan trọng trước khi các tổ chức tài chính cung cấp các dịch vụ tài chính mới. Ví dụ, bấy lâu nay hầu như các tổ chức tài chính siêu nhỏ chỉ cung cấp dịch vụ cho vay vốn hoạt động ngắn hạn. Đối mặt với yêu cầu cạnh tranh để có được khách hàng, các tổ chức tài chính siêu

nhỏ hiện nay hiểu được tầm quan trọng của việc phải tạo ra những tiện ích mới cho sản phẩm và các kỹ thuật cung cấp dịch vụ để đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng. Ví dụ, một tổ chức tài chính siêu nhỏ muốn phục vụ các gia đình nông dân ở vùng sâu phải điều chỉnh các điều kiện hoàn trả tiền vay và các dịch vụ tiết kiệm theo chu kỳ lưu chuyển tiền mặt của những gia đình đó và cộng đồng, một yếu tố có thể thay đổi rất nhiều theo mùa vụ và chu kỳ sản xuất nông nghiệp. Họ cũng có thể thấy rằng, thay vì mở một chi nhánh thường trực, chi cần tuyển dụng các nhân viên tín dụng lưu động để đi tới các vùng nông thôn phục vụ khách hàng.

Tài chính siêu nhỏ đã có một quá trình phát triển lâu dài kể từ lúc có rất ít người tin rằng việc các gia đình hoàn trả tiền vay cho kinh doanh và nhu cầu cuộc sống của họ có thể giúp các tổ chức này cạnh tranh với các ngân hàng mạnh nhất. Cũng không có nhiều người tin rằng các gia đình nghèo có thể có tiền tiết kiệm, gây dựng tài sản của chính họ. Làm thế nào để đạt được những bước đột phá này trong hoạt động tín dụng và tiết kiệm vi mô? Một vài nguyên tắc cơ bản đã trở thành yếu tố quyết định cho sự thành công - áp dụng tỷ lệ lãi suất bù đắp chi phí cho vay, quản lý nợ không trả đúng hạn một cách cẩn thận, và tạo ra những sản phẩm tài chính linh hoạt xét về yêu cầu tài sản thế chấp và thời hạn hoàn trả (xem khung về "Những kinh nghiệm thành công nhất trong phát triển doanh nghiệp siêu nhỏ: Triển vọng của USAID).

Các tổ chức tài chính siêu nhỏ ghi nhận rằng ít có khách hàng mới có tài sản thế chấp theo yêu cầu của ngân hàng để bảo đảm cho tiền vay. Do đó, họ đã xây dựng các hình thức thay thế cho tài sản thế chấp - là các sản phẩm được tạo ra nhằm khuyến khích hoàn trả tiền

"stepped loans." Initial loans are small and short-term, but larger loans of longer maturities become available to borrowers with perfect repayment records. Another collateral substitute is a group loan program that requires clients to essentially guarantee the repayment performances of other group members; if one borrower misses a payment, others will be unable to borrow, motivating fellow members to both pressure and support each other.

Another initiative would base access to credit on a household's entire income rather than just from the real or projected revenue of the business for which the loan is sought. This recognizes that cash is fungible within households.

Innovations have not been limited to credit programs. Savings innovations include the deployment of mobile staff to collect savings on a daily basis from vendors and the introduction of rural automatic teller machines (ATMs) that use thumbprint recognition technologies to enable illiterate clients to access their accounts.

LINKING FINANCIAL INSTITUTIONS WITH MARKETS

USAID's second key microfinance strategy is to invest in diverse retail financial institutions able to serve different markets. With USAID support, many nongovernmental organizations (NGOs) and associations and credit unions, as well as commercial banks, are now able to specialize in offering micro-credit and microsavings services, as well as

other financial products, to poorer clients and smaller enterprises.

In countries with little microfinance experience, USAID often supports the creation of "market leaders" - financial organizations that demonstrate that the poor are creditworthy and responsible users of diverse financial services. Equally important, the initiative proves that financial services to this market segment can be profitable, which encourages other commercial players to enter underserved markets.

USAID has provided grants for initial operating funds, loan capital, and management information systems to help hundreds of specialized MFI market leaders get started. Follow-up grants have enabled these institutions to grow and achieve sustainability, in which revenues from operations fully cover the costs of offering the services, including loan losses, inflation, and costs of financing future growth through borrowed funds.

Providing young MFIs access to specialized technical assistance and training has been a critical ingredient for their success. The leading international microfinance networks such as ACCION International, FINCA International, and Opportunity International have helped their affiliates become market leaders and demonstrate the viability of microfinance in diverse countries around the world. With USAID support, the World Council of Credit Unions' "savings first" approach, in which communities mobilize their own savings to serve as the capital for loans, is operating successfully in more than a dozen countries to support networks of

vay. Một trong các kỹ thuật là cơ chế "cho vay theo bậc". Các khoản vay ban đầu thường nhỏ và ngắn hạn nhưng khách hàng có thể vay nhiều hơn và lâu hơn nếu họ có quá trình hoàn trả tiền vay đúng hạn. Một hình thức thay cho thế chấp tài sản là chương trình cho vay theo nhóm, theo đó đòi hỏi các khách hàng về căn bản phải đảm bảo việc hoàn trả của các thành viên khác trong nhóm đi vay; nếu một người mà không hoàn trả đúng hạn những người khác sẽ không thể vay tiền, nhờ vậy khuyến khích các thành viên trong nhóm gây sức ép và hỗ trợ lẫn nhau.

Một sáng kiến khác là cho vay tín dụng dựa trên toàn bộ thu nhập của gia đình chứ không phải thu nhập thực tế hoặc dự kiến của hoạt động kinh doanh cần tiền vay. Điều này ghi nhận rằng tiền mặt luôn phải có trong các gia đình.

Các cải tiến không chỉ giới hạn trong các chương trình tín dụng. Các cải tiến về tiết kiệm bao gồm việc bố trí nhân viên lưu động đến thu tiền gửi tiết kiệm hàng ngày của những người bán hàng và lắp đặt máy rút tiền tự động (ATM) ở nông thôn sử dụng công nghệ nhận dạng vân tay để giúp khách hàng không biết chữ có thể sử dụng tài khoản của họ.

LIÊN KẾT CÁC TỔ CHỨC TÀI CHÍNH VỚI THỊ TRƯỜNG

Chiến lược tài chính siêu nhỏ then chốt tiếp theo của USAID là đầu tư vào các tổ chức tài chính bán lẻ khác nhau để phục vụ các thị trường khác nhau. Với sự hỗ trợ của USAID, nhiều tổ chức phi chính phủ (NGOs) và các hiệp hội và quỹ tín dụng cũng như các ngân hàng thương mại hiện nay có thể chuyên cung cấp các dịch vụ tín dụng và tiết kiệm vi mô cũng như các sản phẩm tài chính khác cho

khách hàng nghèo hơn và các doanh nghiệp nhỏ hơn.

Ở những nước có ít kinh nghiệm về tài chính siêu nhỏ, USAID thường hỗ trợ việc tạo ra "người dẫn dắt thị trường" - là các tổ chức tài chính thấy rằng người nghèo là những khách hàng đáng tin cậy và có trách nhiệm khi sử dụng các dịch vụ tài chính đa dạng. Với ý nghĩa không kém phần quan trọng, sáng kiến này chứng tỏ rằng các dịch vụ tài chính cho nhóm khách hàng này có thể mang lại lợi nhuận, từ đó khuyến khích các ngân hàng thương mại khác cùng tham gia các thị trường còn chưa được quan tâm đầy đủ.

USAID đã cung cấp viện trợ không hoàn lại dưới dạng quỹ khởi động ban đầu, vốn cho vay và hệ thống quản lý thông tin để giúp hàng trăm các tổ chức chuyên về tín dụng siêu nhỏ bắt đầu hoạt động. Các khoản tiền trợ cấp tiếp theo đã giúp những tổ chức này phát triển và đạt được hoạt động bền vững để từ đó thu nhập từ hoạt động bù đắp đầy đủ chi phí cung cấp dịch vụ, bao gồm cả tiền vốn vay bị mất, lạm phát và phí tổn đầu tư dài hạn bằng các khoản tiền đi vay.

Giúp các tổ chức tài chính siêu nhỏ non trẻ được đào tạo và trợ giúp kỹ thuật chuyên môn là một yếu tố quan trọng cho sự thành công của họ. Các mạng lưới tín dụng siêu nhỏ quốc tế hàng đầu như ACCION International, FINCA International và Opportunity International đã giúp các tổ chức liên kết trở thành những người dẫn dắt thị trường và cho thấy sức sống của tài chính siêu nhỏ tại nhiều nước khác nhau trên thế giới. Với sự hỗ trợ của USAID, phương thức "tiết kiệm trước tiên" của Hội đồng Thế giới các Quỹ Tín dụng (World Council of Credit Unions), theo đó các cộng đồng huy động tiền tiết kiệm của họ để dùng

local credit unions that offer a compelling model of how to provide viable savings, credit, and other services to low-income and working-class families.

Loan guarantees and other credit enhancements, provided through USAID's Development Credit Authority, have enabled successful MFIs to access local and international capital markets to finance rapid growth through debt and bonds. Targeted small grants and technical assistance have also helped banks and other mainstream financial institutions begin offering microfinance services, often delivered through a specialized affiliate that tailors its products and delivery methods to the needs of smaller businesses and poorer households in a community.

SUPPORTING MARKET INFRASTRUCTURE AND REGULATORY REFORM

In some countries with more mature microfinance markets, USAID has shifted from supporting individual retail institutions to a strategy of giving broader support to the microfinance industry as a whole and to the market infrastructure it needs to thrive. This often entails competitive grant funding to help providers with new product development, or investments in specialized institutions such as credit information bureaus and microfinance ratings agencies. The resulting increased competition can be an effective path to product innovation, greater efficiencies, and better services and prices for clients.

Undergirding USAID's three strategies are efforts to improve the legal and regulatory environments for microfinance. If interest rates are capped, for example, financial institutions might not be able to charge enough to cover the higher costs and risks of serving poorer and more remote clients. Laws passed to protect the poor might block their access to the financial services they need. Banks may be unable to serve them if loan documentation and reserve requirements are not adjusted to reflect the distinctive risk management and cost-control methods employed in successful microfinance. Successful NGO MFIs with proven ability to lend over the long term in this market might be good candidates to offer the flexible savings services that poorer customers typically demand. However, without changes in banking laws, they may be prohibited from offering deposits to the general public.

USAID assistance in the policy arena has sought to remove those legal and regulatory barriers that currently restrict NGOs and other specialized providers from providing microfinance. USAID funding has also helped build the capacity of bank and credit union regulators to protect poor people's savings. Well-trained regulators help to ensure that microfinance providers are adequately overseen. As top-notch NGO microlenders transform into regulated depositories, bank supervision agencies may need to adapt their rules, systems, and staffing.

làm vốn cho vay, đang thành công ở rất nhiều nước nhằm hỗ trợ mạng lưới liên hiệp tổ chức tín dụng địa phương, chứng tỏ là một mô hình đáng áp dụng về cách thức sử dụng tiền tiết kiệm, cho vay và cung cấp các dịch vụ khác cho các gia đình có thu nhập thấp và thuộc tầng lớp lao động.

Các biện pháp bảo đảm tiền vay và nâng cao tín dụng khác được Cơ quan Tín dụng Phát triển của USAID thực hiện đã giúp các tổ chức tài chính siêu nhỏ thành công có thể tiếp cận thị trường vốn trong nước và quốc tế để phục vụ tăng trưởng nhanh thông qua cho vay và bán trái phiếu. Các khoản tiền trợ cấp nhỏ có mục tiêu và trợ giúp kỹ thuật cũng giúp ngân hàng và các tổ chức tài chính chủ đạo khác bắt đầu cung cấp dịch vụ tài chính siêu nhỏ, thường thông qua các tổ chức liên kết chuyên doanh để tạo ra các sản phẩm và phương thức cung cấp phù hợp với yêu cầu của các doanh nghiệp nhỏ hơn và các gia đình nghèo hơn trong một cộng đồng.

HỖ TRỢ CƠ SỞ HẠ TẦNG THỊ TRƯỜNG VÀ CẢI CÁCH CƠ CHẾ QUẢN LÝ

Ở một số nước có thị trường tài chính siêu nhỏ phát triển đầy đủ, USAID đã chuyển từ việc hỗ trợ từng tổ chức kinh doanh lẻ sang một chiến lược hỗ trợ với quy mô lớn hơn cho khu vực tài chính siêu nhỏ nói chung và cho cơ sở hạ tầng thị trường cần có để phát triển. Việc này thường đòi hỏi thêm tiền tài trợ để giúp những tổ chức cung cấp dịch vụ phát triển sản phẩm mới hoặc để đầu tư vào các tổ chức chuyên doanh như các tổ chức cung cấp thông tin tín dụng và đánh giá tín dụng siêu nhỏ. Sự cạnh tranh tăng lên có thể là con đường dẫn đến cải tiến sản phẩm, hiệu quả cao hơn và dịch vụ tốt hơn với giá cả hợp lý đối với khách hàng.

Nâng đỡ cho ba chiến lược này của USAID là các nỗ lực nhằm cải thiện môi trường pháp lý và quản lý cho tài chính siêu nhỏ. Ví dụ, nếu tỷ lệ lãi suất bị quy định trần thì các tổ chức tài chính không thể bù đắp đủ chi phí cao hơn và các rủi ro phục vụ người nghèo hơn và khách hàng ở những nơi xa xôi hơn. Các đạo luật được phê chuẩn để bảo vệ người nghèo có thể ngăn cản họ tiếp cận các dịch vụ tài chính mà họ cần. Các ngân hàng có thể không có khả năng phục vụ họ nếu các yêu cầu về chứng từ vay và dự trữ không được điều chỉnh để phản ánh các biện pháp quản lý rủi ro và kiểm soát chi phí đặc thù được dùng để đảm bảo sự thành công của tài chính siêu nhỏ. Các tổ chức tài chính siêu nhỏ phi chính phủ thành công với khả năng cho vay dài hạn trong thị trường này có thể là các ứng cử viên tốt trong việc cung cấp dịch vụ tiết kiệm linh hoạt mà khách hàng nghèo hơn thường có nhu cầu. Tuy nhiên, nếu không có thay đổi về luật ngân hàng, các tổ chức tài chính siêu nhỏ có thể bị cấm cho vay tiền gửi.

Trợ giúp của USAID trong lĩnh vực chính sách đã giúp xóa bỏ nhiều rào cản về pháp luật và quản lý đang cản trở các tổ chức phi chính phủ và các tổ chức chuyên doanh khác cung cấp dịch vụ tài chính siêu nhỏ. Tài trợ của USAID còn giúp xây dựng năng lực cho các cơ quan quản lý ngân hàng và quỹ tín dụng để bảo vệ tiền tiết kiệm của người nghèo. Các cán bộ quản lý được đào tạo tốt sẽ giúp đảm bảo rằng các tổ chức cung cấp tài chính siêu nhỏ được giám sát đầy đủ. Khi các tổ chức cho vay nhỏ của các tổ chức phi chính phủ biến đổi thành các tổ chức nhận tiền thuộc diện được quản lý, các cơ quan giám sát ngân hàng có thể cần điều chỉnh các quy chế, cơ chế và nhân viên.

SUPPORTING GROWTH OF SUCCESSFUL MICROENTERPRISES

Attention has begun to focus on a new gap in the finance market -- the "missing middle." As the most successful microenterprises expand, they may need growth capital beyond what MFIs and microfinance programs can provide. In many countries, small - and medium-sized firms find that their access to appropriate financial services is even more limited than it is for microenterprises and self-employed individuals. Recent U.S. foreign assistance efforts have taken aim at the missing middle -- trying to ensure that successful micro-, small- and medium-sized firms in developing and transitional economies are not starved of the capital they need to create new jobs, increase productivity, upgrade technologies, and tap new markets and export opportunities.

One major initiative addressing this financing gap is the new Africa Small Business Fund. This \$225 million pilot program is a joint venture between the World Bank's concessionary lending arm, the International Development Association, and its private-sector affiliate, the IFC. The Africa initiative builds on a strong microfinance track record, in particular the successful collaboration between the European Bank for Reconstruction and Development, IFC, USAID, and others to create high-performing specialized micro- and small-business banks in transition countries such as Georgia, Kosovo, Serbia, and Russia.

The first project to be approved under the Africa Small Business Fund is a \$32 million World Bank credit for Nigeria. In response to the Nigerian government's request for assistance to enhance its bottom-up economic growth, the small business loan program will direct funds to strengthening local financial and non-financial institutions that support small businesses so they can operate more effectively and deliver sustainable commercially based services.

The United States government is committed to helping create vibrant financial sectors in developing and transitional countries around the world. Financial services spur broad economic growth, promote job creation, and generate new opportunities for all citizens. As such, they represent a critical element in the worldwide battle to eradicate poverty.

HỖ TRỢ TĂNG TRƯỞNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP SIÊU NHỎ THÀNH CÔNG

Sự quan tâm bắt đầu tập trung vào một khoảng cách mới xuất hiện trong thị trường tài chính - gọi là "khoảng giữa bị thiếu". Khi những doanh nghiệp siêu nhỏ thành công nhất mở rộng quy mô, họ có thể cần vốn để phát triển nhưng vượt quá khả năng cung cấp của các tổ chức hoặc chương trình tài chính siêu nhỏ. Ở nhiều nước, các doanh nghiệp vừa và nhỏ thấy rằng khả năng tiếp cận các dịch vụ tài chính phù hợp thậm chí còn bị hạn chế hơn so với các doanh nghiệp siêu nhỏ và các cá nhân kinh doanh. Các khoản viện trợ nước ngoài gần đây của Hoa Kỳ đã đặt mục tiêu vào khoảng giữa bị thiếu này - cố gắng đảm bảo rằng các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa thành công ở các nước đang phát triển và có nền kinh tế chuyển đổi không bị thiếu vốn mà họ cần để tạo ra việc làm, tăng năng suất, nâng cấp công nghệ, và khai thác các thị trường và cơ hội xuất khẩu mới.

Một chương trình lớn giải quyết khoảng thiếu hụt tài chính này là Quỹ Doanh nghiệp Quy mô nhỏ châu Phi. Chương trình thí điểm trị giá 225 triệu đô-la này là một liên doanh giữa tổ chức cho vay ưu đãi của Ngân hàng Thế giới là Hiệp hội Phát triển Quốc tế và tổ chức liên kết với nó của khu vực tư nhân là IFC. Sáng kiến châu Phi này dựa trên một quá trình hoạt động vững chắc của tài chính siêu nhỏ, đặc biệt là sự phối hợp thành công giữa Ngân hàng Tài thiết và Phát triển châu Âu, IFC, USAID và các tổ chức khác nhằm tạo ra các ngân hàng chuyên doanh lớn phục vụ các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ tại các nước có nền kinh tế chuyển đổi như Gruzia, Kosovo, Serbia và Nga.

Dự án đầu tiên sẽ được phê chuẩn trong khuôn khổ Quỹ Doanh nghiệp Quy mô nhỏ châu Phi có trị giá 32 triệu đô-la là khoản tín dụng của Ngân hàng Thế giới dành cho Nigeria. Đáp ứng yêu cầu của Chính phủ Nigeria về trợ giúp nâng cao tăng trưởng kinh tế theo hướng tiếp cận từ dưới lên, chương trình cho vay đối với doanh nghiệp nhỏ sẽ chuyển tiền cho hoạt động tăng cường năng lực của các tổ chức tài chính và phi tài chính địa phương nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ để họ có thể hoạt động hiệu quả hơn và cung cấp các dịch vụ thương mại bền vững.

Chính phủ Hoa Kỳ cam kết giúp đỡ tạo ra các khu vực tài chính năng động ở các nước đang phát triển và có nền kinh tế chuyển đổi trên thế giới. Các dịch vụ tài chính kích thích tăng trưởng quy kinh tế trên quy mô rộng lớn, tạo thêm việc làm và các cơ hội mới cho người dân. Như vậy, các dịch vụ tài chính là một yếu tố cấp thiết trong cuộc đấu tranh xóa đói nghèo trên toàn cầu.

BEST PRACTICES IN MICROENTERPRISE DEVELOPMENT: A USAID PERSPECTIVE

MICROENTERPRISE DEVELOPMENT ACTIVITIES SHOULD RESPOND TO DEMAND

The design and delivery of credit, savings, and other financial products and services should respond to the diverse financial needs of individuals and entrepreneurs. Ideally, careful market research should precede product development.

- The terms of microloans, for example, need to reflect the realities of the client's business opportunities, cash flow, and collateral. Whether a program offers individual or group loans, amounts are likely to be relatively small and repayment schedules short-term, collateral requirements flexible, and transaction costs low. Tailoring products to the very poor and rural households is particularly important in order to maximize microfinance's potential to reduce poverty. Market research often reveals that clients demand products beyond credit such as flexible savings or remittance services.
- Donor support for business services should facilitate linkages between private-sector providers of a wide variety of services - from accounting and information services to veterinary services and product design services - and the entrepreneurs who need them to maintain their competitiveness. For example, market access services should address microenterprises' needs to link both to suppliers of inputs

for their goods and to buyers of their finished products.

- Payment mechanisms should take into account the levels and timing of clients' cash flows. For example, poorer clients may not be able to pay large, up-front fees for business services. This issue can be addressed by grouping clients for service delivery and payment, building fees into the margins of the products they sell to their buyers (who provide them services beyond marketing), or breaking up services such as training so that fees can be lower.

SERVICE PROVIDERS MUST COVER THEIR COSTS AND ACHIEVE COMMERCIAL SUSTAINABILITY

Few developing and transition countries can afford to subsidize business and financial services for their citizens on any substantial scale. Thus, if microenterprises are to have access to the services they need to succeed in business, those services must be offered on a sustainable basis. Fortunately, sustainability has proven achievable in a wide variety of circumstances.

- Microfinance institutions (MFIs) must charge interest rates high enough to enable them to cover all their costs, including loan losses and the cost of raising new capital to expand. MFIs should achieve sustainability within five to seven years

NHỮNG HOẠT ĐỘNG TỐT NHẤT PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP SIÊU NHỎ: TỪ GÓC NHÌN CỦA CƠ QUAN PHÁT TRIỂN QUỐC TẾ HOA KỲ

CÁC HOẠT ĐỘNG PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP SIÊU NHỎ CẦN PHẢI ĐÁP ỨNG CẦU

Việc thiết kế và chuyển giao tín dụng, tiền tiết kiệm và các sản phẩm tài chính khác cần phải đáp ứng các nhu cầu tài chính đa dạng của các cá nhân và các doanh nghiệp. Nói một cách lý tưởng thì cần thực hiện các nghiên cứu thị trường cẩn thận trước khi phát triển sản phẩm.

- Ví dụ, thời hạn của các khoản vay nhỏ cần phải phản ánh thực tế các cơ hội kinh doanh của khách hàng, dòng tiền mặt và việc ký quỹ. Dù một chương trình đưa ra các khoản vay nhóm hay cá nhân thì phải đảm bảo chắc chắn là khoản vay đó tương đối nhỏ và lịch trình hoàn trả ngắn hạn, đòi hỏi ký quỹ linh hoạt và chi phí giao dịch thấp. Các sản phẩm riêng biệt dành cho người nghèo và các hộ nông thôn cũng đặc biệt quan trọng để tối đa hóa tiềm năng tài chính siêu nhỏ trong xóa đói giảm nghèo. Nghiên cứu thị trường thường cho thấy khách hàng mong muốn có các sản phẩm ngoài tín dụng, ví dụ như các tài khoản tiết kiệm hoặc các dịch vụ chuyển tiền.
- Các nhà tài trợ ủng hộ các dịch vụ kinh doanh cần phải tạo mối liên kết giữa các nhà cung cấp khu vực tư nhân trong nhiều dịch vụ đa dạng từ kế toán và dịch vụ thông tin cho đến các dịch vụ thú y và dịch vụ thiết kế sản phẩm và các doanh nghiệp cần các dịch vụ đó để đảm bảo sức cạnh tranh của mình. Ví dụ, các dịch vụ tiếp cận thị trường cần phải nhằm vào nhu cầu của các doanh nghiệp siêu nhỏ muốn liên kết với các nhà

cung cấp đầu vào cho hàng hóa cũng như người mua các thành phẩm của họ.

- Cơ chế thanh toán cần phải tính đến tốc độ và thời gian của dòng tiền mặt của khách hàng. Ví dụ, các khách hàng nghèo hơn có thể không đủ khả năng thanh toán các khoản phí lớn trả trước cho các dịch vụ kinh doanh. Vấn đề này có thể được giải quyết bằng cách gộp khách hàng theo nhóm để thanh toán và cung cấp dịch vụ, đưa bớt một phần chi phí vào sản phẩm họ bán cho khách hàng (những người cung cấp cho họ các dịch vụ ngoài tiếp thị), hoặc chia nhỏ các dịch vụ như đào tạo để mức phí có thể thấp hơn.

CÁC NHÀ CUNG CẤP DỊCH VỤ PHẢI BÙ ĐÁP ĐƯỢC CHI PHÍ VÀ ĐẠT ĐƯỢC ỔN ĐỊNH THƯƠNG MẠI

Một vài quốc gia đang phát triển trong thời kỳ quá độ có khả năng bao cấp cho các dịch vụ tài chính và kinh doanh cho công dân của họ với bất cứ quy mô lớn như thế nào. Do vậy, nếu các doanh nghiệp siêu nhỏ tiếp cận với các dịch vụ cần thiết để thành công trong kinh doanh thì các dịch vụ đó phải được cung cấp trên cơ sở bền vững. Thật may mắn là tính bền vững đã được chứng minh là có thể đạt được trong nhiều trường hợp khác nhau.

- Các tổ chức tài chính siêu nhỏ (MFI) phải đặt ra các mức lãi suất đủ cao để bù đắp chi phí, bao gồm thất thoát tiền vay và chi phí huy động vốn mới để mở rộng. MFI cần đạt được tính bền vững trong năm đến bảy năm

by charging adequate interest rates, controlling operating costs, and maximizing their efficiency. Business service providers must offer their services on a commercial/fee-for-service basis or cover their costs by embedding them in other transactions. Offering these services on a non-commercial basis distorts the business services market and threatens its long-term sustainability.

- Efforts to promote specific business services should be consistent with the larger objective of developing broad, sustainable business services markets that strengthen linkages within and between commercial sub-sectors.

A BUSINESSLIKE APPROACH IS KEY

- Delinquency management is critical to the development of sustainable microfinance institutions and a healthy financial sector in which poor people can rely on consistent access financial services.
- To ensure that microenterprises have access to the business services they need in order to be competitive, donors should promote a strong business services sector by facilitating linkages between microenterprises and private-sector service providers - not by subsidizing the services themselves.

SERVICES ALONE MAY NOT BE ENOUGH. ACHIEVING MAXIMUM IMPACT OF INVESTMENTS IN MICROENTERPRISE DEVELOPMENT MAY REQUIRE ADDRESSING POLICIES THAT CONSTRAIN SMALL BUSINESSES AND COMPROMISE INDIVIDUALS' ACCESS TO FINANCIAL SERVICES.

- Limits on the assets poor people can use as collateral against credit can block their efforts to improve their lives.
- Onerous business registration requirements and regressive tax policies are just two examples of the kinds of policy barriers that disfavor microenterprises and can inhibit economic growth on a national scale, particularly in those countries in which microenterprises contribute substantially to the national economy.

bằng cách đặt ra các mức lãi suất thích hợp, kiểm soát chi phí hoạt động và tối đa hóa tính hiệu quả của mình. Các nhà cung cấp dịch vụ kinh doanh phải đưa ra các dịch vụ dựa trên cơ sở phí dịch vụ/ thương mại hoặc bù đắp chi phí ngầm định trong các giao dịch khác. Việc cung cấp các dịch vụ không dựa trên cơ sở thương mại làm lệch lạc thị trường các dịch vụ kinh doanh và đe dọa tính bền vững dài hạn của nó.

- Các nỗ lực xúc tiến các dịch vụ kinh doanh cụ thể cần phải thống nhất với mục tiêu lớn hơn là phát triển bền vững và rộng khắp thị trường các dịch vụ kinh doanh, củng cố các liên kết trong và giữa các tiểu khu vực thương mại.

CÁCH TIẾP CẬN CÓ TỔ CHỨC LÀ THEN CHỐT

- Việc quản lý các món nợ quá hạn rất quan trọng đối với sự phát triển bền vững các tổ chức tài chính siêu nhỏ và một khu vực tài chính lành mạnh trong đó người nghèo có thể trông cậy vào các dịch vụ tài chính thích hợp.
- Để đảm bảo các doanh nghiệp siêu nhỏ có thể tiếp cận với các dịch vụ kinh doanh cần thiết cho sức cạnh tranh của họ, các nhà tài trợ cần xúc tiến một khu vực dịch vụ kinh doanh mạnh bằng cách tạo điều kiện liên kết giữa các doanh nghiệp siêu nhỏ và các nhà cung cấp dịch vụ khu vực tư nhân không phải bằng cách trợ cấp chính dịch vụ đó cho họ.

CÁC DỊCH VỤ ĐƠN LẺ LÀ CHƯA ĐỦ. MUỐN CÁC KHOẢN ĐẦU TƯ TÁC ĐỘNG TỐI ĐA LÊN SỰ PHÁT TRIỂN CỦA CÁC DOANH NGHIỆP SIÊU NHỎ ĐÒI HỎI PHẢI CÓ CÁC CHÍNH SÁCH KIỂM SOÁT CÁC CƠ SỞ KINH DOANH NHỎ VÀ SẮP XẾP ĐỂ CÁC CÁ NHÂN CÓ THỂ TIẾP CẬN VỚI CÁC DỊCH VỤ TÀI CHÍNH.

- Hạn chế về tài sản thế chấp cho các khoản tín dụng của người nghèo có thể cản trở các nỗ lực phát triển đời sống của họ.
- Những thủ tục đăng ký kinh doanh nặng nề và chính sách thuế lạc hậu chỉ là hai ví dụ về các trở ngại chính sách bất lợi cho các doanh nghiệp siêu nhỏ và có thể hạn chế tăng trưởng kinh tế ở quy mô quốc gia, đặc biệt ở những quốc gia mà các doanh nghiệp siêu nhỏ đóng góp đáng kể cho nền kinh tế đất nước.

■ BUILDING AN ENABLING ENVIRONMENT: A LONG-TERM PERSPECTIVE OF MICROENTERPRISE

By Charles Cadwell, Kathleen Druschel and Thierry van Bastelaer, *The Center for Institutional Reform and the Informal Sector (IRIS) at the University of Maryland*

Microenterprise works best in countries where the political, economic, and social environments allow small entrepreneurs to succeed beyond the level of basic survival, say Charles Cadwell, Kathleen Druschel, and Thierry van Bastelaer from the IRIS Center at the University of Maryland.

Drawing on the last two decades of experience, the authors suggest that donors should focus more on the fundamentals that "enable" successful microenterprise development. These include solid legal and financial institutions, regulatory reforms, governments that respond to the needs of their citizens, and business groups that can advocate changes to policies and practices that hurt their members' ability to build and expand their businesses. Effectively addressing the problems of today's poor, they say, requires a better understanding of the mechanisms that perpetuate poverty and the processes by which those mechanisms can be improved.

In Kabul, Afghanistan, new microenterprises, having sprung to life in the early hours after the Taliban fled the capital city in 2001, sell previously banned items such as

music and radios as well as scarce necessities such as food, clothing, and fuel. Across Bangladesh, millions who lack education, capital, or information about distant markets nonetheless carry on business activities that demonstrate remarkable resilience and contribute to significant portions of that country's exports. In Africa, communities ravaged by HIV/AIDS still have active markets, with ever-increasing income generation activity, as families burdened by adopted children and ailing adults struggle to survive.

While there is wide acceptance of the critical role small businesses and microenterprises play in providing jobs and raising national income, the poorest countries are often found lacking in this outcome, as they are so many others. The greatest gains from entrepreneurship are found in places where the political, economic, and social environments allow entrepreneurs to succeed beyond the level of basic survival. This "enabling environment" for microenterprise depends to a large degree on good governance. In countries where citizens have only a limited control over the policymakers and the public sector, the enabling environment is often weakest.

❏ XÂY DỰNG MỘT MÔI TRƯỜNG THUẬN LỢI: VIỄN CẢNH DÀI HẠN CỦA CÁC DOANH NGHIỆP SIÊU NHỎ

Charles Cadwell, Kathleen Druschel và Thierry Van Bastelaer, Trung tâm Cải cách Thể chế và Các khu vực Không chính thức (IRIS), Đại học Maryland

Charles Cadwell, Kathleen Druschel và Thierry van Bastelaer từ Trung tâm IRIS tại Đại học Maryland nói: “Các doanh nghiệp siêu nhỏ hoạt động tốt nhất tại những quốc gia có môi trường chính trị, kinh tế và xã hội cho phép các doanh nghiệp có thể thành công vượt lên mức tồn tại cơ bản”.

Rút kinh nghiệm từ hai thập kỷ qua, tác giả đề nghị các nhà tài trợ nên tập trung hơn vào những yếu tố cơ bản có thể “kích hoạt” phát triển các doanh nghiệp siêu nhỏ thành công. Những yếu tố này bao gồm các thể chế tài chính và luật pháp vững chắc, cải cách luật, khả năng chính phủ đáp ứng các yêu cầu của công dân và các nhóm kinh doanh ủng hộ thay đổi những chính sách và hoạt động gây tổn hại cho khả năng xây dựng và mở rộng kinh doanh của các thành viên trong nhóm. Họ cho rằng nếu muốn giải quyết hiệu quả các vấn đề hiện tại đối với người nghèo đòi hỏi phải tìm hiểu sâu hơn các cơ chế kéo dài sự đói nghèo và các quá trình hỗ trợ phát triển cơ chế đó.

Tại Kabul, Afghanistan, các doanh nghiệp siêu nhỏ mới đã xuất hiện chỉ vài giờ sau khi Taliban bỏ chạy khỏi thành phố thủ đô năm 2001, bán các hàng hóa bị cấm trước kia như

nhạc và máy thu thanh cũng như các sản phẩm thiết yếu khan hiếm khác như lương thực, quần áo và nhiên liệu. Còn ở Bangladesh, hàng triệu người mặc dù thiếu tri thức, vốn hoặc thông tin về các thị trường ở xa nhưng vẫn thực hiện các hoạt động kinh doanh, chứng tỏ khả năng phục hồi xuất sắc và đóng góp một phần lớn trong xuất khẩu của đất nước. Ở châu Phi, các cộng đồng bị nạn dịch HIV/AIDS tàn phá vẫn có các chợ hoạt động và các hoạt động mang lại thu nhập tăng nhanh chưa từng có, vì các gia đình phải nuôi con cái và những người ốm đang đấu tranh để sống sót.

Trong khi người ta thừa nhận rộng rãi vai trò quan trọng của các doanh nghiệp siêu nhỏ và các cơ sở kinh doanh nhỏ trong việc tạo việc làm và tăng thu nhập quốc dân, các quốc gia nghèo nhất lại thường thiếu điều này và họ không phải là số ít. Các doanh nghiệp thu được nhiều kết quả nhất ở những nơi mà môi trường chính trị, kinh tế và xã hội cho phép các doanh nghiệp thành công vượt lên mức tồn tại cơ bản. “Môi trường thuận lợi” cho các doanh nghiệp siêu nhỏ phụ thuộc vào mức độ quản lý tốt của chính phủ. Ở những quốc gia nơi công dân chỉ có ít tác động lên các nhà hoạch định chính sách và khu vực công cộng thì môi trường thuận lợi thường là yếu kém nhất.

It is not always clear what can usefully be done to promote opportunities for microenterprises so that they can prosper. While donors have often aimed support at microfinance, or increasingly, delivery of business development services, these efforts have not been adequate to broadly improve standards in poor societies. Even as initiatives such as the Grameen Bank - the Bangladesh bank that introduced and popularized the idea of giving small loans to microenterprises - have expanded, the majority of poor people continue to lack access to a range of market-supporting services, including credit and savings services, from both government and the private sector. These enterprises most often cite as obstacles to their growth: lack of police protection from crime, access to other government services based on favoritism rather than merit, collection of illegal payments by government officials, unpredictable regulatory and enforcement practices, and a lack of government support for private agreements and collective arrangements between and among individuals and firms. In light of these challenges, how should policymakers in poor countries rethink their approach and how can donors influence this process?

Two decades of experience suggest that donors need to put more resources into those programs and policies that "enable" - create the conditions for - successful microenterprise development. An "enabling environment" comprises institutions: laws, policies, and informal rules, as well as the bodies that implement them. These institutions support transactions that rise above the simple exchange observed in street trade. The com-

mon example of an economic institution is credit, where repayment requires some means of enforcing a contract. The peer pressure for loan repayment that is central to group lending practices represents a rudimentary form of contract enforcement. But development depends on a variety of complex forms of agreement, which permit not only the extension of small, local credit but also the mobilization of savings, the accumulation of capital within firms, formal degrees of ownership, and transparent processes by which to access information.

The weakness of the enabling environment in the poorest countries has many causes. Poor effectiveness and low credibility of the state and its officials undermine policies across the board, including those essential to microenterprises. A lack of specific policies and low capacity to implement them also hinder improvement in specific areas of a microenterprise-enabling environment.

These gaps are difficult for external donors to fill easily or quickly. Narrow "technical assistance" services (such as training of entrepreneurs or facilitated access to markets) have not been the solution; even when such programs have been available to host countries at low or no cost, governments generally fail to implement them. This is one of the reasons that donors are increasingly paying attention to the incentives, which motivate action on the part of officials, policymakers, and other economic and political actors. Attention to how economic decisions are taken, by whom and with what end is an essential part of the work needed to improve the environment for microenterprises. Steps

Những việc cần làm để xúc tiến các cơ hội phát triển cho các doanh nghiệp siêu nhỏ thường không rõ ràng. Trong khi các nhà tài trợ thường hướng đến hỗ trợ tài chính siêu nhỏ hoặc cung cấp các dịch vụ phát triển kinh doanh, các nỗ lực này có thể không thích hợp để cải thiện rộng rãi các tiêu chuẩn trong các xã hội nghèo. Thậm chí khi các sáng kiến như Ngân hàng Grameen – Ngân hàng Bangladesh giới thiệu và phổ biến ý tưởng cấp các khoản vay nhỏ cho các doanh nghiệp siêu nhỏ – được nhân rộng, đa số người nghèo vẫn khó tiếp cận với các dịch vụ hỗ trợ thị trường từ khu vực chính phủ và tư nhân, trong đó có dịch vụ tín dụng và tiết kiệm. Các doanh nghiệp này thường xuyên gặp các chướng ngại cản trở sự phát triển của họ: thiếu sự bảo vệ của cảnh sát khỏi tội phạm, tiếp cận với các dịch vụ khác của chính phủ dựa trên sự thiên vị hơn là dựa trên giá trị, bị các quan chức chính phủ thu các khoản không hợp pháp, việc lập pháp và hành pháp không dự đoán được và không được sự ủng hộ của chính phủ đối với các hợp đồng tư nhân cũng như các thỏa thuận tập thể giữa các cá nhân và các hãng. Với những thách thức đó, làm thế nào để các nhà hoạch định chính sách ở các nước nghèo xem xét lại cách tiếp cận của mình và để các nhà tài trợ tác động được lên quá trình này?

Hai thập kỷ kinh nghiệm gợi ý cho các nhà tài trợ cần đầu tư nhiều nguồn lực hơn nữa vào các chương trình và chính sách có thể tạo điều kiện cho sự phát triển thành công các doanh nghiệp siêu nhỏ. Một “môi trường thuận lợi” gồm hai thể chế: luật, chính sách và các quy tắc không chính thức, cũng như các cơ quan thi hành chúng. Các thể chế này ủng hộ cho các giao dịch vượt lên các giao dịch buôn bán đơn giản trên đường phố. Ví dụ chung nhất

cho một thể chế kinh tế là tín dụng, việc hoàn trả đòi hỏi phải có một số công cụ buộc thi hành hợp đồng. Một áp lực tương đương khác buộc hoàn trả tiền vay là tập trung vào thực hiện cho vay nhóm – một dạng sơ khai của cưỡng chế thực hiện hợp đồng. Nhưng phát triển phụ thuộc vào một số dạng thỏa thuận phức tạp cho phép không chỉ mở rộng tín dụng nhỏ địa phương mà còn huy động được các khoản tiền tiết kiệm, tích lũy vốn trong các doanh nghiệp, các mức sở hữu chính thức, và các quá trình minh bạch để tiếp cận với thông tin.

Tính yếu kém của môi trường thuận lợi ở các nước nghèo nhất có nhiều nguyên nhân. Nhà nước và các công chức nhà nước hoạt động kém hiệu quả và uy tín thấp làm suy yếu các chính sách trong đó có các chính sách sống còn cho các doanh nghiệp siêu nhỏ. Việc thiếu các chính sách cụ thể và năng lực thực thi các chính sách còn thấp đã cản trở sự tiến bộ trong các lĩnh vực cụ thể của môi trường thuận lợi cho các doanh nghiệp siêu nhỏ.

Các nhà tài trợ nước ngoài rất khó có thể xóa bỏ các khoảng cách này một cách nhanh chóng hay dễ dàng. Các dịch vụ “hỗ trợ kỹ thuật” hạn hẹp (như đào tạo các nhà quản trị doanh nghiệp hay tạo điều kiện tiếp cận thị trường) không phải là giải pháp; thậm chí khi các chương trình như vậy được cung cấp cho nước chủ nhà với chi phí thấp hoặc miễn phí, chính phủ nhìn chung thất bại khi triển khai các chương trình này. Đây là một trong những lý do khiến các nhà tài trợ càng ngày càng chú ý đến các khuyến khích thúc đẩy hành động với một số công chức, các nhà hoạch định chính sách và các nhân tố kinh tế và chính trị khác. Tập trung chú ý vào cách thức, người thực thi và kết quả thực hiện các quyết định kinh tế là một phân quan trọng trong

to facilitate access to credit by small firms will founder if credit contracts are not routinely enforced by courts, or if property registries are non-existent or corruptly run. So it is important to understand why courts in some places provide better contract enforcement services and why some local governments prey on firms while others encourage enterprise.

If any interaction with the government - from entry into school, to access to health care, to access to business licenses - requires a bribe, then the obstacles facing microenterprise are merely examples of more fundamental governance problems, as has been suggested above. Communications and transportation infrastructures are much more likely to be underdeveloped and poorly distributed in places with weak governance institutions. Services central to microenterprise, such as the issuance of land titles and enforcement of contracts, will also be lacking. Private providers of some of these necessary services, who might try to step in to fill a gap left by government, are themselves often stymied by the same entry barriers that result from weak or corrupt governance mechanisms. So another aspect of such a "market augmenting government" - a government that works to increase the reach of the markets rather than replace them - is the scope it provides for markets to evolve their own institutions, or for government decisions to be informed by markets. Where these mechanisms are suppressed, citizens will seek economic and political opportunities in other ways - by emigration, withdrawal into the sector of the economy that is not officially recorded or recognized, and political and social dissent.

These observations suggest that, in an era of diminishing donor resources, a focus on improving the enabling environment for micro, small, and medium enterprises is likely to affect significantly larger numbers of enterprises - and at a lower per capita cost - than reliance on targeted programs of enterprise support. As an example, in the fiscal year that started October 1, 2001, the U.S. Agency for International Development (USAID) spent just under \$170 million in microenterprise efforts. Ninety two percent of that amount provided direct support to microfinance initiatives or business development services. The remaining 8 percent was devoted to improving the enabling environment for microenterprises, much of which funded the development of policies related to provision of microfinance rather than the broader environment for microenterprise. This is not to suggest that USAID misunderstands the nature of the challenges facing microenterprises - indeed its staff includes leading thinkers and practitioners in the field - but rather to recognize that the agency faces significant pressures from Congress and interest groups to pursue programs that more closely reflect a concern for short-term humanitarian assistance than for long-term development.

There is no doubt that many or most of the recipients of aid are better off for it. But it also is quite obvious that the main causes of economic and social distress often remain unaddressed in the very same places where diligent microfinance or business development efforts have been under way for a long time. A program of support for microenterprise has to be refocused.

công việc cần thiết để cải thiện môi trường cho các doanh nghiệp siêu nhỏ. Các bước tạo điều kiện tiếp cận tín dụng cho các doanh nghiệp siêu nhỏ sẽ thất bại nếu tòa án không buộc thực hiện các hợp đồng tín dụng, hoặc việc đăng ký tài sản không tồn tại hoặc hoạt động sai lệch. Do vậy cần phải tìm hiểu tại sao tòa án ở một số nơi lại cưỡng chế thực hiện hợp đồng tốt hơn và tại sao một số chính quyền địa phương gây bất lợi cho các doanh nghiệp trong khi một số khác lại khuyến khích họ.

Nếu bất cứ sự tương tác nào với chính phủ – từ đăng ký học tập, tiếp cận với dịch vụ chăm sóc sức khỏe đến đăng ký kinh doanh – đều đòi hỏi có đút lót thì chướng ngại vật cho các doanh nghiệp siêu nhỏ không chỉ là ví dụ đơn thuần về các vấn đề cơ bản của chính phủ như đã gợi ý ở trên. Cơ sở hạ tầng thông tin liên lạc và giao thông chắc chắn là rất kém phát triển và ít khi được phân bổ đúng chỗ do các thể chế quản lý yếu kém. Các dịch vụ trung tâm cho các doanh nghiệp siêu nhỏ còn rất thiếu, ví dụ như việc ban hành quyền sử dụng đất và cưỡng chế thực hiện hợp đồng. Chính các nhà cung cấp tư nhân một số dịch vụ cần thiết, những người có thể xóa bỏ khoảng cách mà chính phủ để lại, cũng thường chịu các cản trở tương tự do cơ chế quản lý mục nát hoặc yếu kém. Do vậy một khía cạnh khác trong một “chính phủ thúc đẩy thị trường” – một chính phủ làm việc để gia tăng tiếp cận với thị trường hơn là thay thế chúng – là phạm vi mà thị trường có thể phát triển các thể chế của mình, hoặc các quyết định của chính phủ có thể tiếp cận được thị trường. Khi các cơ chế này bị kiểm chế, công dân sẽ tìm kiếm các cơ hội kinh tế và chính trị bằng cách khác – bằng di cư, rút lui vào khu vực kinh tế không chính thức và làm nảy sinh bất đồng chính trị và xã hội.

Những quan sát này gợi ý rằng, trong một kỷ nguyên các nguồn lực viện trợ giảm dần, tập trung vào phát triển một môi trường thuận lợi cho các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và trung bình sẽ chắc chắn ảnh hưởng lớn đến một số lớn các doanh nghiệp – và với chi phí đầu người thấp nhất – hơn là dựa vào các chương trình mục tiêu hỗ trợ các doanh nghiệp. Ví dụ, trong năm tài chính bắt đầu vào 1/10/2001, Cơ quan Phát triển Quốc tế Hoa Kỳ (USAID) đã chỉ sử dụng dưới 170 triệu đô-la cho các nỗ lực với các doanh nghiệp siêu nhỏ. Trong tổng số đó có 92% được hỗ trợ trực tiếp cho các khuyến khích tài chính siêu nhỏ hoặc các dịch vụ phát triển kinh doanh. Tám phần trăm còn lại được sử dụng để cải thiện môi trường thuận lợi cho các doanh nghiệp siêu nhỏ, phần nhiều trong đó cấp vốn cho việc phát triển các chính sách liên quan đến cung cấp tài chính siêu nhỏ hơn là mở rộng môi trường cho các doanh nghiệp siêu nhỏ. Điều này không có nghĩa là USAID không hiểu bản chất các thách thức mà các doanh nghiệp siêu nhỏ phải đối mặt – thực tế các nhân viên của nó là những nhà tư tưởng và thực hành hàng đầu trong lĩnh vực này – mà chỉ thừa nhận rằng cơ quan này đối mặt với các áp lực to lớn từ Quốc hội và các nhóm lợi ích để theo đuổi các chương trình gần như là hỗ trợ con người trong ngắn hạn hơn là phát triển dài hạn.

Không nghi ngờ gì nữa, có nhiều, thậm chí là hầu hết các nước nhận viện trợ đều được hưởng lợi. Nhưng cũng rõ ràng nguyên nhân chính gây nên các mối lo về kinh tế và xã hội thường vẫn không được giải quyết ở nơi mà các nỗ lực phát triển kinh doanh hoặc tài chính siêu nhỏ không được phát huy trong một thời gian dài. Cần tập trung vào một chương trình hỗ trợ cho các doanh nghiệp siêu nhỏ.

A growing number of donor initiatives are starting to reflect this reality and translate new thinking into practice on the ground. The joint World Bank-International Financial Corporation Small and Medium Enterprise Capacity Building Facility has supported efforts in building business organizations that advocate changes to policies and practices harmful to their members' ability to build and expand business. In Malawi, the National Association of Business Women advocated for changes to the land law policy, which would allow women to obtain property titles and thus secure commercial loans. In Belarus, 18 local business associations work together to garner media attention about stifling enabling environment policies. USAID is working at this, too, by conducting research on how policies interact with poverty, implementing programs that target the microenterprise environment, and increasingly emphasizing governance concerns, especially in the fragile and failing states, which are often home to the poorest of the world's citizens.

Tackling these larger problems will take more time - the issues are complex, and change of governance is not yet a well-understood process. Only few countries have improved their enabling environment quickly (and some would suggest that countries such as Poland or Slovenia are special cases). In most places, bettering this environment remains a difficult matter. Bad policies have beneficiaries who cling tightly to their benefits, even if those beneficiaries might be better off in the long run with change. Organizing microenterprises to

overcome this inertia is a difficult task everywhere, but especially in places with little interaction between the state and citizens.

If our concern is development (or if we believe U.S. national security concerns make poverty reduction an even more urgent task than it currently is), then policies and programs need to be effective in their overall impact on broader economic and social goals, not just successful in meeting the needs of direct recipients. This calls for significant re-thinking in our microenterprise approach. It requires long-term commitment to the policy environment and to governance mechanisms that support that environment.

If donors accept this broader perspective of poverty reduction, they will need support from those who advocate for the poor and for microenterprise. They will need support from those who purport to advocate for private sector development. Donors will need to develop better understanding of the processes by which actual improvements are made in the enabling environment. Which policies can be initiated by local governments, even in countries with repressive regimes? What options are there for organizing advocacy groups? Are there ways to support private provision of "public" goods such as dispute resolution or commercial standard-setting?

These are issues that we have worked on at the University of Maryland's IRIS Center since our founding by development economist Mancur Olson in 1990.

Các sáng kiến tài trợ đang tăng lên phản ánh thực tế này và đưa các ý tưởng mới vào thực hành. Chương trình liên kết giữa Ngân hàng Thế giới và Liên đoàn Tài chính Quốc tế về Xúc tiến Xây dựng Năng lực cho Doanh nghiệp Nhỏ và Vừa đã hỗ trợ các nỗ lực xây dựng các tổ chức kinh doanh ủng hộ thay đổi các chính sách và thực hiện chính sách có hại cho khả năng xây dựng và mở rộng kinh doanh của các thành viên của mình. Ở Malawi, Hiệp hội Nữ Doanh nhân Quốc gia đã tán thành những thay đổi trong chính sách luật đất đai, chính sách cho phép phụ nữ có thể có tài sản và do đó đảm bảo cho các khoản vay thương mại. Ở Belarus, 18 hiệp hội kinh doanh địa phương đã cùng nhau hướng sự chú ý của các phương tiện truyền thông vào các chính sách ngặt ngát về môi trường thuận lợi của đất nước. USAID cũng đang quan tâm đến lĩnh vực này thông qua việc nghiên cứu tác động của các chính sách đối với đói nghèo, triển khai các chương trình hướng đến môi trường doanh nghiệp siêu nhỏ, và ngày càng nhấn mạnh hơn nữa mối quan tâm về phương diện quản lý, đặc biệt ở các quốc gia yếu kém và thiếu thốn, thường là quê hương của những người nghèo nhất thế giới.

Việc giải quyết các vấn đề to lớn này cần thêm thời gian do các vấn đề đều phức tạp, và sự thay đổi cách quản lý vẫn còn là một quá trình chưa được thẩm thấu. Chỉ có một vài quốc gia đã cải thiện được môi trường thuận lợi của họ nhanh chóng (và một vài người có thể cho rằng các quốc gia như Ba Lan hay Slovenia là các trường hợp đặc biệt). Ở hầu hết các nơi khác, việc cải thiện môi trường này vẫn còn là một vấn đề khó khăn. Các chính sách tôi chỉ sinh lợi cho những người bám chặt lấy lợi ích của mình, thậm chí

những người hưởng lợi đó còn có thể khâm khá hơn trong dài hạn với thay đổi này. Ở bất cứ đâu việc tổ chức các doanh nghiệp siêu nhỏ để vượt qua được sự trì trệ này cũng là một nhiệm vụ khó khăn nhưng đặc biệt ở những nơi ít có sự tương tác giữa nhà nước và công dân.

Nếu mối quan tâm của chúng ta là phát triển (hoặc nếu chúng ta tin tưởng các mối quan tâm an ninh quốc gia Hoa Kỳ khiến xóa đói giảm nghèo trở thành một nhiệm vụ cấp bách hơn hiện tại) thì các chính sách và chương trình cần phải tác động một cách có hiệu quả lên toàn bộ các mục tiêu kinh tế xã hội rộng lớn hơn, không chỉ đáp ứng nhu cầu của những người hưởng lợi trực tiếp. Điều này đòi hỏi xem xét lại phần lớn cách tiếp cận với doanh nghiệp siêu nhỏ. Nó đòi hỏi cam kết dài hạn về môi trường chính sách và cơ chế quản lý có thể hỗ trợ môi trường đó.

Nếu các nhà tài trợ chấp nhận triển vọng lớn hơn về xóa đói giảm nghèo, họ sẽ cần sự ủng hộ từ những người có ý tán thành sự phát triển của khu vực tư nhân. Các nhà tài trợ sẽ cần phải hiểu biết hơn về các quá trình sẽ cải thiện thực tế môi trường thuận lợi. Chính quyền địa phương có thể sẽ bắt đầu chính sách gì thậm chí trong những quốc gia có chế độ đàn áp? Có cách nào để tổ chức các nhóm ủng hộ? Có cách nào hỗ trợ những hoạt động tư nhân nhằm cung cấp các sản phẩm “công cộng” như hòa giải tranh chấp hay thiết lập tiêu chuẩn thương mại hay không?

Đây là các vấn đề chúng tôi đã thảo luận tại Trung tâm IRIS thuộc Đại học Maryland từ khi nhà kinh tế phát triển Mancur Olson bắt đầu vấn đề năm 1990.

Because the poor and microenterprises bear the fullest brunt of poorly conceived policies and inadequate governance, attention to the governance and institutional environment offers a powerful response to the poor's real needs. To effectively address the problems of today's poor, we need to understand much more about the mechanisms that

perpetuate their poverty and the processes by which those mechanisms can be improved.

Note: The opinions expressed in this article do not necessarily reflect the views or policies of the U.S. Department of State.

Do các doanh nghiệp siêu nhỏ và người nghèo chịu đựng toàn bộ hậu quả của các chính sách do kém hiểu biết và sự quản lý không thích hợp, sự quan tâm đến vấn đề quản lý và môi trường thể chế sẽ đáp ứng tốt hơn các nhu cầu của người nghèo. Để giải quyết hiệu quả các vấn đề của người nghèo

ngày nay, chúng ta cần hiểu nhiều hơn nữa về những cơ cấu làm kéo dài sự nghèo đói của họ và các biện pháp cải thiện các cơ cấu đó.

Ghi chú: Các quan điểm trong bài báo này không nhất thiết phản ánh quan điểm hay chính sách của Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ.

WOMEN AND MICROFINANCE: OPENING MARKETS AND MINDS

By Susy Cheston, Senior Vice President for Policy and Research,
Opportunity International

The microfinance industry has been at the forefront of recognizing women as a force in international development and a market worthy of attention but can do even better if it addresses ongoing barriers to women's participation and empowerment, says Susy Cheston, senior vice president at Opportunity International, a non-profit organization that supports microenterprise development.

Cheston points to phenomenal progress, as shown by estimates that the number of very poor women with access to microloans reached 32.7 million in 2002, but argues that many women worldwide are still unserved or underserved.

She says there are tremendous opportunities for innovation in microfinance if new incentives focus on reaching new markets, such as women who are currently excluded, clients in rural areas and, above all, the very poor; delivering new products, including expanded savings services and client training to promote business, personal, and social development; and new ways of doing business, such as addressing continued obstacles to women's empowerment and including more women in the leadership of microfinance institutions.

Giving loans to women was once considered revolutionary. In just three decades, however, a series of breakthroughs has shown that women - especially poor women - are creditworthy and make excellent consumers of financial products.

Today the majority of microfinance clients worldwide are women, and this is especially true for programs targeting the very poor. Not only is microfinance good for women, but it also turns out that women are good for microfinance. Women are highly motivated savers and repay their loans at a higher rate than men. A big breakthrough for microfinance was in its ability to identify the characteristics of women's businesses and their use of financial services and then design products to fit their needs. In the classic study [Financial Services for Women], C. Jean Weidemann lays out the basics of how to provide credit to poor women: provide small, short-term working capital loans that work for trade and service businesses; overcome mobility restrictions by going to women where they live and work; overcome legal obstacles by using "solidarity," or group, guarantees and character references rather than collateral; rely on relationships and group processes rather than paperwork so that illiterate women can participate; and provide education on how to be a good credit consumer. Recently, the industry has also given more attention to women's long-expressed need for savings services and for

PHỤ NỮ VÀ TÀI CHÍNH SIÊU NHỎ: MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG VÀ HIỂU BIẾT

Susy Cheston, Phó Giám đốc lâu năm về Nghiên cứu và Chính sách,
Tổ chức Opportunity International (Cơ hội Quốc tế)

Susy Cheston, Phó Giám đốc lâu năm của tổ chức Opportunity International, một tổ chức phi lợi nhuận ủng hộ sự phát triển của các doanh nghiệp siêu nhỏ, nói: Ngành tài chính siêu nhỏ đứng hàng đầu trong việc thừa nhận phụ nữ là một lực lượng trong phát triển quốc tế và sự chú tâm đúng mức của thị trường thậm chí có thể làm tốt hơn nếu nó giải quyết các cản trở hiện tại đối với sự tham gia và nắm quyền của phụ nữ.

Cheston chỉ ra một sự tiến bộ, như các ước lượng đã cho thấy số các phụ nữ nghèo có thể tiếp cận với các khoản vay nhỏ đạt đến 32,7 triệu người trong năm 2002, nhưng bà cho rằng nhiều phụ nữ trên khắp thế giới vẫn không được phục vụ hoặc phục vụ kém.

Bà nói rằng có nhiều cơ hội để đổi mới tài chính siêu nhỏ nếu các sáng kiến tập trung vào tiếp cận các thị trường mới, ví dụ như phụ nữ những người hiện nay đang bị loại trừ, các khách hàng ở vùng nông thôn và, trên hết là người rất nghèo; cung cấp các sản phẩm mới, trong đó có dịch vụ tiết kiệm mở rộng và đào tạo khách hàng để xúc tiến kinh doanh, phát triển cá nhân và xã hội, và những phương thức kinh doanh mới, như giải quyết các chứng ngại đối với sự cầm quyền của phụ nữ và đưa phụ nữ vào lãnh đạo các tổ chức tài chính siêu nhỏ.

Cho phụ nữ vay đã từng được xem là có tính cách mạng. Tuy nhiên, chỉ trong ba thập kỷ, một loạt các đột phá đã cho thấy phụ nữ – đặc biệt là phụ nữ nghèo – là đáng tin cậy và là những khách hàng tuyệt vời của các sản phẩm tài chính.

Ngày nay đa số các khách hàng của tài chính siêu nhỏ khắp thế giới đều là phụ nữ, và điều này đặc biệt đúng đối với các chương trình cho người rất nghèo. Không chỉ tài chính siêu nhỏ có ích đối với phụ nữ, ngược lại phụ nữ cũng có ích cho tài chính siêu nhỏ. Phụ nữ là những người tiết kiệm tích cực và hoàn trả khoản vay của họ với tỉ lệ cao hơn đàn ông. Một đột phá lớn đối với tài chính siêu nhỏ là khả năng xác định đặc điểm của các doanh nghiệp nữ và các dịch vụ tài chính mà họ sử dụng và sau đó thiết kế các sản phẩm phù hợp với nhu cầu của họ. Trong một nghiên cứu có điển hình *Các dịch vụ tài chính cho phụ nữ*, C. Jean Weidemann đã chỉ ra những nguyên tắc cơ bản để cung cấp tín dụng cho phụ nữ nghèo: cung cấp các khoản vay vốn nhỏ đầu tư ngắn hạn cho các doanh nghiệp kinh doanh và thương mại; khắc phục những khó khăn về đi lại bằng cách đến tận nơi họ sống và làm việc; vượt qua các chướng ngại pháp lý bằng cách sử dụng sự “phụ thuộc lẫn nhau”, hoặc thông qua một tổ chức, thông qua những người bảo lãnh và những người chứng nhận về tiêu chuẩn hợp lệ hơn là ký quỹ; dựa vào các mối quan hệ và các quá trình nhóm hơn là công việc giấy tờ để các phụ nữ mù chữ có thể tham gia; và cung cấp kiến thức về cách trở thành một khách hàng tín dụng tốt. Gần đây, ngành này cũng đã chú trọng hơn đến

other financial services such as consumption, housing, and education loans.

ECONOMIC AND BUSINESS GAINS

The bottom line on microfinance is whether or not clients are working their way out of poverty. According to research by microfinance impact assessment specialist Suzy Salib-Bauer on Sinapi Aba Trust, an Opportunity International microfinance institution (MFI) in Ghana, 42 percent of mature clients (those in the program two years or more) had an improvement in their poverty level -- either moving from "very poor" to "poor" or from poor" to "non-poor" status, as measured by a standard household asset and income index. ASHI, an MFI in the Philippines that exclusively targets poor women, found that 77 percent of incoming clients were classified as "very poor"; after two years in the program, only 13 percent of mature clients were still "very poor."

Poor women are focused not only on investing in opportunities for income and growth, but also on managing risks and reducing their vulnerability by protecting against emergencies and planning for events such as marriage, childbirth, education for children, and funerals. They therefore value savings services and tend to be more careful about investing than men, with the result that their businesses do not usually grow as fast as those of men, but tend to be around for a longer time. Most of what we know about business growth is based on how women invest working-capital loans, as to date far fewer women have been able to access larger asset-based loans. In 2001 Lisa Kuhn

Fraioli, a microlending product manager and gender advisor for Opportunity International, analyzed the changes women in Ghana experienced in their businesses as a result of increased working capital. She found the women had greater control over their businesses, improved relationships both with suppliers and with customers as their businesses became better supplied and more reliable, greater diversification, expansion into more profitable product lines, and increased power and prestige in the marketplace.

Even small gains can make a difference. A \$50 loan allowed a single mother of eight children in El Salvador to sell rice in addition to beans - a little diversification that improved the stability of her business and her ability to feed her children. There are also plenty of exceptions to the slow, incremental growth paradigm, such as a woman in the Philippines who started out selling bundles of wood on the sidewalk and leveraged a series of working-capital loans into a full-fledged lumberyard with 10 employees and a delivery truck. When asset loans are available, women can make strategic investments. A Ghanaian woman used her asset loan to buy a freezer and after only one month was able to produce and sell 500 ice creams a day.

PERSONAL IMPACT AND FAMILY BENEFITS

Many impact studies have found that in some cases simply having cash in hand - and greater control over that cash -- can lead to empowerment for women. Indeed, studies from all parts of the world have consist-

các nhu cầu của phụ nữ về các dịch vụ tiết kiệm và các dịch vụ tài chính khác như các khoản vay tiêu dùng, nhà ở và giáo dục.

NHỮNG KẾT QUẢ KINH TẾ VÀ KINH DOANH

Điểm mấu chốt của tài chính siêu nhỏ là khách hàng có nỗ lực để xóa đói giảm nghèo hay không. Theo nghiên cứu của chuyên gia đánh giá tác động của tài chính siêu nhỏ Suzy Salib-Bauer ở Sinapi Aba Trust, một tổ chức tài chính siêu nhỏ (MFI) của tổ chức Opportunity International ở Ghana, có 42% khách hàng đến hạn (những người trong các chương trình hai năm hoặc lâu hơn) đã cải thiện được mức đói nghèo của mình – hoặc là chuyển từ mức “rất nghèo” sang “nghèo” hoặc từ “nghèo” sang “không nghèo”, theo chỉ số chuẩn về thu nhập và tài sản gia đình. ASHI, một tổ chức MFI ở Philipin chỉ dành cho phụ nữ nghèo, cho biết có 77% khách hàng mới được phân loại là “rất nghèo”; sau hai năm thực hiện chương trình, chỉ có 13% khách hàng đến hạn vẫn còn “rất nghèo”.

Phụ nữ nghèo được chú trọng không chỉ trong đầu tư cho các cơ hội thu nhập và tăng trưởng mà còn quản lý rủi ro và giảm tính dễ bị tổn thương của họ bằng cách bảo vệ họ khỏi các trường hợp khẩn cấp và lập kế hoạch cho các sự kiện như cưới hỏi, sinh con, giáo dục cho trẻ em và ma chay. Do đó họ đáng nhận được các dịch vụ tiết kiệm và có xu hướng cẩn thận trong đầu tư hơn nam giới, kết quả kinh doanh của họ thường không phát triển nhanh như của nam giới và có xu hướng chững lại một điểm trong một thời gian dài. Hầu hết những gì chúng ta biết về phát triển kinh doanh đều dựa trên cách thức phụ nữ đầu tư các khoản vay vốn làm ăn, cũng như tới nay có thêm một số phụ nữ đã có thể tiếp cận với các khoản vay lớn thế chấp tài sản. Năm 2001,

Lisa Kuhn Fraioli, Giám đốc sản phẩm cho vay vi mô và nhà tư vấn về giới của Opportunity International, đã nhận định sự thay đổi đối với phụ nữ ở Ghana trong công việc kinh doanh là kết quả của các vốn đầu tư. Bà cho biết phụ nữ kiểm soát kinh doanh toàn diện hơn, phát triển các mối quan hệ với các nhà cung cấp và với các khách hàng để được cung cấp tốt hơn và kinh doanh vững vàng hơn, đa dạng hơn, mở rộng các loại sản phẩm lợi nhuận cao hơn và tăng sức mạnh và uy tín trên thị trường.

Thậm chí khoản cho vay nhỏ cũng có thể đưa lại sự khác biệt. Một khoản vay 50 đô-la cho phép một bà mẹ độc thân có 8 đứa con ở El Salvador có thể bán thêm gạo ngoài đậu – một sự đa dạng hóa nhỏ có thể khiến kinh doanh của bà ổn định hơn và khả năng nuôi con cao hơn. Cũng có rất nhiều ngoại lệ ngoài mô hình tăng trưởng chậm, ví dụ một phụ nữ ở Philipin bắt đầu bán củi ở hè phố đã đầu tư một loạt khoản vay vốn vào một kho chứa củi chính thức, 10 nhân công và một xe tải. Khi có các khoản vay vốn thế chấp, phụ nữ có thể thực hiện các đầu tư chiến lược. Một phụ nữ Ghana đã sử dụng khoản vay thế chấp để mua một tủ đá và chỉ sau đó một tháng bà đã có thể sản xuất và bán 500 que kem một ngày.

TÁC ĐỘNG CÁ NHÂN VÀ LỢI ÍCH GIA ĐÌNH

Nhiều nghiên cứu về tác động đã cho biết, trong một vài trường hợp, chỉ đơn giản có tiền mặt trong tay – và kiểm soát tiền mặt này tốt hơn – đã có thể khiến phụ nữ nắm quyền nhiều hơn. Thực tế các nghiên cứu từ tất cả các nơi trên thế giới đều thống nhất ý kiến rằng lòng tự trọng tăng lên là tác động nổi bật nhất của tài chính siêu nhỏ.

ently found increased self-esteem to be among the most striking impacts of micro-finance.

This increased self-confidence goes hand in hand with improved status at home. Ghanaian women clients of Sinapi Aba Trust (SAT) found that their financial contributions helped them earn greater respect from their husbands and children, negotiate with their husbands for help with housework (especially doing laundry), avoid family quarrels over money, and gain increased respect from extended family and in-laws. Women have even been able to stop domestic violence. Working Women's Forum (WWF), a union/cooperative of poor women in India, found 41 percent of its members who had experienced domestic violence were able to stop it due to personal empowerment and 29 percent were able to stop it through group action. Women have also increased their participation in decision-making. One example comes from the Women's Empowerment Project (WEP), a program in Nepal incorporating savings, credit, and literacy. WEP showed 68 percent of women had greater power over family planning, arranging their children's marriages, buying and selling property, and sending their daughters to school.

Empowerment effects have been especially well documented in "credit plus" and group-based programs that combine credit with other activities such as education, leadership development, community problem-solving, and business development.

The benefits don't end with individual empowerment. Providing financial services to

women brings about a "multiplier effect" because, simply stated, women spend more of their income on their families, leading to better housing, nutrition, health care, and children's education, especially for girl children. Sylvia Chant, a professor at the London School of Economics, carried out studies in Latin America, which are echoed by studies in Africa and Asia, that show that men typically contribute 50 to 68 percent of their salaries to the collective household fund, whereas women "tend to keep nothing back for themselves."

COMMUNITY PARTICIPATION

While most research focuses on business, personal, and household impact, there is also evidence of changes in how women perceive themselves and how others perceive them within their communities. These changes in perceptions have led to increased participation by women in community leadership and, in some cases, political positions.

Freedom from Hunger, a "credit with education" network, found that its clients in Ghana were much more likely to give business advice after entering the program and that its clients in Bolivia were significantly more likely to have been candidates for public office or to have been members of the community's *sindicato*, or labor union, than non-clients. WWF in India found that over 89 percent of its members had taken up civic action for pressing problems in their neighborhoods. At AGAPE, Opportunity's MFI partner in Colombia, Las Américas Trust

Lòng tự tin tăng lên sẽ đồng nghĩa với vị thế trong gia đình tăng lên. Các phụ nữ Ghana là khách hàng của Sinapi Aba Trust (SAT) cho biết các đóng góp về tài chính khiến họ được chồng con tôn trọng hơn, có thể thương lượng với chồng giúp đỡ việc nhà (đặc biệt là giặt quần áo), tránh các cãi vã về tiền bạc và được họ hàng và gia đình nhà chồng coi trọng hơn. Phụ nữ chưa bao giờ có khả năng ngăn chặn bạo lực gia đình. Diễn đàn Phụ nữ Lao động (WWF), một công đoàn/hợp tác xã của các phụ nữ nghèo ở Ấn Độ cho biết có 41% thành viên của họ phải chịu bạo lực gia đình giờ đã có thể ngăn chặn điều đó nhờ vào quyền lực cá nhân và 29% có thể ngăn chặn nhờ vào hành động nhóm. Phụ nữ cũng đã tăng cường tham gia vào quá trình quyết định. Một ví dụ khác từ Dự án Trao quyền Phụ nữ (WEP), một chương trình tại Nepal kết hợp tiết kiệm, tín dụng và xóa mù chữ. WEP cho biết 68% phụ nữ đã có nhiều quyền hơn trong kế hoạch hóa gia đình, sắp xếp cưới hỏi cho con cái, mua và bán tài sản và cho con gái đi học.

Các tác động trao quyền đặc biệt được ghi nhận lại trong các chương trình “tín dụng bổ sung” và dựa theo nhóm, những chương trình kết hợp tín dụng với các hoạt động khác như giáo dục, phát triển lãnh đạo, giải quyết vấn đề cộng đồng và phát triển kinh doanh.

Lợi ích không chỉ dừng lại ở quyền lực cá nhân. Cung cấp các dịch vụ tài chính cho phụ nữ sẽ đưa lại “các tác động số nhân” do, nói một cách đơn giản, phụ nữ chi tiêu nhiều thu nhập hơn vào gia đình, dẫn đến nhà ở, dinh dưỡng, chăm sóc sức khỏe và giáo dục trẻ em

tốt hơn, đặc biệt với trẻ em gái. Sylvia Chant, một giáo sư tại Trường Kinh tế Luân Đôn, đã thực hiện các nghiên cứu tại Nam Mỹ sau các nghiên cứu tương tự tại châu Á và châu Phi, cho biết nam giới thường đóng góp 50–68% mức lương cho quỹ chung của gia đình, trong khi phụ nữ “có xu hướng không giữ gì cho riêng mình”.

THAM GIA VÀO CỘNG ĐỒNG

Trong khi hầu hết các nghiên cứu đều tập trung vào tác động kinh doanh, cá nhân và hộ gia đình, thì cũng có những thay đổi rõ ràng trong nhận thức của phụ nữ về bản thân và cộng đồng thừa nhận họ. Những thay đổi về nhận thức này đã khiến phụ nữ tham gia nhiều hơn vào lãnh đạo cộng đồng và, trong một vài trường hợp, là các vị trí chính trị.

Thoát khỏi Đói nghèo, một mạng lưới “tín dụng cho giáo dục”, cho biết các khách hàng của họ ở Ghana chắc chắn sẽ được tư vấn sau khi tham gia vào chương trình và các khách hàng ở Bolivia thì chắc chắn sẽ là ứng cử viên cho các cơ quan công quyền hoặc là thành viên của ủy ban xã, hoặc công đoàn lao động, hơn là khách hàng. WWF ở Ấn Độ cho biết hơn 69% thành viên của nó đã thực hiện các hành động dân sự để giải quyết các vấn đề ở trong vùng. Tại AGAPE, một tổ chức tài chính siêu nhỏ là đối tác của Opportunity International ở Colombia, Ngân hàng Ủy thác Las Américas đã tổ chức, đàm phán và huy động quỹ để đưa điện đến cho các khách hàng của họ.

Bank organized, negotiated, and raised funds to bring electricity to their barrio.

AN UNFINISHED PICTURE

Not surprisingly, however, traditional microfinance by itself cannot lead to women's full economic, social, and political empowerment. In fact, in many cases microfinance works not because it has changed the prevailing laws or culture but because it has worked around them. While some husbands help with housework or the business, in most cases women clients have not been able, or even tried, to challenge the existing status quo and are often taking on responsibilities that lead to a heavier workload and greater exhaustion - although for most the increased income and independence make this trade-off worthwhile.

In some cases, as women's income goes up, men's contribution to the household goes down. Some women are pressured to pass their loans to their husbands or another male relative, increasing their burden but not always their benefits. Some MFIs report increases in domestic violence once women become microfinance clients. However, researchers Syed Hashemi and Sidney Schuler, who have studied the impact of credit on women in Bangladesh for over 10 years, found a lower incidence of violence against women who were members of credit organizations than among the general population. Despite the increased prestige individual women experience in the community, there has not usually been change at the macro level leading to increased power and opportunities for women in general in the marketplace and within society.

The very microfinance industry that has served women so phenomenally well nevertheless runs up against the same cultural barriers found throughout society. Grameen Bank in Bangladesh, a groundbreaker in reaching women clients, for many years has maintained between 5 and 10 percent female loan officers. Grameen is not alone. Many MFIs accept rather than creatively challenge cultural reasons (in their various guises of concerns for safety, comfort, capacity, education, etc.) that exclude women from serving as loan officers. One typical example from Zimbabwe is the stigma against women driving motorbikes, which is a requirement for many loan officers. While many men have served as treasured loan officers to women clients, anecdotal evidence suggests that a woman loan officer can bring added benefits to the job by serving as a role model and "sister." The industry in general has not made a priority of ensuring that women are involved in MFI leadership, either on boards or in senior management. In many MFIs, 85 percent or more of clients are women yet fewer than 25 percent of the leaders are women.

Worse, some MFIs essentially ignore women as a market. Many women-owned businesses are still regarded by loan officers as income-generating activities rather than serious businesses with growth potential. When MFIs do not intentionally take women into account in marketing their financial products, women often understand themselves to be excluded. A Trust Bank program in Colombia showed this phenomenon clearly when, after having served exclusively women, it was opened for the first time to both women and men - and 13 of the 14 po-

MỘT BỨC TRANH CHƯA HOÀN CHỈNH

Tuy nhiên, không ngạc nhiên khi tài chính siêu nhỏ truyền thống tự nó không thể đưa lại quyền lực kinh tế, xã hội và chính trị đầy đủ cho phụ nữ. Thực tế trong nhiều trường hợp, tài chính siêu nhỏ có tác dụng không phải vì nó đã thay đổi các luật lệ hoặc văn hóa phổ biến mà bởi vì nó đã tránh chúng. Trong khi một số ông chồng giúp đỡ việc nhà hoặc việc kinh doanh, trong hầu hết các trường hợp khác, các khách hàng phụ nữ vẫn không thể, dù đã cố gắng đương đầu với tình trạng hiện tại và thường phải làm công việc nặng nhọc hơn và nhiều hơn – mặc dù, đối với hầu hết các trường hợp, thu nhập và tính độc lập đều tăng xứng đáng với sự đánh đổi này.

Trong một vài trường hợp, khi thu nhập của phụ nữ tăng lên, mức đóng góp của nam giới vào gia đình giảm đi. Một vài phụ nữ buộc phải đưa khoản vay của mình cho chồng hoặc các nam giới họ hàng khác, điều này tăng gánh nặng lên vai họ chứ không phải luôn luôn là lợi ích. Một vài tổ chức tài chính siêu nhỏ báo cáo có sự gia tăng trong bạo lực gia đình khi phụ nữ trở thành khách hàng của tài chính siêu nhỏ. Tuy nhiên, nhà nghiên cứu Syed Hashemi và Sidney Schuler – người đã nghiên cứu tác động của tín dụng lên phụ nữ ở Bangladesh trong 10 năm – cho biết nguy cơ bạo lực gia đình đối với các phụ nữ thuộc các tổ chức tín dụng thấp hơn so với phụ nữ thuộc cộng đồng chung. Mặc dù uy tín của các cá nhân phụ nữ trong cộng đồng tăng lên, vẫn không có thay đổi ở các cấp lãnh đạo vĩ mô để tăng quyền lực và cơ hội cho các phụ nữ nói chung trong thị trường và trong xã hội.

Chính ngành tài chính siêu nhỏ đã phục vụ phụ nữ rất tốt mặc dù nó phải chống lại các cản trở văn hóa tương tự ở khắp đất nước. Ngân hàng Grameen ở Bangladesh, nhà tiên phong trong việc tiếp cận với các khách hàng phụ nữ, trong nhiều năm đã duy trì được từ 5–10% các cán bộ tín dụng nữ giới. Grameen không chỉ có một mình. Nhiều tổ chức tài chính siêu nhỏ chấp nhận, hơn là đối đầu một cách sáng tạo với các thách thức văn hóa (dưới danh nghĩa lo lắng cho họ về an toàn, tiện nghi, năng lực, giáo dục ...) loại trừ phụ nữ khỏi công việc cán bộ tín dụng. Một ví dụ điển hình từ Zimbabwe đó là xem phụ nữ lái xe mô-tô là một điều si nhục mặc dù các cán bộ tín dụng đều phải sử dụng phương tiện này. Trong khi nhiều nam giới được làm cán bộ tín dụng kho bạc cho các khách hàng nữ giới, những bằng chứng có tính giai thoại cho thấy một cán bộ tín dụng nữ giới có thể đưa lại các lợi ích gia tăng cho công việc bằng cách làm việc như là một mẫu hình và vai trò “người chị”. Ngành này nhìn chung không ưu tiên đảm bảo phụ nữ được lãnh đạo các tổ chức tài chính siêu nhỏ hay là ban quản trị hoặc quản lý cấp cao. Trong nhiều tổ chức tài chính siêu nhỏ, 85% hoặc hơn nữa các khách hàng là phụ nữ trong khi ít hơn 25% các nhà lãnh đạo là phụ nữ.

Tồi tệ hơn, một vài tổ chức tài chính siêu nhỏ về cơ bản không xem phụ nữ là một thị trường. Nhiều doanh nghiệp do phụ nữ sở hữu vẫn được các cán bộ tín dụng xem là các hoạt động có thu nhập hơn là các doanh nghiệp thực sự có tiềm năng phát triển. Khi các tổ chức tài chính siêu nhỏ không có ý định đưa phụ nữ vào chương trình tiếp thị các sản phẩm tài chính của họ, phụ nữ thường hiểu rằng họ bị loại trừ. Một chương trình Ngân hàng Ủy thác ở Colombia cho thấy hiện tượng này rõ ràng khi sau khi dành riêng cho các

tential clients who showed up at the introductory meeting were men. Further, lending programs designed for women are often so committed to tried-and-true, one-size-fits-all methodologies that they don't respond to deeper information about their clients' assets and needs, with the result that many women are inadvertently excluded from participation or are unable to make the progress they are capable of.

Even basic knowledge about the nature of women's businesses and the best ways to provide financial services to support them is sometimes ignored or lost in the face of new contexts and new pressures. The U.S. Agency for International Development (USAID) commendably commissioned a gender assessment of its programs in Serbia and Montenegro that expressed concern that the "basics" of providing financial services to women are being disregarded, in part due to the emphasis on SME (small and medium enterprise) lending. In another example, many individual lending products worldwide still require collateral even for women who have proven themselves creditworthy through increasingly larger group loans -- this despite widespread knowledge that women have less access to collateral and personal guarantees than men - essentially preventing them from "graduating" to more sophisticated financial products.

THE NEXT WAVE OF BREAKTHROUGHS

All of this suggests directions for further innovations that could be as significant as the breakthroughs in reaching poor women over the last three decades. The industry

has had incentives that have led to tremendous advances in the financial sustainability of MFIs, the ability to reach large numbers of clients, the ability to grow very quickly, and the development of new financing sources. Yet there is tremendous untapped potential that will require stronger incentives for understanding the program elements that lead to increased client impact -- holistic approaches such as the ones described above that have brought increased empowerment benefits for women; outreach to women for advanced financial services, including enabling women to graduate into higher level loan products; meeting women's needs for safe and accessible savings services; focusing on the importance not only of increasing income but also of building up assets and social capital; reaching clients in rural areas; using microfinance groups as a vehicle to address the HIV/AIDS crisis; including women in the leadership of microfinance institutions, and, above all, providing financial services to the extremely poor.

This last point of targeting the very poor cannot be over-emphasized when talking about women and microfinance. A client-centered agenda for the industry includes understanding whom is being excluded from our services and testing known limits to see if these women and men, too, can be profitably reached. The industry has developed a dogma - despite some evidence to the contrary - that suggests that microfinance best serves urban or near-urban clients among the moderately poor and vulnerable non-poor. This may be what microfinance experts know best for now - but only 20 years

phụ nữ, chương trình này mở rộng ra lần đầu tiên cho cả phụ nữ và nam giới – và 13 trong 14 khách hàng tiềm năng có mặt tại cuộc họp là đàn ông. Hơn nữa, các chương trình cho vay được thiết kế cho phụ nữ thường được cam kết với các phương pháp thử–và–kiểm–chúng, một–cho–tất–cả, và họ không phản ứng với các thông tin sâu hơn về tài sản và nhu cầu của các khách hàng, kết quả là nhiều phụ nữ vô tình bị loại trừ không tham gia hoặc không thể phát triển khả năng mà họ có.

Thậm chí các kiến thức cơ bản về bản chất các doanh nghiệp nữ và cách tốt nhất để cung cấp các dịch vụ tài chính để hỗ trợ họ đôi khi không được chú ý hoặc mất đi khi đối mặt với bối cảnh và áp lực mới. USAID đã đặt hàng một đánh giá về giới cho các chương trình của mình tại Serbia và Montenegro trong đó bày tỏ mối lo ngại rằng “các nền tảng” cho các dịch vụ cung cấp tài chính cho phụ nữ đang bị coi nhẹ, một phần do chú trọng vào các khoản vay cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Trong một ví dụ khác, nhiều sản phẩm cho vay cá nhân khắp thế giới vẫn đòi hỏi thế chấp, thậm chí đối với phụ nữ – là những người đã được chứng minh là đáng tin cậy qua nhiều khoản vay nhóm lớn đang tăng lên – điều này mặc dù ai cũng biết rằng phụ nữ ít được tiếp cận với những người bảo lãnh cá nhân và thế chấp hơn nam giới – đã đặc biệt ngăn cản họ tiến dần lên các sản phẩm tài chính phức tạp hơn.

CÁC TRÀO LƯU ĐỘT PHÁ TIẾP THEO

Tất cả những điều này gợi ý những định hướng đổi mới xa hơn có ý nghĩa không kém các bước đột phá lớn trong việc tiếp cận phụ nữ nghèo ba thập kỷ qua. Ngành này đã có những khuyến khích đưa lại tiến bộ to lớn củng cố khả năng tài chính bền vững của các

tổ chức tài chính siêu nhỏ, khả năng tiếp cận nhiều khách hàng hơn, khả năng tăng trưởng nhanh chóng và phát triển các nguồn tài chính mới. Vẫn còn nhiều tiềm năng chưa khai thác đòi hỏi sự khuyến khích mạnh hơn nữa để tìm hiểu các yếu tố chương trình có thể tác động lên khách hàng – cách tiếp cận tổng thể như mô tả ở trên đã đưa lại lợi ích quyền lực cho phụ nữ; cung cấp cho phụ nữ các dịch vụ tài chính tốt hơn, các sản phẩm tín dụng mức cao hơn; đáp ứng các nhu cầu của phụ nữ về an toàn và các dịch vụ tiết kiệm để tiếp cận; không chỉ chú trọng vào các khoản thu nhập đang tăng lên mà còn vào tài sản xây dựng và vốn xã hội; tiếp cận các khách hàng vùng nông thôn; sử dụng các nhóm như là phương tiện để giải quyết khủng hoảng HIV/AIDS; đưa phụ nữ vào vai trò lãnh đạo của các tổ chức tài chính siêu nhỏ và trên hết là cung cấp các dịch vụ tài chính cho những người rất nghèo.

Không thể quá nhấn mạnh điểm cuối về tập trung vào người rất nghèo khi nói tới phụ nữ và tài chính siêu nhỏ. Một chương trình lấy khách hàng làm trung tâm trong ngành tài chính bao gồm việc hiểu rõ ai bị loại trừ khỏi các dịch vụ của họ, và kiểm tra các giới hạn đã biết để xem liệu phụ nữ và cả nam giới có thể tiếp cận một cách có lợi hay không. Ngành tài chính đã phát triển một lý luận – mặc dù có một vài bằng chứng ngược lại – gợi ý rằng tài chính siêu nhỏ phục vụ tốt nhất cho các khách hàng thành thị và gần thành thị giữa những người khá nghèo và những người không nghèo nhưng dễ bị tổn thương. Điều này có thể là những gì mà các chuyên gia tài chính siêu nhỏ hiểu rõ nhất hiện nay – nhưng chỉ cách đây 20 năm ít người trong chúng ta dám mơ rằng các MFI có khả năng bù đắp các chi phí của các quỹ vay.

ago few of us dreamed it would be possible for MFIs to be able to cover the cost of borrowed funds.

One has only to look at microfinance in Egypt to understand that the difficulties can be addressed. According to a USAID report in fiscal year (FY) 2000, six Egyptian microfinance institutions reported a total of 72,634 clients, with an average loan size of \$506. Only 17 percent of these clients were women. In FY 2002, these same institutions reported 115,345 clients (a growth of 59 percent) with an average loan size of \$372 and 54 percent of these clients were women. The secret? The USAID mission strongly encouraged its long-time grantees to add a new group-lending product specifically designed for women, which now accounts for virtually all of their growth - a classic example of what can happen when women are taken seriously as a market. In the case of PSHM, Opportunity's MFI partner in Albania, outreach to women increased from 22 percent to 44 percent in just six months as a result of a new individual lending product targeted to women that features smaller loan sizes, flexible guarantee requirements, and new marketing techniques. These examples of striking progress in a short time suggest that long-standing barriers to women's participation can yet be toppled.

My own experience suggests that most players in the industry - practitioners, donors, academics, policy-makers - would welcome the opportunity to reach more women and ensure the greatest possible impact for them and their families. But it simply is not as high a priority as are so many other pressing

issues. Practitioners are strapped by the survival realities of the day while donors are shy of leading the agenda on behalf of women or appearing cross-culturally heavy-handed.

It has been said that the first step toward change is realizing it is possible. Over the past several decades, we've seen that it is possible to reach women, including very poor women, and to bring about economic, social, spiritual, and political transformation for the client, her family, and her community. Providing financial services to women has turned out to be an excellent idea - and the best may be yet to come.

(This article draws heavily on research and writing originally done in collaboration with Lisa Kuhn Fraioli. For a more extensive review of the impact of microfinance on women, see "Empowering Women through Microfinance" by Susy Cheston and Lisa Kuhn Fraioli, published in [Pathways Out of Poverty: Innovations in Microfinance for the Poorest Families] by Kumarian Press in 2002.)

Note: The opinions expressed in this article do not necessarily reflect the views or policies of the U.S. Department of State.

Chỉ khi nhìn vào tài chính siêu nhỏ của Ai Cập mới hiểu có thể giải quyết các khó khăn. Theo một báo cáo của USAID trong năm tài chính 2000, sáu tổ chức tài chính siêu nhỏ Ai Cập đã báo cáo tổng số 72.634 khách hàng có quy mô khoản vay khoảng 506 đô-la. Chỉ 17% trong số các khách hàng này là phụ nữ. Trong năm tài chính 2002, các tổ chức này báo cáo có 115.345 khách hàng (tăng 59%) với quy mô khoản vay trung bình 372 đô-la và 54% các khách hàng này là phụ nữ. Bí mật là gì? Đội công tác USAID khuyến khích mạnh mẽ những người được hưởng dài hạn tham gia vào một sản phẩm cho vay nhóm mới thiết kế đặc biệt cho phụ nữ, sản phẩm hiện tại đã cơ bản chiếm 100% sự phát triển của họ – một ví dụ cổ điển về những gì có thể xảy ra khi phụ nữ được thực sự xem là một thị trường. Trong trường hợp của PSHM, một đối tác tài chính siêu nhỏ của Opportunity International tại Albania, tiếp cận với phụ nữ tăng từ 22% lên 44% chỉ trong sáu tháng, là kết quả của một sản phẩm cho vay cá nhân mới dành cho phụ nữ có quy mô nhỏ, yêu cầu bảo lãnh linh hoạt và các kỹ thuật tiếp thị mới. Các ví dụ về sự tiến bộ nổi bật trong một thời gian ngắn gợi ý rằng các cản trở cố hữu đối với sự tham gia của phụ nữ có thể bị lật đổ.

Kinh nghiệm của riêng tôi cho biết hầu hết những người tham gia trong ngành tài chính – người thực hiện, nhà tài trợ, các viện sĩ, các nhà hoạch định chính sách – sẽ chào đón cơ hội tiếp cận với nhiều phụ nữ hơn và đảm bảo các tác động có thể lớn nhất cho họ và gia đình họ. Nhưng nó cũng đơn giản không phải là một ưu tiên cao như nhiều vấn đề cấp bách khác. Những người thực hiện bị ràng buộc bởi

các thực tế còn sót lại về ngày mà các nhà tài trợ ngại ngừng khi dẫn đầu một chương trình thay mặt cho phụ nữ hoặc xuất hiện một cách vụng về do sự khác nhau giữa các nền văn hóa.

Người ta từng nói rằng một khi bước đầu tiên hướng đến sự thay đổi được thực hiện thì sự việc sẽ xảy ra. Qua một vài thập kỷ gần đây, chúng ta đã thấy rằng có thể tiếp cận phụ nữ, bao gồm các phụ nữ rất nghèo, và đưa lại các thay đổi về kinh tế, xã hội, tinh thần và chính trị cho họ, gia đình và cộng đồng của họ. Cung cấp các dịch vụ tài chính cho phụ nữ trở thành một ý tưởng xuất sắc – và điều tốt nhất vẫn còn có thể đến.

(Bài báo này chủ yếu dựa trên các nghiên cứu và bài viết cộng tác với Lisa Kuhn Fraioli. Để tìm hiểu sâu hơn các tác động của tài chính siêu nhỏ đối với phụ nữ, xin đọc “Trao quyền cho phụ nữ thông qua tài chính siêu nhỏ” do Susy Cheston và Lisa Kuhn Fraioli viết, xuất bản trong Con đường thoát khỏi đói nghèo: Các đổi mới trong tài chính siêu nhỏ dành cho các gia đình nghèo nhất của Nhà xuất bản Kumarian năm 2002.)

Ghi chú: Các quan điểm trong bài báo này không nhất thiết phản ánh quan điểm hay chính sách của Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ

MICROFINANCE AND THE GLOBAL DEVELOPMENT CHALLENGE

By Alex Counts, President, Grameen Foundation USA

It has been clearly shown that microfinance can have a major impact on reducing poverty at both the local and national levels, says Alex Counts, president of Grameen Foundation USA, an organization that provides financing and technical assistance to financial institutions that offer loans to the world's poor. One key to a successful microfinance operation, he says, is government regulatory policies that support small business development.

Counts, a former Fulbright Scholar in Bangladesh who worked closely with Dr. Muhammad Yunus, founder of the Grameen Bank, examines the essential building blocks of the microfinance sector today. Among his findings are that women-run businesses often are associated with the best credit risks and more likely to funnel earnings into their children's education and that formal business training is not always a prerequisite to successful business development.

With 1.3 billion people living in abject poverty worldwide and an internationally accepted goal to reduce that number by half by 2015 (as part of the Millennium Development Goals), targeted, scaleable, and sustainable pro-poor strategies are needed as never before.

Poverty is arguably both a cause and an effect of many international problems, including global hunger, environmental degradation, overpopulation, illiteracy, civil strife, economic stagnation, and armed conflict. If the international community seeks to address these interrelated issues in a serious and holistic manner, then approaches such as micro-finance should be at the forefront of the global agenda.

The microfinance industry has its origins in experimental efforts in the 1970s to provide financial services, mainly loans and non-financial business advisory services to the poor. One of the earliest pioneers was the Grameen Bank Project of Bangladesh. Initiated by Professor Muhammad Yunus in 1976 as a response to the 1974 famine, which had devastated this newly independent nation, it was essentially an intensive trial-and-error experiment to find out how the economic activities of the poorest people in one of the world's least developed nations could be supported. Loans of as little as \$25 were provided to finance livestock-raising, trading, all manner of cottage industries, and services. Those who repaid were able to access larger loans and take advantage of other investment opportunities. Other methods were tried, but providing financial services, especially individual loans delivered through a group mechanism, was the one that stuck.

TÀI CHÍNH SIÊU NHỎ VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI SỰ PHÁT TRIỂN TOÀN CẦU

Alex Counts, Chủ tịch Quỹ Grameen Hoa Kỳ

Theo Alex Counts, Chủ tịch Quỹ Grameen - một tổ chức của Hoa Kỳ cung cấp tài trợ và hỗ trợ kỹ thuật cho các tổ chức tài chính cho dân nghèo trên thế giới vay, thì tài chính siêu nhỏ có một tác động đáng kể đối với công tác giảm nghèo không chỉ ở địa phương mà còn ở cấp quốc gia. Theo ông, một điểm quan trọng đối với thành công của tài chính siêu nhỏ đó là luôn khổ pháp lý của nhà nước nhằm hỗ trợ sự phát triển của doanh nghiệp nhỏ.

Counts, một cựu học giả của Chương trình Fulbright tại Bangladesh đã cộng tác chặt chẽ với TS. Muhammad Yunus, người sáng lập Ngân hàng Grameen, đã nghiên cứu những cấu phần căn bản của tài chính siêu nhỏ ngày nay. Trong số những phát hiện của mình, ông nhận thấy những công việc kinh doanh do phụ nữ điều hành thường có rủi ro tín dụng thấp nhất và thường chuyển lợi nhuận vào đầu tư cho học hành của con cái, và đào tạo kinh doanh chính quy không phải là điều kiện tiên quyết dẫn đến việc phát triển kinh doanh thành công.

Với 1,3 tỷ người trên thế giới sống trong điều kiện nghèo đến mức tuyệt vọng và một mục tiêu được toàn cầu công nhận là giảm số người nghèo đi một nửa vào năm 2015 (một phần trong Mục tiêu Phát triển Thiên niên kỷ), thì những chiến lược có tập trung, có khả năng nhân rộng và bền vững phục vụ cho người nghèo trở nên cần thiết hơn bao giờ hết.

Sự nghèo đói vừa là nguyên nhân và hậu quả của nhiều vấn đề quốc tế, trong đó có nạn đói trên toàn cầu, suy thoái môi trường, dân số quá đông, mù chữ, xung đột nội bộ, kinh tế tri trệ và xung đột vũ trang. Nếu cộng đồng quốc tế muốn giải quyết những vấn đề có liên quan đến nhau này một cách nghiêm túc và triệt để thì những phương pháp tiếp cận như tài chính siêu nhỏ cần phải được đặt lên vị trí ưu tiên của chương trình nghị sự toàn cầu.

Ngành công nghiệp tài chính siêu nhỏ khởi nguồn từ những thí điểm trong những năm 70 nhằm cung cấp dịch vụ tài chính, mà chủ yếu là cho vay, cùng với các dịch vụ tư vấn kinh doanh phi tài chính cho người nghèo. Một trong những người tiên phong đầu tiên là dự án Ngân hàng Grameen của Bangladesh. Được Giáo sư Muhammad Yunus khởi xướng năm 1976 để đối phó với nạn đói năm 1974, nạn đói đã hoành hành quốc gia mới được độc lập này. Về cơ bản, đây là một phương pháp thử-và-sai để tìm hiểu cách hỗ trợ hoạt động kinh tế cho những người nghèo nhất sống trong một nước kém phát triển nhất trên thế giới. Các khoản vay nhỏ với giá trị chỉ khoảng 25 đô-la được cho vay để chăn nuôi gia súc, buôn bán, phát triển các ngành nghề và dịch vụ có trong làng. Những người hoàn trả được tiền vay được vay nhiều hơn và tranh thủ được các cơ hội kinh doanh khác. Các biện pháp khác cũng được thử, nhưng cách cung cấp dịch vụ tài chính, đặc biệt là các khoản vay cá nhân cho vay theo nhóm là hình thức không thành công.

By 1983, enough had been learned and sufficient promise had been shown that the Grameen Bank Project was converted into an independent bank specializing in providing financial services to the landless poor, especially women. During the pilot phase (1976-1983), outreach grew from fewer than 100 clients to more than 45,000. Once the bank was launched, a period of sustained growth resulted in outreach of 850,000 by 1990, 2.4 million by 2000, and 3.0 million as of December 2003. Some 200 other providers in Bangladesh, many of them successful Grameen imitators, today reach another nine million families.

Astonishingly, a poor woman in Bangladesh is three times more likely than not to be a member of a private institution that provides her access to convenient and affordable financial services. Worldwide, fewer than 15 percent of poor women are so fortunate. Of course, this shows the growth potential if sustained and leveraged investments are made on a country-by-country basis. With less than one percent market penetration in Pakistan, for example, the priority goals for the years ahead come into sharp focus.

By the mid-1990s, according to independent and highly credible research, some 120,000 Grameen families were crossing the poverty line each year, usually in the fifth or sixth year after beginning to participate. So while microfinance is hardly a quick fix or a panacea, it was achieving levels of poverty reduction on the micro level that were unusual, if not unprecedented. Furthermore, in most years Grameen Bank turned a modest profit. Grameen, like most microlenders,

has maintained a repayment rate between 95 percent and 99 percent for most of its history, and does so at present. (Natural disasters and other shocks have pushed it lower on a few occasions, most recently in the late 1990s.)

The lessons of Grameen Bank's pilot phase, which have been studied and debated by the development profession and independently confirmed by other pioneers, were the essential building blocks of the microfinance sector today. They can briefly be summarized as follows:

- Only if the poorest women are actively sought out and targeted through effective marketing strategies - house-to-house "motivation" campaigns by local loan officers, means tests, or other similarly effective strategies - are they likely to benefit from microfinance programs.
- Perhaps counter-intuitively, even the poorest people (i.e., those earning less than \$1 per day per capita) do not, in general, need formal training before launching a business supported by a microfinance institution (MFI). Their "survival skills," honed in an environment where there is neither a safety net nor wage employment to fall back on, are well developed, though severely undercapitalized. Providing capital, in a structured format where peer accountability is emphasized, is the most efficient and respectful means of ensuring rapid progress. Costly business training and technical assistance programs can therefore often be dispensed with or used only in exceptional cases.

Đến năm 1983, sau khi đã thu lượm được kinh nghiệm và triển vọng phát triển, Dự án Ngân hàng Grameen được chuyển đổi thành một ngân hàng độc lập chuyên cung cấp dịch vụ tài chính cho những người nghèo không có đất, đặc biệt là phụ nữ. Trong giai đoạn thí điểm (1976-1983), phạm vi hoạt động từ dưới 100 khách hàng đã phát triển lên hơn 45.000. Khi ngân hàng được thành lập, một giai đoạn phát triển ổn định đã có số khách hàng là 850.000 người vào năm 1990, 2,4 triệu người năm 2000, và đến tháng 12 năm 2003 là 3 triệu người. Khoảng 200 nhà cung cấp dịch vụ khác ở Bangladesh, nhiều người theo mô hình của Grameen, cho tới nay đã cung cấp dịch vụ cho hơn 9 triệu gia đình khác nữa.

Điều đáng ngạc nhiên là tỉ lệ phụ nữ nghèo ở Bangladesh là thành viên của một tổ chức tư nhân cung cấp cho họ dịch vụ tài chính dễ dàng với chi phí hợp lý cao gấp 3 lần ở những nơi khác. Trên thế giới, dưới 15% số phụ nữ nghèo có được may mắn như vậy. Tất nhiên, điều này cho thấy tiềm năng phát triển nếu đầu tư bền vững và có hỗ trợ mang tính đòn bẩy được tiến hành lần lượt từng nước một. Ví dụ, với tỉ lệ thâm nhập thị trường của Pakistan thấp hơn 1%, thì những mục tiêu ưu tiên cho những năm tới cần phải được theo sát.

Theo một nghiên cứu độc lập và rất đáng tin cậy, vào khoảng giữa những năm 1990, mỗi năm khoảng 120.000 gia đình Grameen vượt qua mức nghèo khổ, thường sau khoảng 5-6 năm kể từ khi tham gia ngân hàng. Mặc dù tài chính siêu nhỏ không phải là một giải pháp hay một thần dược, nhưng nó đã thu được những kết quả về giảm nghèo trên phạm vi vi mô một cách phi thường và có thể nói là chưa ai làm thể được. Hơn nữa, hầu hết mỗi năm Ngân hàng Grameen đều sinh được một khoản lãi khiêm tốn. Grameen, cũng như hầu hết các

tổ chức cho vay nhỏ khác duy trì được tỉ lệ hoàn vốn từ 95-99% trong suốt lịch sử tồn tại của mình và ngay cả hiện tại. (Thiên tai và các biến động khác đôi khi đẩy tỉ lệ này xuống thấp hơn, gần đây nhất là cuối những năm 1990).

Những bài học từ giai đoạn thí điểm Ngân hàng Grameen đã được những nhà chuyên môn trong lĩnh vực phát triển nghiên cứu và tranh luận và được những người đi tiên phong độc lập khẳng định là những thành phần cơ bản cấu thành nên tài chính siêu nhỏ ngày nay. Chúng có thể được mô tả vắn tắt như sau:

- Nếu những người phụ nữ nghèo nhất được chủ động chọn lọc và tập trung thông qua các chiến lược tiếp thị hiệu quả như việc cán bộ tín dụng tới “động viên” từng gia đình, kiểm tra tài sản hoặc các biện pháp hữu hiệu khác thì họ có khả năng được hưởng lợi từ chương trình tài chính siêu nhỏ.
- Có thể trái với trực giác, thậm trí những người nghèo nhất (ví dụ: những người sống dưới mức 1 đô-la một ngày) nói chung không cần được đào tạo chính quy trước khi thực hiện kinh doanh do tổ chức cung cấp tài chính siêu nhỏ (tổ chức tài chính siêu nhỏ) hỗ trợ. Khả năng sinh tồn của họ được tối luyện trong một môi trường không có cả mạng lưới an sinh xã hội lẫn việc làm hưởng lương để làm chỗ dựa đã phát triển rất mạnh mẽ, mặc dù họ thiếu vốn trầm trọng. Việc cung cấp vốn một cách có tổ chức và sự rõ ràng minh bạch của những người cùng tham gia được chú trọng, là một biện pháp hiệu quả và đáng công nhận nhất nhằm đảm bảo sự tiến bộ nhanh. Do đó những chương trình đào tạo hay hỗ trợ kỹ thuật tốn kém thường có thể được loại bỏ hoặc chỉ dùng trong những trường hợp thật đặc biệt.

- Women are often the best credit risks, and they are much more likely to use their profits to benefit their children by making investments that are most likely to break the generational cycle of poverty. In one World Bank study of the Grameen Bank and two other large MFIs in Bangladesh, a direct and positive relationship was found between the amount a woman borrowed and the likelihood that her daughter would go to school. A similar relationship was not found in the case of male borrowing.
- Microfinance can be provided in a business-like manner and still materially benefit large numbers of poor families as long as the overriding poverty reduction objective and social empowerment vision remain paramount in the minds of MFI leadership and field staff. Incentives for front-line employees (by management) and for MFIs themselves (by their stakeholders, including donors and boards) are essential to ensuring this. I was recently asked to join the board of Bank Fonkoze, Haiti's first bank for the poor, so that I could serve as the "conscience" of this new institution (which evolved from its roots as a non-governmental organization) and help ensure that mission drift be minimized even as it becomes a commercial financial institution.

Essentially, the lesson of microfinance in the 1980s was that poverty reduction could be franchised, under certain conditions. This discovery has led to impressive growth of the microfinance movement globally. According to the Microcredit Summit Campaign (www.microcreditsummit.org), some

67.6 million families are benefiting world-wide. Of those families, an impressive 37.7 million were among the "hard core poor" when they started participating. This is no longer a single success story driven by a charismatic leader (if it ever was), but rather a growing international effort to attack poverty in a systematic manner.

Grameen Foundation USA, established in 1997, has been at the forefront of helping MFIs to expand their operations and improve qualitative performance by providing financing, technical assistance, and technology consulting (often through volunteers).

The lessons of the two decades after Grameen became a bank provide policymakers with the tools they need to create enabling environments. Those environments in turn will allow microfinance to reach its full potential to reduce poverty as it arguably has in Bangladesh, where more than two-thirds of poor families are benefiting from one of the 200 MFIs there. Some of the lessons learned include:

- Not only do we know that the poor desperately need credit and can borrow on terms on which the MFI can lend profitably; we have also learned that the poor are eager to have convenient savings and insurance services. By providing these services, MFIs can create new and sustainable sources of capital and at the same time mitigate their risk as lenders. Regulatory support for these activities is rare but critical to the continued if not accelerated growth and sustainability of MFIs.

- Phụ nữ thường có độ rủi ro tín dụng thấp nhất, và có nhiều khả năng họ sẽ dùng lợi nhuận để phục vụ con cái họ bằng cách đầu tư nhằm phá bỏ cái vòng nghèo đói hàng thế hệ. Một báo cáo của Ngân hàng Thế giới về Ngân hàng Grameen và hai tổ chức tài chính siêu nhỏ lớn khác ở Bangladesh cho thấy, có một mối liên hệ tích cực và trực tiếp giữa số tiền một người phụ nữ vay và cơ hội con gái của chị được đi học. Mối liên hệ này không hiện hữu đối với người vay là đàn ông.
- Tài chính siêu nhỏ có thể được cung cấp tương tự như việc kinh doanh mà vẫn mang lợi đến cho một số lượng lớn các gia đình nghèo với điều kiện mục tiêu chủ chốt là giảm nghèo và tầm nhìn nhằm tạo dựng năng lực xã hội luôn nắm vị trí cao nhất trong tư duy của những nhà lãnh đạo tổ chức tài chính siêu nhỏ và các cán bộ thực hiện. Những khuyến khích cho những nhân viên ở tuyến đầu (do ban giám đốc cung cấp) và cho chính những tổ chức tài chính siêu nhỏ này (do các bên liên quan bao gồm nhà tài trợ và ban giám đốc cung cấp) là những yếu tố thiết yếu để đảm bảo được mục đích này. Gần đây tôi được đề nghị tham gia vào Ban giám đốc của Ngân hàng Fonkoze, ngân hàng đầu tiên của Haiti dành cho người nghèo để tôi có thể làm “cái tâm” cho tổ chức mới này (phát triển từ gốc gác là một tổ chức phi chính phủ) và đảm bảo sự thay đổi mục đích của nó được giảm thiểu thậm chí khi nó trở thành một định chế tài chính.

Điểm mấu chốt là bài học của tài chính siêu nhỏ của những năm 1980 là công tác giảm nghèo có thể phát triển theo chuỗi trong một số điều kiện nhất định. Phát hiện này đã dẫn đến sự tăng trưởng đáng khâm phục của phong trào tài chính siêu nhỏ trên toàn cầu. Theo số liệu từ Chiến dịch Thượng đỉnh về Tín dụng Tài chính Siêu nhỏ

(www.microcreditsummit.org), khoảng 67,6 triệu gia đình được hưởng lợi trên toàn cầu. Trong số những gia đình này, khoảng 37,7 triệu gia đình thuộc nhóm “nghèo cố hữu” khi họ mới gia nhập chương trình. Đây không còn đơn thuần là một câu chuyện thành công do một nhà lãnh đạo có tài hùng biện kể (nếu có khi nào như vậy), mà nó đã trở thành một nỗ lực quốc tế nhằm tấn công sự nghèo đói một cách có hệ thống.

Quỹ Grameen Hoa Kỳ được thành lập năm 1997, đã có vị trí tiên tiêu nhằm giúp đỡ các tổ chức tài chính siêu nhỏ mở rộng hoạt động và cải thiện chất lượng năng lực hoạt động của họ bằng cách tài trợ, hỗ trợ kỹ thuật và tư vấn về công nghệ (thường thông qua các tình nguyện viên).

Những bài học mà Grameen đúc kết được sau hai thập kỷ trở thành một ngân hàng đã cung cấp cho các nhà hoạch định chính sách những công cụ họ cần để tạo ra một môi trường thuận lợi. Ngược lại, những môi trường đó sẽ cho phép tài chính siêu nhỏ đạt được hết tiềm năng của nó nhằm giảm nghèo như đã diễn ra tại Bangladesh, nơi mà hơn hai phần ba các gia đình nghèo đã được hưởng lợi từ một trong số 200 tổ chức tài chính siêu nhỏ ở đây. Một số bài học bao gồm:

- Chúng ta không chỉ biết rằng người nghèo hết sức cần tín dụng và có thể vay được với những điều kiện mà tổ chức tài chính siêu nhỏ vẫn sinh lời; chúng ta còn biết được rằng người nghèo còn mong muốn có được những dịch vụ tiết kiệm và bảo hiểm thuận tiện. Bằng cách cung cấp những dịch vụ này, các tổ chức tài chính siêu nhỏ còn có thể tạo ra được những nguồn vốn mới và bền vững, đồng thời giảm nhẹ rủi ro của người cho vay. Hỗ trợ về pháp lý cho những

- Microfinance is perhaps best thought of as a [platform], rather than simply as another [intervention]. It creates an infrastructure where the poor, previously seen as isolated and without material assets or social capital, can be mobilized in large numbers and provided finance to participate in economic and social initiatives. Critical mass can be achieved and brand loyalty engendered much faster when operating through the microfinance channel. Creating a network of poor and formerly poor families with convenient access to financial services allows them to participate in social and commercial schemes in large numbers, either as vendors or consumers, or both. For example, the Grameen Bank joined with Telenor of Norway and established a mobile telephone company in 1997. Today, 45,000 Grameen borrowers in 45,000 villages (two-thirds of Bangladesh's total) have taken loans to buy mobile phones and establish pay phones serving their villages. They do so profitably - for themselves, for the Grameen Bank (the lender), and for GrameenPhone, which, providing the infrastructure and the service at a wholesale rate, earned a \$45 million pre-tax profit last year. Grameen Foundation USA's Grameen Technology Center has just launched a replication of this project in Uganda. Another company, Grameen Kalyan, has opened 15 health clinics alongside Grameen Bank branches and has allowed borrowers to have a yearly insurance premium of under \$2 automatically deducted from their savings accounts. This initiative has produced improvements in public health. Moreover, the clinics have achieved 70 percent cost recovery in a few years' time and expect to break even before long.
- Governments have an important role to play in micro-finance. But they should not focus on providing microfinancial services to the poor directly, because such action tends to be politicized and inefficient. Rather, they can create supportive regulatory frameworks and allocate financing to MFIs through wholesale funds or other mechanisms that are not subject to politicization. The case of Morocco is instructive. In 1997, it was one of several Arab nations whose microfinance sector had total outreach of about 10,000 clients. By instituting a series of mostly supportive regulatory measures and allocating \$10 million through the Hassan II Fund, the Moroccan microfinance sector leapfrogged Egypt (which had led the region in outreach and other indicators) and passed the 200,000 client mark in 2002. During the same period, Lebanon and Jordan, for example, experienced very modest increases, if any, in their sectors' outreach. Similarly, the level of microenterprise development in China is hampered largely by the lack of a supportive regulatory environment, according to a recent paper issued by Grameen Foundation USA. (See <http://www.gfusa.org/chinareg.htm>). A summary of GF-USA's recommendations for creating a pro-microfinance regulatory regime can be found at <http://www.gfusa.org/gbrp/whitepaper.htm>.

hoạt động này thường ít nhưng rất quan trọng cho sự tăng trưởng liên tục hay thậm chí là tăng tốc và tính bền vững của các tổ chức tài chính siêu nhỏ.

- Tài chính siêu nhỏ có thể được coi là một bàn đạp, chứ không chỉ đơn thuần là một sự can thiệp khác. Nó tạo ra một cơ sở hạ tầng mà trên đó người nghèo, trước đây bị coi là tách biệt, không có tài sản hữu hình hay vốn xã hội, có thể được động viên rộng rãi và cung cấp tài chính để tham gia vào các chương trình kinh tế và xã hội. Khối ủng hộ chủ chốt có thể tạo dựng được và sự trung thành với thương hiệu được hình thành nhanh hơn nếu hoạt động thông qua kênh tài chính siêu nhỏ. Việc tạo ra một mạng lưới những gia đình nghèo và đã từng nghèo được tiếp cận dễ dàng với những dịch vụ tài chính tạo điều kiện cho họ tham gia vào các chương trình xã hội hay thương mại với số lượng lớn, dưới vai trò là người bán hàng hay mua hàng, hoặc cả hai. Ví dụ Ngân hàng Grameen liên doanh với Công ty Telenor của Na Uy thành lập một công ty điện thoại di động vào năm 1997. Hiện nay, 45.000 người vay của Grameen tại 45.000 làng khác nhau (hai phần ba tổng số làng của Bangladesh) đã vay tiền để mua điện thoại di động và thành lập dịch vụ điện thoại công cộng cho làng của họ. Họ làm như vậy và sinh lãi cho chính họ, cho Ngân hàng Grameen (người cho vay) và cho Grameen-Phone, những đơn vị cung cấp hạ tầng và dịch vụ theo giá buôn và năm ngoài họ đã thu được một khoản lợi nhuận trước thuế là 45 triệu đô-la. Trung tâm Công nghệ của Quỹ Grameen Hoa Kỳ vừa mới khai trương một dự án tương tự tại Uganda. Một công ty khác, Grameen Kalyan, đã mở 15 phòng khám gắn với các chi nhánh của Ngân hàng Grameen và cho phép người vay tiền mua

bảo hiểm với mức phí dưới 2 đô-la một năm và được khấu trừ trực tiếp từ tài khoản tiết kiệm của họ. Sáng kiến này đã tạo ra sự cải thiện về tình trạng sức khỏe của dân chúng. Hơn nữa, những phòng khám này đã thu hồi được 70% vốn chỉ trong vài năm và không lâu nữa sẽ hòa vốn.

- Chính phủ có vai trò quan trọng đối với tài chính siêu nhỏ. Nhưng họ không nên tập trung vào việc cung cấp dịch vụ tài chính siêu nhỏ trực tiếp cho người nghèo vì hoạt động này thường bị chính trị hóa và không hiệu quả. Thay vào đó, họ có thể tạo ra những khung pháp lý hỗ trợ và phân bổ nguồn tài trợ cho các tổ chức tài chính siêu nhỏ qua các quỹ bán buôn hoặc các kênh khác mà không phải chịu áp lực chính trị hóa. Trường hợp của Ma-rôc là đáng quan tâm để học tập. Năm 1997, là một trong vài nước Ả-rập có hệ thống tài chính siêu nhỏ với mạng lưới khách hàng khoảng 10.000 người. Bằng cách đưa ra những khuôn khổ pháp lý hỗ trợ cao nhất và phân bổ 10 triệu đô-la qua quỹ Hassan II, hệ thống tài chính siêu nhỏ của Ma-rôc nhảy vượt qua Ai Cập (nước dẫn đầu trong vùng cả về phạm vi khách hàng và các chỉ số khác) và vượt ngưỡng 200.000 khách hàng năm 2002. Ví dụ, cũng trong giai đoạn này, Li-băng và Gióc-đa-ni đạt mức tăng trưởng thấp, nếu có, trong lĩnh vực này. Tương tự như vậy, theo một nghiên cứu gần đây của Quỹ Grameen Hoa Kỳ thì mức độ phát triển của hệ thống tài chính siêu nhỏ tại Trung Quốc bị hạn chế chủ yếu là do thiếu một môi trường pháp lý hỗ trợ. (Xem <http://www.gfusa.org/chinareg.htm>). Bản tóm tắt những khuyến nghị của Quỹ Grameen Hoa Kỳ cho việc xây dựng một khung pháp lý hỗ trợ tài chính siêu nhỏ có thể tìm thấy tại địa chỉ <http://www.gfusa.org/gbrp/whitepaper.htm>.

Information and communications technology has a critical role to play in the recent and future growth of the microfinance sector. Automation of the microfinance process, which traditionally was done manually, has tremendous potential to increase efficiency as well as reduce the scope for error and fraud among loan officers, of which Grameen Bank alone has more than 7,000. Technology can also be a tool to allow the poor to create more profitable businesses, as the GrameenPhone case clearly suggests. Finally, standardizing data transmission protocols will make it more transparent that the poor and the institutions that serve them are good credit risks. In turn, private capital markets will increasingly invest in microfinance on a commercial basis, particularly in nations such as India where there are regulatory incentives to invest in anti-poverty programs. It has now been clearly shown that microfinance can have a major impact

on poverty at the micro level and at the national level but only if policy-makers and others - mainly government officials (especially banking regulators) and private and public donors - make it a priority. If they choose to do so in a manner consistent with best practices, they will be seeding an industry that can sustain itself without indefinite subsidies and that can work synergistically with other poverty-reduction efforts. Perhaps no better investment can be made in reaching the Millennium Development Goals and achieving a measure of true security - in the broadest meaning of the word - for all in our lifetimes.

Note: The opinions expressed in this article do not necessarily reflect the views or policies of the U.S. Department of State.

Công nghệ thông tin và truyền thông có một vai trò quan trọng đối với sự tăng trưởng gần đây và trong tương lai của lĩnh vực tài chính siêu nhỏ. Tự động hóa quá trình tài chính siêu nhỏ, mà theo truyền thống vẫn làm bằng tay, có một tiềm năng rất lớn nhằm cải thiện tính hiệu quả và giảm sai sót, cũng như sự lừa đảo của các cán bộ tín dụng mà riêng số nhân viên của Ngân hàng Grameen đã là hơn 7.000 người. Công nghệ còn có thể là công cụ giúp người nghèo tạo lập được những lĩnh vực kinh doanh mang lại nhiều lợi nhuận hơn, một ví dụ rõ ràng là GrameenPhone. Cuối cùng, chuẩn hóa quy trình truyền số liệu là để cho hệ thống trở nên minh bạch hơn, cả người nghèo và các tổ chức phục vụ họ đều có rủi ro tín dụng thấp. Đổi lại, thị trường vốn sẽ đầu tư nhiều hơn vào lĩnh vực tài chính siêu nhỏ trên cơ sở thương mại, đặc biệt là ở những quốc gia như Ấn Độ, nơi có những chính sách khuyến khích đầu tư vào những chương trình chống nghèo. Bây giờ đã rõ ràng là tài chính

siêu nhỏ có thể tạo ra được một tác động đáng kể đối với nghèo đói ở cấp vi mô và cấp quốc gia chỉ với điều kiện là các nhà hoạch định chính sách và các đối tác khác mà chủ yếu là các quan chức chính phủ (đặc biệt là các nhà hoạch định chính sách ngân hàng), các nhà tài trợ tư nhân và công cộng coi nó là một ưu tiên. Nếu họ quyết định làm như vậy và thực hiện theo những thông lệ tốt nhất thì họ đã gieo mầm cho một ngành công nghiệp mà tự nó có thể duy trì mà không cần bao cấp vô hạn và có thể hoạt động một cách nhuần nhuyễn với các hoạt động giảm nghèo khác. Có lẽ không có sự đầu tư nào tốt hơn nhằm đạt được Mục tiêu Phát triển Thiên niên kỷ và để có được một biện pháp thực sự an toàn – theo nghĩa rộng nhất của từ này trong suốt cả cuộc đời của chúng ta.

Ghi chú: Những ý kiến nêu trong bài báo này không nhất thiết phản ánh quan điểm hay chính sách của Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ.

CREATING AND BUILDING A SUCCESSFUL MICROFINANCE ORGANIZATION

By Gregory F. Casagrande, *Founder and President of South Pacific Business Development Foundation*

Small loans, often not more than a few hundred dollars, have helped improve income and employment growth for many Samoans and others in the independent Pacific island nations, says Gregory Casagrande, founder and president of the South Pacific Business Development Foundation (SPBD).

SPBD, an independent, not-for-profit, charitable microfinance institution, provides unsecured loans for the creation of simple and sustainable businesses such as sewing operations; various food processing businesses; pig, cow, and chicken farms; trading businesses, and taxi and distribution services. The author outlines some of SPBD's loan strategies that have resulted in a nearly 100 percent repayment rate by its borrowers.

Despite decades of development initiatives, the economies of Samoa and the other independent Pacific island nations continue to generate few economic opportunities for the vast majorities of the local populations. It is clear that a new paradigm for development is critical to the region. The South Pacific Business Development Foundation (SPBD), an independent, not-for-profit, charitable microfinance institution (MFI), provides just such a paradigm. Though only a few years old, SPBD's efforts suggest that a well-conceived microenterprise scheme providing unsecured credit and entrepreneurial training and operated by local staff can have

a significant impact on family and community income, living conditions, and education.

SOUTH PACIFIC BUSINESS DEVELOPMENT FOUNDATION

SPBD was founded in the independent nation of Samoa in January 2000. My mission in creating the foundation was to empower poor families via the provision of training, unsecured credit, and ongoing guidance and motivation to help them create sustainable businesses that enable them to significantly improve their living conditions. Since our launch, SPBD has worked with over 2,600 poor families and has distributed over \$1.1 million in unsecured credit, mostly to women. In 2003, less than 1 percent of our creditors were one week or more in arrears.

SPBD, while relatively small by international standards, is now the largest and most successful microfinance organization in the Pacific island region and growing steadily.

PACIFIC ISLAND ECONOMIES

Despite several previous failed attempts at microfinance in the region, there was significant need in Samoa and in the other independent Pacific island nations. According to the United Nations Development Programme (UNDP), Samoa is one of the world's 49 least developed countries and has a 48 percent rate of poverty. The economy is nascent, and most persons have little hope

TẠO DỰNG THÀNH CÔNG MỘT TỔ CHỨC TÀI CHÍNH SIÊU NHỎ

Gregory F. Casagrande, Sáng lập viên và Chủ tịch Quỹ Phát triển Kinh doanh Nam Thái Bình Dương

Những khoản vay nhỏ, thường không vượt quá một vài trăm đô-la, đã giúp nâng cao thu nhập và kích thích việc làm phát triển cho nhiều người dân Samoa và người khác sống trên các quốc đảo trên Thái Bình Dương. Ông Gregory Casagrande, Sáng lập viên và Chủ tịch Quỹ Phát triển Kinh Doanh Nam Thái Bình Dương (SPBD) nói.

SPBD, là một tổ chức tài chính siêu nhỏ độc lập, phi lợi nhuận và từ thiện. Tổ chức này cung cấp các khoản vay không thế chấp để khởi sự những doanh nghiệp đơn giản và bền vững như may mặc; chế biến thức ăn các loại; thành lập trang trại nuôi gà, lợn, bò; thương mại, taxi và các dịch vụ phân phối khác. Tác giả đưa một số chiến lược cho vay của SPBD có tỉ lệ hoàn vốn của người vay gần 100%.

Mặc dù sau hàng thập kỷ thực hiện các chương trình phát triển, nền kinh tế của Samoa và các quốc đảo tự do khác trên Thái Bình Dương vẫn chỉ tạo ra rất ít cơ hội kinh tế cho phần lớn dân chúng địa phương. Điều này chứng tỏ một mô hình phát triển mới là hết sức cần thiết cho khu vực này. Quỹ Phát triển Kinh doanh Nam Thái Bình Dương (SPBD), một tổ chức tài chính siêu nhỏ độc lập, phi lợi nhuận và từ thiện đã mang lại một mô hình như vậy. Mặc dù mới xuất hiện được một vài năm, nhưng những nỗ lực của SPBD xây dựng một chương trình tài chính siêu nhỏ được mọi người ủng hộ nhằm cung cấp tín dụng không thế chấp, đào tạo kỹ năng kinh doanh và do người địa phương điều hành có thể mang lại một tác động đáng kể đối với thu nhập của gia

đình và cộng đồng, điều kiện sống và giáo dục.

QUỸ PHÁT TRIỂN KINH DOANH NAM THÁI BÌNH DƯƠNG

SPBD được thành lập tại quốc đảo tự do Samoa vào tháng 1 năm 2000. Nhiệm vụ của tôi trong việc tạo dựng quỹ này là nhằm tạo điều kiện cho các gia đình nghèo bằng cách đào tạo, cung cấp tín dụng không cần thế chấp, và hướng dẫn, động viên liên tục nhằm giúp họ tạo dựng doanh nghiệp bền vững, giúp họ cải thiện đáng kể điều kiện sống của mình. Từ khi thành lập, SPBD đã làm việc với trên 2.600 gia đình nghèo và cho vay không thế chấp khoản tín dụng trên 1,1 triệu đô-la chủ yếu cho phụ nữ. Năm 2003, chưa đến 1% số người vay của chúng tôi có nợ quá hạn đến một hoặc hơn một tuần. Mặc dù SPBD còn khá nhỏ so với tiêu chuẩn quốc tế, nhưng chúng tôi là một tổ chức tài chính siêu nhỏ lớn nhất trong khu vực quốc đảo Thái Bình Dương và đang tăng trưởng đều đặn.

CÁC NỀN KINH TẾ ĐẢO THÁI BÌNH DƯƠNG

Mặc dù đã có một số cố gắng không thành công trong việc xây dựng tài chính siêu nhỏ trong khu vực, nhưng nhu cầu đối với tài chính siêu nhỏ ở Samoa và các quốc đảo độc lập trên Thái Bình Dương là rất lớn. Theo Chương trình Phát triển Liên Hợp Quốc (UNDP), Samoa là nước chậm phát triển thứ 49 trên toàn cầu và có tỉ lệ nghèo đói là 48%. Nền kinh tế còn non nớt, hầu hết mọi người không có hy vọng tìm được việc làm công ăn

of finding formal wage employment. Lack of employment coupled with a lack of access to credit leaves most people with little meaningful opportunity. Most scratch out a subsistence living in rural villages and hope to get a family member to immigrate to New Zealand, Australia, or the United States. These ex-pat family members, often among the poorest in their new societies, are expected to send remittances home.

Typical living conditions of a family prior to joining SPBD include life in a grass-roofed hut with no walls and a pebble floor, remote access to clean running piped water, substandard outdoor sanitation, and limited access to electricity. Many children do not attend school since public schooling is not free. Families have meager incomes, usually generated by erratic sales of fish or produce and some casual labor for about \$0.50 per hour. Children frequently grow up in dilapidated homes that are often marred by domestic violence.

Prior to 2000, there had been two well-funded microenterprise initiatives and failures in Samoa and well over a dozen failures across the region. Many academics believed these failures were due to the very small size of the national economies and to a non-business oriented, traditional communal culture, which undermined capitalistic solutions. I believed that the previous failures were largely driven by weak management practices and decided to embark on SPBD despite lack of support from the major development players in the region (UNDP, South Pacific Commission, NZAID, AusAID, Asian Development

Bank). Several of these organizations had already suffered from failed microfinance initiatives in the region and were reluctant to support yet another.

PLANNING FOR SUCCESS

From the start, SPBD needed a clear vision of what would constitute success. Our long-term goal was to create an "institution permanently dedicated to serving the financial needs of the poor." To achieve this goal, SPBD focuses on:

- Working exclusively with the most needy in Samoan society.
- Ensuring a positive measurable impact on the lives of our members and their families.
- Continually striving to achieve financial self-sufficiency.

The financial self-sufficiency objective is critical to serving massive numbers of poor on a permanent basis.

Once we defined success, we developed tools to measure whether we were achieving our three objectives.

We created a very simple, cost-effective "social metrics survey" to measure objectively the poverty level of all new SPBD applicants so as to ensure that the foundation works only with the needy. This quantitative tool measures the quality of the applicant's housing, sanitation, access to clean running piped water and electricity, and the quality of their children's education. This

lượng. Không có việc làm cộng với thiếu nguồn tín dụng đã đẩy hầu hết mọi người vào tình cảnh vô vọng. Đa số mọi người kiếm sống qua ngày ở các làng quê và hy vọng có người trong gia đình di cư sang New Zealand, Australia hoặc Mỹ. Những gia đình có họ hàng ở nước ngoài, thường thuộc những gia đình nghèo nhất, chỉ trông mong vào số tiền gửi về giúp đỡ gia đình.

Điều kiện sống đặc trưng của một gia đình trước khi tham gia vào SPBD là có một túp lều tranh không có tường và nền rải sỏi đá, cách xa nguồn nước máy, công trình vệ sinh ngoài trời không đạt tiêu chuẩn và điện rất hạn chế. Nhiều trẻ em không được đến trường vì cả trường công lập cũng không miễn phí. Các gia đình thu nhập không đáng kể, thường bằng những mớ cá thình thoảng bắt được hoặc đi làm thuê công việc chân tay với mức thù lao khoảng 0,5 đô-la một giờ. Trẻ em thường lớn lên trong những gia đình túng quẫn và thường phải chịu bạo lực gia đình.

Trước năm 2000, ở Samoa có hai chương trình tài chính siêu nhỏ được tài trợ dồi dào nhưng bị thất bại và còn có hàng chục các thất bại khác trong khu vực. Nhiều học giả cho rằng những thất bại này là do nền kinh tế của các quốc gia này quá nhỏ, không có thiên hướng kinh doanh, văn hóa cộng đồng truyền thống đã có ảnh hưởng tiêu cực đến những giải pháp mang tính tư bản. Tôi tin rằng những thất bại trước đó chủ yếu là do công tác quản lý yếu kém nên đã quyết định dấn thân vào chiến dịch SPBD mặc dù không có sự hỗ trợ của các nhà tài trợ phát triển lớn trong khu vực (UNDP, Ủy ban Nam Thái Bình Dương, Cơ quan Viện trợ Phát triển Quốc tế New Zealand, Cơ quan Viện trợ Phát triển Quốc tế Australia, Ngân hàng Phát triển châu Á). Một vài trong số những tổ chức này đã chịu thất

bại khi thực hiện các chương trình tài chính siêu nhỏ trong khu vực và do vậy cũng không muốn hỗ trợ một thí điểm khác nữa.

LẬP KẾ HOẠCH CHO THÀNH CÔNG

Ngay từ đầu, SPBD cần có một tầm nhìn rõ ràng mà sẽ giúp mang lại thành công. Mục tiêu lâu dài của chúng tôi là tạo lập một “tổ chức phục vụ mãi mãi các nhu cầu về tài chính của người nghèo”. Để đạt được mục tiêu này, SPBD tập trung vào những việc sau:

- Làm việc riêng với những người nghèo nhất trong xã hội Samoa.
- Đảm bảo mang lại một tác động tích cực có thể biết rõ được đối với cuộc sống của các thành viên của chúng tôi và gia đình của họ.
- Liên tục cố gắng duy trì khả năng tự cung tự cấp về tài chính.

Mục tiêu tự cung tự cấp về tài chính là tối quan trọng để thường xuyên phục vụ được một số đông người nghèo.

Khi thành công, chúng tôi xây dựng một số biện pháp tính toán xem đã đạt được ba mục tiêu đặt ra chưa.

Chúng tôi xây dựng một biện pháp rất đơn giản và ít tốn kém là “điều tra đo lường xã hội” nhằm tính toán một cách khách quan mức độ nghèo của tất cả các thành viên mới tham gia SPBD nhằm đảm bảo quỹ chi hỗ trợ những người cần giúp đỡ. Biện pháp tính toán này đánh giá chất lượng nhà cửa của người xin tham gia, tình trạng vệ sinh, điều kiện tiếp cận với nước máy, điện và chất lượng giáo dục của con cái họ. Công cụ này cho phép chúng tôi so sánh mức nghèo một cách khách quan và chủ đích nhằm loại bỏ những người không nghèo ra khỏi chương trình. Hơn nữa,

enables us to compare family poverty levels objectively and to specifically omit the non-poor from the program. Furthermore, by measuring each family once a year, we can determine whether the family is progressing and whether SPBD is making an impact.

Planning for financial self-sufficiency is not unlike business planning in a typical commercial business. SPBD follows the approach of establishing a target "Affordable Business Structure" (ABS). The ABS is our planned cost structure at break-even, in which interest revenues equal total costs. It is our financial guiding light. An ABS for microfinance institutions will vary from country to country depending upon local demographic and economic conditions.

Revenues vary with the number of clients served, the average loan size, and the interest rate charged. Costs can be broken into three broad categories: administrative, bad debt expenses, and financing costs. Hence the ABS sets a target level for each revenue and cost component. These targets, which we confirm against industry-wide, best-in-class benchmarks, must be internally consistent with one another and supported by an operating strategy to achieve them.

BUILDING MFI ORGANIZATIONAL CAPACITY

Sustainable organizations require a team that is trained, empowered, and motivated to carry out the work. SPBD recruits and employs local workers at competitive local wages. We have not used expensive consultants but have benefited from the donated services of many U.S.-based volunteers.

We recruit staff members that value our mission and are interested in growing with SPBD. We motivate staff by providing ongoing development opportunities, a good career path, and annual merit increases and quarterly bonus packages to high performers. All staff members have clear job descriptions and sign up to specific goals each year. Performance is regularly reviewed, and middle and senior management positions are subjected to annual reviews by all staff members.

Beyond our formal staff, SPBD has built a network of relationships. These relationships include the matai (chiefs) in each village in which we operate, leaders across Samoan society, and practitioners, funder,s and leading thinkers in the global microfinance industry. SPBD actively works on all of these relationships to assist with our operations in the village, to attract funding and volunteers, and to keep us on the cutting edge of microfinance practices.

In our ongoing effort to build capacity, we have taken great care to document our own set of operating and financial processes in a set of manuals. These manuals, which are continually updated and refreshed, provide a basis for ongoing, controlled process improvement and for staff development.

SPBD's financial, human resource, and administrative processes are not much different from what you might see in a typical commercial bank. While not unique to an MFI, they are critical to the success of an MFI and should not be overlooked. Two specific areas of importance are management information systems (MIS) and inter-

bằng cách xem xét từng gia đình mỗi năm một lần chúng tôi có thể xác định xem gia đình đó có đạt được tiến bộ nào không và liệu SPBD có tạo được tác động tích cực đối với họ không.

Lập kế hoạch để tự cung tự cấp tài chính cũng không khác gì lập kế hoạch cho một loại hình kinh doanh cụ thể khác. SPBD tuân theo phương pháp xây dựng một mục tiêu là “Mô hình kinh doanh ít chi phí” (ABS). Hệ thống ABS là cấu trúc chi phí có kế hoạch tại điểm hoà vốn mà doanh thu từ lãi suất bằng với tổng chi phí. Đây chính là kim chỉ nam về tài chính của chúng tôi. Hệ thống ABS cho các tổ chức tài chính siêu nhỏ giữa các quốc gia có thể khác nhau tùy theo các điều kiện về dân số và kinh tế của từng địa phương.

Doanh thu có thể khác nhau tùy thuộc vào số khách hàng, cỡ trung bình của khoản vay và lãi suất áp dụng. Chi phí có thể được chia ra làm ba nhóm chính: hành chính, chi phí nợ quá hạn và chi phí tài trợ. Từ đó, hệ thống ABS sẽ đặt ra mục tiêu cho từng phần của doanh thu và chi phí. Những mục tiêu này được chúng tôi khẳng định dựa trên các ngành công nghiệp có mặt, những tiêu chuẩn tốt nhất trong lĩnh vực này và phải nhất quán với nhau và đều phải có một chiến lược cụ thể để đạt được những mục tiêu này.

XÂY DỰNG NĂNG LỰC TỔ CHỨC CHO TỔ CHỨC TÀI CHÍNH SIÊU NHỎ

Các tổ chức bền vững cần có một đội ngũ cán bộ được đào tạo, được giao quyền và động viên làm việc. SPBD tuyển nhân viên địa phương vào làm việc với mức lương cạnh tranh. Chúng tôi không sử dụng chuyên gia với chi phí cao mà được hưởng lợi từ những dịch vụ được nhiều nhân viên tình nguyện tại Mỹ tặng. Chúng tôi tuyển nhân viên địa

phương, những người trân trọng nhiệm vụ của chúng tôi và muốn phát triển cùng SPBD. Chúng tôi động viên cán bộ bằng cách liên tục tạo cho họ những cơ hội phát triển, một con đường tiến thân thuận lợi và hàng năm có tăng lương nếu làm tốt, hàng quý thưởng nếu làm tốt. Tất cả mọi nhân viên đều có bản mô tả công việc rõ ràng và đăng ký thực hiện những mục tiêu cụ thể hàng năm. Năng lực hoạt động thường xuyên được đánh giá, những người ở vị trí quản lý trung và cao cấp hàng năm phải chịu sự đánh giá của toàn bộ nhân viên.

Ngoài các nhân viên chính thức, chúng tôi còn xây dựng được một mạng lưới các mối quan hệ trong đó có các matai (già làng) trong các làng nơi chúng tôi hoạt động, các nhà lãnh đạo trong xã hội Samoa, các nhà hoạt động, nhà tài trợ, các trí thức hàng đầu trên thế giới chuyên về lĩnh vực tài chính siêu nhỏ. SPBD chủ động cộng tác với các đối tác này nhằm hỗ trợ cho hoạt động của tổ chức tại các làng, thu hút tình nguyện viên và giúp chúng tôi luôn được tiếp cận với những tiến triển mới nhất trong ngành công nghiệp tài chính siêu nhỏ.

Trong quá trình xây dựng năng lực liên tục của chúng tôi, chúng tôi rất cẩn thận ghi chép lại các quy trình hoạt động và tài chính vào một bộ cẩm nang. Những cẩm nang này, thường xuyên được cập nhật và đổi mới, tạo một cơ sở cho quá trình được cải thiện chất lượng, có kiểm soát và vì sự phát triển đội ngũ.

Những quy trình về tài chính, nhân lực và hành chính của SPBD không khác nhiều so với một ngân hàng thương mại. Tuy nó không duy nhất đại diện cho một tổ chức tài chính siêu nhỏ, nhưng nó là hết sức cần thiết cho sự thành công của một tổ chức tài chính siêu nhỏ

nal control. A good MFI MIS system will have a specialized loan portfolio management system and a separate basic accounting package. These are worthwhile investments. A reliable internal control system is vital to detecting and, more importantly, preventing fraud. Perhaps because we are a charitable, cash-intensive organization, some people viewed us as a soft target. We were tested many times, especially early on. Whenever we have detected fraud, we have acted swiftly and decisively, and because of these actions, fraud is no longer a significant issue for SPBD although we remain vigilant.

Our operating processes are unique to the field of microfinance and ensure that we maintain very high loan repayment rates and that our members are successful at operating their businesses. These processes include:

- SPBD provides all members with extensive upfront and ongoing training. The two weeks of upfront training includes an in-depth understanding of how the SPBD program works and the basics of small business management. The training is followed by a test on which the applicants must score 80 percent in order to become a member. This test weeds out people who are not fully committed to the program. Members who show a sincere interest in running a business but have not managed to pass the test are given additional training and an opportunity to re-take the test. SPBD also provides ongoing mini-training sessions at regular weekly meetings held in each village.
- SPBD members form self-selected groups of four to seven members that self-guarantee each other's loans. Self-selection is critical since village people will know each other well and are best suited to judge the creditworthiness of one another.
- Loan products are specifically designed to be appropriate for the local market. Loan sizes, periodic repayment amounts, and repayment frequency are all important considerations. In Samoa, it is important to be aware that new members are likely to be pressured by their community to get as big a loan as possible - regardless of their ability to repay. Frequent payments, while administratively expensive, help members to develop new habits and keep the MFI and the member well connected. SPBD ensures that loan repayments do not exceed 30 percent of a member's expected total weekly income.
- Members must run successful businesses. This is at the heart of what we do. Our members create businesses around existing livelihood skills and provide simple services and products for which there is already a demonstrated demand. Their business plans must pass the scrutiny of their own self-guarantee groups, which have the power to reject loan applications.

và không nên đánh giá thấp nó. Hai lĩnh vực cụ thể quan trọng là hệ thống thông tin quản lý (MIS) và kiểm soát nội bộ. Một hệ thống thông tin quản lý của tổ chức tài chính siêu nhỏ tốt cần có một hệ thống chuyên quản lý danh mục các khoản vay và một hệ thống kế toán căn bản và độc lập. Đây là những khoản đáng để đầu tư. Một hệ thống kiểm soát nội bộ đáng tin cậy có vai trò hết sức quan trọng nhằm phát hiện và quan trọng hơn là phòng ngừa lừa đảo. Có thể vì tổ chức của chúng tôi là một tổ chức từ thiện, và hoạt động chủ yếu với tiền, một số người cho chúng tôi là những kẻ dễ siêu lòng. Ngay từ những ngày đầu, chúng tôi đã bị thử thách nhiều lần. Bất cứ khi nào chúng tôi phát hiện được sự lừa đảo, chúng tôi đều hành động nhanh và quả quyết, nhờ những hành động này mà lừa đảo không còn là một vấn đề lớn đối với SPBD, tuy vậy chúng tôi cũng vẫn cảnh giác.

Những quy trình hoạt động của chúng tôi đặc trưng cho lĩnh vực tài chính siêu nhỏ và nó đảm bảo cho chúng tôi có được tỉ lệ hoàn vốn rất cao và các thành viên tham gia chương trình đều thành công trong việc thực hiện các công việc kinh doanh của mình. Những quy trình này bao gồm:

- SPBD đào tạo sâu rộng cho người tham gia ngay từ đầu và liên tục. Hai tuần đào tạo ban đầu bao gồm giảng giải về cách chương trình SPBD hoạt động và những kiến thức căn bản về quản lý một doanh nghiệp nhỏ. Sau khóa đào tạo có kiểm tra, chỉ những học viên đạt được 80% điểm trở lên mới được trở thành thành viên chính thức. Bài kiểm tra này nhằm loại bỏ những người không hoàn toàn có tâm huyết với chương trình. Những người thực sự có mong muốn tiến hành kinh doanh nhưng lại chưa đạt đủ điểm để tham gia chương trình sẽ được đào tạo

thêm và sau đó sẽ thi lại. SPBD còn tổ chức các khóa học ngắn tại các buổi họp mặt hàng tuần được tổ chức tại mỗi làng.

- Thành viên của SPBD nhóm thành những nhóm tự chọn gồm khoảng 4 đến 7 người và họ tự bảo đảm các khoản vay của nhau. Việc tự chọn là yếu tố quan trọng vì người dân trong làng đều biết nhau và có thể đánh giá tốt nhất được khả năng tín dụng của mỗi người.
- Các sản phẩm cho vay được thiết kế sao cho phù hợp nhất với thị trường địa phương. Lượng cho vay, khoản hoàn trả vốn định kỳ và tần số hoàn vốn đều là những yếu tố quan trọng cần quan tâm. Ở Samoa, điều quan trọng là phải hiểu được rằng những thành viên mới thường bị cộng đồng thúc ép cố vay được khoản vay càng lớn càng tốt – mà không quan tâm tới việc họ có trả được hay không. Việc trả lãi và vốn thường xuyên, mặc dù khá tốn kém về mặt hành chính, nhưng nó giúp các thành viên hình thành được thói quen mới và giữ mối quan hệ giữa tổ chức tài chính siêu nhỏ và các thành viên luôn được gắn chặt. SPBD đảm bảo mức trả lãi và vốn không quá 30% tổng số thu nhập cả tuần mà thành viên mong đợi.
- Các thành viên phải thực hiện công việc kinh doanh thành công. Đây là tâm điểm của công việc của chúng tôi. Các thành viên của chúng tôi thực hiện kinh doanh bằng những kỹ năng kiếm sống hàng ngày và cung cấp các dịch vụ, sản phẩm đang có nhu cầu. Kế hoạch kinh doanh của họ phải được chính nhóm tự chọn của họ thông qua, mà nhóm này có quyền từ chối yêu cầu xin vay vốn.

- Loan utilization checks are performed to ensure that the loan has been used as stated on the loan application. Loan misuse often leads to failed businesses and is a stress on the system. When loan misutilization is detected at SPBD, the member is removed from the program.
- The rules governing subsequent loan sizes provide incentive to members to adhere strictly to all principles of the program. Most members are interested in further rounds of financing to expand their business or to improve their homes or children's education. At SPBD, maximum-sized subsequent loans are available only to members with perfect repayment records and perfect weekly meeting attendance and in groups with perfectly functioning group guarantees. There is a reduction in the size of the subsequent loan for each infraction committed. If the problems are too significant, the member may become ineligible for a subsequent loan.

There are many other considerations, but tackling the above is a good start.

SPBD's program has had a direct positive impact upon the lives of thousands of poor Samoans. By providing meaningful opportunity via credit and training, SPBD has helped women initiate simple and sustainable businesses such as sewing operations,

bakeries, and various food processing businesses; village-based general stores; pig, cow, and chicken farms; vegetable gardens and small plantations; trading businesses; and taxi and distribution services, and countless others. These small businesses have generated significant additional cash flow for the families and have empowered our members to improve their lives in significant ways. We also provide unsecured credit to successful SPBD microentrepreneurs for housing improvements and childhood education. These products help ensure that the benefits of the business are directly translated into tangible benefits for the entire family. A less tangible but equally real benefit is the increase in self-esteem that accompanies a woman's success in business. It is true that success breeds success. Our members demonstrate it every day through their increased confidence and are actively passing this sense of vitality and optimism onto their children and throughout their village. The future is bright for SPBD members, their families, and their communities.

Note: The opinions expressed in this article do not necessarily reflect the views or policies of the U.S. Department of State.

- Việc kiểm tra sử dụng vốn vay được tiến hành nhằm đảm bảo rằng khoản vay được dùng vào đúng mục đích nêu trong đơn xin vay vốn. Việc sử dụng vốn vay không đúng mục đích thường dẫn đến thất bại kinh doanh và tạo ra khó khăn cho hệ thống. Một khi việc sử dụng vốn sai mục đích được SPBD phát hiện, thành viên đó sẽ bị loại ra khỏi chương trình.
- Những quy định chi phối độ lớn các khoản vay tiếp theo là một khuyến khích cho các thành viên để họ tuân thủ chặt chẽ các nguyên tắc của chương trình. Hầu hết các thành viên đều mong muốn được đầu tư thêm để mở rộng công việc kinh doanh của họ hoặc nâng cấp nhà cửa hoặc cải thiện điều kiện học hành của con cái. Ở SPBD, những khoản vay tiếp theo đến mức cao nhất chỉ dành cho những thành viên có tiền sử trả lãi hoàn toàn và hàng tuần đều tham gia họp và thuộc các nhóm có cơ chế tự đảm bảo hoàn hảo. Các khoản vay tiếp theo sẽ bị giảm nếu mỗi lần vi phạm. Nếu vi phạm quá nghiêm trọng, thành viên đó có thể không được vay tiếp nữa.

Ngoài ra còn có nhiều vấn đề cần quan tâm khác, nhưng nắm được các nguyên tắc trên là khá tốt.

Chương trình của SPBD đã có những tác động trực tiếp và tích cực lên cuộc sống của hàng ngàn người dân nghèo Samoa. Bằng cách

mang lại những cơ hội thiết thực thông qua tín dụng và đào tạo, SPBD đã giúp phụ nữ khởi tạo và duy trì những công việc kinh doanh đơn giản như khâu vá, làm bánh, và rất nhiều loại kinh doanh chế biến thức ăn khác; nuôi lợn, bò và gà; trồng rau và trang trại nhỏ, kinh doanh taxi và dịch vụ phân phối và hàng loạt các ngành khác không kể hết. Những doanh nghiệp nhỏ này đã tạo ra tiền của cho nhiều gia đình và tạo điều kiện cho các thành viên nâng cao đáng kể cuộc sống của chính họ. Chúng tôi cũng cung cấp các khoản vay không thế chấp cho các doanh nhân nhỏ thành đạt để giúp họ sửa chữa nhà cửa và giúp con cái học hành. Những sản phẩm này đảm bảo hoa lợi trong kinh doanh được chuyển thành những lợi ích cụ thể cho toàn bộ gia đình. Một lợi ích ít nhìn thấy hơn là lòng tự trọng được nâng cao khi người phụ nữ thành công trong kinh doanh. Thật đúng khi nói thành công lại sinh ra thành công. Các thành viên của chúng tôi thể hiện nó hàng ngày thông qua lòng tự tin được nâng cao và truyền đạt tinh thần lạc quan và sức sống mãnh liệt cho con cái họ và khắp trong làng. Tương lai tươi sáng đang chờ đợi các thành viên của SPBD, gia đình và cộng đồng của họ.

Ghi chú: Những ý kiến nêu trong bài báo này không nhất thiết phản ánh quan điểm hay chính sách của Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ.



FATOUMA DIJBRIL ISSIFOU
Parakou, Benin

Fatouma Dijbril Issifou began selling vegetables when she was just five, working alongside her mother in a crowded market in the poor West African country of Benin. When she grew up, Fatouma inherited the stall and was poised to live hand to mouth, just as her mother had.

But Fatouma wanted to give her children a better life - and the chance to go to school. She knew that if she grew her business, she would be able to save enough to make her dreams a reality. She tried to put a little money aside at the end of each day, but it was hard to save much.

Then a friend of hers told her about PADME, an ACCION partner program in Benin. PADME saw that Fatouma had the drive to succeed and approved her for a loan of \$130. She used it to buy vegetables in bulk at a lower cost, boosting her earnings. A second loan for \$260 allowed her to buy even more inventory and continue to save. Now, she earns about \$2 on a bushel of carrots and a little more for a kilo of potatoes.

These may seem like small profits, but for Fatouma and her family they have meant big changes. Before the loans she was able

to save just \$13 a year to invest in her tiny stand and she struggled to support her three children. Today, two of them are in school and the youngest is eager to follow in their footsteps.

"The loans have helped me a lot," she says. "I can buy medicine and there is enough food for the children. Now, I don't worry anymore."



JEAN-EXUVARA JOLIMEAU
Croix-des-Bouquets, Haiti

Flowing lines and intricate shapes are created with humble materials and basic tools in the hot and dusty Haitian town of Croix-des-Bouquets.

The transformation takes place with the dedication and skill of extraordinarily talented metal sculptors, whose clank and clatter have attracted buyers, designers, and collectors for 50 years.

In the early 1950s, sculptor Georges Liautaud began creating sinuous, elegant two-dimensional scenes of Haitian life, mythology, and fantasy. His ability to make internationally recognized art from recycled oil drums and scrap metal gave birth to a school of artists and artisans whose younger members today discover new techniques and subjects every day.

FATOUMA DIJBIL ISSIFOU

Parakou, Benin

Fatouma Dijbril Issifou bắt đầu bán rau khi chị mới năm tuổi cùng mẹ tại một chợ đông đúc ở đất nước nghèo Benin, Tây Phi. Khi trưởng thành, Fatouma được thừa hưởng gian hàng của mẹ và có thể lại phải sống cuộc sống giật gấu vá vai như mẹ cô trước đây.

Nhưng Fatouma muốn những đứa con mình có một cuộc sống tốt đẹp hơn và cơ hội cho con đi học. Chị biết rằng nếu chị mở rộng kinh doanh, chị sẽ tiết kiệm được đủ tiền để thực hiện ước mơ của mình. Chị cố gắng để dành một ít tiền mỗi ngày, nhưng không tiết kiệm được nhiều.

Rồi chị được một người bạn giới thiệu về PADME, một đối tác của chương trình ACCION ở Benin. PADME nhận thấy Fatouma có thể thành công và cho chị vay 130 đô-la. Chị dùng số tiền này để mua buôn rau với giá rẻ hơn và nâng cao được thu nhập cho mình. Đợt vay thứ hai được 260 đô-la đã giúp chị mua được hàng nhiều hơn và tiết kiệm được nhiều hơn. Bây giờ chị có thể kiếm được 2 đô-la cho mỗi thùng cà-rốt và nhiều hơn đối với mỗi cân khoai tây.

Đây có thể là những khoản lợi nhuận nhỏ, nhưng đối với Fatouma và gia đình chị thì đây là một sự thay đổi lớn lao. Trước khi được vay tiền, mỗi năm chị chỉ có thể tiết kiệm được 13 đô-la để đầu tư vào quầy hàng nhỏ bé của mình và phải vật lộn để chăm sóc

cho ba đứa con của mình. Ngày nay, hai đứa con của chị đã đi học và đứa con út cũng muốn theo bước của anh chị nó.

Chị nói "những khoản vay đã giúp tôi rất nhiều, tôi có thể mua được thuốc và con cái đã đủ ăn. Bây giờ tôi không phải lo lắng nữa".

JEAN-EXUVARA JOLIMEAU

Croix-des-Bouquets, Haiti

Những đường nét và hoa văn hình khối đan xen nhau được sáng tạo từ những vật liệu hết sức bình thường và các công cụ đơn giản ở một thị trấn nóng và bụi là Croix-des-Bouquets ở Haiti. Sự chuyển biến này diễn ra nhờ sự cống hiến và kỹ năng của những nhà điêu khắc trên kim loại hết sức tài hoa mà những tiếng đục đập đã cuốn hút người mua, các nhà thiết kế các nhà sưu tập từ 50 năm nay.

Từ đầu những năm 50, nhà điêu khắc Georges Liautaud bắt đầu tạo những cảnh hai chiều uốn lượn về cuộc sống, thần thoại và những hình trang trí của Haiti. Khả năng của ông sáng tạo ra những tác phẩm nghệ thuật từ các ống dầu tái sinh và đồng nát được thế giới công nhận đã tạo nên một trường phái các nghệ sĩ và nghệ nhân mà những thành viên mới ngày càng phát hiện ra những phương pháp và chủ đề mới.

Jean-Exuvara Jolimeau is one of those artisans. Jolimeau learned his craft from his brother who, like so many others in Croix-des-Bouquets, is a superb independent artisan. Jean-Exuvara Joileau works from 6:00 in the morning to 6:00 at night creating works that exude his love of quality. On his angels and plates, which feature gold leaf applied to the recycled metal, a process taught him by ATA design consultant Frederic Alcantara, you will not find better craftsmanship. There are no rough edges, no sharp points on which you might cut yourself. Even with his primitive tools--iron chisels, hammers, metal brushes and good old-fashioned sandpaper -- Jolimeau creates works of art that sell extremely well in the United States and Europe.

Jolimeau's gold leaf works have become so popular that he has had to train other artisans in the intricate, time-consuming process. And that is what ATA is all about--creating and increasing employment for talented artisans who share their love and craft with the rest of us.



TATYANA PANOVA
Otradniy, Russia

Tatyana Panova lives in Otradniy, a town of 50,000 located two hours from the Russian regional capitol of Samara. A professional chef, Tatyana worked as a cook in one of the main restaurants in the town for 16 years, but health problems forced her to quit her job in the restaurant. Tatyana's husband worked in the oil industry, but he rarely received his wages on time, so the family--including the two

children--could not count on a steady income. Because they needed more income and because Tatyana wanted her children to have an education, she began her own small business. She cooked some small pies, went to the local market, and sold the pies to traders there. Her pies sold well, and she thought she could make a go of it. Then, a few years later, her husband was laid off at the oil refinery. Tatyana's pie business was feeding the family of four. She was working long hours but was always short of money. "Russian women are used to working hard because they feel a strong responsibility for taking care of their children," she says. Then, in the summer of 1999, she was given an opportunity to make her hard work more productive. She heard about FINCA, and decided to join one of FINCA Russia's first groups, "Talisman." She invested her first loan in meat, sugar, and other raw materials and started cooking full lunches to deliver to the market. She engaged a number of permanent clients, who waited patiently every day for her lunches to arrive. With her second loan, Tatyana invested in the raw materials to make pastries--particularly kurniki--a traditional Russian pastry with meat and potatoes inside. She found some cafes who agreed to carry her products, and now sells 200-250 pastries and 40 lunches each day. Her husband has returned to work at the oil refinery, and their son has also found work there. Thanks to her mother's earnings, Tatyana's daughter can now attend the technical college. When she is not studying, she helps Tatyana with her business. Tatyana dreams of buying a new, modern gas stove with her next loan and perhaps purchasing a small car in the future to help her deliver

Jean-Exuvara Jolimeau là một trong những nghệ nhân đó. Jolimeau học nghề từ người anh, cũng như nhiều người khác ở Croix-des-Bouquets, là một nghệ nhân độc lập điều luyện. Jean-Exuvara Jolimeau làm việc từ 6 giờ sáng đến 6 giờ tối để tạo ra những sản phẩm mà tự nó nói lên được anh yêu chất lượng thế nào. Với tác phẩm những thiên thần với những chiếc đĩa, trong đó các lá vàng được dát vào kim loại phế thải, một quy trình mà chuyên gia thiết kế của ATA là Frederic Alcantara đã truyền dạy cho anh, bạn sẽ không thể tìm được ai làm đẹp hơn thế. Tác phẩm không có một cạnh sắc hay mũi nhọn nào có thể không may làm bạn bị đứt tay. Chỉ cần những công cụ hết sức thô sơ của mình như đục sắt, búa, chổi kim loại và giấy ráp -- Jolimeau tạo ra những tác phẩm nghệ thuật bán rất chạy ở Mỹ và châu Âu.

Tác phẩm dát vàng của Jolimeau đã trở nên được yêu thích đến mức anh phải đào tạo các nghệ nhân khác làm những công việc hết sức tỉ mỉ và tỉ mỉ này. Và đây chính là mục đích của ATA - tạo và phát triển việc làm cho những nghệ nhân tài năng mà họ mong muốn chia sẻ tình yêu và tài nghệ của họ với chúng ta.

TATYANA PANOVA

Otradniy, Nga

Tatyana Panova sống ở Otradniy, một thị trấn khoảng 50.000 người cách thủ phủ địa phương Samara của Nga hai giờ xe ô tô. Tatyana là một đầu bếp chuyên nghiệp phục vụ trong một trong những nhà hàng lớn trong thị trấn đã được 16 năm, nhưng do vấn đề sức khỏe chị buộc phải nghỉ việc ở nhà hàng. chồng của Tatyana làm việc trong ngành dầu khí, nhưng rất ít khi nhận được lương đúng

hạn, do vậy gia đình với hai người con không thể trông chờ vào một nguồn thu nhập ổn định. Vì họ cần có thu nhập cao hơn, và vì Tatyana muốn con cái của mình được đi học, chị tiến hành kinh doanh nhỏ. Chị làm bánh nhỏ và mang ra chợ bán cho các cửa hàng bán bánh ở đó. Bánh bán khá chạy, và chị thấy mình có thể tiếp tục công việc này được. Sau đó vài năm, chồng của chị bị sa thải khỏi nhà máy lọc dầu. Công việc kinh doanh bánh của Tatyana đã nuôi cả nhà gồm bốn người. Chị phải làm việc nhiều giờ hơn nhưng vẫn luôn thiếu tiền. Chị nói “phụ nữ Nga quen làm việc chăm chỉ vì họ có trách nhiệm cao trong việc chăm lo cho con cái”. Rồi vào mùa hè năm 1999, chị có một cơ hội để làm cho sự chăm chỉ của mình có được hiệu quả cao hơn. Chị biết tin về FINCA và quyết định gia nhập một trong những nhóm đầu tiên của FINCA ở Nga mang tên "Talisman" (“Bùa hộ mệnh”) Chị đầu tư khoản vay đầu tiên để mua thịt, đường và các nguyên liệu khác để nấu bữa trưa đầy đủ và mang đến chợ. Chị liên hệ với một số khách hàng thường xuyên, những người luôn kiên nhẫn chờ đợi bữa trưa do chị nấu. Với khoản vay thứ hai, Tatyana đầu tư nguyên liệu làm bánh, đặc biệt là loại kurniki - một loại bánh truyền thống của Nga có nhân thịt và khoai tây. Chị liên hệ được một số quán cà phê đồng ý bán bánh của chị, bây giờ mỗi ngày chị bán được 200-250 bánh và 40 suất ăn trưa. Chồng chị lại nhận được việc làm ở nhà máy lọc dầu, và con trai của họ cũng được nhận vào làm việc. Nhờ thu nhập của mẹ, con gái của Tatyana bây giờ đã vào học một trường kỹ thuật. Khi nào rảnh rỗi, em đều giúp mẹ trong công việc kinh doanh. Ước mơ của Tatyana là mua một lò nướng bằng ga mới và hiện đại khi được vay lần tiếp theo, và có thể trong tương lai mua một cái ô tô nhỏ để giúp chị đưa đồ ăn đến

meals to her clients. Of her connection with FINCA, she says, "FINCA does the right thing helping women-they are always the main bread-winners in the family."

LOLA TASUNA

Manila, Philippines



Lola Tasuna's tenement in Manila faces a sidewalk sewage ditch. She and the five people she lives with are squatters.

Like their neighbors, they live in shelters constructed from scrap materials. At 72, Lola should be enjoying a comfortable retirement earned through her life of hard work, but Lola knows she will eat only if she works every day.

Her business is making kerosene lamps, a necessity in a neighborhood where blackouts are frequent. She buys clean jars at 5 cents a jar, paints the lids, adds wicks, and attaches metal handles. She sells them for 10 to 25 cents, depending on the size. With the help of family members, she can make as many as 300 lamps a day, which net \$30.

Life is easier for Lola than it was before she could afford to buy clean jars. Then she had to search through garbage dumps every morning to find jars. She washed them in a bucket of cold water, scraping off the labels and the filth with her fingernails.

Lola's pride in her handiwork and in her ability to earn her livelihood shines out, despite her grim surroundings. She does not feel poor, act poor, or talk poor. In a land with no safety net of social services, Lola knows she is a survivor.

The stories and photographs in the above profiles were provided by ACCION International (<http://www.accion.org> ; photography by Rohanna Mertness), Aid to Artisans (<http://www.aidtoartisans.org>), the Foundation for International Community Assistance (<http://www.finca.org>), and Opportunity International (<http://www.opportunity.org>)

cho khách hàng. Về mối quan hệ của mình với FINCA, chị nói "FINCA đã làm một việc đúng là giúp đỡ phụ nữ - họ luôn là những người kiếm sống chính trong gia đình".

LOLA TASUNA

Manila, Philippines

Khu nhà của Lola Tasuna ở Manila đối diện với công thoát nước bên phố. Bà cùng với năm người khác sống cùng là dân "nhảy dù". Giống hàng xóm của mình, họ sống trong những túp lều được làm từ sắt vụn. Ở tuổi 72, Lola đáng nhẽ phải được hưởng hưu trí đáng hoàng để bù lại cho cả cuộc đời lao động chăm chỉ, nhưng Lola biết bà chỉ có ăn nếu hàng ngày bà làm việc.

Việc kinh doanh của bà là làm đèn dầu, một nhu cầu của khu dân cư thường bị mất điện. Lola mua lọ sạch với giá 5 cent một lọ, sơn lại nắp, cho bắc và lắp tay cầm vào. Bà bán đèn với giá từ 10 đến 25 cent tùy theo cỡ đèn. Được gia đình giúp đỡ, bà có thể làm được 300 đèn một ngày, thu lãi ròng là 30 đô-la.

Cuộc sống đã trở nên dễ chịu hơn đối với Lola, bà đã có thể mua được lọ sạch. Trước kia bà phải tìm ở những thùng rác mỗi buổi sáng. Bà rửa chúng trong xô nước lạnh, bỏ nhãn và cạo vết bẩn bằng móng tay.

Niềm tự hào của Lola đối với việc thủ công của mình và khả năng kiếm sống của họ đã tỏa sáng, mặc dù bà ở trong khu tạm tối. Bà không cảm thấy mình nghèo, hành động như người nghèo hay nói tiếng nói của người nghèo. Ở một nơi không có mạng lưới an sinh xã hội, Lola biết mình là người đã tự được.

Bài và ảnh được cung cấp bởi ACCION International (<http://www.accion.org> ; chụp ảnh: Rohanna Mertness), Hỗ trợ các nghệ nhân (<http://www.aidtoartisans.org>), Quỹ Hỗ trợ Cộng đồng Quốc tế (<http://www.finca.org>), và Cơ hội Quốc tế (<http://www.opportunity.org>)

FACTS AND FIGURES

MICROENTERPRISE QUICK FACTS

- The U.S. government defines "microenterprise" as a firm of 10 or fewer employees (including unpaid family workers) that is owned and operated by someone who is poor.
- The Microenterprise for Self-Reliance Act, passed by the U.S. Congress in 2000, mandates that half of all USAID microenterprise funds go to the very poor, currently defined as those living on less than \$1 a day, or those determined to be in the bottom half of the population living below their country's poverty line.
- The U.S. government strategy for supporting microenterprise development centers on policy and regulatory reforms that support conditions for business development, access to business development services, and delivery of microfinance.
- Firms of five or fewer employees account for half of the nonfarm workforce in Latin America and two-thirds of the nonfarm workforce in Africa.
- In Indonesia, firms with five or fewer employees account for almost half of total manufacturing employment while small firms account for an additional 18 percent.
- In Thailand, micro and small enterprises comprise more than 97 percent of all firms in the manufacturing and trade/service sectors. Micro firms generate 71 percent of total employment in the trade/service sector.
- In Bangladesh, more than 90 percent of the firms engaged in the \$350 million shrimp export business are microbusinesses.
- USAID's average annual funding for microenterprise over the past five years has exceeded \$160 million. This support reached more than 3.7 million microentrepreneurs in fiscal year 2002, more than two-thirds of whom are women.
- In South Africa, 87,000 of the 90,000 firms in the construction sector are micro- and small-scale enterprises.
- According to a study conducted by the Consultative Group to Assist the Poor, a consortium of 29 public and private development agencies: the weekly income of members of El Salvador's FINCA, a microcredit lending institution, increased on average by 145 percent; half of the members of SHARE, a microcredit group in India, brought their incomes above the poverty threshold; and nearly all girls in Grameen Bank-client households in Bangladesh received schooling, contrasted with 60 percent of girls in non-client households.

CON SỐ VÀ SỰ KIẾN

▣ CÁC THÔNG TIN NHANH VỀ DOANH NGHIỆP SIÊU NHỎ

- Chính phủ Hoa Kỳ định nghĩa “doanh nghiệp siêu nhỏ” là một doanh nghiệp với 10 nhân viên trở xuống (kể cả những thành viên trong gia đình làm việc không lương) do người nghèo sở hữu và điều hành.
- Đạo luật Doanh nghiệp Siêu nhỏ, do Quốc hội Hoa Kỳ phê chuẩn năm 2000, qui định rằng một nửa số tiền tài trợ cho doanh nghiệp siêu nhỏ của USAID phải được dành cho những người rất nghèo, hiện nay được định nghĩa là những người sống dưới mức 1 đô-la một ngày, hay những người thuộc nhóm 50% những người nghèo nhất sống dưới mức nghèo khổ của một nước.
- Chiến lược hỗ trợ phát triển doanh nghiệp siêu nhỏ của Chính phủ Hoa Kỳ tập trung vào những cải cách về quản lý và chính sách nhằm tạo điều kiện cho sự phát triển kinh doanh, tiếp cận với những dịch vụ phát triển kinh doanh và cung cấp dịch vụ tài chính siêu nhỏ.
- Các doanh nghiệp có năm nhân viên trở xuống chiếm một nửa lực lượng lao động phi nông nghiệp ở khu vực Mỹ Latinh và hai phần ba lực lượng lao động phi nông nghiệp ở châu Phi.
- Ở Ấn Độ, các doanh nghiệp có từ 5 nhân viên trở xuống chiếm gần một nửa số việc làm trong ngành chế tạo, trong khi các doanh nghiệp nhỏ chiếm thêm 18%.
- Ở Thái Lan, các doanh nghiệp nhỏ và doanh nghiệp siêu nhỏ chiếm hơn 97% tổng số doanh nghiệp trong ngành chế tạo và ngành thương mại/dịch vụ. Các doanh nghiệp siêu nhỏ tạo ra 71% tổng số việc làm trong ngành thương mại/dịch vụ.
- Ở Bangladesh, hơn 90% số doanh nghiệp tham gia kinh doanh xuất khẩu tôm trị giá 350 triệu đô-la là doanh nghiệp siêu nhỏ.
- Mức tài trợ trung bình hàng năm của USAID cho doanh nghiệp siêu nhỏ trong năm năm qua đã vượt hơn 160 triệu đô-la. Số tiền này đã tới được hơn 3,7 triệu doanh nghiệp siêu nhỏ trong năm tài khóa 2002, trong đó hơn hai phần ba là do phụ nữ quản lý.
- Ở Nam Phi, 87.000 doanh nghiệp trong số 90.000 doanh nghiệp trong ngành xây dựng là doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ.
- Theo một nghiên cứu do CGAP (Nhóm Tư vấn Hỗ trợ Người nghèo, một nhóm tư vấn về tài chính siêu nhỏ gồm 29 nhà tài trợ) tiến hành: ở El Salvador, thu nhập hàng tuần của những thành viên của FINCA, một tổ chức cho vay tín dụng siêu nhỏ, đã tăng trung bình 145%: một nửa số thành viên của SHARE, một tổ chức tín dụng vi mô ở Ấn Độ đã thoát khỏi cảnh đói nghèo; và gần như tất cả các bé gái ở các hộ gia đình là khách hàng của Ngân hàng Grameen ở Bangladesh đã được đi học so với chỉ có 60% số bé gái trong các hộ gia đình không phải là khách hàng của ngân hàng được đi học.

- Borrowers of very small loans from institutions providing microenterprise support typically show repayment rates exceeding 95 percent.
- According to Opportunity International, a non-profit humanitarian agency that provides small loans to the poorest of the working poor in 25 developing nations around the world, 96 percent of its 176,147 poor clients in 1999 repaid their loans on time and at market interest rates. It said that 276,886 jobs resulted from these loans.
- In September 2003, The Agha Kan Fund for Economic Development (AKFED) received a banking license for the First MicroFinance Bank (FMFB) in Kabul, Afghanistan. The institution, with an initial capital of \$5 million, will be the first of its kind to be established under the country's new regulatory structure. It will focus on microenterprises and small businesses, particularly underserved populations and those in rural mountainous areas.
- The access to Credit for Southern Iraq (ACSI) program is designed to provide financing to micro, small-, and medium-scale businesses, with a particular focus on women-owned enterprises and firms. Implemented by CHF International, ACSI currently operates in the governorates of Jajiaf, Karbala, Babil, and Baghdad and will soon expand to Basra and Qadisiya. Through January 2004, a total of 1,025 loans had been disbursed totaling \$2.35 million.
- The UN General Assembly designated 2005 as the International Year of Microcredit and has invited governments, the United Nations system, concerned non-governmental organizations, and others from civil society, the private sector, and the media to join in raising the profile and building the capacity of the microcredit and microfinance sectors.

- Những người đi vay những món tiền rất nhỏ từ những tổ chức cung cấp dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp siêu nhỏ thường có tỉ lệ hoàn trả nợ cao hơn 95%.
- Theo tổ chức Opportunity International, một tổ chức nhân đạo phi lợi nhuận chuyên thực hiện các khoản cho vay nhỏ cho những người nghèo nhất trong số những người nghèo đang làm việc ở 25 quốc gia đang phát triển trên khắp thế giới, 96% trong số 176.147 khách hàng nghèo của tổ chức này trong năm 1999 đã hoàn trả số tiền vay đúng thời hạn và với mức lãi suất trên thị trường. Tổ chức này cũng cho biết những khoản tiền cho vay này đã tạo nên 276.886 việc làm mới.
- Tháng 9 năm 2003, Quỹ Agha Khan cho Phát triển Kinh tế (AKFED) đã nhận được giấy phép kinh doanh dịch vụ ngân hàng cho First MicroFinance Bank (FMFB) ở Kabul, Afghanistan. Tổ chức này, với vốn ban đầu là 5 triệu đô-la, sẽ là ngân hàng đầu tiên thuộc loại này được thành lập theo cơ cấu luật pháp mới của nước này. Tổ chức này sẽ tập trung vào các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ, đặc biệt là những người bị thiệt thòi và những người sống ở những vùng nông thôn miền núi xa xôi.
- Chương trình Tín dụng cho miền Nam Iraq (ACSI) được thiết kế để cung cấp tài chính cho những doanh nghiệp vừa, nhỏ và siêu nhỏ, với trọng tâm là các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ. Được thực thi bởi CHF International, ACSI hiện đang hoạt động ở các khu tự trị Jajiaf, Karbalah, Babil, và Baghdad và sắp tới sẽ được mở rộng đến Basra và Qadissiya. Tính đến tháng 1 năm 2004, đã có tổng số 1.025 khoản cho vay đã được giải ngân với tổng số tiền là 2,35 triệu đô-la.
- Đại hội đồng Liên Hợp Quốc đã coi năm 2005 là Năm Quốc tế về Tín dụng Siêu nhỏ, và kêu gọi các chính phủ, hệ thống Liên Hợp Quốc, các tổ chức phi chính phủ có quan tâm, và những tổ chức xã hội khác, khu vực tư nhân và giới thông tấn báo chí cùng hợp tác để nâng cao tuyên truyền và xây dựng năng lực cho khu vực tài chính siêu nhỏ và tín dụng siêu nhỏ.

USAID MICROENTERPRISE FUNDING BY COUNTRY AND REGION 2002

(Thousands of dollars)

TÀI TRỢ DOANH NGHIỆP VI MÔ CỦA USAID THEO QUỐC GIA VÀ VÙNG LÃNH THỔ NĂM 2002

(ngàn đô-la)

Vùng	Nước	Tài chính vi mô	Chính sách tài chính	Các dịch vụ phát triển kinh doanh	Môi trường thuận lợi/ chính sách	Tổng
CHÂU PHI	Benin	900	100	973		1.973
	DR Congo	1.187				1.187
	Eritrea	600		300		900
	Ethiopia	200		1.281		1.481
	Ghana	294		2.947		3.241
	Guinea			953		953
	Kenya	101	280	1.725	200	2.306
	Malawi	541				541
	Mali	796		718		1.514
	Mozambique			3.264		3.264
	Namibia			95		95
	Nigeria	3.300				3.300
	Senegal	3.236		1.224		4.460
	South Africa	1.298	300	1.225		2.823
	Tanzania			1.993	550	2.544
	Uganda	882		750		1.632
	Zambia			886	135	1.021
Zimbabwe	1.300		500		1.800	
Tổng		14.636	680	18.834	885	35.035

Vùng	Nước	Tài chính vi mô	Chính sách tài chính	Các dịch vụ phát triển kinh doanh	Môi trường thuận lợi/ chính sách	Tổng
CHÂU Á	Bangladesh	344		1.400		1.744
	India		1.300			1.300
	Indonesia	334	636	200	714	1.884
	Mongolia	1.300		820		2.120
	Nepal		600			600
	Philippines	3.798	447	389		4.634
	Vietnam	350				350
Tổng		6.726	2.383	2.809	714	12.632
ĐÔNG ÂU	Azerbaijan	3.714		1.930		5.644
	Bosnia	750				750
	Bulgaria	2.710				2.710
	Croatia	864				864
	Eastern Europe Region	500				500
	Kazakhstan	2.007	7		1.318	3.332
	Kosovo	692				692
	Kyrgyzstan	2.206	116		480	2.802
	Macedonia	0				0
	Moldova	1.528				1.528
	Poland	31				31
	Romania	959				959
	Russia	5.852	1.800			7.652
	Tajikistan	1.735	279		200	2.214
	Turkmenistan				520	520
	Ukraine	1.949			4.090	1.500
Uzbekistan	2.820	205			3.025	
Tổng		28.319	2.407	6.540	3.498	40.763

Vùng	Nước	Tài chính vi mô	Chính sách tài chính	Các dịch vụ phát triển kinh doanh	Môi trường thuận lợi/ chính sách	Tổng
MỸ LATINH	Bolivia	1.750		750		2.500
	Brazil	750				750
	Dominican Repub-	0				0
	Ecuador	4.347	145			4.492
	El Salvador	1.976	704	4.500		7.180
	Guatemala	801		1.700		2.501
	Guyana				1.600	1.600
	Haiti	3.000				3.000
	Honduras	251		581		832
	Jamaica	1.000		500		1.500
	Mexico	2.900	600			3.500
	Nicaragua	1.400				1.400
	Peru	4.094		9.300		13.394
	Trinidad	97				97
Tổng		22.365	1.449	17.331	1.600	42.745
CẬN ĐÔNG	Egypt	21.000				21.000
	Jordan	3.150				3.150
	Morocco	696				696
	West Bank /Gaza	650				650
Tổng		25.496	0	0	0	25.496
CÁC NƯỚC KHÁC		11.931	38	1.182	38	13.188
TỔNG SỐ		109.472	6.956	46.696	6.735	169.859

Nguồn: Báo cáo Kết quả Doanh nghiệp vi mô của USAID năm 2002

TÀI LIỆU THAM KHẢO

SÁCH BÁO VỀ DOANH NGHIỆP VI MÔ

Allderdice, April and John H. Rogers. *Renewable Energy for microenterprise*. Golden, CO: National Renewable Energy Laboratory. NREL/BK-500-26188. November 2000.

http://www.nrel.gov/villagepower/vpconference/vp2000/handbooks/microenterprise_handbook.pdf

Burjorjee, Deena M., Rani Deshpande, and C. Jean Weidemann. *Supporting Women's Livelihoods: Microfinance that Works for the Majority — a Guide for Best Practices*. New York: United Nations Capital Development Fund, Special Unit for Microfinance. January 2002.

http://www.unCDF.org/english/microfinance/reports/thematic_papers/gender/supporting/

Cheston, Susy and Lisa Kuhn. *Empowering Women Through Microfinance*. Washington, DC: Microcredit Summit Campaign. January 2002.

<http://www.microcreditsummit.org/papers/empowerintro.htm>

Cohen, Monique. *Making Microfinance More Client-Led*. Journal of International Development, Vol. 14, No. 3, April 2002, pp. 335-350.

Crane, Christopher A. *Overcoming the "Poverty of Dignity" with Microfinance*. Washington, DC: InterAction, Monday Developments, April 14, 2003.

<http://www.opportunity.org/press/mediacoverage/Interaction-%20Mon%20Devel%20Article.pdf>

Espenhahn, Sarah & Gil Wilkins. *Powering Development, The World Today*, Vol. 58, No. 3, March 2002, pp. 22-24. *The Global Development Alliance: Expanding the Impact of Foreign Assistance Through Public-Private Alliances*. Washington, DC: U.S. Agency for International Development. 2003.

http://www.usaid.gov/our_work/global_partnerships/gda/pnact008compliant.pdf

Larson, Dave. *Microfinance Following Conflict Technical Briefs*. Bethesda, MD: Microenterprise Best Practices, Development Alternatives, Inc. September 2001.

http://www.usaidmicro.org/pdfs/mbp/microfinance_following_conflict_main_brief.pdf

Linking the poor to Opportunity: the Microenterprise Development Initiative, Microenterprise Results Reporting for 2001. Report. Washington, DC: U.S. Agency for International Development. March 2003.

<http://www.usaidmicro.org/new/MRR2001Report.pdf>

Linking the Poor to Opportunity: the Microenterprise Development Initiative, Microenterprise Results Reporting for 2001. Annex. Washington, DC: U.S. Agency for International Development. March 2003

http://www.usaidmicro.org/new/Annexes_MRR2001.pdf

Littlefield, Elizabeth, Jonathan Morduch and Syed Hashemi. *Is Microfinance an Effective Strategy to Reach the Millennium Development Goals? Focus Note No. 24*. Washington DC: Consultative Group to Assist the Poorest. 2003.

http://www.cgap.org/assets/images/FOCUS24_MDGs.pdf

Microenterprise Development: USAID's Program Has Met Some Goals; Annual Reporting Has Limitations. Washington, DC: United States General Accounting Office. GAO-04-171. November

2003. <http://www.gao.gov/new.items/d04171.pdf>

Prahalad, C.K. and Allen Hammond. *What Works: Serving the Poor Profitably, a Private Sector Strategy for Global Digital Opportunity*. Washington, DC: World Resources Institute. 2002.

http://www.digitaldividend.org/pdf/serving_profitably.pdf

Robinson, Marguerite. *The Microfinance Revolution, Volume 1: Sustainable Finance for the Poor*. Washington DC: The World Bank. 2001.

Sebstad, Jennefer and Monique Cohen. *Microfinance, Risk Management, and Poverty*. Washington, DC: AIMS, Management Systems International. March 2000.

http://www.mip.org/pdfs/aims/wdr_report.pdf

Smith, Julie A. *Solar-Based Rural Electrification and Microenterprise Development in Latin America: a Gender Analysis*. Golden, CO: National Renewable Energy Laboratory. NREL/SR-550-28995. November 2000.

<http://www.nrel.gov/docs/fy01osti/28995.pdf>

Snodgrass, Donald R. and Jennefer Sebstad. *Clients in Context: the Impacts of Microfinance in Three Countries*. Washington DC: AIMS, Management Systems Internaional; U.S. Agency for International Development. January 2002. <http://www.microfinancegateway.org/content/article/detail/3262>

Stephens, Blaine. *Benchmarking Arab Microfinance*. Washington, DC: The Microfinance Information eXchange. December 2003. http://www.microfinancegateway.org/files/14260_ArabBenchmarkingReport.pdf

Van Bastelaer, Thierry. *Imperfect Information, Social Capital and the Poor's Access to Credit*. Working Paper No. 234. College Park, MD: Center for Institutional Reform and the Informal Sector. February 2000. <http://www.gdrc.org/icm/sk-and-mf.pdf>

Yunus, Muhammad. *Poverty Alleviation: Is Economics Any Help? Lessons From the Grameen Bank Experience*. Journal of International Affairs, Vol. 52, No. 1. Fall 1998.

CÁC TRANG WEB VỀ DOANH NGHIỆP VI MÔ

CHÍNH PHỦ MỸ

U.S. Agency for International Development - Microenterprise
<http://www.usaidmicro.org>

CÁC TỔ CHỨC QUỐC TẾ

African Development Bank
<http://www.afdb.org/>

Asian Development Bank
<http://www.adb.org/microfinance/default.asp>

The Consultative Group to Assist the Poorest
<http://www.cgap.org/about/microfinance.html>

European Bank for Reconstruction and Development
<http://www.edrb.com/country/sector/fi/index.htm>

Inter-American Development Bank
<http://www.iadb.org/exr/topics/micro.htm>

International Finance Corporation
<http://www2.ifc.org/sme/>

International Labor Organization - Business Development Services
<http://oracle02.ilo.org/dyn/bds/bdssearch.home>

United Nations Capital Development Fund
<http://www.unctf.org/english/microfinance/index.html>

World Bank - Rural, Micro Finance & Small Business Development
<http://wbin0018.worldbank.org/networks/fpsi/rmfsme.nsf/>

THÔNG TIN-TƯ LIỆU VỀ DOANH NGHIỆP VI MÔ

Glossary of Terms from ACCION International
http://www.accion.org/micro_glossary.asp

Microcredit Summit Campaign
<http://www.microcreditsummit.org/>

Microfinance Network
<http://www.bellanet.org/partners/mfn/>

MicroRate - a Rating Agency for Microfinance
<http://www.microrate.com/>

The MixMarket - Global Information Exchange for the Microfinance Industry
<http://www.mixmarket.org/>

Small Enterprise Education and Promotion Network
<http://www.seepnetwork.org/>

Virtual Library on Microcredit
<http://www.gdrc.org/icm/>

VÍ DỤ VỀ CÁC DOANH NGHIỆP VI MÔ VÀ CÁC TỔ CHỨC CÓ LIÊN QUAN

ACCION International http://www.accion.org/default.asp	Grameen http://www.grameen.com/
Aid to Artisans http://www.aidtoartisans.org/	Katalysis http://www.katalysis.org/index.html
Appropriate Technologies for Enterprise Creation (ApproTEC) http://www.approtec.org/index.shtml	Microfinance Centre for Central and Eastern Europe and Newly Independent States http://www.mfc.org.pl/
Center for Institutional Reform and the Informal Sector http://www.iris.umd.edu/default.asp	MicroSave-Africa http://www.microsave-africa.com/
Counterpart International, Inc. http://counterpart.org/programs/edevpt	Opportunity International http://www.opportunity.org/
Development Alternatives, Inc. http://www.dai.com/practice_areas/fbe/mse-finance.htm	South Pacific Business Development Foundation http://www.spbd.ws/spbdteam.asp
Foundation for International Community Assistance (FINCA) http://villagebanking.org/home.php3	Trickle Up http://www.trickleup.org/index.asp
Fund for Support of Microentrepreneurship (FORA) http://www.forafund.ru/?pagelid=31	

TRIỂN VỌNG KINH TẾ

Tạp chí Điện tử của Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ

Tập 9, Số 1, tháng 2/2004

Chịu trách nhiệm xuất bản

Judith Siegel

Tổng biên tập

Jonathan Schaffer

Thư ký tòa soạn

Andrzej Zwaniecki

Phó tổng biên tập

Wayne Hall

Christian Larson

Cộng tác viên

Berta Gomez

Linda Johnson

Alyson McFarland

Kathryn McConnell

Bruce Odessey

Harriet Rusin

Phụ trách mỹ thuật

Sylvia Scott

Thiết kế trang bìa

Thaddeus Miksinski

Ban biên tập

James Bullock

George Clack

Judith Siegel

Văn phòng các Chương trình Thông tin Quốc tế, Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ cung cấp các sản phẩm và dịch vụ giải thích về chính sách, xã hội và các giá trị của Mỹ. Văn phòng xuất bản năm tạp chí điện tử nghiên cứu những vấn đề cốt lõi mà hiện nay nước Mỹ và cộng đồng quốc tế đang phải đối mặt. Từ báo này gồm năm chủ đề (Triển vọng kinh tế, Những vấn đề toàn cầu, Những vấn đề về dân chủ, Chương trình nghị sự chính sách đối ngoại Mỹ, Xã hội và các giá trị Mỹ), cung cấp các thông tin phân tích bình luận và cơ bản về các lĩnh vực chủ đề.

Tất cả các số đều được xuất bản bằng tiếng Anh, tiếng Pháp, tiếng Bồ Đào Nha và tiếng Tây Ban Nha và những số chọn lọc còn được xuất bản bằng tiếng Ả-rập và tiếng Nga. Những số bằng tiếng Anh xuất bản cách nhau khoảng một tháng. Các số dịch sang tiếng khác xuất bản sau số tiếng Anh từ 2 đến 4 tuần.

Các ý kiến nêu trên các tờ báo không nhất thiết phản ánh quan điểm hoặc chính sách của chính phủ Mỹ. Bộ Ngoại giao Mỹ không chịu trách nhiệm về nội dung và khả năng truy cập thường xuyên đến các Websites kết nối với các báo, trách nhiệm đó hoàn toàn thuộc về các nhà quản trị các Websites này. Các bài báo có thể được dịch và đăng lại ở nước ngoài trừ các bài có yêu cầu xin phép bản quyền.

Các số báo hiện hành hoặc số cũ có thể tìm thấy trên trang chủ của Phòng các Chương trình thông tin quốc tế trên mạng World Wide Web theo địa chỉ: <http://usinfo.state.gov/journals/journals.htm>. Các bài báo được lưu dưới nhiều dạng khác nhau để tiện xem trực tuyến, truyền tải xuống và in ra.

Các ý kiến đóng góp xin gửi đến Đại sứ quán Mỹ hoặc gửi đến toà soạn địa chỉ:

Editor, Economic Perspectives

IIP/T/GIC

U.S. Department of State

301 4th Street, S.W.

Washington, DC 20547

United States of America

E-mail: ejecon@pd.state.gov



Trung tâm Thông tin - Tư liệu

Phòng Thông tin - Văn hóa

Đại sứ quán Hợp chủng quốc Hoa Kỳ

Tầng 3, Rose Garden Tower, 6 Ngọc Khánh, Hà Nội

Tel: (844) 831-4580 – Fax: (844) 831-4601 – Email: irchanoi@state.gov

<http://vietnam.usembassy.gov>