

BÌNH ĐẲNG GIỚI TRONG CÁC QUẢNG CÁO TUYỂN DỤNG TRÊN BÁO IN

(Được xem xét mở rộng trên hệ thống thông tin thị trường lao động)



Mục lục

Mục lục	2
Danh mục bảng.....	3
Danh mục biểu	3
I. MỞ ĐẦU	4
1. Bối cảnh	4
2. Mục tiêu nghiên cứu	5
3. Khung lý thuyết và một số khái niệm cơ bản:	5
4. Phương pháp nghiên cứu và giới hạn nghiên cứu:	9
a) Phương pháp nghiên cứu:	9
b) Phương pháp chọn mẫu	10
c) Giới hạn nghiên cứu:	11
II. NHỮNG PHÁT HIỆN CHÍNH.....	12
a) Tìm kiếm thông tin tuyển dụng lao động trên báo in, và các phương tiện thông tin đại chúng khác chỉ là cách thức tìm việc làm của một bộ phận nhỏ người lao động cũng như của lao động nữ. Mạng lưới xã hội là một bộ phận của HTTTTTLĐ không chính thức có vai trò to lớn trong việc tìm kiếm việc làm của người lao động ở Việt nam, trong đó có lao động nữ.	13
b) Đặc điểm của thông tin tuyển dụng trên báo in qua kết quả khảo sát:.....	14
c) Bình đẳng giới qua quảng cáo tuyển dụng trên báo in và HTTTTTLĐ không chính thức:	17
3. Tình hình Hệ thống thông tin thị trường lao động chính thức và các vấn đề đặt ra	23
III. KẾT LUẬN	25
Tài liệu tham khảo	27
Phụ lục	28

Danh mục bảng

Bảng 1: Cách thức tìm việc của người lao động	13
Bảng 2: Chênh lệch thu nhập giới theo trình độ chuyên môn	22
Bảng 3: Bất bình đẳng giới trong lĩnh vực lao động, việc làm.....	28

Danh mục biểu

Biểu 1: Cầu lao động chủ yếu trên báo in.....	14
Biểu 2: Không định kiến giới - không đề cập đến giới qua vị trí tuyển dụng theo năm... 16	
Biểu 3: Các chỉ báo bất bình đẳng giới về lao động-việc làm	21

I. MỞ ĐẦU

1. Bối cảnh

Viện Nghiên cứu Xã hội, Kinh tế và Môi trường (iSEE) là một cơ quan nghiên cứu độc lập được Bộ Khoa học và Công nghệ cấp giấy phép hoạt động số A60 ngày 17 tháng 7 năm 2007. iSEE tập trung nghiên cứu về các vấn đề mà các nhóm người thiểu số hoặc yếu thế gặp phải. Kết quả nghiên cứu được dùng cho việc vận động chính sách, nâng cao nhận thức của công chúng cũng như hỗ trợ cộng đồng bảo vệ quyền lợi của mình tốt hơn.

Phụ nữ là một trong các nhóm yếu thế mà iSEE quan tâm và hiện đang phải chịu sự phân biệt đối xử dựa trên giới ở nhiều lĩnh vực của cuộc sống. Lao động và việc làm là một lĩnh vực quan trọng, chiếm một khoảng thời gian lớn trong cuộc đời một người phụ nữ, cũng như mang lại thu nhập cho phụ nữ, góp phần cải thiện địa vị của họ. Luật Lao động, Luật Bình đẳng giới đều đã quy định phụ nữ và nam giới bình đẳng trong lĩnh vực lao động và việc làm. Tuy nhiên, trên thực tế sự thực lại khác. Phụ nữ vẫn còn bị đối xử bất bình đẳng so với nam giới, thể hiện trên việc mức lương thấp hơn, phụ nữ tập trung ở nhiều ngành nghề có mức lương thấp hơn so với nam giới, ít nắm giữ các cương vị lãnh đạo... Nhiều nghiên cứu đã được tiến hành để tìm hiểu thực trạng của lao động nữ ở Việt Nam, tuy nhiên vẫn chưa có các nghiên cứu tìm hiểu xem quảng cáo việc làm đóng góp vai trò thế nào trong thực trạng bất bình đẳng giữa phụ nữ và nam giới trong lĩnh vực lao động việc làm hiện nay.

Bài viết này dựa trên cơ sở nghiên cứu phối hợp giữa Viện nghiên cứu về xã hội, kinh tế và môi trường (iSEE) và khoa Xã hội học, Học viện Báo chí và Tuyên truyền. Đây là nghiên cứu trường hợp trên một số báo in nhằm xem xét vấn đề giới trong các quảng cáo tuyển dụng, từ đó đánh giá cơ hội việc làm do các nhà tuyển dụng đưa ra đối với nam giới và nữ giới, cũng như phân tích quan điểm trên của các tác giả báo cáo Đánh giá Giới Việt nam 2006 như một giả thiết cần kiểm định.

Kỹ thuật phân tích tài liệu được áp dụng với 500 quảng cáo tuyển dụng được lựa chọn trong năm 2004, 2006 và quý 1+2 năm 2008 từ các báo Thanh niên, Tiền phong, Tuổi trẻ, Lao động và Vietnamnews. Nhóm nghiên cứu đã xây dựng báo cáo dựa trên những kết quả nghiên cứu định tính và định lượng khá tin cậy, cũng như nêu lên những khía cạnh về bình đẳng giới rất đáng quan tâm¹.

Trong bài viết này, chúng tôi mong muốn mở rộng việc xem xét vấn đề bình đẳng giới trên hệ thống thông tin thị trường lao động, mà thông tin tuyển dụng trên báo in là một bộ phận cấu thành, dưới tác động của các nhân tố như thể chế kinh tế và xã hội, các yếu tố kinh tế và thị trường lao động, các yếu tố xã hội, văn hóa... Bên cạnh dữ liệu của nghiên cứu trên, chúng tôi cũng sử dụng các kết quả nghiên cứu có liên quan đến bình đẳng giới, thị trường lao động... đã được công bố và cập nhật. Khung lý thuyết và một số luận điểm trong bài viết này được xây dựng nhằm gợi mở cho một nghiên cứu chuyên đề sâu rộng và toàn diện về bình đẳng giới trên hệ thống thông tin thị trường lao động Việt nam, cũng như trên lĩnh vực lao động, việc làm.

2. Mục tiêu nghiên cứu

- a) Xây dựng một khung phân tích để có thể phân tích được việc phân biệt đối xử dựa trên giới của các quảng cáo tuyển dụng;
- b) Phân tích được các yếu tố ảnh hưởng đến thông điệp truyền thông trong các quảng cáo tuyển dụng cũng như tác động lên bình đẳng giới của các thông điệp này;
- c) Phân tích được sự thay đổi của các thông điệp này qua các năm từ 2004, 2006 và 2008.
- d) Đưa ra các khuyến nghị có giá trị

3. Khung lý thuyết và một số khái niệm cơ bản:

Việc xem xét bình đẳng giới qua quảng cáo tuyển dụng trên báo in có thể đặt trong khuôn khổ chung của HTTTTTLĐ, mà quảng cáo trên báo chỉ là một bộ phận cấu thành.

Khi phân tích tác động của HTTTTTLĐ đến vấn đề bình đẳng giới trong QHLĐ, cần đặt nó trong bối cảnh của các diễn biến kinh tế vĩ mô và thị trường lao động, các thể chế kinh tế và xã hội có liên quan, cũng như các yếu tố xã hội và văn hóa khác. Khung lý thuyết ở dưới thể hiện mối quan hệ tương tác giữa các yếu tố này. Cấu trúc của mỗi loại yếu tố cũng biểu hiện trong mỗi bloc. Các nhân tố có thể tác động tương tác lẫn nhau một cách phức hợp, nhưng trong phạm vi nghiên cứu chỉ xem xét chiều tác động của các nhân tố này đến HTTTTTLĐ. Chẳng hạn chiến lược tăng trưởng kinh tế bằng mọi giá, có khả năng tạo nhiều việc làm tại các đô thị, tạo khoảng cách phát triển lớn giữa NT-ĐT. Vì thế hình thành động lực thu hút lao động NT, trong đó có LĐ nữ di cư ra thành thị tìm kiếm việc làm. Chiến lược lấy khu vực KTNN làm chủ đạo có hiệu quả kinh tế thấp, cũng như ít tạo ra việc làm. Điều đó làm cho các khu vực KT khác có ít nguồn lực đầu tư và tạo việc làm. Do đó chiến lược này có tác động hạn chế cầu lao động, trong đó có LĐ nữ.

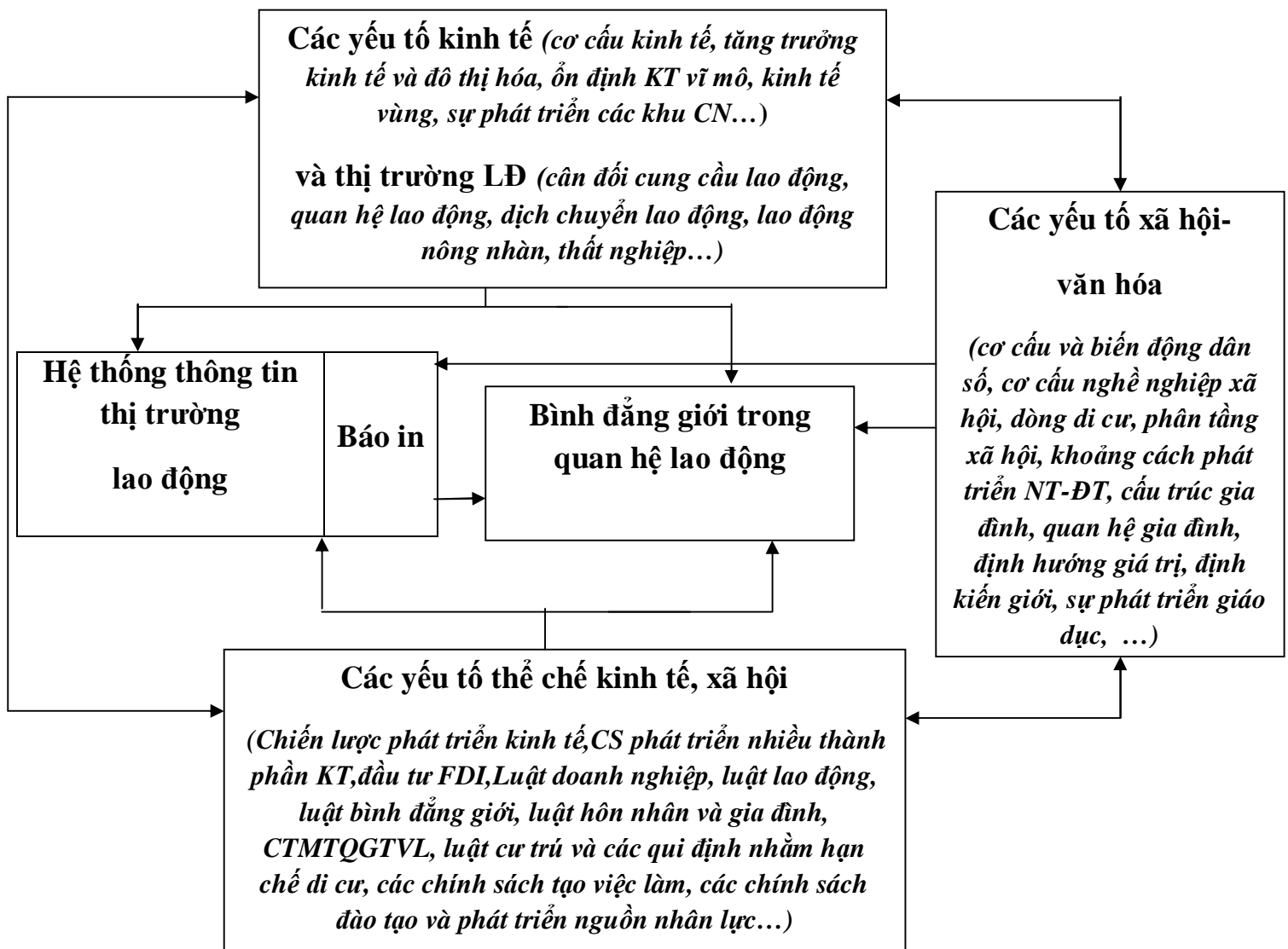
Những thể chế kinh tế như trên tác động đến cung cầu thị trường lao động và tác động gián tiếp đến bình đẳng giới trên thị trường lao động. Các chính sách dịch chuyển lao động, tín dụng, tự do hóa đất đai cho phép chuyển vốn vào lĩnh vực khác như giáo dục làm tăng khả năng, cơ hội tiếp cận việc làm bình đẳng giới, trong đó cơ hội giáo dục là tiền đề cho cơ hội việc làm bình đẳng, tín dụng làm tăng khả năng di cư và tìm việc làm. Kinh nghiệm về giải quyết việc làm trong các năm 2000-2004 cho thấy: chủ trương, biện pháp phát triển kinh tế-xã hội đã có tác động giải quyết việc làm cho 73,83% tổng số lao động được giải quyết việc làm trong cả nước, chương trình cho vay tạo việc làm giải quyết được 22,37% và chương trình xuất khẩu lao động đã đưa 3,80% người đi làm việc ở nước ngoài².

Các thể chế tác động trực tiếp đến bình đẳng giới là các Luật bình đẳng giới, chương X – những qui định riêng của lao động nữ, Luật lao động... Các chính sách ưu đãi lao động nữ như nghỉ thai sản, nghỉ con ốm, nghỉ nuôi con dưới 12 tháng... một mặt bảo vệ lao động nữ, nhưng mặt khác có thể làm giới sử dụng lao động phân biệt đối xử khi tuyển dụng lao động vì làm tăng chi phí lao động. Các thể chế TTLĐ, hệ thống quan hệ lao động và cơ chế đối thoại và thương lượng chưa hoàn chỉnh thường làm cho LĐ nữ yếu thế trong các HĐLĐ, trong tranh chấp LĐ, trong thi hành luật LĐ và qui định có liên quan, trong việc giảm bớt khoảng cách lương giữa nam và nữ...

Những yếu tố kinh tế như cơ cấu kinh tế, sự tăng trưởng kinh tế, sự ổn định kinh tế vĩ mô, sự phân bố kinh tế vùng và thị trường lao động ...có tác động mạnh mẽ tới thông tin thị trường lao động cũng như bình đẳng giới trên TTLĐ. Cơ cấu kinh tế thiên về các ngành thâm dụng lao động, sử dụng nhiều lao động nữ, sẽ có nhu cầu tuyển dụng cao và sẽ ưu tiên tuyển dụng LĐ nữ bởi những ưu thế tự nhiên của họ. Sự phân bố kinh tế vùng tập trung vào các tỉnh vùng kinh tế trọng điểm phía Nam và phía Bắc. Điều đó có thể dẫn tới sự di chuyển lao động mạnh, sự thiếu hụt nhu cầu lao động mùa vụ, sau Tết chẵn hạn và các ưu tiên tuyển dụng và giữ gìn lực lượng lao động sẽ được đưa ra, trong đó có sự bình đẳng giới. Tình trạng cung cầu thị trường lao động có tác động trực tiếp và mạnh mẽ đến tuyển dụng và bình đẳng giới trong tuyển dụng lao động. Khi biến động kinh tế năm 2009 làm thu hẹp TTLĐ và nhiều lao động nam nữ bị lâm vào tình trạng thất nghiệp. Một bộ phận lớn lao động đã trở về nông thôn và không quay lại nơi làm cũ, khi kinh tế 2010 đã có dấu hiệu phục hồi và nhiều doanh nghiệp thiếu lực lượng lao động trầm trọng, dù có đưa ra nhiều ưu đãi trong tuyển dụng, đặc biệt đối với lao động nữ trong các ngành thâm dụng lao động. Đặc điểm thất nghiệp tập trung vào giới trẻ và bộ phận có trình độ chuyên môn ngày càng tăng, làm cho cạnh tranh lao động tăng lên trên các phân khúc của thị trường lao động và có thể ảnh hưởng đến bình đẳng giới trong tuyển dụng lao động.

Các nhân tố xã hội văn hóa như cơ cấu dân số, dòng di cư, cơ cấu nghề nghiệp xã hội, phân tầng xã hội, khoảng cách phát triển NT-ĐT, các định hướng giá trị, định kiến giới, các hoạt động truyền thông về bình đẳng giới, về các luật bình đẳng giới..... có các tác động trực tiếp hay gián tiếp đến thị trường lao động, bình đẳng giới, cũng như các thông điệp về giới trong thông tin tuyển dụng lao động. Chẳng hạn, cơ cấu dân số Việt nam trong giai đoạn vừa qua đang tiến tới cơ cấu dân số vàng, nghĩa là tỷ lệ dân số trong độ tuổi lao động tăng nhanh, trong khi tỷ lệ phụ thuộc giảm xuống. Điều đó làm tăng cung lao động, trong đó có lao động nữ và nếu không có chính sách kinh tế định hướng tạo việc làm, thì có nhiều khả năng tăng tỷ lệ thất nghiệp, cũng như làm cho cơ hội việc làm của lao động nữ và bình đẳng giới (do sự cạnh tranh lao động) trong lĩnh vực này có thể giảm đi.

Khung lý thuyết:



Bình đẳng giới:

Bình đẳng giới có thể được xem là sự bình đẳng về luật pháp, về cơ hội (bao gồm cả sự bình đẳng trong thù lao cho công việc và tiếp cận đến các nguồn vốn con người và các nguồn lực sản xuất khác cho phép mở ra các cơ hội này) và bình đẳng về tiếng nói (khả năng tác động và đóng góp cho quá trình phát triển).

Hệ thống thông tin thị trường lao động chính thức và không chính thức (HTTTTTLĐ):

Hệ thống thông tin thị trường lao động (HTTTTTLĐ) là một tập hợp các tổ chức, các quy trình, bộ máy được thiết kế nhằm tập hợp, xử lý, lưu trữ, truy cập và phổ biến thông tin thị trường lao động.

Mục đích của HTTTTTLĐ là :

- Xây dựng những chính sách công
- Ra quyết định về chính sách
- Điều chỉnh về thị trường lao động
- Phân phối hiệu quả nguồn lực lao động
- Cải thiện việc lựa chọn giáo dục và thị trường lao động
- Giảm xung đột, chi phí trong thị trường lao động
- Tăng tính minh bạch, tăng năng suất và công bằng xã hội

HTTTTTLĐ chính thức (Xem sơ đồ phụ lục 1) bao gồm 5 khối lớn: khối 1 là các chi nhánh sản xuất thông tin (TCTK, BLĐT BXH, BGD&ĐT, Sở LĐTBXH, TLĐLĐVN, Phòng TM&CNVN). Khối 2 là khối đầu vào được cung cấp bởi các tổ chức tương ứng ở khối 1 (Các cuộc tổng điều tra dân số, lực lượng lao động, doanh nghiệp; Các cuộc điều tra về cung, cầu lao động; các thông tin cập nhật về hộ gia đình, về doanh nghiệp, về các cơ sở đào tạo, các báo cáo hành chính và nghiên cứu chuyên đề). Khối 3 là Trung tâm tích hợp thông tin thị trường lao động có nhiệm vụ thu thập, xử lý, phân tích và cung cấp thông tin TTLĐ. Khối 4 là khối đầu ra tiếp nhận các thông tin từ Trung tâm tích hợp thông tin TTLĐ (cơ sở thông tin cho các chính sách, kế hoạch TTLĐ, phát triển KTXH các cấp; hồ sơ về TTLĐ, dữ liệu về cung cầu LĐ, về đào tạo, các dịch vụ cho người LĐ, người sử dụng LĐ, quản lý hệ thống trung tâm dịch vụ việc làm, các báo cáo nghiên cứu,

đào tạo cán bộ các TTDVVL). Khối 5 là *người sử dụng* các đầu ra bao gồm BLĐTBXH, các tổ chức hoạch định chính sách, các TTDVVL.

Hệ thống TTTTLĐ còn bao gồm hệ thống thông tin không chính thức. Hệ thống TTTTLĐ không chính thức thường là tổ chức (báo, Web, tổ chức môi giới việc làm) đóng vai trò là trung tâm tích hợp thông tin về người tìm việc và về cơ sở sử dụng lao động, có thể tổ chức kết nối giao dịch trực tiếp hay gián tiếp giữa bên cung và bên cầu lao động và có thu phí (xem sơ đồ phụ lục 2).

HTTTTLĐ không chính thức có thể sử dụng phổ biến ở các vùng đô thị, nơi tập trung nhiều cơ hội việc làm, hoặc nông thôn-nơi các phương tiện truy cập internet chưa thực sự phổ biến. Khi HTTTTLĐ chính thức còn yếu kém, thiếu kết nối và tình trạng phổ biến về chia cắt, cắt cứ thông tin giữa các vùng miền, doanh nghiệp, tổ chức, khi loại hình doanh nghiệp nhỏ là phổ biến, đặc biệt trong lĩnh vực dịch vụ ...thì những hệ thống thông tin không chính thức còn có vai trò quan trọng nhất định. HTTTTLĐ không chính thức cũng thích hợp với lứa tuổi thanh niên, có trình độ học vấn và chuyên môn nhất định, những người dễ tiếp cận các phương tiện thông tin hiện đại như internet, nhưng đang có tỷ lệ thất nghiệp cao.

Khi HTTTTLĐ được tổ chức tốt, thông tin được phổ cập rộng rãi, tiếp cận dễ dàng và minh bạch tới các tổ chức, mọi người lao động, trong đó có phụ nữ thì họ có cơ hội lựa chọn việc làm có chất lượng, phù hợp với năng lực và điều kiện của mình. Các giới quản lý và hoạch định chính sách có cơ sở điều chỉnh tốt hơn các chính sách làm giàu vốn con người, cân đối quan hệ cung cầu trên thị trường lao động, điều chỉnh các quan hệ lao động, lồng ghép giới vào các chính sách. Điều đó thúc đẩy quá trình bình đẳng giới (về cơ hội) ở Việt nam và có tác động lan tỏa nhất định đến việc gia tăng tiếng nói, tham gia chính trị của phụ nữ.

4. Phương pháp nghiên cứu và giới hạn nghiên cứu:

a) Phương pháp nghiên cứu:

Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích tài liệu (phân tích nội dung) các quảng cáo tuyển dụng được đăng tải trên các tờ báo in: Báo Thanh niên, báo Tuổi trẻ, báo Tiền phong, báo Lao động, báo Vietnamnews. Các quảng cáo tuyển dụng được thu thập vào năm 2004; 2006 và 2 quý đầu năm 2008.

Đây là những tờ báo có lượng đăng tải các thông tin về tuyển dụng tương đối lớn, uy tín, có độ tin cậy cao. Nhóm công chúng mà hầu hết những tờ báo này hướng tới là nhóm thanh niên - lực lượng lao động lớn trong nhóm tuổi lao động hiện nay.

Những tờ báo được chọn vào mẫu nghiên cứu là những tờ báo phổ biến trên cả nước, đặc biệt là ở 2 thành phố lớn Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh – nơi tập trung đông dân cư, nhiều cơ quan, doanh nghiệp...do đó cần nhiều lực lượng lao động. Trong đó, Báo Tiền phong, Báo Lao động được nhóm công chúng ở Hà Nội đón đọc nhiều hơn. Ngược lại, Báo Thanh niên (số phát hành mỗi ngày khoảng hơn 300.000 bản) và Tuổi trẻ (khoảng 450.000 bản được phát hành mỗi ngày) được ưa chuộng hơn ở thành phố Hồ Chí Minh. Đây là 2 đô thị tập trung đông dân cư, nhiều cơ quan, doanh nghiệp...do đó cần nhiều lực lượng lao động.

Báo Vietnamnews là tờ báo bằng tiếng Anh. Đây là tờ báo mà các công ty, tổ chức nước ngoài đăng tải các thông tin về tuyển dụng khá nhiều. Nhóm công chúng mà tờ báo này hướng tới cũng là nhóm có trình độ học vấn cao, tương đối thành thạo về tiếng Anh. Hiện nay, nhóm thanh niên tỏ ra ưu trội hơn về hai tiêu chuẩn vừa có trình độ học vấn cao, vừa thông thạo ngoại ngữ.

Trong nghiên cứu này phân tích nội dung được áp dụng bằng cả phương pháp phân tích định lượng và định tính. Bộ mã hóa được xây dựng và sử dụng phần mềm hỗ trợ phân tích định lượng SPSS 13.0. **Bng SPSS 13.0. sử dụng SPSS 13.0. sử dụng phần mềm hỗ trợ phân tích định lượng** thao ngo. Kết quả phân tích định lượng được giải thích và minh họa bởi dữ liệu định tính.

b) Phương pháp chọn mẫu

Nghiên cứu thực hiện với ấn phẩm Thanh Niên (nhật báo - tiếng Việt), Tuổi trẻ ngày, Lao động ngày , Vietnamnews hàng ngày và Vietnamnews chủ nhật

Nghiên cứu tiến hành chọn mẫu theo phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên hệ thống dựa trên tổng thể vị trí tuyển dụng của từng báo với công thức $k = N/n$ (trong đó, k là khoảng cách lấy mẫu; N là tổng thể; n là cỡ mẫu). Đơn vị lấy mẫu là vị trí tuyển dụng.

Các trường hợp quảng cáo tuyển dụng trùng nhau, có thể trùng nhau trong 1 báo trong một vài ngày liên tiếp hoặc trùng nhau trên các báo trong mẫu nghiên cứu thì chỉ lựa chọn 1 quảng cáo.

c) Giới hạn nghiên cứu:

Do các điều kiện về thời gian, kinh phí... nên nghiên cứu này có nhiều giới hạn về phạm vi nghiên cứu. Hạn chế đầu tiên của nghiên cứu là không xem xét những thông tin tuyển dụng trên báo in, cũng như trên các phương tiện thông tin đại chúng khác như một bộ phận cấu thành của hệ thống thông tin TTLĐ (chính thức và không chính thức). Trong HTTTTTLĐ không chính thức, các trang Web việc làm (thị trường tuyển dụng trực tuyến) trong bối cảnh có trên 20 triệu người Việt nam đang sử dụng internet, cũng có vai trò lớn trong quảng cáo tuyển dụng lao động. Trang Web việc làm lớn nhất VietnamWorks có hơn 244 ngàn hồ sơ ứng viên và 4.000 việc làm mới hàng tháng và trên năm mươi ngàn người truy cập mỗi ngày.

Hộp 1: Thống kê Vietnamwork

VietnamWorks hiện có:

- Hơn 57.000 người truy cập mỗi ngày
- Hơn 4.000 việc làm mới mỗi tháng
- Hơn 244.000 hồ sơ Ứng viên trong Ngân Hàng Hồ Sơ

Nguồn: VietnamWorks – hành trình 8 năm. www. VietnamWorks.com

Nghiên cứu cũng chưa chú ý đầy đủ đến các yếu tố (thể chế KTXH, kinh tế và TTLĐ, các yếu tố xã hội, văn hóa) tác động đến bình đẳng giới trong quan hệ lao động nói chung cũng như thông qua các thông tin tuyển dụng lao động nói riêng.

Hạn chế của nghiên cứu này còn là không nghiên cứu thông tin tìm việc của người lao động nam và nữ để so sánh trên khía cạnh bình đẳng giới, cũng như không đánh giá tác động của thông tin lên người đọc quảng cáo tuyển dụng, kết quả tuyển dụng trên báo in, cũng như thực tế về bình đẳng giới qua nghiên cứu mối quan hệ giữa người sử dụng lao động và người lao động tại các tổ chức tuyển dụng đăng quảng cáo.

Nghiên cứu cũng không khảo sát quá trình biên tập tin quảng cáo tuyển dụng-như trách nhiệm của nhà báo, có liên quan như thế nào về bình đẳng giới.

Vì thế người viết báo cáo này có nghiên cứu bổ xung về HTTTTTLĐ chính thức và về quá trình đăng tuyển lao động trên báo.

II. NHỮNG PHÁT HIỆN CHÍNH.

1. **Đặc điểm và vai trò của HTTTTLĐ không chính thức** (trong đó có đặc điểm thông tin tuyển dụng lao động trong báo in):

TTTLĐ kém có thể làm thị trường lao động không linh hoạt. TTLĐ không linh hoạt dẫn đến chi phí lao động cao, cản trở tăng sản lượng DN, cũng như hạn chế sự lựa chọn các chi phí SX chính. Điều đó lại dẫn tới cầu LĐ của Doanh nghiệp và cầu TTLĐ suy giảm.

Qui trình đăng tuyển lao động trên báo in thường là bộ phận cần tuyển nhân sự làm văn bản đề nghị bộ phận nhân sự doanh nghiệp. Bộ phận này lên nhu cầu tuyển dụng của doanh nghiệp và trình giám đốc nhân sự hay giám đốc doanh nghiệp để ra quyết định tuyển dụng (số lượng, vị trí tuyển dụng). Bộ phận nhân sự sẽ soạn nội dung tuyển dụng gửi đăng báo hay phương tiện truyền thông khác.

Theo cán bộ phụ trách quảng cáo có kinh nghiệm của các báo, trường hợp người biên tập sửa đổi lại nội dung đăng quảng cáo tuyển dụng là rất ít (chủ yếu là những trường hợp không hợp lý về tiền lương hoặc điều kiện làm việc, hay cảm thấy việc đăng tuyển dụng có thể là hành vi lừa đảo). Có một vài cán bộ quảng cáo của báo không nắm rõ các loại văn bản pháp lý về bình đẳng giới. Như vậy về cơ bản, thông điệp quảng cáo tuyển dụng phản ánh nhu cầu nhân sự của doanh nghiệp, trong đó có quan điểm giới trong tuyển dụng lao động của doanh nghiệp.

Quảng cáo tuyển dụng trên báo in thường có doanh thu chiếm khoảng 7-10% doanh thu quảng cáo nói chung và với báo mạng, tỷ lệ tương ứng là 5-7%.

Theo cán bộ phụ trách quảng cáo của báo: trước đây, thường các doanh nghiệp đăng tuyển lao động trên báo in hay đài phát thanh, truyền hình. Từ khoảng 2007, với sự phát triển của internet, việc tuyển dụng trực tuyến ngày càng trở nên phổ biến, nhưng thường dành cho người thành thị. Tại nông thôn, báo in và đài phát thanh, truyền hình địa phương vẫn có vai trò quan trọng trong quảng cáo tuyển dụng. Một xu hướng mới là các doanh nghiệp tuyển dụng nhân sự cấp cao qua các công ty tuyển dụng chuyên nghiệp.

- a) Tìm kiếm hướng mới là các doanh nghiệp tuyển dụng nhân sự cá phương tiện thông tin đại chúng khác chỉ là cách thức tìm việc làm của một bộ phận nhỏ người lao động cũng như của lao động nữ. Mạng lưới xã hội là một bộ phận của HTTTTTLĐ không chính thức có vai trò to lớn trong việc tìm kiếm việc làm của người lao động ở Việt nam, trong đó có lao động nữ.

Hình thức giao dịch về lao động trên báo in là một bộ phận nhỏ của hình thức giao dịch gián tiếp (thông qua các tổ chức môi giới bao gồm giao dịch chính thức và phi chính thức) trên thị trường lao động (trong khi toàn bộ các hình thức giao dịch gián tiếp chỉ chiếm khoảng 20% hình thức giao dịch lao động trên thị trường).

Một nghiên cứu của Quĩ châu Á và TLĐLĐVN năm 2002 cho biết chỉ có 3,6% lao động nữ (trong tổng số 900 lao động nữ được phỏng vấn) tìm việc qua báo, đài, TV, gần một nửa tìm việc dựa vào kênh thông tin không chính thức thuộc mạng lưới xã hội của họ như bạn bè, người thân, gia đình. Doanh nghiệp trực tiếp tuyển dụng chỉ chiếm 37,0%. Nguồn thông tin chính thức tìm việc làm chưa được tổ chức tèt³.

Theo cuộc điều tra lao động, việc làm 2009 của TCTK, tỷ lệ người tìm việc làm qua quảng cáo tuyển dụng chỉ chiếm 5,7% trong tổng số người tìm việc làm toàn quốc và người lao động thành thị tìm việc qua cách này cao hơn nông thôn đôi chút (7,3% và 4,3%). Cách thức tìm việc làm cao nhất là qua mạng lưới xã hội của người tìm việc (bạn bè, người thân): một nửa số người tìm việc (50,9%). Cách thứ hai là nộp đơn trực tiếp vào doanh nghiệp tuyển dụng-một phần ba (33,2%). Các tổ chức môi giới việc làm đứng thứ tư trong cách thức tìm việc, nhưng tỷ lệ cũng khá nhỏ bé 5,3%, xấp xỉ cách tìm việc qua thông tin quảng cáo tuyển dụng từ truyền thông- đứng thứ ba trong cách thức tìm việc, với tỷ lệ-5,7%. Lao động nữ có hai cách thức tìm việc phổ biến nhất giống như nam là mạng lưới xã hội (51,9%) và qua tuyển dụng trực tiếp của doanh nghiệp, nhất là tại các khu công nghiệp (35,5%). Cả ba cách thức tìm việc còn lại của nữ đều có tỷ lệ rất thấp: thông báo tuyển dụng qua phương tiện truyền thông chỉ chiếm 4,4%, qua tổ chức môi giới: 2,7% và tự quảng cáo tìm việc-0,6% (có 1 và 4,3%). Cách thức tìm việc làm cao nhất là qua mạng lưới xã hội của người tìm việc. Đáng lưu ý là phần lớn lao động, trong đó có lao động nữ, không có trình độ chuyên môn, không có chứng chỉ nghề dài hạn đều tìm việc thông qua mạng lưới xã hội⁴. Điều đó đặt ra câu hỏi là HTTTTTLĐ chính thức có thể giải quyết vấn đề này như thế nào?

Bảng 1: Cách thức tìm việc của người lao động

	Nộp đơn	Qua bạn, bè/	Liên hệ/tư vấn	Quảng cáo	Thông báo
--	---------	--------------	----------------	-----------	-----------

	xin việc	người thân	cơ sở dịch vụ việc làm	tìm việc	tuyển người trên phương tiện TT đại chúng
Nam	31,4	50,1	7,4	0,4	6,8
Nữ	35,5	51,9	2,7	0,6	4,4
Thành thị	34,7	45,1	6,2	0,7	7,3
Nông thôn	31,8	56,2	4,4	0,3	4,3
Cả nước	33,2	50,9	5,3	0,5	5,7

Nguồn: GSO, Điều tra lao động việc làm 2009, www.gso.gov.vn.

Nghiên cứu Bình đẳng giới ở Việt nam 2008 của VKHXHVN cho biết chỉ có 1% lao động nữ và 0,4% lao động nam làm công ăn lương, tìm việc qua các phương tiện thông tin đại chúng⁵.

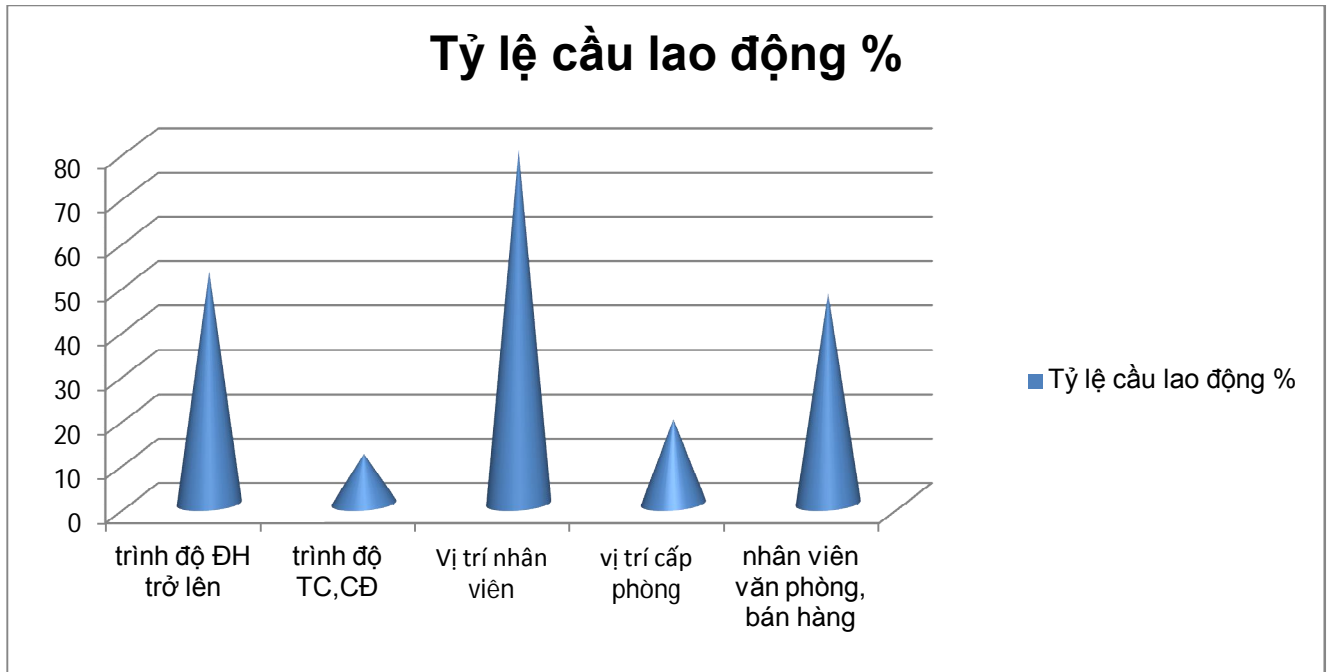
Điều tra di cư Việt nam 2004 do TCTK và Quỹ dân số LHQ tiến hành cũng cho thấy mạng lưới xã hội của người di cư đã giúp tìm việc làm cho 44,0% phụ nữ di cư⁶.

Những dữ liệu trên cho thấy thị trường lao động Việt nam còn ở giai đoạn sơ khai và HTTTTTLD không chính thức hoạt động là chủ yếu.

b) Đặc điểm của thông tin tuyển dụng trên báo in qua kết quả khảo sát:

Cầu tuyển dụng trên báo in chủ yếu là lao động có trình độ chuyên môn đại học trở lên (52,3%) , TC, CD (11,2%). Về vị trí tuyển dụng: nhân viên chiếm 79,6%, lãnh đạo cấp phòng trở lên: 19,0%. Về loại nghề: nhân viên văn phòng, bán hàng, đại lý BH (47,4%). Đây là phân khúc thị trường dịch vụ và các nhân viên, cán bộ quản lý có trình độ chuyên môn ở khu vực tư nhân và có vốn đầu tư nước ngoài.

Biểu 1: Cầu lao động chủ yếu trên báo in



41,8% vị trí làm việc có yêu cầu ngành học cụ thể. Trong đó, 17,8% về kinh tế, 14,0% kỹ thuật, 6,2% xã hội. Một phần ba vị trí có yêu cầu trình độ ngoại ngữ, tin học VP thành thạo. 54,8% yêu cầu về kinh nghiệm. 40,2% có các yêu cầu về đi công tác, áp lực việc làm, làm việc độc lập..., 22,3% yêu cầu kỹ năng giao tiếp.

Không có cầu tuyển dụng công nhân đáng kể (3,4%). Khu vực kinh tế không chính thức chiếm tỷ trọng việc làm lớn tại các đô thị, lại ít có thông tin tuyển dụng trên báo in. Lao động nông thôn di cư lên đô thị không tìm kiếm thông tin trên báo in, bởi thông tin tuyển dụng trên loại truyền thông này ở các phân khúc thị phần việc làm của họ (công nhân khu CN, khu vực KTKCT) không mấy khi xuất hiện. Khu vực kinh tế không chính thức tạo ra khoảng một phần tư số việc làm chính của toàn quốc với gần một nửa số việc làm phi nông nghiệp trong khu vực kinh tế phi chính thức. Theo Cling và các cộng sự (2010), trong năm 2007, số lượng việc làm tạo ra bởi khu vực kinh tế phi chính thức là 11 triệu trong tổng số 46 triệu việc làm được tạo ra trên cả nước. Trong số đó, 43% việc làm được tạo ra trong các ngành công nghiệp chế biến và xây dựng, tiếp đến là ngành thương mại (31%) và dịch vụ (26%)⁷.

Do vậy không có phản ánh về bình đẳng giới từ thông tin tuyển dụng các phân khúc thị trường lao động công nhân khu công nghiệp và khu vực kinh tế không chính thức trên báo in.

Cơ quan tuyển dụng chủ yếu là khu vực ngoài nhà nước. Các tổ chức nhà nước chỉ chiếm 7,8% thông tin tuyển dụng. Các công ty TNHH trong nước chiếm tỷ lệ cao nhất 28,2%,

thứ hai là các công ty có vốn nước ngoài-21,2%. Một phần ba thông tin tuyển dụng không xác định được loại tổ chức sử dụng lao động. Các cá nhân chỉ chiếm tỷ lệ quảng cáo tuyển dụng thấp 4,6%. Các NGO có tỷ lệ tuyển dụng 4,2%.

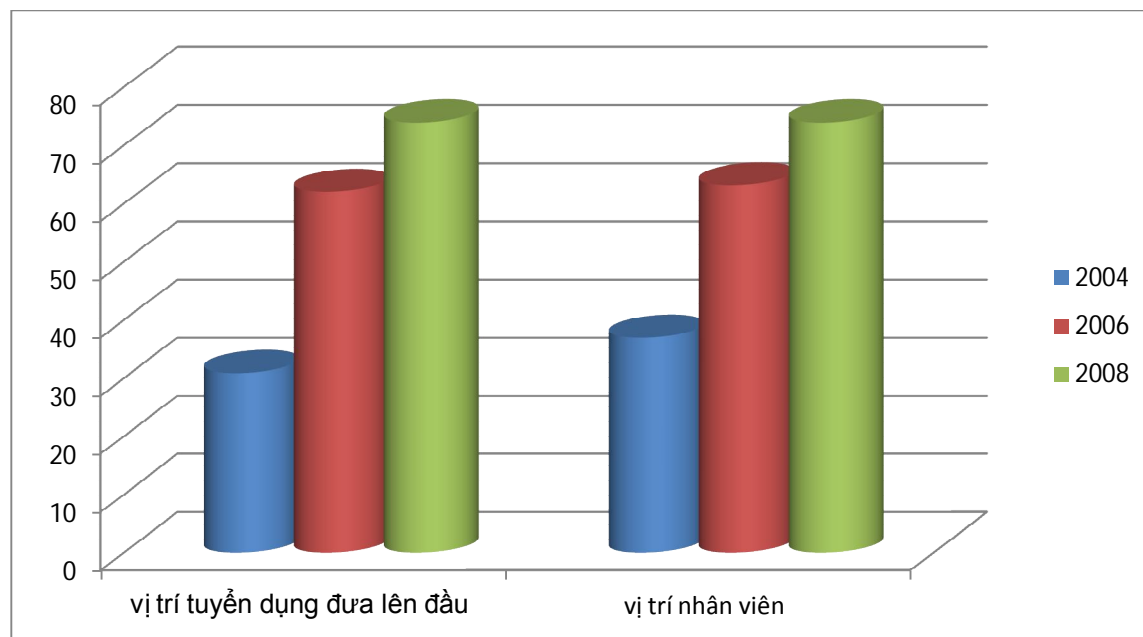
Hai báo Tuổi trẻ và Lao động có tỷ lệ quảng cáo vị trí tuyển dụng kèm chỉ định giới cao hơn hẳn ba loại báo còn lại. Báo Việt nam News có tỷ lệ tương ứng thấp nhất.

Một nửa trường hợp quảng cáo không xác định được địa bàn làm việc, phần lớn trường hợp còn lại thuộc địa bàn đô thị, trong đó hơn một phần ba là các đô thị loại đặc biệt.

Số trường hợp phiếu nhập có thông tin năm quảng cáo thấp, chỉ chiếm 45% trên tổng số trường hợp khảo sát, nên quá trình phân tích thông tin gặp những khó khăn nhất định về độ tin cậy thống kê.

Về cơ bản, không có sự khác biệt đáng kể nào về việc không có phân biệt giới giữa các năm quảng cáo tuyển dụng. Sự khác biệt về quảng cáo tuyển dụng theo các năm 2004, 2006, 2008 trên báo in chỉ có ở một vài đặc điểm sau:

Biểu 2: Không định kiến giới - không đề cập đến giới qua vị trí tuyển dụng theo năm



Xu hướng không đề cập đến giới ngày càng tăng trong các trường hợp của vị trí tuyển dụng đầu tiên, hay vị trí là nhân viên (được xem như các chỉ số về định kiến giới: vị trí tuyển dụng đầu tiên –quan trọng, là nam, hay vị trí nhân viên dành cho nữ), ngoài ra phần lớn trường hợp còn lại là dành cho cả 2 giới.

Đa số quảng cáo tuyển dụng không đề cập đến ngoại hình và có xu hướng tăng nhẹ theo các năm, lần lượt là 87,7%, 96,8% và 93,9%. Trường hợp đề cập đến hình thức ưa nhìn rất thấp và giảm xuống 0: 6,2% năm 2004, 2,1% năm 2006 và 0% năm 2008.

Xu hướng yêu cầu có kinh nghiệm tăng lên theo năm, lần lượt là 46,3%, 60,2% và 62,0%.

Vị trí tuyển dụng là nhân viên có xu hướng giảm theo năm: 80,2%, 80,0% và 66,0%. Ngược lại tuyển dụng cán bộ quản lý cấp phòng tăng lần lượt theo năm: 17,3%, 16,8% và 28,0%.

c) Bình đẳng giới qua quảng cáo tuyển dụng trên báo in và HTTTTTLĐ không chính thức:

Phần lớn quảng cáo tuyển dụng trên báo in không đề cập đến yêu cầu giới tính của ứng viên cho vị trí tuyển dụng hoặc là dành cho cả hai giới. 67,8% quảng cáo tuyển dụng không đề cập đến yêu cầu giới tính. 11,6% vị trí dành cho cả hai giới. Chỉ có tỷ lệ nhỏ vị trí tuyển dụng yêu cầu giới, nhưng không chênh lệch đáng kể: 12,4% cho nam và 8,2% cho nữ. Xu hướng không đề cập đến giới theo vị trí tuyển dụng đầu tiên hay vị trí là nhân viên-biểu hiện không định kiến giới, tăng theo các năm (xem biểu đồ 1).

Trong một số trường hợp yêu cầu cụ thể về giới cho vị trí tuyển dụng thì yêu cầu đối với nam có vẻ khắt khe hơn. 62,9% trường hợp, yêu cầu riêng đối với nam, đòi hỏi phải có trình độ ĐH trở lên, so với nữ chỉ tương ứng là một nửa (51,2%). Trong những trường hợp yêu cầu về kinh nghiệm làm việc, có chỉ định giới thì đối với nam cao hơn nữ (11,3% so với 1,8% so với tổng mẫu khảo sát). Về tỷ lệ yêu cầu đào tạo đúng chuyên ngành, đối với nam (16,8%) cao hơn nữ (5,6%) hay yêu cầu về thành thạo tin học văn phòng đối với nam cũng cao hơn nữ (13,1% và 7,4%). Không có chênh lệch đáng kể đối với các yêu cầu về mức độ thành thạo ngoại ngữ (nam 6,3% và nữ 6,9%), kỹ năng giao tiếp (nam 7,8% và nữ 8,6%). Không có định kiến giới về mức lương khởi điểm hay mức lương chính thức, mức độ bằng cấp đạt được như xuất sắc, khá (đại đa số trường hợp không đề cập đến giới, nên không thể hiện phân biệt giới).

Các điều kiện ưu tiên tuyển dụng phần lớn là kinh nghiệm làm việc. Trong số các vị trí có điều kiện ưu tiên tuyển dụng (35,1% toàn mẫu khảo sát) thì một nửa (52,0%) là ưu tiên kinh nghiệm, ngoại ngữ giữ vị trí ưu tiên thứ hai (13,0%), bằng cấp là 7% và ưu tiên giới là không đáng kể, chỉ chiếm 2%.

Số trường hợp vị trí tuyển dụng có yêu cầu về ngoại hình chiếm tỷ lệ nhỏ trong quảng cáo tuyển dụng, yêu cầu riêng đối với nữ có tỷ lệ còn thấp hơn. 7,4% vị trí tuyển dụng có

yêu cầu về hình thức. Những yêu cầu này bao gồm khỏe mạnh, ưa nhìn, xinh đẹp, đẹp trai... 5,8% yêu cầu tuyển dụng có hình thức ưa nhìn, bao gồm cả nam lẫn nữ và yêu cầu riêng nữ cũng chỉ là 2,0%. 2,2% trường hợp yêu cầu nữ có chiều cao 1,50m-1,58m. Đối với một số vị trí tuyển dụng thuộc “bộ mặt” của các doanh nghiệp, cơ quan (như tiếp xúc khách hàng, lễ tân...), việc cần những ứng viên nam nữ có “ngoại hình ưa nhìn” là điều có thể hiểu được. Các cán bộ phụ trách quảng cáo của một vài tờ báo cho biết có qui định nội bộ không đăng quảng cáo cho những nghề nhạy cảm như mat xa, karaoke... và trong thực tế những cơ sở này có cách tuyển nhân viên riêng, không đăng nhu cầu tuyển dụng trên báo.

Lý do khác về phân biệt giới trong quảng cáo tuyển dụng trên báo in:

Các yêu cầu có tính phân biệt đối xử giới liên quan đến kết hôn chỉ chiếm 0,4%, liên quan đến sinh con không có.

Đa số vị trí tuyển dụng là lãnh đạo cấp phòng trở lên, không đề cập đến giới. Yêu cầu tuyển dụng là nam chiếm 13,0%, nữ là 4,0% trong tổng số vị trí lãnh đạo cấp này. Tuy nhiên, số tuyệt đối nhỏ, tương ứng là 13 với nam và 4 với nữ nên không đủ độ tin cậy thống kê để phân tích.

Số vị trí tuyển dụng yêu cầu về độ tuổi đối với nữ ít hơn nam nhiều, (19 trường hợp nữ so với 44 nam) và chiếm tỷ lệ tương ứng thấp so với tổng số trường hợp tuyển dụng.

Như vậy trong quảng cáo tuyển dụng trên báo in, không phát hiện những bằng chứng rõ rệt về phân biệt giới.

Điều đó cũng phù hợp với đánh giá của một lãnh đạo Cục việc làm, BLĐTBXH : “Nhiều doanh nghiệp đã thực hiện công bằng trong đăng tuyển lao động, tuy nhiên quy định ưu tiên tuyển lao động nữ hiện nay vẫn còn mang tính hình thức, thường được áp dụng đối với các doanh nghiệp đặc thù, phù hợp với lao động nữ. Các doanh nghiệp ngành dệt may, thủy sản... tuyển số lượng lao động nữ nhiều hơn nam, nhưng, đây không phải là sự ưu tiên tuyển lao động nữ mà đây là do nhu cầu công việc và ở những ngành này yêu cầu về trình độ tay nghề không cao, hơn nữa phát huy được những thế mạnh của lao động nữ như: cần cù, tỉ mỉ, khéo tay.”⁸. Một số công trình nghiên cứu cho biết đa số người lao động nhận thấy có cơ hội bình đẳng về giới trong việc làm ở tổ chức/doanh nghiệp của họ. Một nghiên cứu của TLĐLĐVN và Quĩ Châu Á năm 2002, phỏng vấn 900 công nhân nữ và 100 cán bộ công đoàn và người sử dụng lao động, tại 4 thành phố và trung tâm công nghiệp lớn: Hà nội TPHCM, Đà Nẵng, Bình dương cho biết: “Về cơ bản, trong hai

ngành dệt may, da giày, việc tuyển dụng lao động nam và nữ có sự bình đẳng tương đối. Đa số doanh nghiệp không có biểu hiện bất bình đẳng trong công tác tuyển dụng lao động”³. Nghiên cứu của VKHXHVN 2008: “Bình đẳng giới ở Việt nam” cho biết đa số người được hỏi (61,7%) cho rằng tại nơi họ làm việc cơ hội tuyển dụng là như nhau đối với nam và nữ, một phần tư cho rằng nam nhiều cơ hội hơn nữ và 11,2% có ý kiến ngược lại. Theo những người được hỏi, vấn đề cơ hội việc làm nhiều hơn của nam so với nữ có những nguyên nhân chính về thể lực, độ thành thạo máy móc và chức năng sinh đẻ của phụ nữ, chứ không phải về năng lực hay học vấn⁵.

Những yếu tố nào có ảnh hưởng đến vấn đề bình đẳng giới trong quảng cáo tuyển dụng.

Mấn đề bình đẳng giới trong quảng cáo tuyển dụng. có những Vì thế bình đẳng giới trong quảng cáo tuyển dụng. có những nguyên nhân chính về thể lực, độ thành thạo máy móc và chức Đithề bình đẳng giới trong quCộng dân nh đẳng giới trong quảng cáo tuyển i mặt chính trị, kinh tế, văn hoá, xã hội và gia đình. Nghiêm cấm mọi hành vi phân biệt đối xử với phụ nữ, xúc phạm nhân phẩm phụ nữ. Lao động nữ và nam việc làm như nhau thì tiền lương ngang nhau. Lao động nữ có quyền hưởng chế độ thai sản. Phụ nữ là viên chức Nhà nước và người làm công ăn lương có quyền nghỉ trước và sau khi sinh đẻ mà vẫn hưởng lương, phụ cấp theo quy định của pháp luật. Khog dân nh đẳng giới trong quảng cáo tuyển i mặt chính trị, kinh tế, văn hoá, xã hội và gia đình. Nghiêm cấm mọi hành nghề và nâng cao trình độ nghề nghiệp, không bị phân biệt đối xử về giới tính, dân tộc, thành phần xã hội, tín ngưỡng, tôn giáo”. Điog dân nh đẳng giới trong quảng cáo tuyển i mặt chính trị, kinh tế, văn hoá, xã hội và gia đình. Nghiêm cKhog dân nh đẳng “Nhà nước đảm bảo quyền làm việc cho phụ nữ bình đẳng về mọi mặt với nam giới...”...Khoản 1 Điều 111 Bộ luật Lao động: Người sử dụng lao động phải thực hiện nguyên tắc bình đẳng nam nữ về tuyển dụng, sử dụng, nâng bậc lương và trả công lao động Khoản 1 điều 111 Bộ luật Lao động và Điều 9, NĐ số 23/CP ngày 18/4/1996 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Bộ luật Lao động về những quy định riêng đối với lao động nữ: Nghiêm cấm người sử dụng lao động có hành vi phân biệt đối xử với phụ nữ, xúc phạm danh dự và nhân phẩm phụ nữ, như: Cấm ban hành quy định không có lợi hơn những quy định của pháp luật cho người lao động nữ; Cấm những hành vi làm hạn chế khả năng được tiếp nhận lao động nữ vào làm việc; Cấm mạt sát, đánh đập... xúc phạm đến danh dự và nhân phẩm của người lao động nữ trong khi làm việc.

Hai là các doanh nghiệp tuyển dụng nhân sự chủ yếu trên cơ sở đáp ứng yêu cầu vị trí công việc. Vì thế nên phần lớn các thông điệp tuyển dụng không đề cập đến giới hay cho cả 2 giới. Trong các điều kiện ưu tiên tuyển dụng, phần lớn là kinh nghiệm làm việc,

công cụ ngoại ngữ, trình độ chuyên môn: bằng cấp. Do cầu lao động được quảng cáo trên báo in chủ yếu là phân khúc của lao động có trình độ đại học, có trình độ chuyên môn, nhân viên văn phòng... nên về cơ bản, lao động nữ có thể có cơ hội cạnh tranh ngang bằng hơn so với nam. Vì thế hầu như không phổ biến phân biệt giới trên quảng cáo tuyển dụng ở các báo in. Chẳng hạn trên tờ Vietnam News, đa số (88,0%) trường hợp quảng cáo tuyển dụng-dành cho những người có trình độ chuyên môn và ngoại ngữ, không đề cập đến giới. Trong các điều kiện ưu tiên tuyển dụng, phần lớn l

Ba là nếu trong trường hợp, người sử dụng lao động tính toán về chi phí - lợi ích khi sử dụng lao động nữ, thì họ có thể lựa chọn các ứng viên nam trong khâu cuối cùng của quá trình tuyển dụng, mà không vi phạm pháp luật, hay có qui định bất thành văn đối với lao động nữ là không được sinh con trong vòng 2,3 năm từ khi bắt đầu ký hợp đồng lao động. Một số tính toán đơn giản cho thấy lao động nữ có thể suy giảm năng suất lao động khi mang thai và nuôi con nhỏ trong khoảng 2 năm, mà vẫn phải trả lương và các chế độ BHXH khác theo qui định của luật lao động. Một báo cáo của cán bộ quản lý Cục việc làm, BLĐTBXH nhận xét rằng “*MDTBXH nhanh nghiệp chưa có sự đối xử công bằng trong tuyển dụng lao động, chưa tạo điều kiện cho lao động nữ có cơ hội được làm việc vì lý do sức khỏe và thai sản như: một số doanh nghiệp đặt điều kiện vào doanh nghiệp sau 2 năm mh nghiệp chưa có sự đối xử công hân thì sau 2 năm mới được sinh con...*”⁸.

Dù các quảng cáo tuyển dụng trên báo không chứa đựng sự phân biệt giới, nhưng bất bình đẳng giới trong thị trường lao động vẫn đang tồn tại.

2. Bất bình đẳng giới trên thị trường lao động

Báo cáo Đánh giá tình hình Giới ở Việt Nam, tháng 12/2006 của WB, ADB, DFID và CIDA nhận định rằng: “*Việt Nam là một trong những nước dẫn đầu thế giới về tỷ lệ phụ nữ tham gia các hoạt động kinh tế, là một trong những nước tiến bộ hàng đầu về bình đẳng giới, ... là quốc gia đạt được sự thay đổi nhanh chóng nhất về xóa bỏ khoảng cách giới trong 20 năm qua ở khu vực Đông Á*”.

Tuy nhiên tình trạng bất bình đẳng giới trong lĩnh vực lao động, việc làm ở Việt nam vẫn còn lớn, biểu hiện qua chất lượng việc làm, tình trạng thiếu việc làm hay thất nghiệp, qua chất lượng nguồn lực con người.

Năm 2009, tỷ lệ tham gia lực lượng lao động của nữ thấp hơn nam đáng kể (70,4% so với 79,0%). Sự khác biệt giới đó tập trung ở vùng Đông nam bộ và ĐBSCL, do tỷ lệ phụ nữ ở các vùng này ở nhà làm nội trợ cao⁴.

Đáng lưu ý là tỷ lệ gia tăng nam và nữ thanh niên (15-19 tuổi) tham gia lực lượng lao động trong khoảng 2007-2009 (nam tăng từ 38,0% lên 43,9%, nữ từ 36,2% lên 43,6%)⁹. Điều đó cho thấy một phần lớn thanh niên đã phải bỏ học sớm, tham gia lao động giúp đỡ gia đình và tạo ra nguy cơ về chất lượng nguồn nhân lực ngày càng thấp đối với giới trẻ - một „nút thắt“ đối với quá trình phát triển theo hướng CNH-HĐH và thúc đẩy bình đẳng giới về cơ hội.

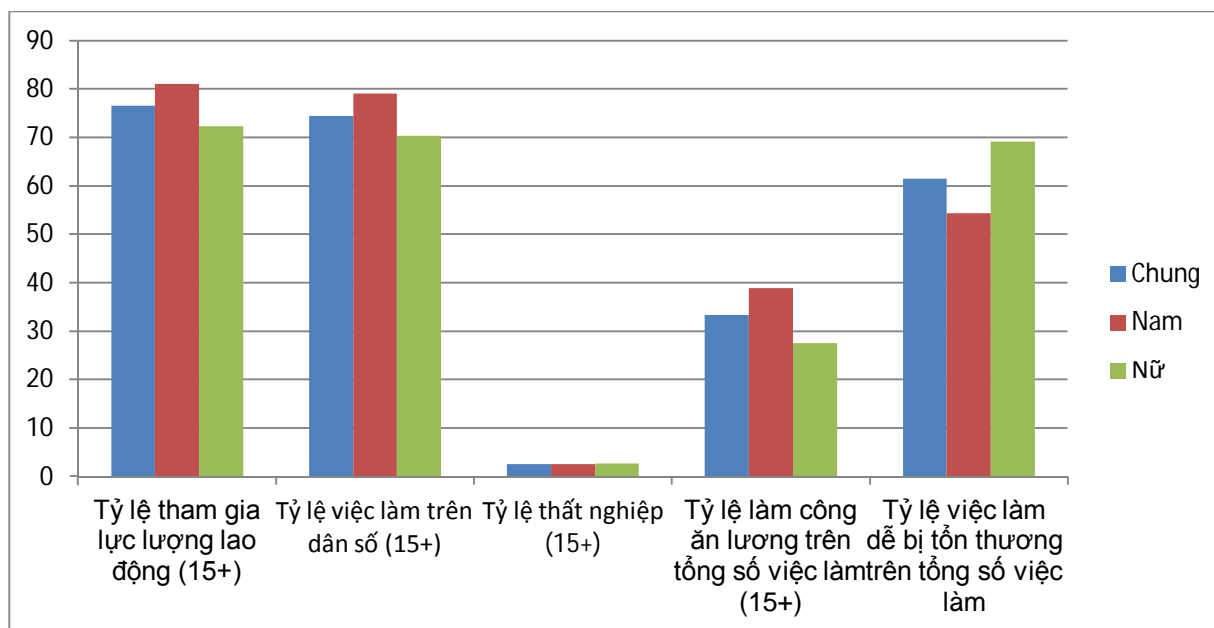
Tỷ lệ nam giới làm công ăn lương ở nữ (27,5%) thấp hơn nam nhiều (38,9%)⁹.

Tỷ lệ việc làm dễ bị tổn thương (lao động tự làm và lao động gia đình không được trả công) của lao động nữ (69,1%) cao hơn nam khá lớn (54,4%), năm 2009, tuy tỷ lệ này có giảm ở cả 2 giới so với năm 2007, nhưng của nam giảm nhiều hơn. Nếu phân tích vị thế công việc trong các ngành kinh tế chính theo giới thì so sánh 2007 và 2009 cho thấy tỷ lệ nữ giới làm công việc gia đình không được trả công tăng lên trong các ngành nông nghiệp hay dịch vụ, trong khi nam giới tìm được nhiều cơ hội việc làm ăn lương trong ngành công nghiệp⁹. Tỷ lệ việc làm dễ bị tổn thương cao làm cho một bộ phận lớn lao động nữ và gia đình họ dễ chịu tác động tiêu cực trước các biến động kinh tế hay rủi ro cấp gia đình. Điều đó cho thấy sự cần thiết phải thiết kế các chương trình an sinh xã hội phù hợp với những nhóm xã hội dễ bị tổn thương này.

Tỷ lệ thất nghiệp nữ cao hơn nam đôi chút (2,7% so với 2,5%, năm 2009) và có xu hướng tăng trong khoảng 2007-2009 (từ 2,0% lên 2,7%). Điều đáng quan tâm là tỷ lệ nữ thất nghiệp có chứng chỉ nghề dài hạn và có bằng tốt nghiệp cao đẳng trở lên cao hơn hẳn tỷ lệ thất nghiệp trung bình của lao động nữ (tương ứng lần lượt là 5,1%, 4,1% so với 2,7%, năm 2009)⁹

Tỷ lệ lao động nữ thiếu việc làm (làm việc dưới 30 giờ/tuần) cũng cao hơn nam, trong năm 2009 (22,2% so với 17,8%)⁹

Biểu 3: Các chỉ báo bất bình đẳng giới về lao động-việc làm



Nguồn: Trung tâm quốc gia dự báo và thông tin thị trường lao động. Xu hướng việc làm Việt nam 2010.

Một số nguyên nhân của tình trạng bất bình đẳng giới mang tính “cơ cấu” như sự phân bố lực lượng lao động nữ tập trung trong các ngành thâm dụng lao động, năng suất thấp, kỹ năng đơn giản, thu nhập thấp như nông nghiệp, dệt may, da giày..., hay chất lượng nguồn nhân lực nữ thấp hơn nam giới... Năm 2009, số lao động đã qua đào tạo nghề chiếm chưa đến một phần năm tổng số lực lượng lao động. Tỷ lệ này ít biến đổi qua các năm 2007-2009, nhưng khoảng cách giữa nam và nữ có chiều hướng tăng nhẹ, từ 4,2% năm 2007 lên 6,4% năm 2009⁴. Điều đó đòi hỏi phải có các chiến lược kinh tế - xã hội tương ứng trong trung và dài hạn.

Nhưng ngay cả khi có cùng loại trình độ bằng cấp chuyên môn thu nhập trung bình của lao động nữ cũng thấp hơn nam giới đáng kể. Không có đủ cơ sở dữ liệu để giải thích các lý do về sự chênh lệch thu nhập theo giới. Tuy nhiên sự chênh lệch thu nhập giới giảm đi khi lao động nữ đã qua đào tạo ở mức trung học chuyên nghiệp trở lên. Điều đó cho thấy việc đào tạo lao động nữ có thể tạo ra cơ hội để thu hẹp khoảng cách giới.

Bảng 2: Chênh lệch thu nhập giới theo trình độ chuyên môn

Trình độ chuyên môn	Chênh lệch thu nhập trung bình giới (TLTB nữ/TLTB nam)	Ghi chú
Không có trình độ CMKT	82,0	

CNKT không có bằng	82,0	
Sơ cấp nghề	62,0	
Trung học nghề	61,0	
Trung học chuyên nghiệp	95,0	
Cao đẳng nghề	87,0	
Cao đẳng	87,0	
Đại học trở lên	83,0	

Nguồn: Tác giả tính toán dựa trên số liệu của GSO. Điều tra lao động việc làm 2009

Tình trạng đình công phổ biến tại các doanh nghiệp FDI trong các ngành thâm dụng lao động, sử dụng nhiều lao động nữ như dệt may, da giày... cũng phản ánh tình trạng bất bình đẳng giới, sự yếu thế và dễ bị tổn thương của họ. Từ 1995 đến 2009, khoảng trên 2.800 cuộc đình công đã diễn ra, với hai phần ba xảy ra tại các doanh nghiệp FDI.¹² Những nguyên nhân chủ yếu của tình trạng đình công là sự vi phạm các qui định pháp luật của giới sử dụng lao động, do xung đột lợi ích giữa giới chủ và người lao động, do khác biệt văn hóa, do thiếu cơ chế hiệu quả để thương lượng tập thể và tăng cường tiếng nói và quyền của người lao động (trong đó có lao động nữ), do sự yếu kém của hệ thống công đoàn các cấp... Điều đáng lưu ý là tất cả các cuộc đình công đều không tuân thủ các qui định pháp luật về đình công, mà chúng như một sự đánh đổ trong việc bảo vệ quyền lợi người lao động, trong đó có lao động nữ. Việc điều chỉnh những vấn đề tồn tại trong hệ thống thể chế là cần thiết để tăng cường bình đẳng giới, bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người lao động nói chung và lao động nữ nói riêng.

3. Tình hình Hệ thống thông tin thị trường lao động chính thức và các vấn đề đặt ra

HTTTTTLĐ chính thức ở Việt nam mới được hình thành, thông qua Dự án thị trường lao động do EU tài trợ và hỗ trợ kỹ thuật của ILO. HTTTTTLĐ có chức năng phân tích và là cơ chế để trao đổi thông tin về TTLĐ. Hệ thống này cũng có chức năng báo cáo về các hoạt động giới thiệu việc làm và bảo hiểm thất nghiệp dựa trên các hồ sơ hành chính. Trung tâm dự báo và thông tin thị trường lao động được thành lập năm 2008. Việc tổ chức thu thập thông tin và biên soạn dữ liệu đã có bước chuyển từ việc tổ chức các cuộc điều tra LĐVL hàng năm từ 1997 đến 2007 của BLĐTBXH sang TCTK từ 2009 và theo các chuẩn mực quốc tế. Cơ sở dữ liệu thông tin TTLĐ đã được xây dựng. Các cơ chế,

chính sách về chế độ thu thập, báo cáo các chỉ tiêu TTTTLĐ và tổ chức thực hiện đã được ban hành. Việc phân tích và dự báo TTLĐ đã được tiến hành và công bố 2 báo cáo xu hướng việc làm Việt nam 2009 và 2010. Đó là những dữ liệu tốt cho các nhà quản lý và hoạch định chính sách. Nguồn cung cấp TTTTLĐ ngày càng đa dạng. Công nghệ thông tin được áp dụng vào giao dịch việc làm. 128 trung tâm GTVL đã được thành lập và tổ chức được 504 phiên giao dịch, với trên 365 ngàn lao động được giới thiệu việc làm, trong đó 53,0% là nữ, trong năm 2009. Một số Trung tâm dự báo và thông tin thị trường lao động (TTDBTTTTLĐ) địa phương bước đầu hoạt động khá tốt như Hà nội, Bắc ninh, Hải dương, Đà nẵng, TPHCM, Bình dương... Những trung tâm này đã GTVL cho khoảng hai phần ba số lao động được GTVL nêu trên trong năm 2009. Một số TTDBTTTTLĐ tại các trung tâm công nghiệp như Hải phòng, Đồng nai, Bà rịa - Vũng tàu.. chưa hoạt động tốt¹¹. Nhu cầu lao động tại một số TTDBTTTTLĐ bắt đầu được xử lý từ hệ thống thông tin điện tử, báo chí, các TTGTVL, doanh nghiệp.

Tuy nhiên, HTTTTTLĐ chưa được kết nối đồng bộ. TTTTLĐ chưa mang tính hệ thống, bị chia cắt giữa các tỉnh, vùng. Các số liệu thống kê cơ bản chưa đầy đủ, tính chính xác, hiệu lực và độ tin cậy của các thông tin thống kê chưa cao. Các dữ liệu được lưu trữ, quản lý một cách thủ công, thô sơ. Chế độ báo cáo thống kê cơ sở chưa được thực hiện đầy đủ và kịp thời; báo cáo phân tích TTLĐ chưa sâu. Các trang thiết bị thông tin, công nghệ phần mềm ... còn thiếu và lạc hậu.

III. KẾT LUẬN

Phần lớn quảng cáo tuyển dụng trên báo in không đề cập đến yêu cầu giới tính của ứng viên cho vị trí tuyển dụng hoặc là dành cho cả hai giới. Trong một số trường hợp yêu cầu cụ thể về giới cho vị trí tuyển dụng thì yêu cầu đối với nam có vẻ khắt khe hơn. Các điều kiện ưu tiên tuyển dụng phần lớn là kinh nghiệm làm việc. Số trường hợp vị trí tuyển dụng có yêu cầu về ngoại hình chiếm tỷ lệ nhỏ trong quảng cáo tuyển dụng, yêu cầu riêng đối với nữ có tỷ lệ còn thấp hơn. *Trong các quảng cáo tuyển dụng trên báo in được phân tích, không phát hiện những bằng chứng về phân biệt giới.* Một nghiên cứu nhỏ của người viết về quảng cáo tuyển dụng trực tuyến cũng cho kết quả tương tự. Nhận định của báo cáo Đánh giá giới Việt nam 2006 “Báo chí Việt Nam thường xuyên đăng quảng cáo việc làm nêu rõ yêu cầu giới tính của ứng viên cho các vị trí tuyển dụng, đưa ra các yêu cầu khác nhau về tiêu chuẩn cho nam giới và nữ giới, hoặc để làm cùng một công việc nhưng là phụ nữ thì phải thỏa mãn các tiêu chuẩn cao hơn so với nam giới” là không có đủ cơ sở để khẳng định như vậy.

Tuy quảng cáo tuyển dụng chỉ là một hoạt động kinh tế của báo chí, nhưng do tầm mức ảnh hưởng xã hội của các phương tiện truyền thông như một quyền lực „thứ tư“, nên cán bộ quảng cáo của báo chí cũng cần được nâng cao nhận thức về bình đẳng giới.

Cầu lao động trên báo in là phân khúc thị trường dịch vụ và các nhân viên, cán bộ quản lý có trình độ chuyên môn ở khu vực tư nhân và có vốn đầu tư nước ngoài. *Tìm kiếm thông tin tuyển dụng lao động trên báo in, và các phương tiện thông tin đại chúng khác chỉ là cách thức tìm việc làm của một bộ phận nhỏ người lao động cũng như của lao động nữ. Mạng lưới xã hội – như HTTTTTLĐ không chính thức, có vai trò to lớn trong việc kết nối cung cầu lao động hiện nay và có lẽ nhiều năm nữa. Vì thế HTTTTTLĐ chính thức cần được tổ chức sao cho tiếp cận rộng rãi đến người lao động có trình độ học vấn và chuyên môn thấp, đặc biệt tại nông thôn, cũng như tận dụng mạng lưới này trong phổ cập thông tin TTLĐ (chẳng hạn tổ chức mạng lưới cộng tác viên LĐ, giống như cộng tác viên dân số hay kết nối thông tin từ những người làm ăn xa với các địa phương xuất cư...).*

Tìm kiếm việc làm trực tuyến có xu hướng ngày càng phát triển, kể cả các báo in cũng có báo điện tử -phù hợp với sự phát triển mạnh mẽ của công cụ internet (trên 20 triệu người sử dụng ở Việt nam, đặc biệt là giới trẻ-có nhu cầu tìm kiếm việc làm cao).

Với vai trò to lớn của HTTTTTLĐ không chính thức, cần phải xây dựng cơ chế kết hợp hiệu quả giữa HTTTTTLĐ chính thức và không chính thức. Đường như, HTTTTTLĐ chính thức chưa chú ý đúng mức và cần tổ chức nghiên cứu cẩn trọng về vấn đề này.

Do nhiều nguyên nhân bất bình đẳng giới có tính „cơ cấu“ nên việc giải quyết những vấn đề về bất bình đẳng giới cần có tính lâu dài thông qua các chiến lược ưu tiên phát triển

vốn con người, chiến lược việc làm toàn diện, công bằng giữa các khu vực kinh tế, dịch chuyển lao động thuận lợi và phát triển hạ tầng các trung tâm đô thị-nơi đón nhận lao động... và lồng ghép giới trong các chính sách kinh tế và xã hội.

Điều cần lưu ý là trong giới nữ cũng đang có sự bất bình đẳng về tài sản, về cơ hội, về tiếng nói và quyền giữa các nhóm xã hội khác nhau như phụ nữ nông thôn, thành thị, nhóm di cư, nhóm giàu, nhóm nghèo, nhóm có trình độ chuyên môn cao và nhóm không có trình độ chuyên môn... *Giải quyết vấn đề bất bình đẳng giới cũng phải gắn liền với việc giải quyết vấn đề phân tầng xã hội trong phạm vi toàn xã hội.*

Tài liệu tham khảo

1. iSEE, Học viện báo chí tuyên truyền, Bình đẳng giới trong các quảng cáo tuyển dụng trên báo in hiện nay.
2. CIEM, Giải quyết việc làm ở Việt nam trong 5 năm 2006-2010.
3. Nguyen Xuan Mai. Protection of legal rights and interests of femal labourers in industrial enterprises. Vietnam Socio-economic Development,2002.
4. GSO. Điều tra lao động việc làm 2009.
5. VKHXHVN.Bình đẳng giới ở Việt nam.NXBKHXH, 2008
6. GSO. Điều tra di dân Việt nam 2004.
7. Cling J.P, Nguyen Thi Thu Huyen, Nguyen Huu Chi, Phan Thi Ngoc Tram, Razafindrakoto M. and Roubaund F. (2010), The Informal Sector in Vietnam – A focus on Hanoi and Ho Chi Minh City, Hanoi.The Gioi Publisher.
8. Nguyễn Thị Hải Vân. Chính sách việc làm với việc bảo vệ quyền lợi của lao động nữ.
9. Trung tâm quốc gia dự báo và thông tin thị trường lao động. Xu hướng việc làm Việt nam 2010.
10. Nguyễn Văn An. Hệ thống thông tin thị trường lao động Việt nam.
11. Số trung tâm giới thiệu việc làm, số phiên giao dịch việc làm, số lượt người được giới thiệu việc làm phân theo tỉnh/thành phố trong năm 2009. www.lmifc.gov.vn
12. Vietnamnet 10/11/2008 & VnEconomy 6/1/2010.
13. WB, ADB, DFID, CIDA. Đánh giá tình hình giới ở Việt nam. 2006.

Phụ lục

Bảng 3: Bất bình đẳng giới trong lĩnh vực lao động, việc làm

Các chỉ tiêu chính	2007	2009	Thay đổi điểm %
Tỷ lệ tham gia lực lượng lao động (15+)	74,3	76,5	+2,2
Nam	78,4	81,0	+2,6
Nữ	70,5	72,3	+1,8
Tỷ lệ việc làm trên dân số (15+)	72,8	74,5	+1,7
Nam	76,8	79,0	+2,2
Nữ	69,2	70,4	+1,2
Tỷ lệ thất nghiệp (15+)	2,0	2,6	+0,6
Nam	1,9	2,5	+0,6
Nữ	2,0	2,7	+0,7
Tỷ lệ làm công ăn lương trên tổng số việc làm (15+)	30,5	33,4	+2,9
Nam	35,8	38,9	+3,1
Nữ	25,0	27,5	+2,5
Tỷ lệ việc làm dễ bị tổn thương trên tổng số việc làm	65,8	61,5	-4,3
Nam	59,9	54,4	-5,5
Nữ	72,0	69,1	-2,9

Nguồn: Trung tâm quốc gia dự báo và thông tin thị trường lao động. Xu hướng việc làm Việt nam 2010.