



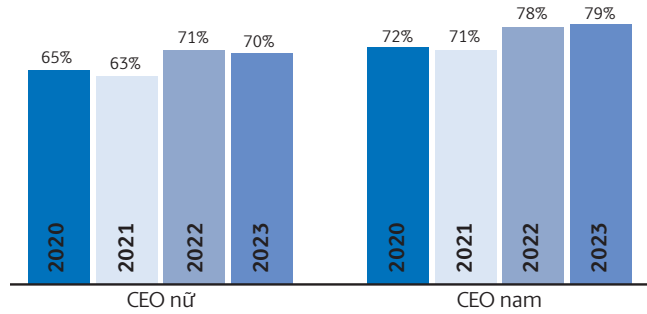
VIỆT NAM



HÀNH TRÌNH PHỤC HỒI

Những doanh nghiệp vừa và nhỏ do cả nam và nữ doanh nhân làm chủ tại Việt Nam đều đang trên đà phục hồi dần đều hậu suy thoái COVID. Ví dụ, tính đến năm 2022, 71% doanh nghiệp do phụ nữ lãnh đạo có mức tăng trưởng doanh thu khả quan lên đến 65% vào năm 2020 (biểu đồ 1).

Tỷ lệ doanh nghiệp vừa và nhỏ có mức tăng trưởng doanh thu khả quan trong giai đoạn 2020-2023, phân loại theo giới tính CEO (biểu đồ 1)



Thương mại điện tử: Xu hướng và thách thức

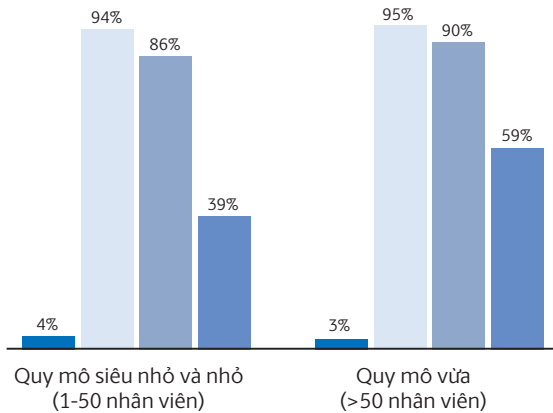
Những thách thức chính ngành thương mại điện tử gặp phải vào năm 2023

Có tới 86% doanh nghiệp siêu nhỏ - nhỏ tại Việt Nam kinh doanh hàng hóa và dịch vụ ở nhiều nền tảng bán hàng khác nhau. 39% doanh nghiệp siêu nhỏ - nhỏ và 59% doanh nghiệp vừa lựa chọn phương thức bán hàng đa kênh (biểu đồ 2).

Thương mại điện tử có phải lĩnh vực được ưu tiên không?

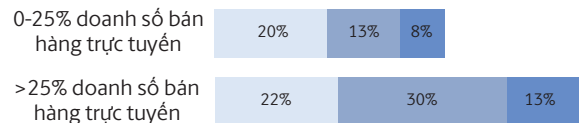
Đổi lại, thương mại điện tử đang tạo điều kiện cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Việt Nam tham gia vào hoạt động thương mại và tiếp cận các thị trường mới: 65% doanh nghiệp sử dụng nền tảng thương mại điện tử đã đa dạng hóa mạnh mẽ thị trường xuất khẩu của họ trong năm 2021-22 (biểu đồ 3). Vào năm 2020, tỷ lệ doanh nghiệp quy mô siêu nhỏ - nhỏ xuất khẩu từ ba thị trường trở lên đạt mức 41% và đối với doanh nghiệp quy mô vừa là 34%. Sang đến năm 2022, con số này đã lần lượt tăng trưởng lên 54% đối với doanh nghiệp quy mô siêu nhỏ và nhỏ, và 45% đối với doanh nghiệp quy mô vừa (biểu đồ 4).

Tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng các kênh bán hàng điện tử và tiếp thị kỹ thuật số vào năm 2022, tính theo quy mô doanh nghiệp (biểu đồ 2)

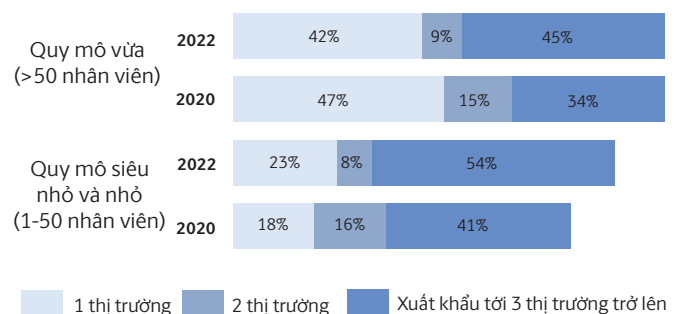


■ Doanh nghiệp kinh doanh trên kênh bán hàng trực tiếp
■ Doanh nghiệp kinh doanh trên sàn thương mại điện tử
■ Doanh nghiệp kinh doanh trên mạng xã hội
■ Doanh nghiệp kinh doanh đa kênh (>5 kênh)

Tỷ lệ doanh nghiệp vừa và nhỏ góp phần đa dạng hóa thị trường xuất khẩu vào năm 2022 so với năm 2020, tính theo cường độ bán hàng trực tuyến (biểu đồ 3)



Số lượng thị trường xuất khẩu năm 2020 và 2022, tính theo quy mô doanh nghiệp (biểu đồ 4)

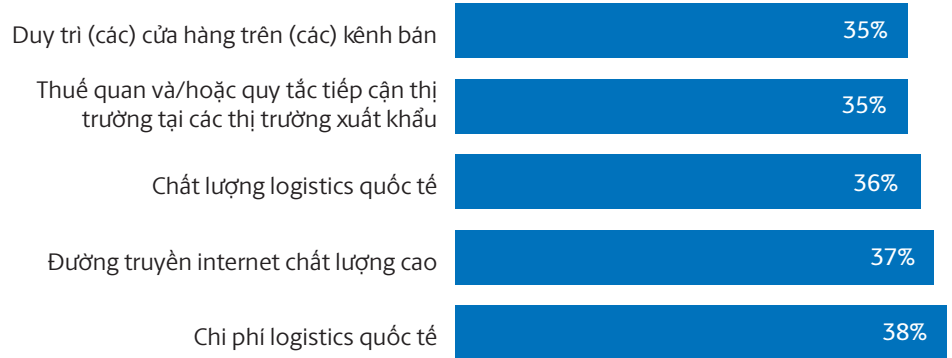




Thách thức đối với doanh nghiệp vừa và nhỏ

Chi phí logistics quốc tế và chất lượng đường truyền internet tiếp tục là một thách thức đối với các doanh nghiệp Việt Nam hướng tới tăng trưởng thông qua thương mại và thương mại điện tử. Khoảng 1/3 các doanh nghiệp xuất khẩu vừa và nhỏ được hỏi cho rằng việc duy trì gian hàng trên nền tảng bán, thuế quan và/hoặc khả năng tiếp cận thị trường trong nước và chất lượng hậu cần quốc tế đều là “những rào cản có tầm ảnh hưởng rất lớn” (biểu đồ 5).

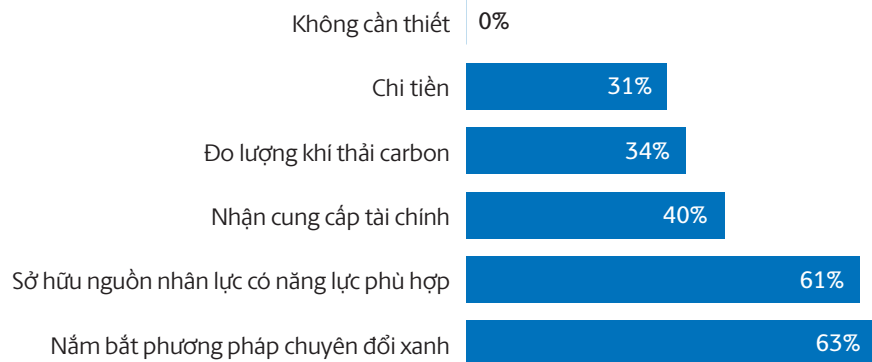
Top 5 thách thức “có sức ảnh hưởng lớn” đối với mức tăng trưởng doanh thu và xuất khẩu của các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong năm 2023-2024 (biểu đồ 5)



Các doanh nghiệp vừa và nhỏ cần tăng cường phát triển bền vững nhiều hơn.

Đề hiện thực hóa chuyên đổi xanh, các doanh nghiệp vừa và nhỏ kêu gọi nâng cao hiểu biết về những giải pháp chuyên đổi xanh và tiếp cận đến nguồn nhân lực có năng lực phù hợp để đẩy mạnh quá trình chuyên đổi xanh tại doanh nghiệp của họ (biểu đồ 6).

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ cần trở nên bền vững hơn (biểu đồ 6)



Kiến nghị Chính sách



Khả năng phục hồi: Đề đảm bảo khả năng phục hồi của các doanh nghiệp vừa và nhỏ, các chính phủ nên tập trung vào việc cắt giảm chi phí thương mại thông qua đơn giản hóa quy trình thương mại, tự do hóa thương mại và cải thiện chất lượng chuỗi logistics.



Thương mại điện tử và giao thương: Đề khuyến khích xuất khẩu đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ thông qua thương mại điện tử, đảm bảo đường truyền internet ổn định và nâng cao năng lực đề tăng sự hiện diện trên thị trường trực tuyến toàn cầu và số hóa quy trình thương mại, từ đó hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ xuất khẩu thuận lợi hơn trên nền tảng điện tử.



Giới tính: Đề hỗ trợ quá trình phát triển của các doanh nghiệp vừa và nhỏ do phụ nữ làm chủ trong thời gian tới, thúc đẩy khả năng tiếp cận với công nghệ kỹ thuật số của phụ nữ, huy động vốn và mở ra thị trường xuất khẩu mới.



Tính bền vững: Hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong quá trình chuyên đổi xanh thông qua phổ cập nhận thức về những phương pháp tối ưu để các doanh nghiệp chuyên đổi xanh, đo lường lượng khí thải carbon và tăng cường vốn.



Nâng cao năng lực: Đề tăng cường tuân thủ các quy định về thương mại số, các chính phủ nên cung cấp hỗ trợ cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ thông qua giáo dục, giám sát và tăng cường tính minh bạch về các quy định của họ.