

## Doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ tại Việt Nam: Nhận thức và Tiềm năng





IFC, thành viên của Nhóm Ngân hàng Thế giới, tạo ra cơ hội cho người dân thoát khỏi đói nghèo và cải thiện cuộc sống. Chúng tôi thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bền vững ở các quốc gia đang phát triển bằng cách hỗ trợ phát triển khu vực tư nhân, huy động vốn tư nhân và cung cấp các dịch vụ tư vấn và giảm nhẹ rủi ro cho các doanh nghiệp và chính phủ.

Các kết luận và nhận định đưa ra trong báo cáo này không thể hiện quan điểm của IFC hoặc Hội đồng Quản trị của IFC, hoặc của Ngân hàng Thế giới hoặc các Giám đốc Điều hành của Ngân hàng Thế giới, hoặc các quốc gia mà tổ chức này đại diện. IFC và Ngân hàng Thế giới không đảm bảo tính chính xác của các dữ liệu được sử dụng trong ấn phẩm này và không chịu trách nhiệm đối với các hậu quả do việc sử dụng các dữ liệu này gây ra.

## **Doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ tại Việt Nam: Nhận thức và Tiềm năng**



## Lời cảm ơn

Báo cáo này được xây dựng dưới sự chỉ đạo của bà Rachel Freeman, Giám đốc phụ trách Dịch vụ Tư vấn Khách hàng Định chế Tài chính, IFC Khu vực châu Á. Nhóm nghiên cứu tại IFC bao gồm bà Joanna Romero, ông Neil Ramsden, ông Rubin Japhta và bà Huỳnh Mai Hương. Nhóm nghiên cứu cảm ơn sự đóng góp của công ty Enclude và Mekong Economics đã thu thập, tổng hợp dữ liệu và soạn thảo ban đầu cho báo cáo này. Nhóm nghiên cứu cảm ơn các chuyên gia Komal Mohindra, Amy Luinstra và Hillary Johnson đã đọc và đưa ra những bình luận, góp ý chuyên môn vô cùng quý báu. Xin cảm ơn ông Patrick Carpenter đã biên tập và thiết kế báo cáo, và bà Diệp Trần của công ty Mekong Economics đã dịch báo cáo và các tài liệu khảo sát có liên quan sang tiếng Việt. Xin cảm ơn ông Kyle F. Kelhofer, Giám đốc Quốc gia của IFC tại Việt Nam, Campuchia và Lào đã góp ý và ủng hộ báo cáo.

Các tác giả xin ghi nhận sự hỗ trợ quý báu từ Chương trình Goldman Sachs *10.000 Phụ nữ* và Quỹ Bảo vệ Bình đẳng giới (Umbrella Facility for Gender Equality – UFGE). *10.000 Phụ nữ* là một sáng kiến toàn cầu cung cấp đào tạo kinh doanh và quản lý, cố vấn và kết nối mạng lưới và tiếp cận nguồn vốn cho các doanh nhân nữ. UFGE là một quỹ ủy thác gồm nhiều nhà tài trợ của Ngân hàng Thế giới, giúp thu hẹp khoảng cách quan trọng giữa nam giới và phụ nữ nhằm đưa ra các giải pháp phát triển thúc đẩy sự thịnh vượng và gia tăng cơ hội cho tất cả mọi người. UFGE được tài trợ bởi các quốc gia Úc, Canada, Đan Mạch, Phần Lan, Đức, Iceland, Hà Lan, Na Uy, Tây Ban Nha, Thụy Điển, Thụy Sĩ, Vương quốc Anh và Hoa Kỳ.

Các tác giả đặc biệt gửi lời cảm ơn đến nhiều cá nhân đã đóng góp cho nghiên cứu này bằng cách tham gia các cuộc phỏng vấn và chia sẻ kinh nghiệm, đó là các doanh nhân và đại diện ngân hàng. Trân trọng cảm ơn sự tham gia của quý vị.

Việt Nam 2017





## Lời nói đầu

Các doanh nghiệp nhỏ và vừa là huyết mạch của nền kinh tế Việt Nam. Các cải cách kinh tế giúp chuyển đổi Việt Nam cũng đã khuyến khích một thể hệ doanh nhân tạo ra những cơ hội riêng trên thị trường trong nước và quốc tế. Kết quả cho đến nay là năng lực cạnh tranh được tăng cường với sự đóng góp lớn hơn từ khu vực tư nhân đối với tăng trưởng và việc làm. Bên cạnh những diễn biến tích cực này, có nội dung cần cải thiện. Cũng như các thị trường mới nổi khác, Việt Nam chưa đáp ứng được nhu cầu tín dụng từ các doanh nhân. Do đó, có rất nhiều cơ hội cho các ngân hàng thông qua việc mở rộng sản phẩm đến các đối tượng hiện chưa được phục vụ.

Báo cáo này ủng hộ mạnh mẽ việc ghi nhận các doanh nhân nữ Việt Nam là một trong những cơ hội sáng giá nhất trong phân khúc DNNVV. Các DNNVV do phụ nữ làm chủ đặc biệt quan tâm đến triển vọng của họ về mang lại lợi nhuận mà không phải chịu rủi ro quá mức. Trong các phần tiếp theo, chúng tôi nêu bật nhu cầu tín dụng tiềm năng từ thị trường DNNVV do phụ nữ làm chủ và minh họa trường hợp kinh doanh thận trọng để thiết kế các dịch vụ ngân hàng phù hợp với các DNNVV do phụ nữ làm chủ. Nghiên cứu và khảo sát của chúng tôi cho thấy các nữ chủ doanh nghiệp ở Việt Nam muốn vay nhiều hơn để đầu tư vào doanh nghiệp của họ và họ ghi nhận lợi nhuận trên mỗi lao động cao hơn và tỷ lệ không hoàn trả được nợ thấp hơn so với nam giới.

Các ngân hàng cần phải suy nghĩ khác và vượt ra ngoài các phương pháp ngân hàng truyền thống để thúc đẩy tiềm năng tăng trưởng này. Đưa ra các giải pháp thay thế khác để giúp phụ nữ đáp ứng các yêu cầu về thế chấp trong các trường hợp tài sản thế chấp bất động sản được đăng ký bằng tên của một nam giới là một cách thức. Đào tạo nhân sự và tìm kiếm các kênh cung cấp tốt hơn để đáp ứng nhu cầu của phụ nữ có ít thời gian do trách nhiệm gia đình và vận hành doanh nghiệp là một lựa chọn khác. Các ngân hàng nhận thấy cơ hội này và có thể áp dụng một cách tiếp cận mới để cung cấp các dịch vụ tài chính và phi tài chính cho thị trường ngân hàng dành cho các khách hàng DNNVV do phụ nữ làm chủ chưa được phục vụ nhiều có thể hưởng lợi từ cơ hội kinh doanh có rủi ro thấp nhưng có tiềm năng mang lại lợi nhuận, đồng thời giúp các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ phát huy được tiềm năng của họ.

Đã ký,

Vivek Pathak  
Giám đốc IFC – Đông Á và Thái Bình Dương







# Mục lục

Tóm tắt báo cáo.....	1
1. Giới thiệu.....	8
2. Môi trường kinh doanh.....	10
3. Phụ nữ trong nền kinh tế.....	13
4. Tiềm năng thị trường.....	17
5. Cung cấp tài chính cho các DNNVV do phụ nữ làm chủ.....	46
6. Kết luận.....	54
7. Khuyến nghị.....	56

## Phụ lục

Phụ lục I: Ước tính Khoảng cách Tài trợ vốn.....	1
Phụ lục II: Phương pháp luận khảo sát.....	8
Phụ lục III: Tài liệu Tham khảo.....	10

## Danh mục Bảng

BẢNG 1: ĐỊNH NGHĨA CỦA IFC VỀ DNNVV.....	8
BẢNG 2: ĐỊNH NGHĨA CỦA CHÍNH PHỦ VIỆT NAM VỀ DNNVV.....	8
BẢNG 3: CÁC DNNVV DO PHỤ NỮ VÀ NAM GIỚI LÀM CHỦ ĐƯỢC PHÒNG VẤN.....	9
BẢNG 4: HẠN CHẾ CÔNG VIỆC ĐỐI VỚI PHỤ NỮ.....	14
BẢNG 5: CÁC VẤN ĐỀ GIỚI TRONG LUẬT VÀ CÁC CHƯƠNG TRÌNH QUỐC GIA.....	16
BẢNG 6: SỐ LƯỢNG DOANH NGHIỆP ĐĂNG KÝ CHÍNH THỨC THEO QUY MÔ VÀ GIỚI TÍNH.....	17
BẢNG 7: SỐ LƯỢNG DOANH NGHIỆP THEO NGÀNH VÀ GIỚI TÍNH.....	19
BẢNG 8: SỐ LƯỢNG DOANH NGHIỆP THEO KHU VỰC.....	20
BẢNG 9: ĐẶC ĐIỂM CƠ BẢN CỦA CÁC TỈNH/ THÀNH PHỐ ĐƯỢC KHẢO SÁT.....	21
BẢNG 10: QUY MÔ DƯ NỢ TRUNG BÌNH THEO QUY MÔ DOANH NGHIỆP VÀ GIỚI TÍNH.....	32
BẢNG 11: ĐỊNH NGHĨA VỀ DNNVV CỦA CÁC NGÂN HÀNG THAM GIA KHẢO SÁT.....	46
BẢNG 12: DANH MỤC DNNVV.....	48
BẢNG 13: TỶ LỆ CÁN BỘ ĐIỀU HÀNH LÀ NỮ.....	50
BẢNG 14: KHOẢNG CÁCH TÍN DỤNG ĐỐI VỚI CÁC DNNVV TẠI VIỆT NAM.....	51
BẢNG 15: KHẢO SÁT NGÂN HÀNG, QUY MÔ KHOẢN VAY VÀ DƯ NỢ TÍN DỤNG.....	58
BẢNG 16: QUY MÔ KHOẢN VAY SO VỚI NHU CẦU TÀI TRỢ.....	59
BẢNG 17: KHOẢNG CÁCH TÍN DỤNG THEO GIỚI, QUY MÔ DNNVV.....	59
BẢNG 18: TỶ LỆ PHẦN TRĂM PHẢN HỒI THEO ĐỊA BÀN.....	60
BẢNG 19: TỶ LỆ PHẦN TRĂM PHẢN HỒI THEO NGÀNH.....	61
BẢNG 20: CÁC DNNVV DO PHỤ NỮ VÀ NAM GIỚI LÀM CHỦ ĐƯỢC PHÒNG VẤN - THEO ĐỊA BÀN VÀ NGÀNH.....	61
BẢNG 21: ĐỊA BÀN THỰC HIỆN THẢO LUẬN NHÓM.....	61

## Danh mục Hình

HÌNH 1:	XẾP HẠNG VỀ MÔI TRƯỜNG KINH DOANH.....	11
HÌNH 2:	THUẬN LỢI KHỞI SỰ KINH DOANH.....	12
HÌNH 3:	CHỈ SỐ KHOẢNG CÁCH GIỚI VÀ CÁC TIÊU CHỈ SỐ, 2007 VÀ 2015.....	13
HÌNH 4:	TỶ LỆ DNNVV THEO GIỚI TÍNH CỦA CHỦ SỞ HỮU.....	17
HÌNH 5:	TỶ LỆ DOANH NGHIỆP DO PHỤ NỮ LÀM CHỦ.....	18
HÌNH 6:	TỶ LỆ DOANH NGHIỆP DO NAM GIỚI LÀM CHỦ.....	18
HÌNH 7:	TỶ LỆ PHẦN TRĂM SỐ DOANH NGHIỆP DO PHỤ NỮ LÀM CHỦ THEO KHU VỰC.....	20
HÌNH 8:	DOANH THU TRUNG BÌNH CỦA CÁC DNNVV THEO KHU VỰC VÀ GIỚI TÍNH (TRIỆU USD).....	22
HÌNH 9:	DOANH THU TRUNG BÌNH ĐỐI VỚI CÁC DNNVV DO PHỤ NỮ VÀ NAM GIỚI LÀM CHỦ (TRIỆU USD).....	23
HÌNH 10:	DOANH THU TRUNG BÌNH ĐỐI VỚI CÁC DNNVV DO PHỤ NỮ VÀ NAM GIỚI LÀM CHỦ (TRIỆU USD).....	23
HÌNH 11:	DOANH THU HÀNG NĂM TRUNG BÌNH THEO NGÀNH (TRIỆU USD).....	24
HÌNH 12:	SỐ LƯỢNG LAO ĐỘNG TOÀN THỜI GIAN KHI KHỞI SỰ KINH DOANH.....	25
HÌNH 13:	SỐ LƯỢNG LAO ĐỘNG BÁN THỜI GIAN KHI KHỞI SỰ KINH DOANH.....	25
HÌNH 14:	DOANH THU TRUNG BÌNH TRÊN LAO ĐỘNG.....	25
HÌNH 15:	TỶ LỆ GIAO DỊCH NGÂN HÀNG TRỰC TUYẾN HOẶC TRỰC TIẾP CỦA DNNVV.....	26
HÌNH 16:	LOẠI HÌNH GIAO DỊCH THEO CÁC KÊNH (NAM GIỚI VÀ PHỤ NỮ).....	27
HÌNH 17:	KHI NÀO NỘP ĐƠN XIN VAY VỐN.....	28
HÌNH 18:	TIẾP CẬN KHOẢN VAY KINH DOANH.....	29
HÌNH 19:	LÝ DO KHÔNG NỘP ĐƠN XIN VAY VỐN KINH DOANH.....	30
HÌNH 20:	NGUỒN TÀI CHÍNH TRONG VÒNG HAI NĂM QUA.....	31
HÌNH 21:	CÁC LÝ DO VAY VỐN QUAN TRỌNG NHẤT.....	31
HÌNH 22:	TỔNG DƯ NỢ ĐỐI VỚI DNNVV DO PHỤ NỮ VÀ NAM GIỚI LÀM CHỦ.....	32
HÌNH 23:	TRUNG BÌNH DƯ NỢ THEO TỈNH/THÀNH PHỐ (TRIỆU USD, NAM VÀ NỮ).....	33
HÌNH 24:	TRUNG BÌNH DƯ NỢ THEO NGÀNH.....	33
HÌNH 25:	LOẠI HÌNH TÀI SẢN THẾ CHẤP.....	34
HÌNH 26:	LÝ DO NỘP ĐƠN VAY VỐN KHÔNG THÀNH CÔNG.....	34
HÌNH 27:	LÝ DO NỘP ĐƠN VAY VỐN KHÔNG THÀNH CÔNG THEO TỈNH/ THÀNH PHỐ.....	36
HÌNH 28:	HÀI LÒNG VỚI CÁC ĐIỀU KIỆN CỦA KHOẢN VAY NHẬN ĐƯỢC (1= RẤT KHÔNG HÀI LÒNG VÀ 5= RẤT HÀI LÒNG).....	38
HÌNH 29:	KỶ VỌNG TẠO VIỆC LÀM TRONG VÒNG HAI NĂM TỚI.....	38
HÌNH 30:	KỶ VỌNG DOANH THU TRONG VÒNG HAI NĂM TỚI.....	39
HÌNH 31:	DỰ KIẾN TĂNG TRƯỞNG DOANH THU ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP DO PHỤ NỮ LÀM CHỦ TRONG VÒNG HAI NĂM TỚI.....	39
HÌNH 32:	CHIẾN LƯỢC TÀI TRỢ TĂNG TRƯỞNG.....	40
HÌNH 33:	QUY MÔ TÀI TRỢ DỰ KIẾN CHO NĂM TIẾP THEO.....	40
HÌNH 34:	CÁC TRỞ NGẠI HÀNG ĐẦU.....	41
HÌNH 35:	CÁC LĨNH VỰC HỖ TRỢ PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP TRỌNG TÂM HÀNG ĐẦU.....	43
HÌNH 36:	NHỮNG TRỞ NGẠI HÀNG ĐẦU ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP DO PHỤ NỮ LÀM CHỦ THEO NGÀNH.....	44
HÌNH 37:	SẴN SÀNG CHI TRẢ CHO CÁC DỊCH VỤ PHI TÀI CHÍNH THEO TỈNH/THÀNH PHỐ (TRIỆU USD).....	44
HÌNH 38:	TÀI TRỢ CHO CÁC DNNVV DO PHỤ NỮ LÀM CHỦ: QUY MÔ VÀ TRIỂN VỌNG THỊ TRƯỜNG.....	47
HÌNH 39:	DANH MỤC KHÁCH HÀNG DNNVV CỦA BA NGÂN HÀNG ĐƯỢC KHẢO SÁT.....	48
HÌNH 40:	CÁC SẢN PHẨM ĐƯỢC YÊU CẦU BỞI CÁC DNNVV THEO CÁC NGÂN HÀNG ĐƯỢC KHẢO SÁT.....	49
HÌNH 41:	LAO ĐỘNG NAM & NỮ TẠI CÁC NGÂN HÀNG ĐƯỢC KHẢO SÁT.....	50

## Danh mục từ viết tắt

ASEAN	Hiệp hội Các Quốc gia Đông Nam Á
BDS	Dịch vụ Phát triển Doanh nghiệp
CEO	Giám đốc Điều hành
CFO	Giám đốc Tài chính
COO	Giám đốc Vận hành
DFAT	Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc
DFIs	Các Tổ chức Tài chính Phát triển
EBRD	Ngân hàng Tái thiết và Phát triển châu Âu
GSO	Tổng cục Thống kê
TP. HCMC	Thành phố Hồ Chí Minh
IFC	Tổ chức Tài chính Quốc tế
ILO	Tổ chức Lao động Quốc tế
MOLISA	Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội
MSMEs	Doanh nghiệp nhỏ và vừa do nam giới làm chủ
NPL	Nợ xấu ngân hàng
PCI	Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh
SBV	Ngân hàng Nhà nước Việt Nam
SMEFP	Chương trình Tài trợ Doanh nghiệp nhỏ và vừa
SMEs/DNNVV	Doanh nghiệp nhỏ và vừa
UNCDF	Quỹ Phát triển Vốn của Liên Hợp Quốc
VND	Đồng Việt Nam
WEF	Diễn đàn Kinh tế Thế giới
WSMEs	Doanh nghiệp nhỏ và vừa do phụ nữ làm chủ





## Tóm tắt Báo cáo

Các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) đóng vai trò quan trọng đối với tăng trưởng kinh tế của Việt Nam, chiếm hơn 98% tổng số doanh nghiệp, đóng góp 40% GDP và tạo ra 50% số lượng việc làm cho xã hội<sup>1</sup>. Năm 2016, số lượng DNNVV tăng khoảng 100.000 doanh nghiệp<sup>2</sup>, một phần là do các nỗ lực cải cách môi trường kinh doanh mạnh mẽ của chính phủ. Các khảo sát gần đây cho thấy phần lớn các chủ DNNVV đều lạc quan về tương lai của doanh nghiệp và kỳ vọng mở rộng sản xuất kinh doanh khi môi trường chính sách tiếp tục được cải thiện và việc tiếp cận vốn ngày càng tốt hơn. Tuy nhiên, có một phân khúc DNNVV quan trọng hiện nay vẫn chưa được ghi nhận đầy đủ về toàn bộ năng lực và tiềm năng của mình.

Việt Nam hiện có 95.906 doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ, chiếm khoảng 21% tổng số doanh nghiệp đang hoạt động<sup>3</sup>. Phần lớn trong số này là các doanh nghiệp có quy mô siêu nhỏ (55.049 doanh nghiệp, chiếm 57% trong tổng số doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ); 42% hay 40.003 doanh nghiệp có quy mô nhỏ và vừa (đây là đối tượng trọng tâm của nghiên cứu này); và chỉ có 1% hay 854 doanh nghiệp có quy mô lớn<sup>4</sup>. Các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ có quy mô tương tự như các doanh nghiệp do nam giới làm chủ với doanh thu trung bình hàng năm tương tự nhau (Tổng điều tra Doanh nghiệp năm 2015 cho thấy doanh thu trung bình hàng năm của các doanh nghiệp nhỏ do phụ nữ làm chủ là 548.000 USD so với 543.000 USD của các doanh nghiệp nhỏ do nam giới làm chủ; và 5,69 triệu USD đối với các doanh nghiệp vừa do phụ nữ làm chủ so với 5,76 triệu USD đối với các doanh nghiệp vừa do nam giới làm chủ). Thực tế, phần lớn các ngân hàng chưa xem xét áp dụng một chiến lược riêng cho phân khúc DNNVV do phụ nữ làm chủ. Theo các phát hiện của khảo sát này, phần lớn các ngân hàng đều nghĩ rằng không cần có một phương pháp tiếp cận khác đối với các doanh nhân nữ, hoặc nghĩ rằng phân khúc này mang lại lợi nhuận ít hơn; thực vậy, một số cho rằng hiểu biết về kinh doanh của phụ nữ ít hơn và họ cần được tư vấn hỗ trợ nhiều hơn, do đó việc thu hút và phục vụ họ tốn kém hơn. Ngoài ra, trong quá trình thu thập thông tin cho báo cáo này, còn có ý kiến cho rằng các doanh nhân nữ ngại rủi ro, thường không sở hữu doanh nghiệp gia đình mà họ làm quản lý, và kỹ năng quản lý tài chính thấp hơn. Ngoài những quan niệm về năng lực kinh doanh như vậy, nghiên cứu này cũng cho thấy các quan niệm xã hội truyền thống cũng có thể tạo ra cách nhìn thiên lệch đối với phụ nữ trong vai trò là chủ doanh nghiệp. Điều này thể hiện đặc biệt rõ ràng đối với các doanh nhân nữ ở lứa tuổi trẻ hơn.

Môi trường đầu tư kinh doanh của Việt Nam nhìn chung đang hỗ trợ phụ nữ làm kinh doanh. Việt Nam tự hào có truyền thống lâu đời về phụ nữ tham gia hoạt động kinh doanh, và so với nhiều nền kinh tế tương tự, Việt Nam có ít sự khác biệt giữa địa vị pháp lý của nam giới và phụ nữ. Tuy nhiên, mặc dù cảm nhận chung là không có sự khác biệt giữa các thách thức mà phụ nữ và nam giới phải đối mặt trong việc điều hành doanh nghiệp những ý kiến thiên lệch nói trên - có ý thức hoặc vô thức - vẫn trực tiếp tác động đến khả năng tiếp cận nguồn tài trợ chính thức và các dịch vụ mong muốn khác của phụ nữ. Trong nghiên cứu này, 37% DNNVV do phụ nữ làm chủ đã tiếp cận vốn vay ngân hàng trong hai năm qua so với 47% DNNVV do nam giới làm chủ. Ngay cả khi các doanh nhân nữ đủ điều kiện để vay vốn ngân hàng, họ có xu hướng nhận được ít hơn những gì họ yêu cầu, và số tiền cũng thấp hơn so với nam giới. Hiện tại, nhu cầu tài chính chưa được đáp ứng của DNNVV do phụ nữ làm chủ được ước tính vào khoảng 1,19 tỷ USD.

Báo cáo này nhằm định hình lại những quan niệm trên và những thách thức khác đang được mặc định liên quan đến việc phục vụ phân khúc này để thấy rõ phân khúc này là một cơ hội cho các ngân hàng và

<sup>1</sup> Chương trình Nghiên cứu của Thụy Sĩ về các Vấn đề Phát triển Toàn cầu, Việc làm và Chất lượng việc làm tại Việt Nam: Vai trò của các doanh nghiệp nhỏ, chính thức hóa và giáo dục, Nghiên cứu R4D tháng 8 năm 2015.

<sup>2</sup> Tổng cục Thống kê

<sup>3</sup> Dựa trên dữ liệu Tổng điều tra Doanh nghiệp năm 2014 của Tổng cục Thống kê

<sup>4</sup> Theo định nghĩa của IFC về doanh nghiệp, tức là các doanh nghiệp siêu nhỏ có doanh thu dưới 100.000 USD một năm; doanh nghiệp nhỏ và vừa có doanh thu hàng năm từ 100.000 USD đến 15 triệu USD; và doanh nghiệp lớn có doanh thu hàng năm trên 15 triệu USD.

các nhà cung cấp dịch vụ tài chính khác nắm bắt một thị trường đang tăng trưởng của các doanh nhân nữ - những người có hiểu biết và đang tìm kiếm các dịch vụ tốt hơn để phát triển doanh nghiệp của họ. Các phát hiện từ khảo sát này sẽ giúp làm rõ các quan niệm chưa đúng về doanh nhân nữ, cũng như nêu lên các cơ hội mà các ngân hàng và các nhà cung cấp dịch vụ sẽ quan tâm. Bằng cách xác định nhu cầu của các doanh nhân nữ và đề xuất một phương pháp tiếp cận chọn lọc hơn để phục vụ phân khúc này, báo cáo này sẽ cho thấy việc lưu tâm, thay vì xem nhẹ, các mối quan tâm của phụ nữ có thể tạo ra sự khác biệt lớn theo thời gian về thu hút khách hàng và doanh số bán hàng.

## Về nghiên cứu này

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng và định tính. Nghiên cứu định lượng bao gồm khảo sát về nhu cầu của các doanh nghiệp và khảo sát về cung ứng của các ngân hàng. Khảo sát nhu cầu của doanh nghiệp được thực hiện bằng cách sử dụng máy tính bảng, phỏng vấn 500 chủ doanh nghiệp hoặc quản lý cấp cao<sup>5</sup>, bao gồm 322 doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ và 178 doanh nghiệp do nam giới làm chủ. Khảo sát nguồn cung dựa trên các cuộc phỏng vấn với đại diện một số ngân hàng.

Nghiên cứu này xem xét các nhu cầu tài chính và phi tài chính, cũng như các cơ hội đối với phân khúc DNNVV do phụ nữ làm chủ tại Việt Nam. Nghiên cứu này lượng hóa cơ hội thị trường đối với các ngân hàng để tiếp cận phân khúc này theo chiến lược riêng dựa trên số lượng doanh nghiệp, doanh thu hàng năm được tạo ra, số lượng lao động và giá trị đóng góp vào nền kinh tế của riêng phân khúc này.

## Những quan niệm sai lầm trên thị trường

Dữ liệu thu thập được trong quá trình nghiên cứu này cho thấy một số quan niệm sai lầm hiện đang ảnh hưởng đến hình ảnh và tiềm năng tăng trưởng của các doanh nhân nữ và các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ. Các quan niệm sai lầm này được tóm tắt và giải quyết như sau:

### Quan niệm 1: Các doanh nhân nữ ngại rủi ro trong tìm kiếm tài trợ hơn so với các doanh nhân nam

Các phát hiện của chúng tôi cho thấy mức độ chấp nhận rủi ro trong tìm kiếm tài trợ là rất tương đồng giữa các chủ DNNVV nam và nữ. Khoảng một nửa chủ doanh nghiệp nữ và nam cho rằng thời điểm tốt để nộp đơn xin vay vốn là khi họ có một ý tưởng kinh doanh có thể thành công và cần tài trợ vốn. Một phần ba chủ doanh nghiệp nữ và nam muốn nộp đơn xin vay vốn ngân hàng khi họ đã có doanh thu tốt và biết rằng có cầu về sản phẩm/dịch vụ của họ. Mặc dù không có sự khác biệt về mức độ chấp nhận rủi ro liên quan đến các khoản vay ngân hàng, các nghiên cứu cho thấy<sup>6,7</sup> phụ nữ tiếp cận rủi ro khác với nam giới do họ tập trung vào các mục tiêu dài hạn và ý thức về rủi ro cao hơn. Nói cách khác, phụ nữ có xu hướng đo lường và phân tích rủi ro tỉ mỉ hơn, thay vì chỉ đơn giản làm theo trực giác của họ.

### Quan niệm 2: Phụ nữ chỉ tập trung vào các hoạt động kinh doanh nhỏ như “công việc tay trái”

Theo số liệu tổng điều tra hơn 181.000 doanh nghiệp của Tổng cục Thống kê năm 2015, doanh thu bình quân của các DNNVV do phụ nữ và nam giới lãnh đạo là rất tương đồng. Các doanh nghiệp nhỏ do phụ nữ lãnh đạo có doanh thu bình quân hàng năm là 548.000 USD so với 543.000 USD của các doanh nghiệp nhỏ do nam giới lãnh đạo. Đối với các doanh nghiệp vừa, các doanh nghiệp do phụ nữ lãnh đạo có doanh thu bình quân là 5,69 triệu USD so với 5,76 triệu USD của các doanh nghiệp do nam giới lãnh đạo. Nếu lấy doanh thu làm cơ sở đo lường quy mô của doanh nghiệp thì phụ nữ và nam giới sở hữu các doanh nghiệp có quy mô rất tương đồng. Đồng thời, các doanh nghiệp do phụ nữ và nam giới làm chủ đều có kế hoạch kinh doanh rất giống nhau cho hai năm tới, tập trung vào gia tăng sản xuất (78% phụ nữ so với 77% nam giới) và giới thiệu các sản phẩm và dịch vụ mới (12% phụ nữ và 10% nam giới).

<sup>5</sup> Giám đốc Điều hành hoặc Giám đốc Quản lý, Giám đốc Tài chính hoặc Giám đốc Vận hành

<sup>6</sup> Kathy Kristof, Từ Tài chính Cá nhân của Kiplinger's, tháng 4 năm 2016. Đường dẫn <https://www.circlewm.com/Kiplinger-TheSecretsofWomenInvestors.pdf>

<sup>7</sup> Wells Fargo, Phụ nữ và Đầu tư, 2017. Đường dẫn <https://www08.wellsfargomedia.com/assets/pdf/personal/investing/investment-institute/women-and-investing-ADA.pdf>



### Quan niệm 3: Phụ nữ có con không có thời gian để lãnh đạo doanh nghiệp

Trên 90% phụ nữ tham gia khảo sát đã kết hôn hoặc đã từng kết hôn trước đây. Mặc dù trách nhiệm gia đình là quan trọng và được xem là một thách thức đối với một số chủ doanh nghiệp nữ, phần lớn chủ doanh nghiệp nữ được phỏng vấn đều có thể cân đối được trách nhiệm với doanh nghiệp và gia đình bằng cách chủ yếu dựa vào hỗ trợ của gia đình và bên ngoài. Hạn chế về thời gian và trách nhiệm gia đình là các thách thức được các doanh nhân nữ đề cập đến ít nhất. Ngày càng có nhiều phụ nữ khởi nghiệp và xây dựng doanh nghiệp khi còn độc thân và tạo dựng một đội ngũ mà họ có thể dựa vào sau này - trong khảo sát này, các nữ chủ doanh nghiệp nhỏ có bình quân 30 lao động. Ngoài ra, bằng chứng<sup>8</sup> cho thấy việc làm mẹ đem lại một số lợi ích cho các chủ doanh nghiệp như gia tăng khả năng làm việc dưới áp lực, đàm phán hiệu quả hơn (bởi vì động lực lớn hơn) và bền bỉ hơn trước những thăng trầm.

### Quan niệm 4: Phụ nữ có những ưu tiên khác và ít có khả năng trả nợ hơn so với nam giới

Một nhận thức khác về các doanh nhân nữ là khi họ có gia đình riêng, họ có quá nhiều ưu tiên khác mà họ có thể đặt lên trên việc hoàn trả các khoản vay kinh doanh. Các phát hiện từ khảo sát cho thấy điều này là không đúng, với các ngân hàng báo cáo tỷ lệ nợ xấu của các chủ doanh nghiệp nữ thấp hơn (một ngân hàng báo cáo tỷ lệ nợ xấu của các DNNVV do phụ nữ làm chủ là 0,95% so với tỷ lệ 2,17% của các DNNVV do nam giới làm chủ) và phụ nữ thường là những khách hàng vay vốn cẩn trọng hơn so với nam giới.

### Quan niệm 5: Phụ nữ chỉ làm việc trong các doanh nghiệp gia đình và phần lớn do nam giới làm chủ

Một nhận thức phổ biến tại Việt Nam là phụ nữ phần lớn làm việc trong các doanh nghiệp gia đình và rằng mặc dù phụ nữ có thể quản lý một doanh nghiệp nhưng doanh nghiệp đó thường do nam giới làm chủ. Trong khảo sát này, trong số 322 doanh nghiệp do phụ nữ lãnh đạo, chỉ có 8% là được sở hữu bởi hoặc cùng với một thành viên gia đình của quản lý cấp cao nhất, và chỉ có 3% là do nam giới sở hữu đa số.

### Quan niệm 6: Phụ nữ cần được đào tạo về tài chính nhiều hơn so với nam giới

Một quan niệm sai lầm phổ biến là phụ nữ có kỹ năng quản lý tài chính kém hơn và cần đào tạo bổ sung về tài chính. Đây là một quan điểm chung của các nhân viên ngân hàng và thậm chí là của một số doanh nhân nữ. Tuy nhiên, khảo sát này cho thấy cả phụ nữ và nam giới đều tin tưởng rằng họ cần mức hỗ trợ quản lý tài chính như nhau, và rằng vấn đề liên quan nhiều hơn đến việc phụ nữ không thích sự kéo dài và tính phức tạp của các mẫu biểu và quy trình xin vay vốn ngân hàng. Điều này phù hợp với kinh nghiệm quốc tế<sup>9</sup> rằng nhìn chung phụ nữ ít hài lòng với các ngân hàng và cố vấn tài chính của họ hơn so với nam giới, và có mức độ tự tin thấp hơn và nghi ngờ nhiều hơn về độ nhạy bén tài chính và khả năng diễn giải các thuật ngữ tài chính của chính họ. Các nghiên cứu<sup>10</sup> chỉ ra rằng phụ nữ có xu hướng yêu cầu nhiều thông tin hơn trước khi đưa ra quyết định và muốn đảm bảo rằng họ hiểu mọi vấn đề, trong khi đó, nam giới thường ra quyết định với ít thông tin hơn. Điều này khiến phụ nữ có vẻ ít hiểu biết hơn đối với các nhân viên ngân hàng mà họ đang giao dịch và trong nhận thức của chính họ.

Một báo cáo của Wells Fargo<sup>11</sup> công bố vào tháng 7 năm 2017 cho thấy nhìn chung phụ nữ cảm thấy ít tự tin về khả năng đầu tư của họ hơn so với nam giới, mặc dù phụ nữ thường có nhiều kinh nghiệm tài chính hơn bản thân họ tự đánh giá. Trong trường hợp của Việt Nam, vấn đề này sẽ dễ dàng được giải quyết vì sự khác biệt về giới trong giáo dục là rất nhỏ ở tất cả các cấp (hơn 75% nữ doanh nhân được phỏng vấn trong mẫu của chúng tôi có bằng đại học) và đặc biệt vì phụ nữ chiếm tỷ lệ lớn trong lĩnh vực tài chính. Theo một thành viên được phỏng vấn, "Giám đốc Tài chính (CFO) là công việc của phụ nữ tại Việt Nam."

<sup>8</sup> <https://www.fastcompany.com/3028299/5-reasons-moms-make-great-entrepreneurs>; <https://www.entrepreneur.com/article/245782>; <https://www.forbes.com/sites/elanagross/2017/05/14/rosie-pope-on-entrepreneurship-motherhood-and-confidence/#340de65610e1>

<sup>9</sup> Sylvia Ann Hewitt, Khai thác Sức mạnh của Ví tiền: Nhà đầu tư Nữ và Cơ hội Toàn cầu cho Tăng trưởng, 2014. Đường dẫn [http://www.talentinnovation.org/\\_private/assets/HarnessingThePowerOfThePurse\\_Infographic-CTI.pdf](http://www.talentinnovation.org/_private/assets/HarnessingThePowerOfThePurse_Infographic-CTI.pdf)

<sup>10</sup> Wells Fargo, Phụ nữ và Đầu tư, 2017. Đường dẫn <https://www08.wellsfargomedia.com/assets/pdf/personal/investing/investment-institute/women-and-investing-ADA.pdf>

<sup>11</sup> Ibid

## Quan niệm 7: Phụ nữ không có thời gian cho học hỏi và xây dựng mạng lưới

Phụ nữ mong muốn tăng cường kỹ năng kinh doanh và sẵn sàng sắp xếp thời gian cho việc này. Phụ nữ có xu hướng tìm kiếm lời khuyên từ phụ nữ mà họ không có quan hệ họ hàng nhiều hơn so với từ các nam giới mà họ không có quan hệ họ hàng. Phụ nữ quan tâm đến các chương trình xây dựng năng lực thực tiễn để cải thiện kỹ năng kinh doanh (xây dựng thương hiệu, tiếp thị và hơn hết là quản lý nhân viên) và sẵn sàng chi trả 130 USD một tháng cho các khóa đào tạo có chất lượng cao. Một số mạng lưới và nền tảng hỗ trợ các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ hiện đang hoạt động và phổ biến tại Thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội.

## Khuyến nghị

Để phát huy phân khúc DNNVV do phụ nữ làm chủ và tận dụng tốt hơn cơ hội này, đồng thời ghi nhận đầy đủ sự đóng góp của họ vào nền kinh tế Việt Nam, báo cáo này khuyến nghị như sau:

1. Xác định các DNNVV do phụ nữ làm chủ là một phân khúc khách hàng riêng và là một phân khúc khách hàng chiến lược. Các ngân hàng nên xem các DNNVV do phụ nữ làm chủ như một phân khúc đặc biệt với các sản phẩm và dịch vụ riêng biệt được thiết kế phù hợp. Các doanh nhân nữ ít tiếp cận với các khoản vay ngân hàng hơn và thậm chí một số doanh nhân nữ dường như nhận được ít tài trợ hơn so với mức họ cần. Đây là một cơ hội kinh doanh lớn cho các ngân hàng hiện đang ít phục vụ thị trường này.
2. Đầu tư vào đào tạo nhân viên về khía cạnh giới trong lĩnh vực ngân hàng. Phụ nữ ít hài lòng với các dịch vụ ngân hàng hơn so với nam giới và mặc dù các ngân hàng cho rằng phụ nữ ít hiểu biết về tài chính hơn, báo cáo này đã xác định các dấu hiệu về mức độ tự tin thấp hơn của phụ nữ có thể khiến họ dường như ít hiểu biết hơn. Điều này phù hợp với kinh nghiệm quốc tế<sup>12</sup>. Đào tạo về tính nhạy cảm giới cho nhân viên ngân hàng là cần thiết để hiểu rõ hơn các khía cạnh về giới trong ngành ngân hàng (tức là những khác biệt về giới trong nhu cầu, sở thích và hành vi tài chính), và tránh các ý kiến thiên lệch tác động đến việc cung cấp dịch vụ.
3. Tăng cường các dịch vụ phi tài chính cho các DNNVV do phụ nữ làm chủ. Các ngân hàng có thể cải thiện các sản phẩm và dịch vụ cho các DNNVV do phụ nữ làm chủ thông qua hỗ trợ các nền tảng cung cấp các dịch vụ phi tài chính có liên quan (tức là các dịch vụ phát triển doanh nghiệp do các ngân hàng cung cấp) cho các nữ doanh nhân, từ đó giải quyết tình trạng thiếu tiếp cận tài trợ vốn, thông tin, kỹ năng và các thị trường mới.
4. Theo dõi dữ liệu phân tách theo giới về tình hình hoạt động của các DNNVV. Các ngân hàng sẽ hưởng lợi từ việc thu thập đầy đủ dữ liệu về kết quả hoạt động của các khách hàng DNNVV có phân tách theo giới tính (ví dụ như tỷ lệ hoàn trả, thay đổi tổ chức, tăng trưởng doanh thu và việc làm, mở rộng sang các thị trường mới) bằng cách có thể xây dựng một hồ sơ rủi ro tốt hơn về các khách hàng DNNVV và đáp ứng nguồn cung tương ứng.
5. Tăng cường nhận thức về các cơ hội đối với các ngân hàng nhằm phục vụ tốt hơn các khách hàng DNNVV do phụ nữ làm chủ. Các Tổ chức Tài chính Phát triển có thể củng cố việc thu thập và phổ biến dữ liệu về các DNNVV do phụ nữ làm chủ. Phổ biến các phát hiện của khảo sát này và các dữ liệu có liên quan là cần thiết để hiểu rõ các cơ hội và nhu cầu của các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ, và thiết kế các chiến lược trên cơ sở thông tin và phù hợp.

<sup>12</sup> Sylvia Ann Hewitt, Khai thác Sức mạnh của Ví tiền: Nhà đầu tư Nữ và Cơ hội Toàn cầu cho Tăng trưởng, 2014. Đường dẫn [http://www.talentinnovation.org/\\_private/assets/HarnessingThePowerOfThePurse\\_Infographic-CTI.pdf](http://www.talentinnovation.org/_private/assets/HarnessingThePowerOfThePurse_Infographic-CTI.pdf)





## Tổng quan

### Các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ tại Việt Nam

**95.906** doanh nghiệp tại Việt Nam  
là **do phụ nữ làm chủ\***,  
Trong đó **42%** là các DNNVV  
và **52%** là các doanh nghiệp siêu nhỏ\*\*.

**75%** thuộc khu vực Đông Nam Bộ  
và Đồng bằng sông Hồng  
**42%** lao động tại các doanh nghiệp  
do phụ nữ làm chủ là nữ.

**55%** hoạt động trong ngành bán buôn và  
bán lẻ;

**15%** hoạt động trong ngành chế biến, chế tạo.

### Đặc điểm của các chủ doanh nghiệp nữ tham gia khảo sát

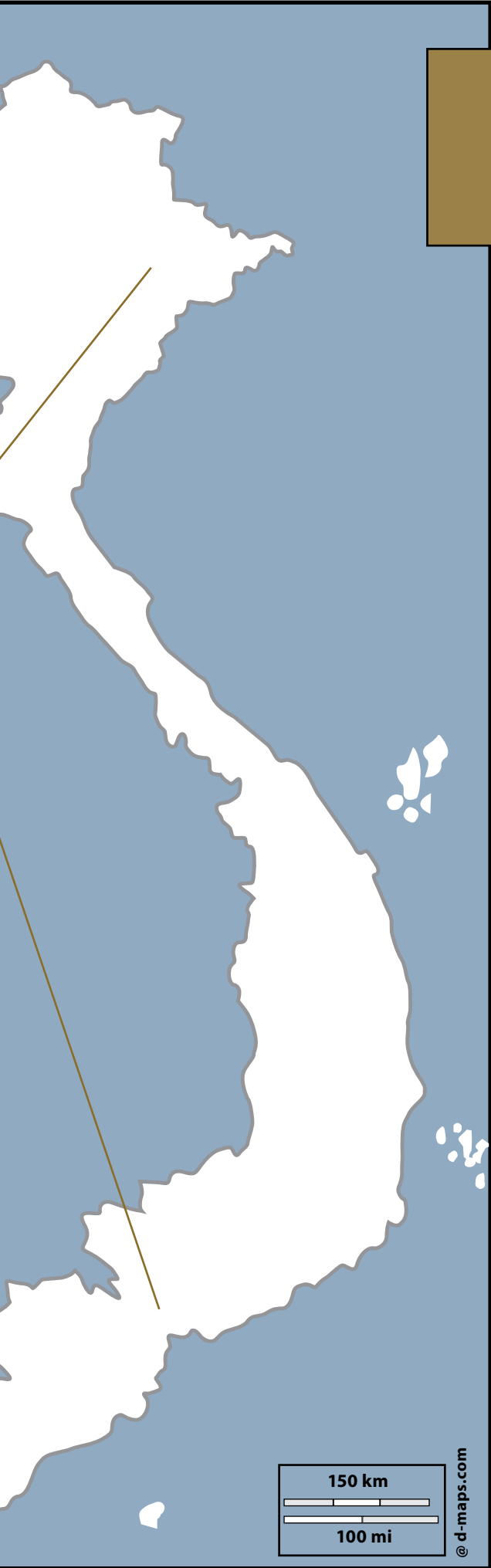
Độ tuổi trung bình: **40** (so với 54 tuổi đối với nam giới)

**94%** đang vận hành doanh nghiệp đầu tiên của họ,  
với trung bình **34** lao động.

**55%** đạt tăng trưởng doanh thu hàng năm **>20%**  
trong vòng hai năm qua.

**80%** dự kiến tăng trưởng **>20%** trong vòng hai năm tới.

Lưu ý: Tất cả các thông tin trên được trích từ cuộc khảo sát nghiên cứu của báo cáo này (sau đây gọi tắt là "khảo sát nghiên cứu").



## Quan điểm của các chủ doanh nghiệp nữ được khảo sát về các dịch vụ tài chính

- Họ nhạy cảm hơn nam giới về chất lượng dịch vụ khách hàng.
- **60%** muốn làm việc với cùng một cán bộ quản lý quan hệ khách hàng liên quan đến các giao dịch ngân hàng cá nhân và doanh nghiệp.
- **37%** sử dụng ngân hàng trực tuyến và di động (so với **32%** đối với nam giới).
- **67%** vay vốn kinh doanh phục vụ nhu cầu vốn lưu động; **54%** là khoản vay ngân hàng.
- Khả năng sử dụng thẻ tín dụng để tài trợ kinh doanh là gấp đôi so với nam giới.
- **33%** đơn xin vay vốn kinh doanh của họ bị từ chối do thiếu tài sản thế chấp.
- Khác biệt về giới liên quan đến dư nợ cho vay trung bình là nhỏ (**190.000 USD** đối với phụ nữ so với **192.000 USD** đối với nam giới).

\* Sử dụng định nghĩa của Tổng cục Thống kê về phân loại doanh nghiệp theo giới, theo đó sử dụng giới tính của người điều hành cao nhất của doanh nghiệp (ví dụ doanh nghiệp do phụ nữ điều hành được coi phân loại là doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ).

\*\* Theo định nghĩa của IFC, DNNVV có doanh thu hàng năm từ 100.000 USD đến 15 triệu USD; doanh nghiệp siêu nhỏ có doanh thu hàng năm dưới 100.000 USD.

150 km

100 mi

@ d-maps.com

# 1. Giới thiệu

Nghiên cứu này nhằm mục đích:

1. Xác định nhu cầu tài trợ của các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ và sự thiếu hụt tài trợ ngân hàng ở thời điểm hiện tại.
2. Hỗ trợ các ngân hàng hiểu rõ hơn về các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ (số lượng doanh nghiệp như vậy, doanh thu hàng năm được tạo ra, số lượng lao động, thách thức và khát vọng, sự đóng góp vào nền kinh tế, v.v.) nhằm xây dựng các chiến lược dịch vụ tài chính có chọn lọc, hướng vào phân khúc này.
3. Xác định các nhu cầu phi tài chính của các nữ chủ DNNVV liên quan đến khởi sự, vận hành và tăng trưởng doanh nghiệp.

## Thuật ngữ

Hiện nay có nhiều cách định nghĩa và phân loại doanh nghiệp nhỏ và vừa khác nhau giữa các tổ chức tài chính và cơ quan quản lý nhà nước. Để tránh nhầm lẫn, nghiên cứu này định nghĩa các doanh nghiệp nhỏ và vừa dựa trên doanh thu bán hàng hàng năm theo định nghĩa của IFC như được trình bày tại Bảng 1. Đây là định nghĩa được sử dụng trong toàn bộ báo cáo này.

**Bảng 1: Định nghĩa của IFC về DNNVV**

	Doanh nghiệp siêu nhỏ	Doanh nghiệp nhỏ	Doanh nghiệp vừa
Lao động	Dưới 10 lao động	10-49 lao động	50-300 lao động
<b>USD</b>			
Tài sản	Dưới 100.000 USD	100.000 - 3 triệu USD	3 - 15 triệu USD
Doanh thu hàng năm	Dưới 100.000 USD	100.000 - 3 triệu USD	3 - 15 triệu USD
<b>Đồng</b>			
Tài sản	Dưới 2 tỷ đồng	2 - 68 tỷ đồng	68 - 340 tỷ đồng
Doanh thu hàng năm	Dưới 2 tỷ đồng	2 - 68 tỷ đồng	68 - 340 tỷ đồng

NGUỒN: Tổ chức Tài chính Quốc tế, Cẩm nang Kiến thức Dịch vụ Ngân hàng dành cho DNNVV, IFC: Washington, D.C.  
Tỷ giá Oanda: 1 USD = 22.512 Đồng.

Chính phủ sử dụng một định nghĩa khác về DNNVV dựa trên số lượng lao động và tổng nguồn vốn của doanh nghiệp. Định nghĩa này cũng phân chia các DNNVV theo ba lĩnh vực kinh tế chính theo Nghị định 56/2009/NĐ-CP (xem Bảng 2). Luật Hỗ trợ DNNVV mới có hiệu lực từ tháng 1 năm 2018 định nghĩa DNNVV là các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa có số lao động tham gia bảo hiểm xã hội bình quân không quá 200 người và đáp ứng một trong hai tiêu chí sau: 1. Tổng nguồn vốn không vượt quá 100 tỷ đồng (khoảng 4,4 triệu USD); 2. Tổng doanh thu của năm trước liền kề không vượt quá 300 tỷ đồng (khoảng 13,2 triệu USD).

**Bảng 2: Định nghĩa của Chính phủ Việt Nam về DNNVV**

	Doanh nghiệp siêu nhỏ	Doanh nghiệp nhỏ		Doanh nghiệp vừa	
	Số lao động	Tổng nguồn vốn	Số lao động	Tổng nguồn vốn	Số lao động
Nông, lâm nghiệp và thủy sản	10 người trở xuống	20 tỷ đồng trở xuống	10-200	20-100 tỷ đồng	200-300
Công nghiệp và xây dựng	10 người trở xuống	20 tỷ đồng trở xuống	20-200	20-100 tỷ đồng	200-300
Thương mại và dịch vụ	10 người trở xuống	10 tỷ đồng trở xuống	20-50	10-50 tỷ đồng	50-100

NGUỒN: Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Cục Phát triển Doanh nghiệp, Sách trắng về Doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam, 2014

Chưa có định nghĩa chính thức về các DNNVV do phụ nữ làm chủ<sup>13</sup> tại Việt Nam. Tổng cục Thống kê sử dụng giới tính của quản lý cấp cao nhất làm cơ sở xác định (tức là các doanh nghiệp do một phụ nữ quản lý được xem là doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ). Có sự tương quan lớn giữa một nữ quản lý cấp cao nhất và nữ giới sở hữu phần lớn doanh nghiệp. Theo Khảo sát Doanh nghiệp của Nhóm Ngân hàng Thế giới năm 2015, tương quan giữa việc có một nữ quản lý cấp cao nhất và nữ giới sở hữu phần lớn doanh nghiệp là 79%; nghiên cứu này xác định tương quan này là 92%.

Nghiên cứu này ghi nhận rằng có nhiều nguồn và ước tính về số lượng DNNVV tại Việt Nam. Tuy nhiên, phạm vi của nghiên cứu này chỉ bao gồm các doanh nghiệp chính thức, tức là đã đăng ký, theo cơ sở dữ liệu của Tổng cục Thống kê. Nghiên cứu này cũng không bao gồm các hộ kinh doanh vốn thường được các ngân hàng xem là các khách hàng cá nhân<sup>14</sup>.

## Phương pháp luận

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng và định tính. Nghiên cứu định lượng bao gồm một khảo sát về nhu cầu của các doanh nghiệp và một khảo sát về cung cấp của các ngân hàng. Khảo sát cung cấp dựa trên các cuộc phỏng vấn cá nhân với một nhóm đại diện ngân hàng thương mại và ngân hàng quốc doanh được lựa chọn. Khảo sát nhu cầu được thực hiện thông qua các cuộc phỏng vấn cá nhân 500 chủ doanh nghiệp hoặc quản lý cấp cao nhất<sup>15</sup> của các DNNVV, người phỏng vấn sử dụng máy tính bảng để ghi nhận tại chỗ thông tin phỏng vấn. Mẫu khảo sát 500 doanh nghiệp bao gồm 322 doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ và 178 doanh nghiệp do nam giới làm chủ. Mẫu khảo sát 500 doanh nghiệp được xây dựng từ tổng thể các DNNVV trên toàn quốc theo Tổng điều tra Doanh nghiệp của GSO năm 2015, sử dụng phương pháp chọn mẫu bán ngẫu nhiên và dựa trên doanh thu hàng năm như được định nghĩa tại Bảng 1. Mẫu này tiếp tục được sàng lọc sử dụng định nghĩa của IFC về các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ<sup>16</sup>.

**Bảng 3: Các DNNVV do phụ nữ và nam giới làm chủ được phỏng vấn**

	Nữ	Nam	Tổng số
Hà Nội	124	68	192
TP. Hồ Chí Minh	107	47	154
Đà Nẵng	43	31	74
Long An	22	14	36
Lâm Đồng	10	3	13
Phú Thọ	16	15	31
<b>TỔNG</b>	<b>322</b>	<b>178</b>	<b>500</b>

Khảo sát này bao gồm một mẫu đại diện về địa lý cả 3 khu vực của Việt Nam (miền Bắc, miền Nam và miền Trung). Số lượng doanh nghiệp được lựa chọn để phỏng vấn ở từng khu vực và từng lĩnh vực chính (công nghiệp, dịch vụ và nông nghiệp) tương ứng với tỷ trọng của tất cả các DNNVV tại từng khu vực hoặc lĩnh vực. Tại Việt Nam, 52,9% DNNVV hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ; 45,6% trong lĩnh vực sản xuất; và 1,5% trong lĩnh vực nông, lâm nghiệp và thủy sản. Do đó, tỷ lệ này được duy trì khi xây dựng mẫu khảo sát. Tại mỗi khu vực, ưu tiên lựa chọn các tỉnh tập trung DNNVV nhiều nhất (xem Bảng 3). Thu thập dữ liệu được tiến hành từ tháng 2 đến tháng 5 năm 2017.

Ngoài khảo sát này, nghiên cứu này bao gồm kết quả của tám cuộc thảo luận nhóm tập trung (ba thảo luận nhóm tại Hà Nội, hai tại Hải Dương và một tại mỗi tỉnh/ thành phố Đà Nẵng, An Giang và Cần Thơ) và sáu cuộc phỏng vấn sâu tại Thành phố Hồ Chí Minh. Trong tháng 2 năm 2017, các cuộc phỏng vấn với các bên liên quan khác nhau như các ngân hàng thương mại, các hiệp hội và mạng lưới doanh nghiệp của phụ nữ đã được tiến hành tại Thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội. Mô tả đầy đủ về phương pháp luận được trình bày tại Phụ lục II: Phương pháp luận Khảo sát.

<sup>13</sup> Doanh nghiệp nhỏ và vừa do phụ nữ làm chủ tại Việt Nam: Phân tích thực trạng và Khuyến nghị chính sách, HAWASME, Mekong Business Initiative, 2016.

<sup>14</sup> <http://www.economica.vn/Portals/0/Documents/fd921a86edc2a4407dc0ad2543d0e92d.pdf>. Các hộ kinh doanh phi nông nghiệp đóng góp khoảng 30% tổng GDP cho Việt Nam trong năm 2011, số lượng lao động trung bình là 1,8.

<sup>15</sup> Giám đốc Điều hành hoặc Giám đốc Quản lý, Giám đốc Tài chính hoặc Giám đốc Vận hành.

<sup>16</sup> Định nghĩa của IFC về doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ, tức là có một hoặc nhiều phụ nữ sở hữu ít nhất 51%; hoặc có ít nhất 20% thuộc sở hữu của phụ nữ với một hoặc nhiều phụ nữ đảm nhiệm vai trò quản lý cấp cao (CEO/COO), và ít nhất 30% hội đồng quản trị là nữ (nếu có hội đồng quản trị).



## 2. Môi trường Kinh doanh

Chương này rà soát các văn bản pháp luật liên quan đến các DNNVV nhằm xác định xem liệu rằng luật pháp có phân biệt giữa các doanh nghiệp do nam giới và phụ nữ làm chủ không. Chương này trình bày các rào cản trong kinh doanh, như được xác định trong khảo sát về các chủ doanh nghiệp, bao gồm bất kỳ trở ngại xã hội hoặc văn hoá nào có thể tác động đến các doanh nhân nữ.

### Hỗ trợ chính sách DNNVV gần đây

2009  
Nghị định  
56

Năm 2009, Chính phủ ban hành Nghị định 56/2009/NĐ-CP định nghĩa DNNVV và đưa ra một chiến lược cấp cao nhằm hỗ trợ tăng trưởng khu vực DNNVV, bao gồm các đề án bảo lãnh tín dụng, đào tạo và các quỹ phát triển vốn tiềm năng. Thiết kế các can thiệp và thực hiện được giao cho từng cơ quan, do Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Tài chính và Ngân hàng Nhà nước Việt Nam điều phối.

Nghị định này chỉ ra rằng các DNNVV do phụ nữ làm chủ là đối tượng được hỗ trợ phát triển nhưng không nêu rõ loại hình hỗ trợ và các tiêu chí hợp lệ<sup>17</sup>. (Cần lưu ý rằng ngoài một nhận định chung về ưu tiên các chương trình hỗ trợ các DNNVV do phụ nữ làm chủ và các doanh nghiệp sử dụng nhiều lao động nữ, khảo sát này không thể thu thập được các văn bản hướng dẫn xác định các lĩnh vực hỗ trợ cụ thể, các chính sách ưu tiên, quy trình thực hiện, các cơ quan phụ trách hoặc các nguồn kinh phí. Do đó, khảo sát này kết luận rằng chính sách này vẫn chưa được thực hiện.) Một nghiên cứu gần đây<sup>18</sup> chỉ ra các lý do trì hoãn thực hiện có thể bao gồm thiếu một định nghĩa chính thức của chính phủ về DNNVV do phụ nữ làm chủ, cũng như sự miễn cưỡng của các cơ quan chuyên trách trong việc đối xử các doanh nhân nữ khác với các doanh nhân nam.

2009  
Quỹ  
Bảo lãnh  
Tín dụng

Đồng thời, năm 2009, Ngân hàng Phát triển Việt Nam (VDB) đã thành lập một quỹ bảo lãnh tín dụng nhằm khuyến khích các ngân hàng cho vay DNNVV. Quỹ này bảo lãnh tối đa 85% giá trị khoản vay. Ngoài ra, hơn 20 quỹ bảo lãnh tín dụng đã được thành lập ở cấp tỉnh trong năm 2014. Do không có sẵn dữ liệu về việc thực hiện thực tế các quỹ này của các ngân hàng trong những năm qua, nên không thể ước tính tác động của các quỹ này đối với tiếp cận tài trợ ngân hàng hiện tại của các DNNVV. Tuy nhiên, báo cáo cho thấy Quỹ Thành phố Hồ Chí Minh là một trong những quỹ cấp thành phố hoạt động tích cực hơn, trong khi nhiều quỹ khác vẫn chưa hoạt động hiệu quả<sup>19</sup>.

2013  
Quyết định  
Số 844

Năm 2013, Bộ Khoa học và Công nghệ đã khởi động sáng kiến “Thung lũng Silicon Việt Nam” nhằm hỗ trợ tăng trưởng của các doanh nghiệp công nghệ mới khởi nghiệp. Quyết định số 844/QĐ-TTg (18/5/2016) của Chính phủ đã đưa ra một đề án hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025 và tuyên bố năm 2016 là Năm Khởi nghiệp. Các sự kiện hỗ trợ được tổ chức cho cộng đồng khởi nghiệp trong năm 2016 bao gồm Techfest 2016, ISUM 2016, HATCH! FAIR 2016.

2016-2020  
Kế hoạch  
Phát triển  
5 năm

Kế hoạch Phát triển DNNVV 5 năm (2016-2020) bao gồm các mục tiêu cụ thể về phát triển khu vực DNNVV. Các văn bản khác bao gồm Quyết định số 601/QĐ-TTg (17/4/2013) về thành lập Quỹ Phát triển DNNVV nhằm hỗ trợ các DNNVV có dự án/phương án sản xuất kinh doanh khả thi thuộc các lĩnh vực ưu tiên; và Thông tư 04/2014/TTLT-BKH-BTC (13/8/2014) về trợ giúp đào tạo cho các DNNVV.

<sup>17</sup> Nghị định 56/2009/NĐ-CP

<sup>18</sup> ADB, Doanh nghiệp nhỏ và vừa do phụ nữ làm chủ tại Việt Nam: Phân tích thực trạng và Khuyến nghị chính sách, 2016

<sup>19</sup> SwitchAsia, Hỗ trợ DNNVV tiếp cận tài chính vì tiêu dùng và sản xuất bền vững tại châu Á Tổng quan các xu hướng và rào cản tài chính ở Việt Nam, tháng 3 năm 2016

2018  
Luật  
Hỗ trợ  
DNNVV

Luật Hỗ trợ DNNVV mới được thông qua vào tháng 6 năm 2017 và có hiệu lực kể từ ngày 1/1/2018 đưa ra một định nghĩa hơi khác về DNNVV. Theo Luật mới này, các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa có số lao động tham gia bảo hiểm xã hội bình quân năm không quá 200 người và đáp ứng một trong hai tiêu chí sau:

1. Tổng nguồn vốn không vượt quá 100 tỷ đồng (khoảng 4,4 triệu USD);
2. Tổng doanh thu của năm trước liền kề không vượt quá 300 tỷ đồng (khoảng 13,2 triệu USD).

Luật DNNVV mới đưa ra các biện pháp cụ thể hơn để hỗ trợ khu vực này, bao gồm các ưu đãi dành cho các ngân hàng thương mại áp dụng mức lãi suất ưu đãi đối với các DNVVN hoặc phân bổ ít nhất 30% danh mục cho vay của ngân hàng cho các DNVVN. Đồng thời, luật này cũng dự kiến các ưu đãi về thuế đối với các doanh nghiệp mới khởi nghiệp được định nghĩa là các doanh nghiệp hoạt động dưới 5 năm.

2016  
Quỹ  
Khởi nghiệp  
Công nghệ  
TP. HCM

Ngoài ra, thành phố Hồ Chí Minh đã khởi động một quỹ trị giá 45 triệu USD vào cuối năm 2016 để hỗ trợ các doanh nghiệp công nghệ mới khởi nghiệp tại thành phố. TP.HCM hướng tới hỗ trợ 2.000 dự án khởi nghiệp trong 5 năm tới và đã nhận được các yêu cầu tài trợ từ 200 dự án tính đến tháng 12 năm 2016. Quỹ này mở cửa cho các doanh nghiệp đến từ nhiều ngành - cơ khí, điện tử, hoá chất, sản xuất lương thực, tài chính, ngân hàng, bảo hiểm, thương mại, vận tải, du lịch, hậu cần, bưu chính và viễn thông, bất động sản, y tế, giáo dục và công nghệ. Mỗi dự án sẽ nhận được tối đa 2 tỷ đồng (90.000 USD).

## Môi trường kinh doanh tại Việt Nam

Việt Nam xếp hạng 82 trong số 190 quốc gia trong Báo cáo Môi trường Kinh doanh năm 2016 của Ngân hàng Thế giới (xem Hình 1).

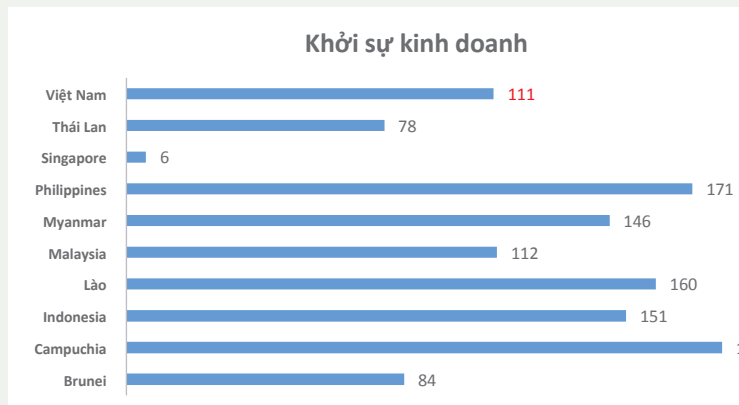
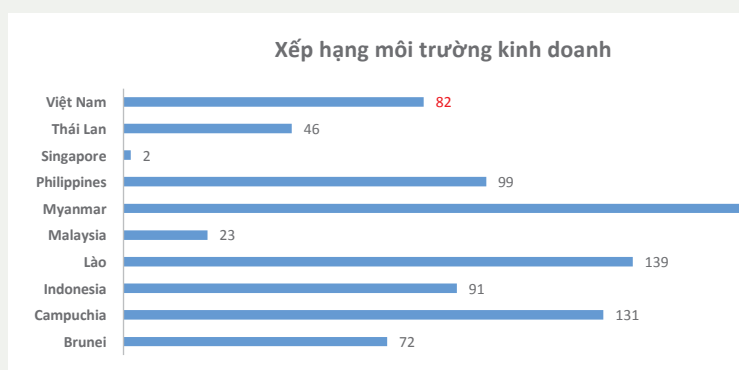
Việt Nam đang vận hành tốt so với các quốc gia có mức thu nhập tương tự tại ASEAN – như Indonesia, Lào, Campuchia và Philippines – nhưng đi sau các nền kinh tế tiên tiến hơn như Thái Lan và Malaysia.

Khởi sự kinh doanh, nộp thuế và giải quyết phá sản là các khía cạnh mà Việt Nam đạt điểm thấp nhất, lần lượt là 121, 167, và 125 trong số 190.

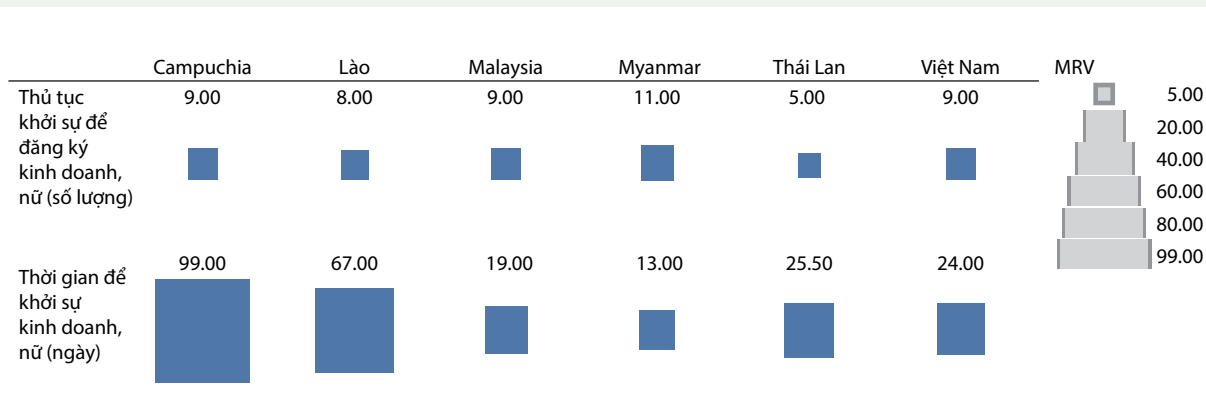
Tương tự như phần lớn các quốc gia ASEAN, khởi sự kinh doanh tại Việt Nam vẫn còn phức tạp và tốn kém. Mặc dù một số thủ tục cấp phép gần đây đã được tinh giản, nhưng vẫn cần trung bình 24 ngày để bắt đầu kinh doanh\*, khiến Việt Nam xếp thứ 111 trên 190 quốc gia về điểm số này. Hình 2 minh họa số lượng thủ tục và thời gian cần thiết để đăng ký kinh doanh cho các nữ chủ doanh nghiệp tại Việt Nam so với năm quốc gia Đông Nam Á khác. Báo cáo này không cho thấy sự khác biệt giữa nữ chủ doanh nghiệp và nam chủ doanh nghiệp tại Việt Nam về hai chỉ số này.

\* Môi trường Kinh doanh đo lường yêu cầu về vốn chi trả tối thiểu, số lượng thủ tục, thời gian và chi phí cho một công ty trách nhiệm hữu hạn có quy mô từ nhỏ đến vừa bắt đầu khởi sự kinh doanh và chính thức hoạt động tại thành phố kinh doanh lớn nhất của nền kinh tế.

Hình 1: Xếp hạng về môi trường kinh doanh



**Hình 2: Thuận lợi khởi sự kinh doanh**



Tổng MRV (kích thước) phân chia theo Tên Quốc gia và Tên Biến. Chế độ xem được lọc theo Tên Quốc gia và Tên Biến. Lọc Tên Quốc gia loại trừ các quốc gia không có trong danh sách. Lọc Tên Biến giữ các thủ tục Khởi sự đăng ký kinh doanh, nữ (số lượng) và Thời gian để bắt đầu kinh doanh, nữ (ngày).

Nộp thuế là khía cạnh mà Việt Nam đạt điểm thấp nhất và đứng thứ 167 trên tổng số 190 quốc gia. Quản lý thuế doanh nghiệp yêu cầu 31 lần nộp thuế hàng năm và ước tính cần khoảng 540 giờ lao động mỗi năm – tương đương 67,5 ngày làm việc 8 giờ. Đây là một trong những trở ngại lớn nhất được xác định bởi các doanh nghiệp trong Khảo sát Doanh nghiệp của Ngân hàng Thế giới năm 2015, đặc

biệt là bởi các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ. Khảo sát 500 doanh nghiệp nhỏ và vừa này đã xác nhận rằng các khoản thuế được xem là gánh nặng lớn đối với cả các doanh nhân nam và nữ, và rằng báo cáo doanh thu và lợi nhuận thấp để hạn chế các khoản đóng thuế là một thực tế phổ biến.

NGUỒN: Hình 1 và 2: Môi trường Kinh doanh, 2016

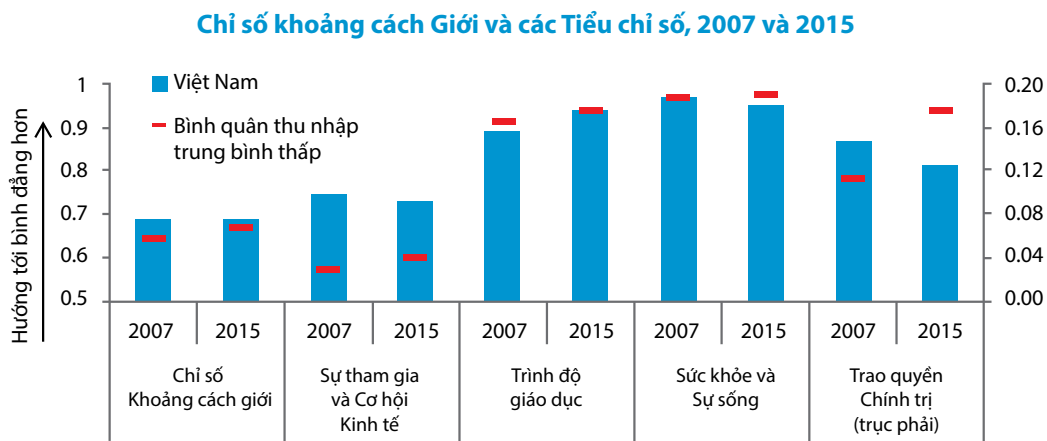


### 3. Phụ nữ trong Nền kinh tế

Chương này bắt đầu với phân tích về đóng góp của phụ nữ vào nền kinh tế và những trở ngại và ý kiến thiên lệch mà họ gặp phải, cũng như sự bảo vệ pháp lý và hỗ trợ khác của chính phủ đối với các quyền làm việc và tự do làm việc của phụ nữ.

Việt Nam được đánh giá tốt về bình đẳng giới so với các quốc gia khác có cùng trình độ phát triển, đặc biệt là về sự tham gia và cơ hội kinh tế. Hạn chế liên quan đến giới có tồn tại và có trần thủy tinh, nhưng chưa tới mức được nhận thấy như ở các quốc gia láng giềng; Việt Nam xếp hạng 65 trong Chỉ số Toàn cầu về Khoảng cách Giới (tháng 7 năm 2016), trong khi Campuchia đứng thứ 112 và Thái Lan đứng thứ 71 (Báo cáo Khoảng cách Giới Toàn cầu của Diễn đàn Kinh tế Thế giới, 2016<sup>20</sup>). Tỷ lệ phụ nữ trong lực lượng lao động là cao ở mức 73%, và đã có sự cải thiện đáng kể về tỷ lệ thu nhập phụ nữ so với nam giới đối với việc làm chính thức, tăng từ 70% năm 2007 lên 83% vào năm 2015. Ngoài ra, phụ nữ nắm giữ khoảng 30% vị trí quản lý cấp cao và gần 14% số ghế trong ban quản trị<sup>21</sup>. Ba phụ nữ Việt Nam, bà Cao Thị Ngọc Dung của Công ty Vàng bạc đá quý Phú Nhuận (PNJ); bà Nguyễn Thị Phương Thảo của Tập đoàn Sovico Holding (chủ sở hữu HD Bank và VietJet Air), và bà Thái Hương của Tập đoàn TH – đã xuất hiện trong Danh sách những Phụ nữ Quyền lực nhất châu Á năm 2016 của Forbes.

**Hình 3: Chỉ số Giới**



NGUỒN: Báo cáo Quốc gia của IMF số 16/240

Theo số liệu của Ngân hàng Thế giới năm 2013, khoảng 71% phụ nữ đang làm việc ở Việt Nam là tự sản xuất kinh doanh (so với 60% nam giới)<sup>22</sup>. Nông nghiệp và dịch vụ là những ngành sử dụng nhiều lao động nữ nhất. Trong những thập niên gần đây, tình trạng nữ giới hóa trong nông nghiệp diễn ra rõ nét, đặc biệt là ở miền Bắc, và phụ nữ đảm nhiệm phần lớn các công việc trong nhiều chuỗi giá trị nông nghiệp.<sup>23</sup> Tuy nhiên, điều này để cập chủ yếu đến phụ nữ làm việc như lao động không được trả lương tại các trang trại của gia đình và vận hành các doanh nghiệp siêu nhỏ hơn là các chủ doanh nghiệp có quy mô nhỏ hoặc vừa. Một nghiên cứu gần đây của IFC cho thấy phụ nữ chiếm khoảng 50% số công nhân cà phê tại Lâm Đồng và đóng một vai trò quan trọng trong việc canh tác cà phê, chế biến và tiếp thị, nhưng họ thường không được đào tạo và tham gia các cơ hội phát triển khác và do đó có xu hướng tập trung ở phía dưới của chuỗi giá trị.<sup>24</sup>

<sup>20</sup> [http://www3.weforum.org/docs/GGGR16/WEF\\_Global\\_Gender\\_Gap\\_Report\\_2016.pdf](http://www3.weforum.org/docs/GGGR16/WEF_Global_Gender_Gap_Report_2016.pdf)

<sup>21</sup> Grant Thornton, 2015; CDWI, 2015

<sup>22</sup> Tự sản xuất kinh doanh là những lao động làm việc một mình hoặc với một hoặc một vài đối tác hoặc trong hợp tác xã đảm nhiệm các loại công việc như “công việc tự sản xuất kinh doanh”, tức là các công việc mà thù lao trực tiếp phụ thuộc vào lợi nhuận của hàng hoá và dịch vụ được sản xuất. Lao động tự sản xuất kinh doanh bao gồm bốn nhóm là người sử dụng lao động, lao động tự làm cho chính mình, xã viên hợp tác xã sản xuất, và lao động đóng góp cho gia đình.

<sup>23</sup> DFAT, Nông nghiệp và Du lịch Bình đẳng giới (GREAT), Tài liệu Thiết kế Đầu tư – Bản cuối cùng, ngày 26/8/2016

<sup>24</sup> [http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/4f28000046532f27a920b99916182e35/StoriesOfImpact2014\\_EcomVietnam.pdf?MOD=AJPERES](http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/4f28000046532f27a920b99916182e35/StoriesOfImpact2014_EcomVietnam.pdf?MOD=AJPERES)



Thị trường lao động của Việt Nam vẫn có các lĩnh vực có sự phân chia về giới, với phụ nữ tập trung nhiều vào “các công việc nữ giới”, chẳng hạn như tiếp thị, văn phòng và công việc hỗ trợ, nhân lực và kế toán. Các công việc đăng tuyển thường đề cập ưu tiên giới và có tồn tại trần thủy tinh; một nghiên cứu của ILO năm 2015 cho thấy gần 83% các công việc quản lý đăng tuyển có ưu tiên các ứng viên nam<sup>25</sup>. Phù hợp với những phát hiện này, một khảo sát gần đây<sup>26</sup> cho thấy 39% phụ nữ được khảo sát tại Việt Nam cảm thấy họ không được đại diện đầy đủ trong các vị trí lãnh đạo doanh nghiệp. Những lý do hàng đầu được trích dẫn là áp lực gia đình và các cam kết bên ngoài công việc. Các chuẩn mực xã hội đặt phần lớn trách nhiệm đối với gia đình và nhiệm vụ chăm sóc con cho phụ nữ, làm ảnh hưởng đến sự tham gia của phụ nữ tại nơi làm việc và các diễn đàn ra quyết định.

Theo cơ sở dữ liệu Phụ nữ, Kinh doanh và Pháp luật của Ngân hàng Thế giới, Việt Nam nằm trong số các quốc gia có số điểm khác biệt về pháp lý giữa nam giới và phụ nữ thấp nhất. Những vấn đề còn tồn tại chủ yếu là những hạn chế đối với việc làm của phụ nữ, liên quan đến các lĩnh vực và nghề nghiệp mà phụ nữ không thể làm việc cũng như phạm vi công việc và giờ làm việc. Một số công việc giới hạn đối với tất cả phụ nữ, một số công việc giới hạn riêng đối với phụ nữ mang thai hoặc phụ nữ đang nuôi con dưới 12 tháng tuổi. Ví dụ, phụ nữ không thể làm việc trên giàn khoan dầu trên biển (ngoại trừ cung cấp các dịch vụ y tế hoặc xã hội), vận hành máy móc xây dựng nặng, hoặc lái tàu, trừ khi được vận hành tự động<sup>27</sup>. Mặc dù các quy định này có thể đã được thực thi để “bảo vệ” phụ nữ trong các ngành tập trung nhiều nam giới như khai khoáng và xây dựng, nhưng hiện nay các quy định này có thể có hàm ý thực sự đối với tiềm năng thu nhập của phụ nữ và hạn chế phụ nữ vào các ngành có thu nhập thấp hơn. Danh sách chi tiết các quy định hạn chế việc làm của phụ nữ được trình bày tại Bảng 4.

**Bảng 4: Hạn chế công việc đối với phụ nữ**

Câu hỏi	Trả lời	Nguồn
Phụ nữ có thể làm việc cùng giờ ban đêm như nam giới không?	Có	Không có hạn chế nào có thể được xác định
Phụ nữ có thể làm các công việc được cho là không phù hợp về đạo đức hoặc xã hội giống như nam giới không?	Có	Không có hạn chế nào có thể được xác định
Phụ nữ có thể làm việc trong các nhà máy giống như nam giới không?	Có	Không có hạn chế nào có thể được xác định
Phụ nữ có thể làm những công việc giống như nam giới không?	Không	Bộ luật Lao động, Điều 160 Thông tư Liên tịch số 40-2011-BLĐTBXH-BYT, Phụ lục 1, Điều 22
Phụ nữ có thể làm các công việc được coi là nguy hiểm giống như nam giới không?	Không	Bộ luật Lao động, Điều 160
Phụ nữ có thể làm các công việc được coi là nặng nhọc giống như nam giới không?	Không	Thông tư Liên tịch số 40-2011-BLĐTBXH-BYT, Điều 2
Phụ nữ có thể làm việc trong lĩnh vực khai khoáng giống như nam giới không?	Không	Bộ luật Lao động, Điều 160(3)
Phụ nữ có thể làm việc trong cùng ngành nghề với nam giới không?	Không	Thông tư Liên tịch số 40-2011-BLĐTBXH-BYT, Phụ lục 1
Phụ nữ có thể làm việc trong lĩnh vực gia công kim loại giống như nam giới không?	Không	Thông tư Liên tịch số 40-2011-BLĐTBXH-BYT, Phụ lục 1
Phụ nữ có thể tham gia vào các công việc đòi hỏi phải nâng vật nặng trên ngưỡng giống như nam giới không?	Không	Thông tư Liên tịch số 40-2011-BLĐTBXH-BYT, Phụ lục 1
Phụ nữ có thể làm các nhiệm vụ liên quan đến công việc giống như nam giới không?	Không	Thông tư Liên tịch số 40-2011-BLĐTBXH-BYT, Phụ lục 1

<sup>25</sup> [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-hanoi/documents/publication/wcms\\_349666.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-hanoi/documents/publication/wcms_349666.pdf)

<sup>26</sup> Robert Walters, *Nâng quyền Phụ nữ tại nơi làm việc*, 2016

<sup>27</sup> Bộ luật Lao động, Điều 160 Thông tư liên tịch số 40-2011-BLĐTBXH-BYT, Phụ lục 1, Điều 22  
<http://luatkhaiphong.com/Van-ban-Tieng-Anh/Joint-Circular-No.-40/2011/TTLT-BLDTBXH-BYT-dated-December-28-2011-6577.html>

Khoảng cách về tiền công liên quan đến giới, mặc dù có cải thiện, vẫn là một vấn đề nghiêm trọng<sup>28</sup>. Nhìn chung, phụ nữ thường tham gia vào các công việc dễ bị tổn thương<sup>29</sup> nhiều hơn so với nam giới, và mặc dù có tiến bộ trong việc làm chính thức, tiền công của phụ nữ ước tính chỉ bằng 50% tiền công của nam giới trong khu vực phi chính thức<sup>30</sup>. Phụ nữ cũng có xu hướng ít tiếp cận và sở hữu tài sản hơn. Ví dụ, giấy chứng nhận quyền sử dụng đất thường được đăng ký dưới tên của chủ hộ nam giới khi lần đầu tiên được ban hành vào năm 1993. Mặc dù những sửa đổi sau đó của Luật Đất đai đã cố gắng điều chỉnh các bất bình đẳng giới bằng cách yêu cầu tên của cả hai vợ chồng trên giấy chứng nhận quyền sử dụng đất, những thay đổi thường không xảy ra đối với các giấy chứng nhận do thiếu thông tin<sup>31</sup>. Thêm vào đó, mức độ hiểu biết về luật pháp của phụ nữ thấp hơn so với nam giới, phụ nữ ít nhận thức được quyền của mình và cách thực thi các quyền này<sup>32</sup>.

Hạn chế về sự tham gia của phụ nữ vào nền kinh tế dường như cao hơn đối với các nhóm dân tộc thiểu số, đặc biệt là ở các vùng nông thôn, nơi có sự phân công lao động truyền thống hơn vẫn còn tồn tại và bất lợi cho phụ nữ. Cụ thể, phụ nữ thuộc các nhóm và khu vực này ít tiếp cận các nguồn lực sản xuất hơn, tiếp cận các dịch vụ y tế, giáo dục và khuyến nông thấp hơn và ít khả năng tham gia lãnh đạo cộng đồng và ra quyết định hơn. Gần đây, các cơ quan quốc tế hàng đầu như Bộ Ngoại giao và Thương mại Úc (DFAT) và Ngân hàng Thế giới đã quan tâm nhiều hơn đến sự chênh lệch trong tiếp cận các cơ hội kinh tế theo các sắc tộc, thúc đẩy hiểu biết hơn về các nhu cầu cụ thể của phụ nữ dân tộc thiểu số.

Chính phủ đã công nhận vai trò quan trọng của bình đẳng giới trong các chiến lược kinh tế-xã hội quốc gia và đã có những nỗ lực đáng kể để thúc đẩy bình đẳng giới. Các khía cạnh về giới đã được lồng ghép vào các Kế hoạch phát triển kinh tế-xã hội quốc gia từ năm 2006. Các văn bản luật quan trọng được thiết kế để giải quyết vấn đề bình đẳng giới bao gồm Luật Bình đẳng Giới (2006) và Luật Phòng, Chống Bạo lực Gia đình (2007). Tuy nhiên, việc thực hiện đã gặp khó khăn do hạn chế về ngân sách và năng lực của các cán bộ chính phủ trong việc đưa các chính sách thành những sáng kiến thực tiễn<sup>33</sup>.



<sup>28</sup> ADB, Chiến lược Đối tác Quốc gia Việt Nam (2016-2020)

<sup>29</sup> Việc làm dễ bị tổn thương là lao động gia đình không được trả lương và lao động làm việc cho chính bản thân họ theo tỷ lệ phần trăm trong tổng số việc làm.

<sup>30</sup> DFAT, Nông nghiệp và Du lịch Bình đẳng giới (GREAT), Tài liệu Thiết kế Đầu tư – Bản cuối cùng, ngày 26/8/2016

<sup>31</sup> USAID, 2014 <https://www.land-links.org/project/land-access-for-women-vietnam/>

<sup>32</sup> VLA & UNDP (2016). Chỉ số Công lý năm 2015: Hướng tới một nền tư pháp vì dân

<sup>33</sup> DFAT, Nông nghiệp và Du lịch Bình đẳng giới (GREAT), Tài liệu Thiết kế Đầu tư – Bản cuối cùng, ngày 26/8/2016

**Bảng 5: Các vấn đề Giới trong Luật và các Chương trình Quốc gia**

Pháp luật	Tổng quan về các vấn đề giới
Luật Bình đẳng Giới 2006	Luật Bình đẳng Giới đảm bảo quyền bình đẳng cho phụ nữ trong mọi lĩnh vực và yêu cầu các chiến lược giải quyết các vấn đề liên quan đến giới. Luật này cũng quy định sự cần thiết phải bãi bỏ các phong tục tập quán cản trở bình đẳng giới cũng như yêu cầu lồng ghép giới vào tất cả các lĩnh vực. Để giám sát việc thực hiện Luật này, Vụ Bình đẳng Giới thuộc Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội (MoLISA) đã được thành lập.
Luật Phòng, chống bạo lực gia đình 2007	Có hiệu lực từ năm 2008, Luật này là khuôn khổ chính cho các chiến lược của nhà nước nhằm giải quyết vấn đề bạo lực gia đình. Luật này đưa ra một định nghĩa rộng về bạo lực gia đình, bao gồm tất cả các hành vi gây tổn hại về thể chất, tinh thần hoặc tài chính. Luật này cũng chỉ ra các nghĩa vụ của nhà nước, cá nhân, gia đình, tổ chức và thể chế liên quan đến phòng, chống bạo lực gia đình và hỗ trợ nạn nhân của bạo lực gia đình.
Luật Lao động 2012	Luật Lao động giải quyết các vấn đề về giới ở hầu hết từng khía cạnh liên quan đến lao động. Luật này có một phần riêng biệt nhằm đảm bảo và bảo vệ quyền bình đẳng của phụ nữ đối với việc làm liên quan đến tuyển dụng, bồi thường và quyền chăm sóc sức khoẻ bà mẹ. Ngoài ra còn có các quy định về nghĩa vụ của doanh nghiệp đối với lao động nữ.
Luật Hôn nhân và Gia đình 2014	Luật này quy định chế độ hôn nhân và gia đình; tiêu chuẩn pháp lý đối với hành vi của các thành viên trong gia đình; và trách nhiệm của các cá nhân, tổ chức, nhà nước và xã hội trong việc xây dựng và củng cố chế độ hôn nhân và gia đình. Luật này tăng cường quyền và nghĩa vụ bình đẳng của chồng và vợ trong mọi vấn đề gia đình và trong việc thực hiện quyền và nghĩa vụ của công dân. Ngoài ra, luật này đảm bảo các quyền của phụ nữ liên quan đến các quan hệ tài sản và công nhận công việc nhà và các công việc khác để duy trì chung sống là thu nhập tạo ra trong quá trình giải quyết các mối quan hệ đó.
Luật Phòng, chống mua bán người 2012	Luật này quy định về phòng ngừa, phát hiện và xử lý nạn buôn người và các hành vi vi phạm pháp luật về phòng, chống buôn bán người cũng như các dịch vụ hỗ trợ nạn nhân bị buôn bán. Luật này nhấn mạnh sự cần thiết của vận động chính sách và giáo dục (đặc biệt ở cấp cộng đồng) hướng tới phụ nữ cũng như vai trò quan trọng của Hội Phụ nữ trong việc phòng ngừa và loại bỏ nạn buôn bán người.
Chiến lược Quốc gia về Bình đẳng giới 2011-2020	<p>Quyết định 2351/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược Quốc gia về Bình đẳng Giới giai đoạn 2011-2020. Đến năm 2020 đạt được sự bình đẳng quan trọng giữa nam và nữ về cơ hội, sự tham gia và lợi ích trong các lĩnh vực chính trị, kinh tế, văn hoá và xã hội, từ đó góp phần vào quá trình phát triển nhanh và bền vững của quốc gia.</p> <p>Chiến lược này đưa ra bảy mục tiêu với các chỉ tiêu mục tiêu và một danh sách các hoạt động nhằm giải quyết các thách thức về bình đẳng giới còn tồn tại. Để hỗ trợ đạt được các mục tiêu của Chiến lược này, Chương trình Quốc gia về Bình đẳng Giới 2011-2015 được đưa ra theo Quyết định 1241/QĐ-TTg,* với năm dự án được triển khai trên toàn quốc. Đối với giai đoạn 2016-2020, Quyết định 1696/QĐ-TTg** gần đây đã được ký vào cuối năm 2015 để phê duyệt Kế hoạch Hành động Quốc gia về Bình đẳng Giới 2016-2020, nhằm giảm bất bình đẳng giới và thúc đẩy vai trò của phụ nữ.</p>

\* Quyết định 1241/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình quốc gia về bình đẳng giới

\*\* Quyết định 1696/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình hành động quốc gia về bình đẳng giới 2016-2020

## 4. Tiềm năng Thị trường

Chương này nhằm lượng hóa các cơ hội thị trường cho các ngân hàng đối với phân khúc DNNVV do phụ nữ làm chủ. Các phát hiện của khảo sát về số lượng, đặc điểm và nhu cầu tài chính của các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ được trình bày và so sánh với các doanh nghiệp do nam giới làm chủ.

### Đặc điểm của các doanh nghiệp nhỏ do phụ nữ làm chủ tại Việt Nam

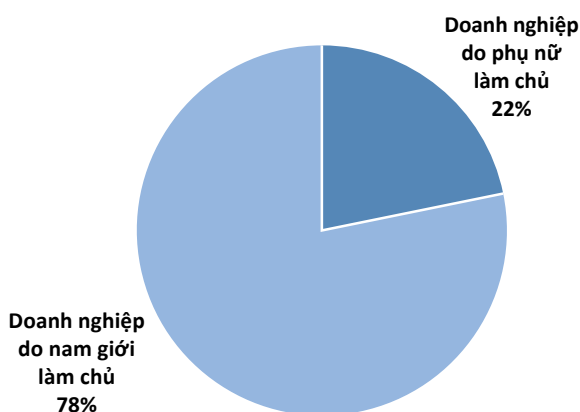
Phụ nữ sở hữu 95.906 doanh nghiệp, chiếm hơn 21% tổng số doanh nghiệp chính thức, tức đã đăng ký, tại Việt Nam<sup>34</sup>. Phần lớn các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ (57% hay 55.049) là các doanh nghiệp siêu nhỏ với doanh thu dưới 100.000 USD một năm; 42% hay 40.003 doanh nghiệp là nhỏ và vừa (doanh thu hàng năm từ 100.000 USD đến 15 triệu USD<sup>35</sup>); và 1% hay 854 là các doanh nghiệp lớn với doanh thu hàng năm trên 15 triệu USD. Nam giới sở hữu các doanh nghiệp siêu nhỏ với một tỷ lệ cao hơn đôi chút và sở hữu các doanh nghiệp nhỏ với tỷ lệ thấp hơn so với phụ nữ (xem Hình 6 và 7). Số liệu này dựa trên các cuộc điều tra doanh nghiệp hàng năm của Tổng cục Thống kê Việt Nam phân nhóm theo định nghĩa DNNVV của IFC. Như đã nêu tại Chương 1, Tổng cục Thống kê sử dụng giới tính của quản lý cấp cao nhất làm cơ sở xác định giới tính của chủ sở hữu.

**Bảng 6: Số lượng doanh nghiệp đăng ký chính thức theo quy mô và giới tính**

	Phụ nữ làm chủ	Nam giới làm chủ	Tổng cộng
Siêu nhỏ	55.049	210.543	265.592
Nhỏ	36139	126951	163090
Vừa	3864	14545	18409
Lớn	854	5022	5876
<b>TỔNG Doanh nghiệp</b>	<b>95.906</b>	<b>357.061</b>	<b>452.967</b>
<b>DNNVV</b>	<b>40.003</b>	<b>141.496</b>	<b>181.499</b>

NGUỒN: Tổng cục Thống kê, 2015

**Hình 4: Tỷ lệ DNNVV theo giới tính của chủ sở hữu**



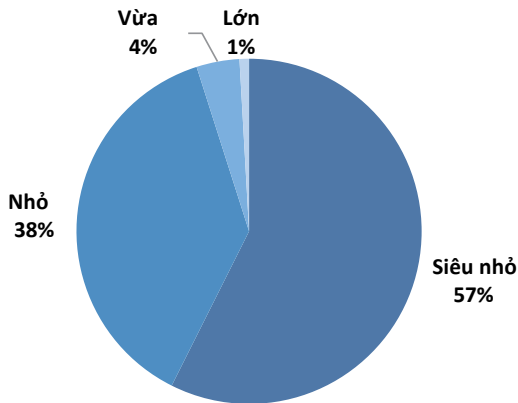
NGUỒN: Tổng cục Thống kê, 2015

<sup>34</sup> Phụ nữ sở hữu 21% doanh nghiệp siêu nhỏ, 22% doanh nghiệp nhỏ, 21% doanh nghiệp vừa và 14,5% doanh nghiệp lớn

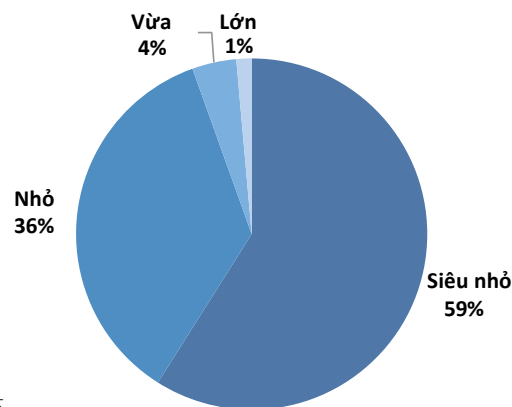
<sup>35</sup> Theo định nghĩa của IFC về DNNVV



**Hình 5: Tỷ lệ doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ**



**Hình 6: Tỷ lệ doanh nghiệp do nam giới làm chủ**



NGUỒN: Tổng cục Thống kê, 2015

## Nhân khẩu học

Trung bình, doanh nghiệp trong khảo sát này đã hoạt động được 10 năm, và đây là doanh nghiệp đầu tiên đối với 94% phụ nữ và 87% nam giới được khảo sát. Cả nam giới và phụ nữ đều có xu hướng duy trì sở hữu các doanh nghiệp trước đây của họ, với tỷ lệ phần trăm nam giới đóng cửa hoặc bán doanh nghiệp trước đây của họ cao hơn đôi chút (13% đối với nam giới, 7% đối với phụ nữ). Mặc dù không có sự khác biệt lớn về trình độ học vấn và số năm kinh doanh giữa các doanh nhân nam và nữ, chủ sở hữu nam thường lớn tuổi hơn và có nhiều khả năng lập lại vai trò chủ doanh nghiệp hơn, và do đó có nhiều kinh nghiệm hơn.

## Tập trung ngành

Hơn 50% số DNNVV do phụ nữ làm chủ của Việt Nam hoạt động trong lĩnh vực bán buôn và bán lẻ (55%), tiếp theo là công nghiệp chế biến, chế tạo (15%); xây dựng (7%); và vận tải kho bãi (7%). Chỉ hơn 40% DNNVV do nam giới làm chủ hoạt động trong lĩnh vực thương mại; 20% trong lĩnh vực công nghiệp chế biến, chế tạo và 16% trong lĩnh vực xây dựng (Bảng 7). Mặc dù thị trường lao động có phân biệt giới với các hạn chế ảnh hưởng đến sự tham gia của phụ nữ vào “các ngành của nam giới”, nhưng dữ liệu này cho thấy các doanh nhân nữ đã có thể tham gia vào các ngành truyền thống dành cho nam giới như xây dựng và vận tải.

**Bảng 7: Số lượng doanh nghiệp theo ngành và giới tính**

Ngành	Phụ nữ làm chủ			Nam giới làm chủ		
	Nhỏ	Vừa	%	Nhỏ	Vừa	%
Nông, lâm nghiệp và thủy sản	292	6	1	1.844	124	1
Khai khoáng	154	9	0	1.054	91	1
Công nghiệp chế biến, chế tạo	5,231	774	15	22.385	4.407	19
Sản xuất và phân phối điện, khí đốt, nước nóng, hơi nước	92	3	0	564	70	0
Cung cấp nước; hoạt động quản lý và xử lý rác thải	66	8	0	434	122	0
Xây dựng	2.851	176	8	21,269	1.754	16
Bán buôn và bán lẻ; sửa chữa ô tô, mô tô, xe máy	19.329	2,443	54	52.308	6.077	41
Vận tải kho bãi	2.615	165	7	9.329	708	7
Dịch vụ lưu trú và ăn uống	1.285	41	3	2.735	137	2
Thông tin và truyền thông	372	26	1	1.648	137	1
Hoạt động tài chính, ngân hàng và bảo hiểm	302	8	1	960	82	1
Hoạt động kinh doanh bất động sản	532	58	1	1.521	305	1
Hoạt động chuyên môn, khoa học và công nghệ	1.439	62	4	6.510	242	5
Hoạt động hành chính và dịch vụ hỗ trợ	1.020	46	3	3.068	152	2
Giáo dục và đào tạo	267	16	1	544	21	0
Y tế và hoạt động trợ giúp xã hội	115	12	0	283	40	0
Nghệ thuật, vui chơi và giải trí	85	11	0	229	61	0
Hoạt động dịch vụ khác	92	0	0	266	15	0
<b>TỔNG</b>	<b>36.139</b>	<b>3.864</b>	<b>100</b>	<b>126.951</b>	<b>14.545</b>	<b>100</b>

NGUỒN: Tổng cục Thống kê, 2015 (% để cập đến % của tổng số)

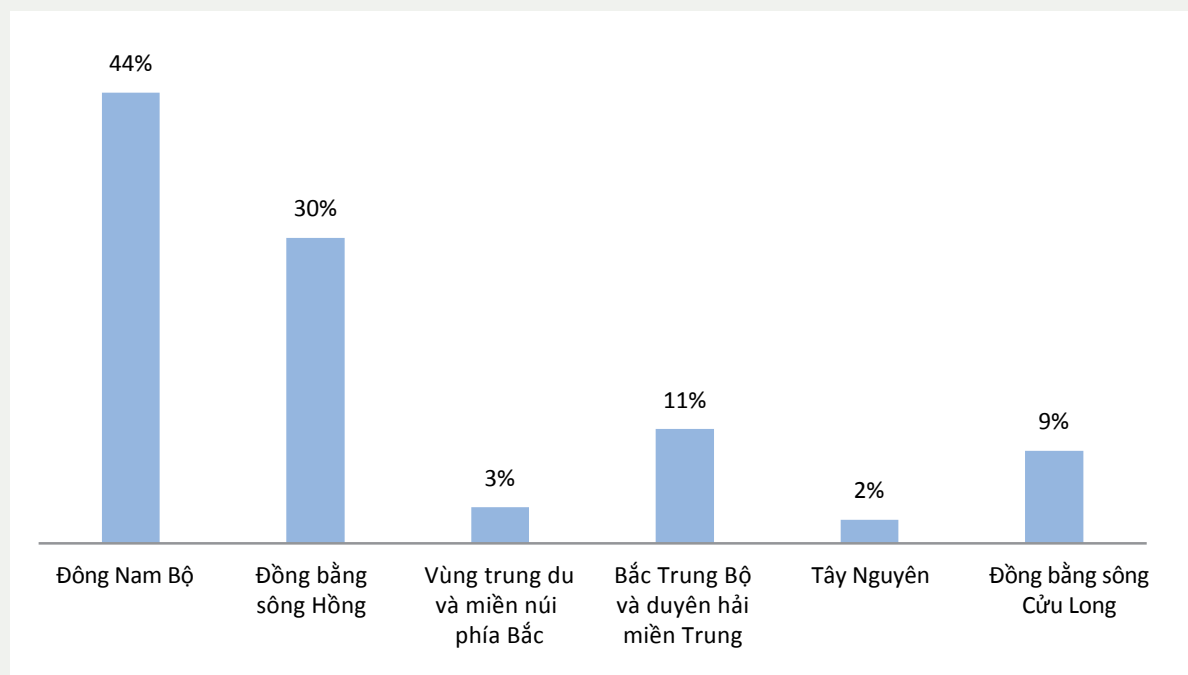
## Sự khác biệt về khu vực

Nghiên cứu này đã nêu bật sự khác biệt mang tính khu vực, cho thấy phụ nữ ở Cần Thơ có nhiều khả năng thiếu một mạng lưới hỗ trợ hơn so với các doanh nhân ở Hà Nội. Mặc dù vậy, ngay cả ở Hà Nội, các chủ doanh nghiệp nữ cho biết các chủ doanh nghiệp nam có xu hướng được tôn trọng hơn các chủ doanh nghiệp nữ trong cộng đồng doanh nghiệp, và rằng phụ nữ khó mở rộng các mối liên hệ kinh doanh và gây dựng quan hệ đối tác hơn do các lựa chọn cơ hội xây dựng mạng lưới được xã hội chấp nhận là hạn chế hơn. Một tỷ lệ lớn hơn các DNNVV do phụ nữ làm chủ chỉ ra rằng họ cần sự đồng ý của chồng trước khi nộp đơn xin vay vốn (47% so với 39% nam giới), cho thấy phụ nữ phải đối mặt với áp lực gia đình nhiều hơn và ít tự do hơn khi quản lý kinh doanh. Một

chủ doanh nghiệp nữ tại An Giang chia sẻ “Trở thành một nữ doanh nhân là dễ nhưng trở thành một nữ doanh nhân thành công là khó vô cùng.”

Khoảng 75% doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ hoạt động ở khu vực Đông Nam Bộ và Đồng bằng sông Hồng. Hai khu vực này không chỉ là trung tâm kinh tế chính của cả nước mà còn tập trung nhiều nhất các mạng lưới doanh nhân (với các doanh nghiệp mới khởi nghiệp và công nghệ cao nhận được hỗ trợ nhiều nhất). Các mạng lưới doanh nhân này có thể thúc đẩy một môi trường hỗ trợ và thuận lợi hơn cho các doanh nhân nữ. Do đó, không ngạc nhiên khi 44% tổng số DNNVV tại khu vực Đông Nam Bộ là do phụ nữ làm chủ.

**Hình 7: Tỷ lệ phần trăm số doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ theo khu vực**



Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2015

**Bảng 8: Số lượng doanh nghiệp theo khu vực**

Khu vực	Phụ nữ làm chủ				Nam giới làm chủ			
	Nhỏ	Vừa	TỔNG	%	Nhỏ	Vừa	TỔNG	%
Đồng bằng sông Hồng	10.873	1.117	<b>11.990</b>	30	42.325	5.012	<b>47.337</b>	<b>33</b>
Vùng trung du và miền núi phía Bắc	1.245	157	<b>1.402</b>	4	7.129	705	<b>7.834</b>	<b>6</b>
Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung	4.077	398	<b>4.475</b>	11	16.799	1.600	<b>18.399</b>	<b>13</b>
Tây Nguyên	799	108	<b>907</b>	2	3.916	386	<b>4.302</b>	<b>3</b>
Đông Nam bộ	15.900	1.745	<b>17.645</b>	44	44.507	5.694	<b>50.201</b>	<b>35</b>
Đồng bằng sông Cửu Long	3.245	339	<b>3.584</b>	9	12.275	1.148	<b>13.423</b>	<b>9</b>
<b>TỔNG</b>	<b>36.139</b>	<b>3.864</b>	<b>40.003</b>	<b>100</b>	<b>126.951</b>	<b>14.545</b>	<b>141.496</b>	<b>100</b>

NGUỒN: Tổng cục Thống kê, 2015



**Bảng 9: Đặc điểm cơ bản của các tỉnh/ thành phố được khảo sát**

Tỉnh/ thành phố	Khu vực	Tổng quan
Hà Nội	Đồng bằng sông Hồng	Hà Nội là thủ đô của Việt Nam. Có 12 quận, 17 huyện và 1 thị xã. Năm 2016, tốc độ tăng trưởng của ngành dịch vụ là 8%, công nghiệp và xây dựng 9% và nông nghiệp 2%. Mục tiêu chính của thành phố trong năm 2017 là tiếp tục cải thiện môi trường đầu tư và kinh doanh, khuyến khích khởi nghiệp và phát triển doanh nghiệp.
Phú Thọ	Trung du và miền núi phía Bắc	Phú Thọ có 11 huyện, 1 thị xã (Phú Thọ) và 1 thành phố (Việt Trì). Năm 2016, ngành sản xuất và xây dựng chiếm 40%, tiếp theo là dịch vụ 36% và nông nghiệp 24%. Thành phố Việt Trì tập trung nhiều doanh nghiệp.
Đà Nẵng	Duyên hải miền Trung	Đà Nẵng là một trong những thành phố cảng lớn. Đây là thành phố lớn nhất và là trung tâm công nghiệp dẫn đầu trong khu vực với tốc độ tăng trưởng kinh tế cao nhất. Đà Nẵng được biết đến với môi trường kinh doanh và cơ sở hạ tầng thuận lợi nhất tại Việt Nam. Năm 2016, Đà Nẵng đứng đầu bảng xếp hạng PCI (Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh) của cả nước lần thứ tư liên tiếp. Đà Nẵng bao gồm 6 quận và 2 huyện.
Lâm Đồng	Tây Nguyên	Lâm Đồng có 2 thành phố (Đà Lạt và Bảo Lộc) và 10 huyện. Năm 2016, cơ cấu ngành nông nghiệp, sản xuất và xây dựng, và dịch vụ tương ứng là 48% - 17% - 34%. Lâm Đồng nổi tiếng về du lịch và các sản phẩm nông nghiệp như chè, rau và hoa. Theo Quyết định số 1528/QĐ-TTg ngày 3/9/2015, Đà Lạt được hưởng một số cơ chế và chính sách đặc thù để thúc đẩy đầu tư, thương mại, du lịch và nông nghiệp.
TP. Hồ Chí Minh	Đông Nam Bộ	Thành phố Hồ Chí Minh là trung tâm kinh tế của cả nước. Thành phố bao gồm 5 huyện và 19 quận. Thành phố đã thu hút được một số lượng lớn các nhà đầu tư nước ngoài trong nhiều năm qua nhờ tốc độ tăng trưởng kinh tế cao. Chính phủ đã ban hành một nghị định quy định một số cơ chế tài chính đặc thù nhằm phát triển kinh tế - xã hội của thành phố.
Long An	Đồng bằng sông Cửu Long	Long An là cầu nối giữa thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh thuộc Đồng bằng sông Cửu Long. Long An có 13 huyện, 1 thị xã và 1 thành phố. Đây là một trong những tỉnh dẫn đầu về thu hút một lượng lớn đầu tư nước ngoài. Mục tiêu của tỉnh là trở thành một tỉnh công nghiệp vào năm 2020.

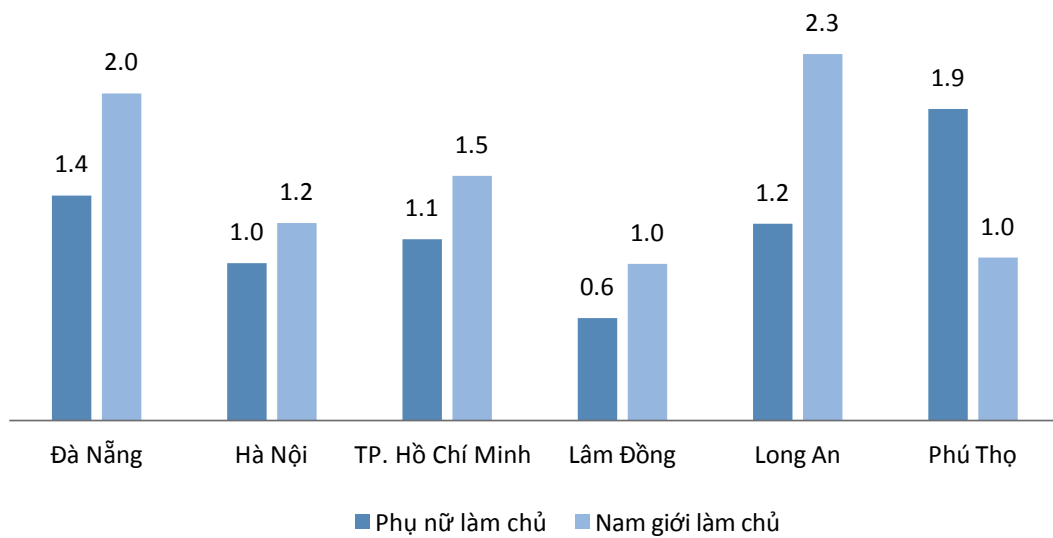




## Doanh thu hàng năm

Tổng điều tra Doanh nghiệp năm 2015 cho thấy các doanh nghiệp nhỏ do phụ nữ làm chủ có doanh thu hàng năm trung bình cao hơn 0,9% so với các doanh nghiệp nhỏ do nam giới làm chủ. Trong khi đó, trong số các doanh nghiệp vừa, các doanh nghiệp do nam giới làm chủ có doanh thu trung bình cao hơn 1,2%. Khảo sát 500 doanh nghiệp này cho thấy kết quả ngược lại, với các doanh nghiệp nhỏ do nam giới làm chủ có doanh thu hàng năm cao hơn đôi chút so với doanh nghiệp nhỏ do phụ nữ làm chủ, và doanh thu thấp hơn đối với các doanh nghiệp quy mô vừa (xem Hình 9-10). Điều này có thể chủ yếu là do cấu phần ngành của mẫu khảo sát, trong đó tỷ lệ nam giới trong ngành công nghiệp chế biến, chế tạo và xây dựng trong số các doanh nghiệp quy mô nhỏ là cao hơn, và có ít doanh nghiệp quy mô vừa do phụ nữ làm chủ với doanh thu hàng năm cao hơn trung bình. Trong mẫu khảo sát, nam giới có doanh thu trung bình cao hơn ở tất cả các tỉnh, trừ Phú Thọ (xem Hình 8).

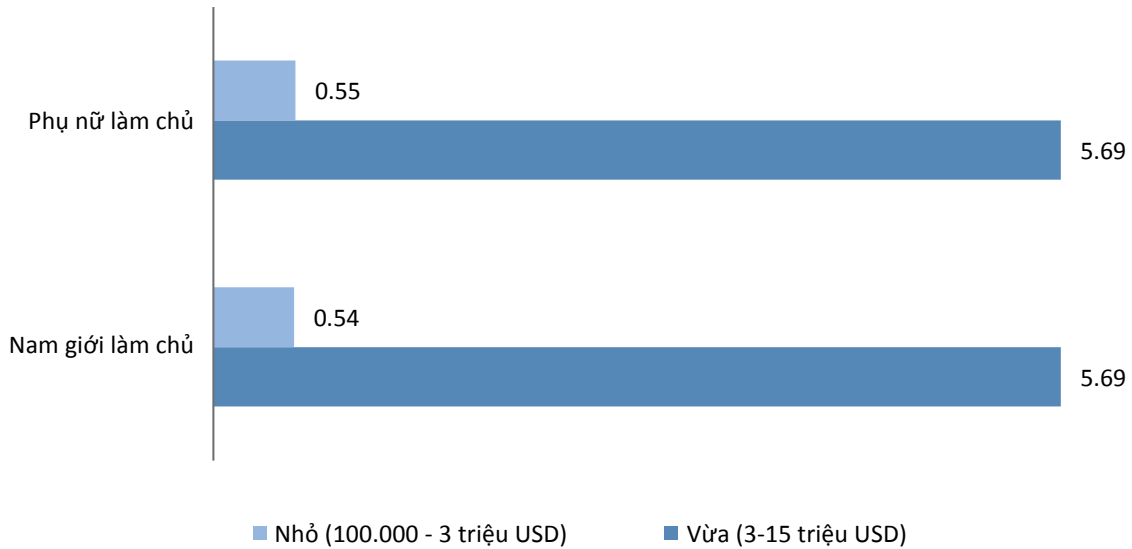
**Hình 8: Doanh thu trung bình của các DNNVV theo khu vực và giới tính (Triệu USD)**



NGUỒN: Khảo sát Nghiên cứu, 2017

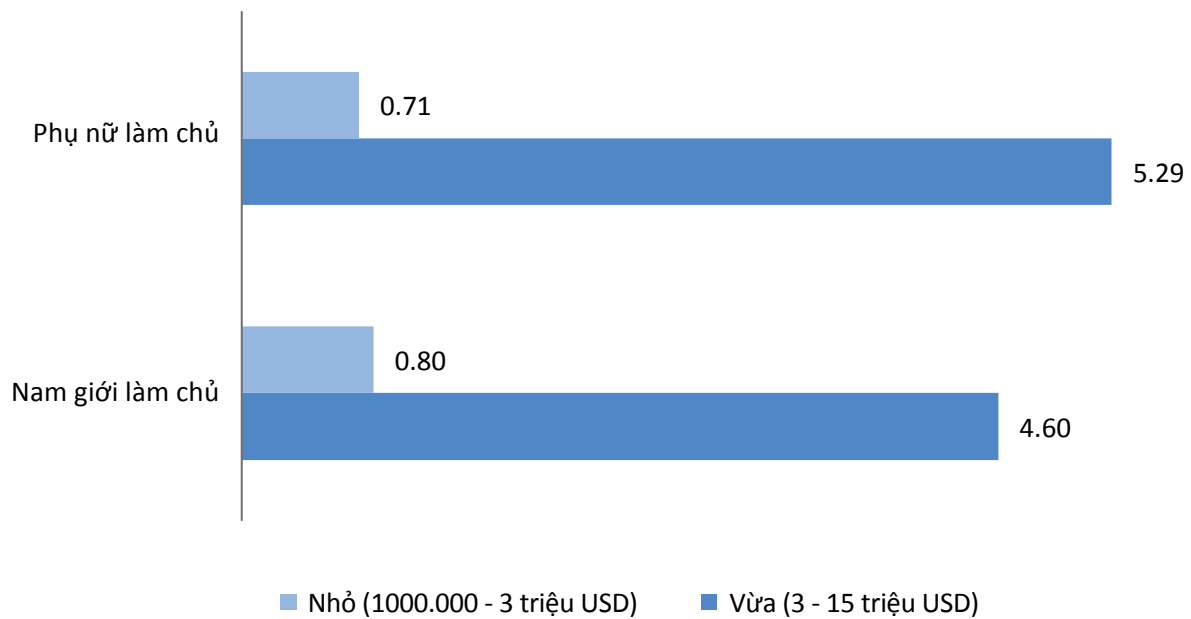


**Hình 9: Doanh thu trung bình đối với các DNNVV do phụ nữ và nam giới làm chủ (Triệu USD)**



NGUỒN: Tổng cục Thống kê, 2015

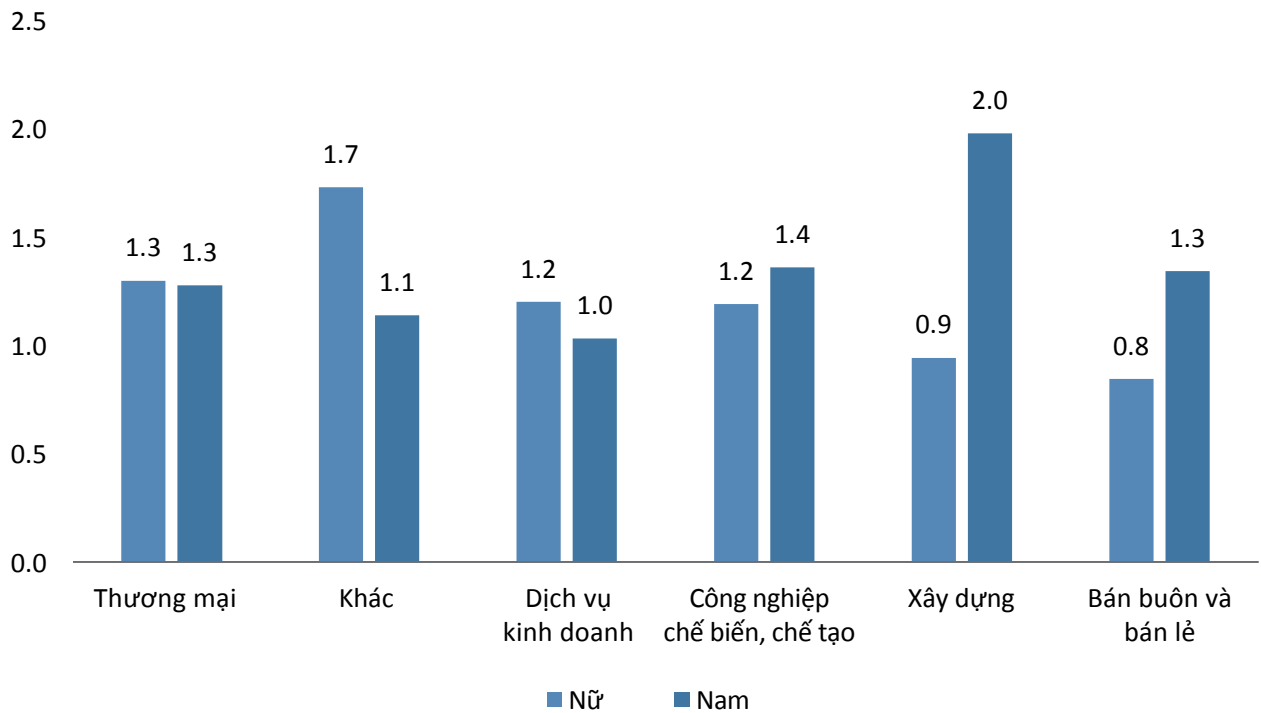
**Hình 10: Doanh thu trung bình đối với các DNNVV do phụ nữ và nam giới làm chủ (Triệu USD)**



NGUỒN: Tổng cục Thống kê, 2015

Khảo sát này cho thấy nam giới có doanh thu hàng năm cao hơn trong các ngành công nghiệp chế biến, chế tạo, bán buôn và bán lẻ và xây dựng, trong khi phụ nữ có doanh thu hàng năm cao hơn trong các ngành dịch vụ kinh doanh. Sự khác biệt lớn nhất về doanh thu là trong ngành xây dựng, trong đó nam giới có doanh thu gần gấp đôi so với phụ nữ, xem Hình 11.

**Hình 11: Doanh thu hàng năm trung bình theo ngành (Triệu USD)**



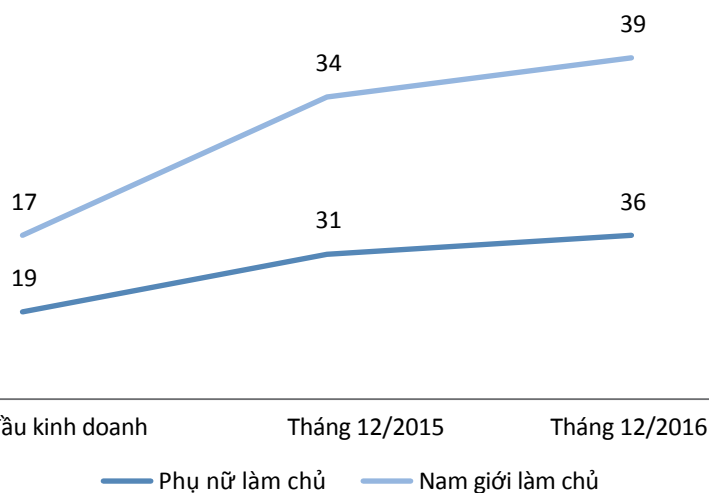
NGUỒN: Khảo sát Nghiên cứu, 2017

## Việc làm

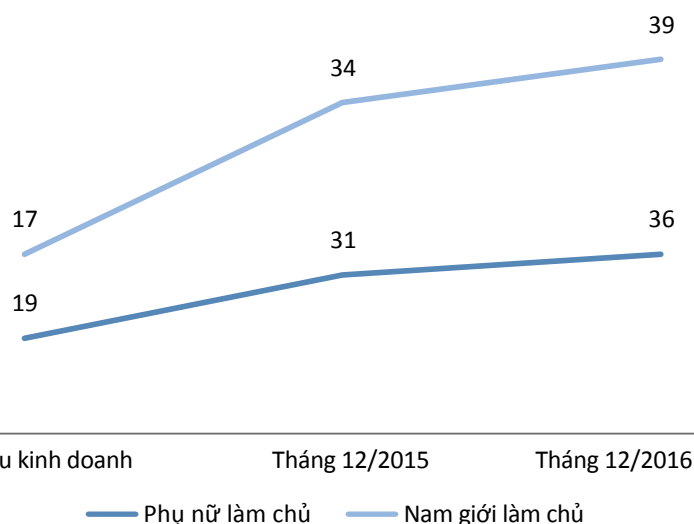
Số lượng lao động cũng có liên quan đến doanh thu. Khảo sát này cho thấy các doanh nhân nữ có nhiều lao động hơn khi khởi sự kinh doanh và bổ sung nhân sự với tốc độ chậm hơn so với nam giới, dẫn đến số lao động trung bình thấp hơn. Ví dụ, phụ nữ có 19 lao động làm việc toàn thời gian khi khởi sự, 31 vào cuối năm 2015, và 36 vào cuối năm 2016, trong khi nam giới bắt đầu với 17 và kết thúc với 39 lao động làm việc toàn thời gian (xem Hình 12). Điều này cũng đúng đối với lao động làm việc bán thời gian. Các DNNVV do nam giới làm chủ có xu hướng thuê nhiều lao động tạm thời hơn, có thể là do các doanh nghiệp này tập trung nhiều hơn trong ngành xây dựng trong đó sử dụng lao động tạm thời là phổ biến. Đến cuối năm 2016, các doanh nghiệp do nam giới làm chủ có trung bình 21 lao động tạm thời so với 13 lao động tạm thời của các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ - mặc dù họ bắt đầu kinh doanh với số lao động tạm thời trung bình tương tự nhau là 4-5 người. Các phát hiện này là nhất quán với Tổng điều tra Doanh nghiệp năm 2015 (xem Hình 13) cũng như kinh nghiệm quốc tế cho thấy các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ có xu hướng tăng trưởng chậm hơn so với các doanh nghiệp do nam giới làm chủ.

Tuy nhiên, khi so sánh xu hướng thuê lao động của các doanh nghiệp do phụ nữ và nam giới làm chủ hoạt động trong cùng một ngành, đặc điểm về số lượng việc làm như đề cập ở trên không còn giống như vậy. Trong ngành sản xuất, các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ sử dụng nhiều lao động hơn so với nam giới cả ở quy mô nhỏ và vừa.

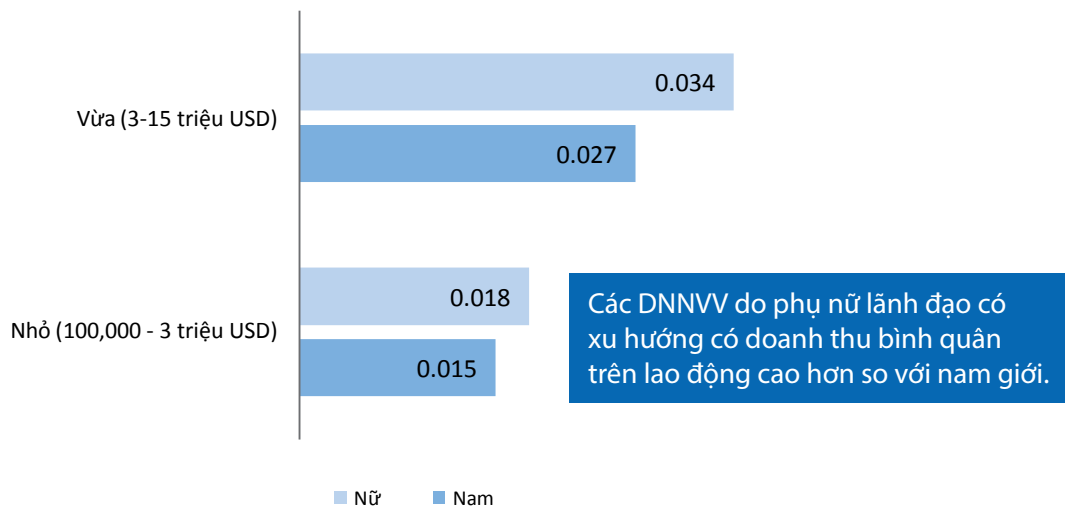
**Hình 12: Số lượng lao động toàn thời gian khi khởi sự kinh doanh**



**Hình 13: Số lượng lao động bán thời gian khi khởi sự kinh doanh**



**Hình 14: Doanh thu trung bình trên lao động**



NGUỒN: Tổng cục Thống kê, 2015



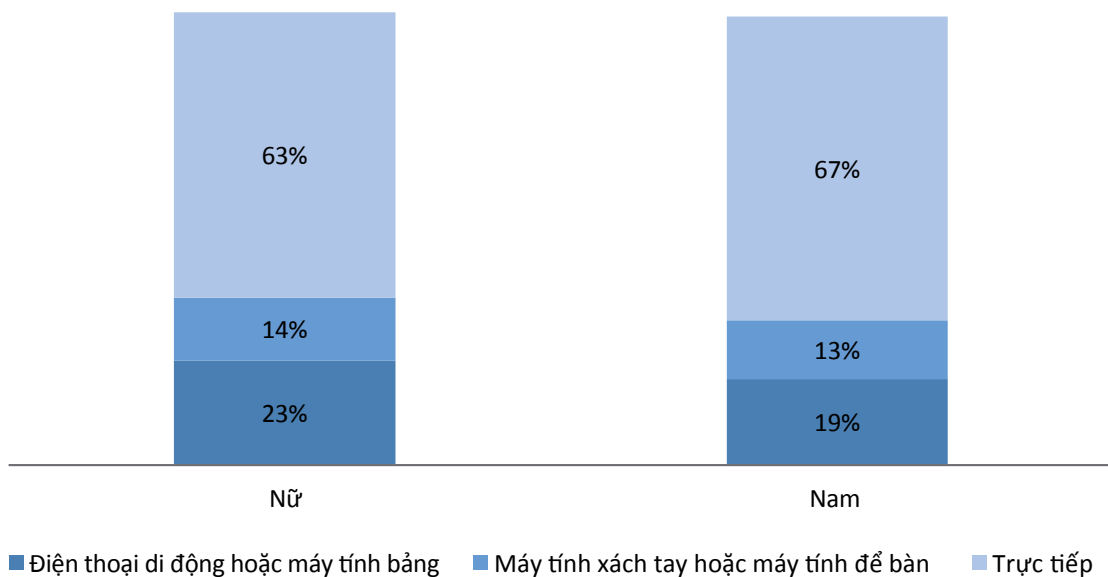
Một khác biệt nữa là tỷ lệ lao động nữ trên doanh nghiệp. Các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ có xu hướng thuê nhiều lao động nữ hơn so với nam giới; sự khác biệt này là lớn hơn đối với các doanh nghiệp nhỏ, trong đó lao động nữ chiếm gần 42% tổng số lao động tại các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ và chỉ 36% tại các doanh nghiệp do nam giới làm chủ (xem Bảng 9 và 10). Đối với cả nữ và nam chủ doanh nghiệp, tỷ lệ lao động nữ tăng theo quy mô doanh nghiệp.

### Tiếp cận các dịch vụ ngân hàng

Các dịch vụ quan trọng nhất mà các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ mong muốn từ một ngân hàng là: tiếp cận tài chính (cho vay cá nhân và doanh nghiệp và thẻ tín dụng), chuyển tiền cho các nhà cung cấp và nhận thanh toán từ khách hàng. Kết quả khảo sát cho thấy phụ nữ nhạy cảm hơn với dịch vụ khách hàng tốt, trong khi đó, nam giới nhạy cảm hơn với lãi suất và phí. Tuy nhiên, cả hai đều tiếp tục tìm kiếm chi phí thấp hơn, dịch vụ khách hàng tốt hơn và vị trí thuận tiện hơn. Sự trung thành là không lâu bền; chủ DNNVV trung bình giao dịch với ba ngân hàng; 14% đã từng thay đổi ngân hàng giao dịch chính trong vòng ba năm qua. Điều này một phần là do phí giao dịch khác nhau đáng kể giữa các ngân hàng, và thiếu minh bạch từ phía các ngân hàng về những khoản phí này.

Hơn 60% các chủ doanh nghiệp nhỏ thực hiện các giao dịch ngân hàng trực tiếp, với phụ nữ có tỷ lệ giao dịch ngân hàng trực tuyến cao hơn đôi chút. Các cuộc thảo luận nhóm cho thấy điều này chủ yếu là do nỗi sợ bị đánh cắp trên mạng. Trên 60% doanh nhân nữ mong muốn có cùng một cán bộ quản lý quan hệ khách hàng giải quyết cả nhu cầu tài khoản ngân hàng cá nhân và doanh nghiệp.

**Hình 15: Tỷ lệ giao dịch ngân hàng trực tuyến hoặc trực tiếp của DNNVV**

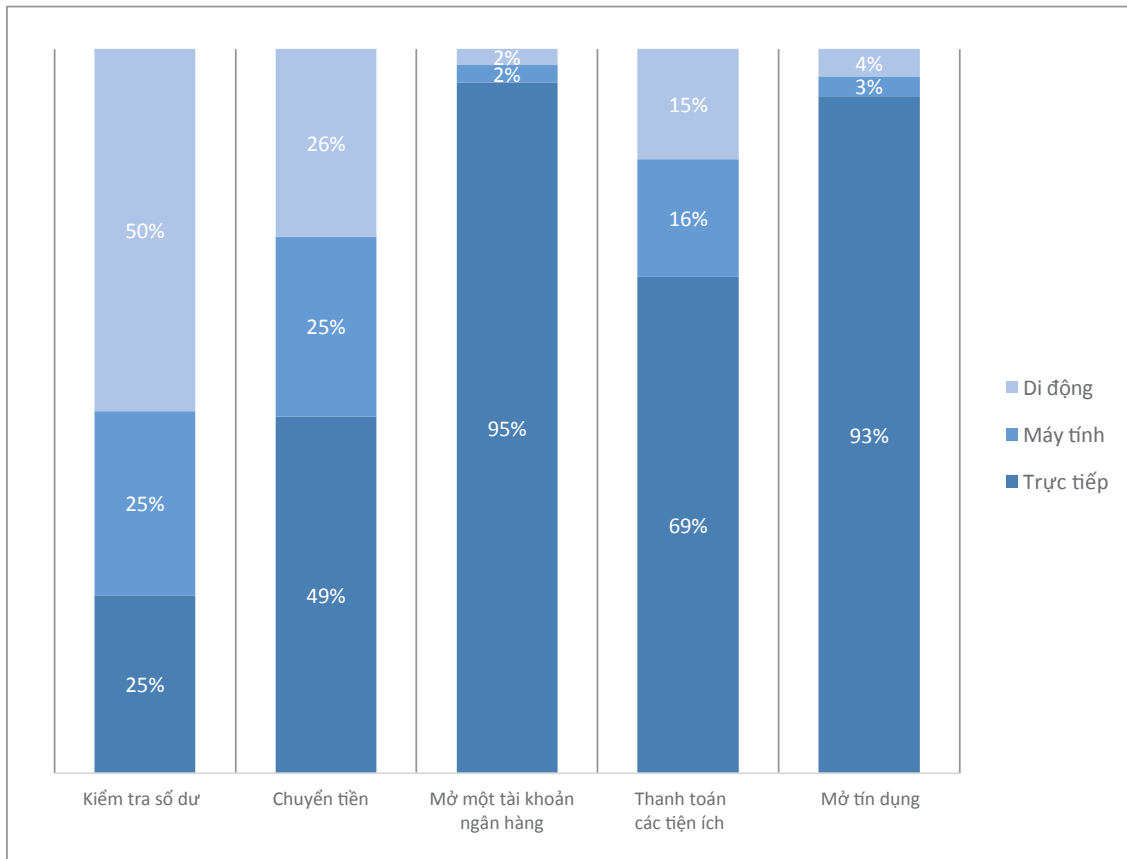


Ngân hàng không chi nhánh đang ngày càng phổ biến do điện thoại thông minh được sử dụng rộng rãi và sự sẵn có của các ứng dụng ngân hàng di động đối với tất cả các ngân hàng lớn. Đối với cả doanh nhân nam và nữ, mở tài khoản ngân hàng và nộp đơn cấp tín dụng hầu hết được thực hiện trực tiếp (do yêu cầu chữ ký trực tiếp), trong khi chuyển tiền và yêu cầu kiểm tra số dư tài khoản đang ngày càng được số hóa (xem Hình 15). Cần lưu ý rằng có sự khác biệt rất nhỏ giữa tỷ lệ nam giới và phụ nữ có tài khoản ngân hàng, trung bình khoảng 32% đối với cả phụ nữ và nam giới – mức tương đối thấp - xét trong bối cảnh phạm vi bao phủ rộng của ngành ngân hàng và dường như là một cơ hội thị trường đối với các ngân hàng.

Phụ nữ có xu hướng ưa thích giao dịch ngân hàng trực tuyến đối với các tài khoản cá nhân và trực tiếp đối với các giao dịch ngân hàng doanh nghiệp.

Thanh toán các tiện ích vẫn được thực hiện trực tiếp bởi 70% doanh nghiệp, trong khi giao dịch chuyển tiền và yêu cầu kiểm tra số dư tài khoản đang ngày càng được số hóa (lần lượt là 26% và 50% số trường hợp).

**Hình 16: Loại hình giao dịch theo các kênh (nam giới và phụ nữ)**

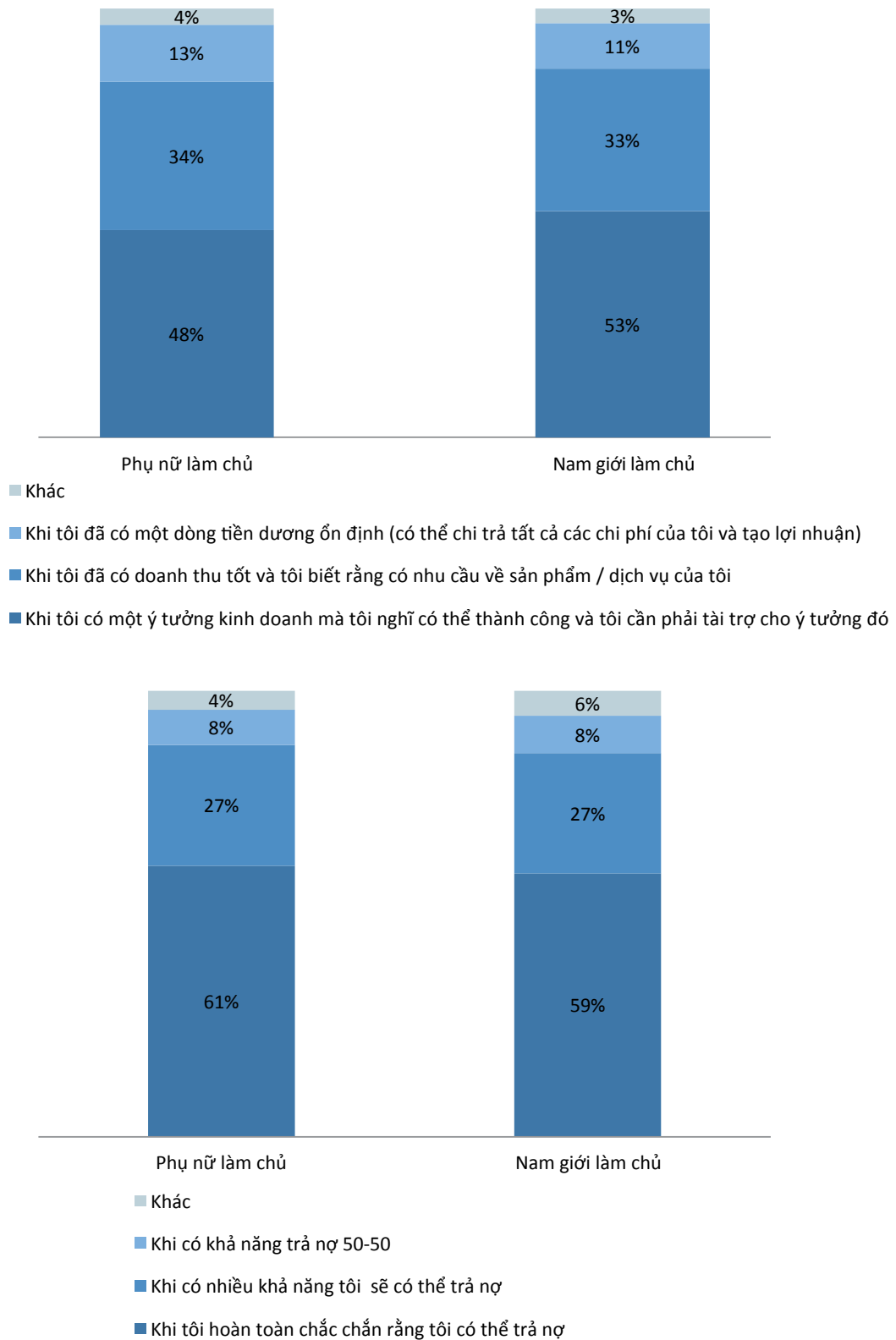


NGUỒN: Khảo sát Nghiên cứu, 2017

Nhận thức chung của các ngân hàng tham gia khảo sát là các doanh nhân nữ có xu hướng ngại rủi ro hơn so với nam giới. Để kiểm nghiệm nhận xét này, các thành viên tham gia khảo sát được hỏi các câu hỏi gián tiếp liên quan đến rủi ro, chẳng hạn như “Theo quý vị, khi nào là thời điểm tốt để nộp đơn xin vay vốn?” và “Khi nào một người nên nộp đơn xin vay vốn?”. Các phát hiện của khảo sát cho thấy không có sự khác biệt về mức độ chấp nhận rủi ro giữa các chủ DNNVV nam và nữ (xem Hình 17). Đối với cả hai phân khúc, thời điểm thích hợp nhất để tìm kiếm tài trợ ngân hàng là khi họ chắc chắn rằng họ có thể hoàn trả khoản vay (khoảng 60%). Đồng thời, cả chủ doanh nghiệp nữ và nam đều tin tưởng rằng thời điểm tốt để tìm kiếm tài trợ là khi họ có một ý tưởng kinh doanh tốt và cần tài trợ cho ý tưởng đó. Tỷ lệ cho rằng có thể nộp đơn xin vay vốn khi có “khả năng tốt” về trả nợ (27%) cũng như ‘khi chỉ có 50% khả năng trả nợ’ (8%) là như nhau giữa nam và nữ. Nhận thức cho rằng các nữ doanh nhân là ngại rủi ro hơn là một trong bảy quan niệm sai lầm được phân tích ở trang 52-53.



**Hình 17: Khi nào nộp đơn xin vay vốn**

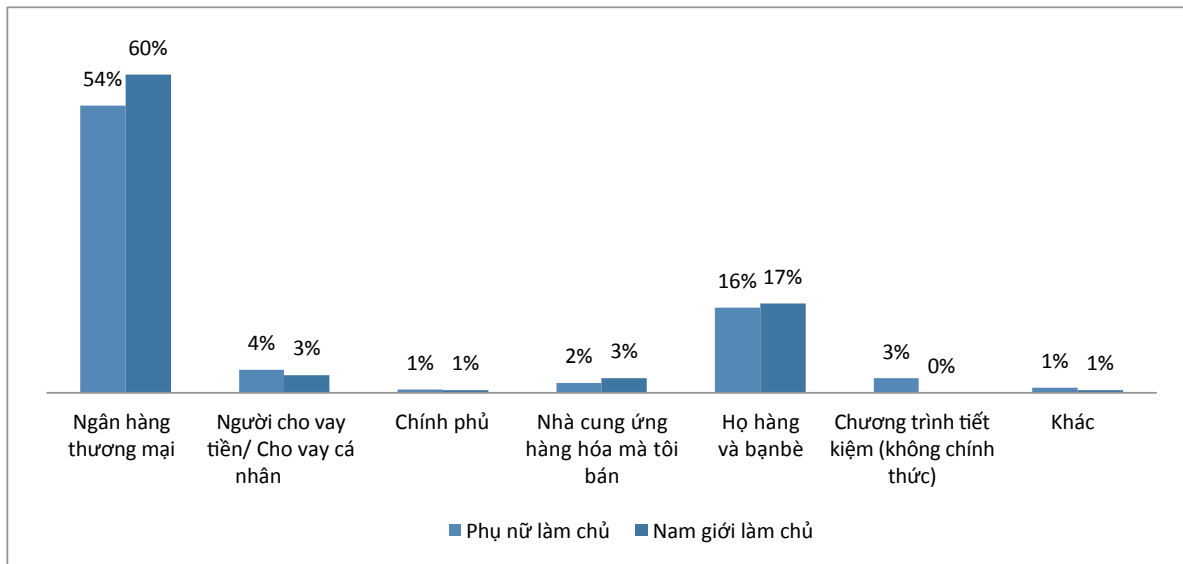


NGUỒN: Khảo sát Nghiên cứu, 2017

## Tiếp cận tài chính

Trên 60% doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ và 72% doanh nghiệp do nam giới làm chủ đã từng vay vốn kinh doanh từ nhiều nguồn khác nhau (xem Hình 18). Khoảng 17% trong số các doanh nghiệp này đã vay mượn từ bạn bè và gia đình, người cho vay tiền (3-4%) và các cơ quan chính phủ (1%). Tỷ lệ phần trăm phụ nữ vay vốn từ các ngân hàng thương mại thấp hơn so với nam giới (tương ứng 54% so với 60%), và một số ít doanh nhân nữ đã nhận được tài trợ từ các chương trình tiết kiệm không chính thức (không có doanh nhân nam nào nhận được tài trợ như vậy). Tài trợ của nhà cung cấp là rất thấp đối với cả doanh nghiệp do phụ nữ và nam giới làm chủ, tương ứng là 2% và 3%.

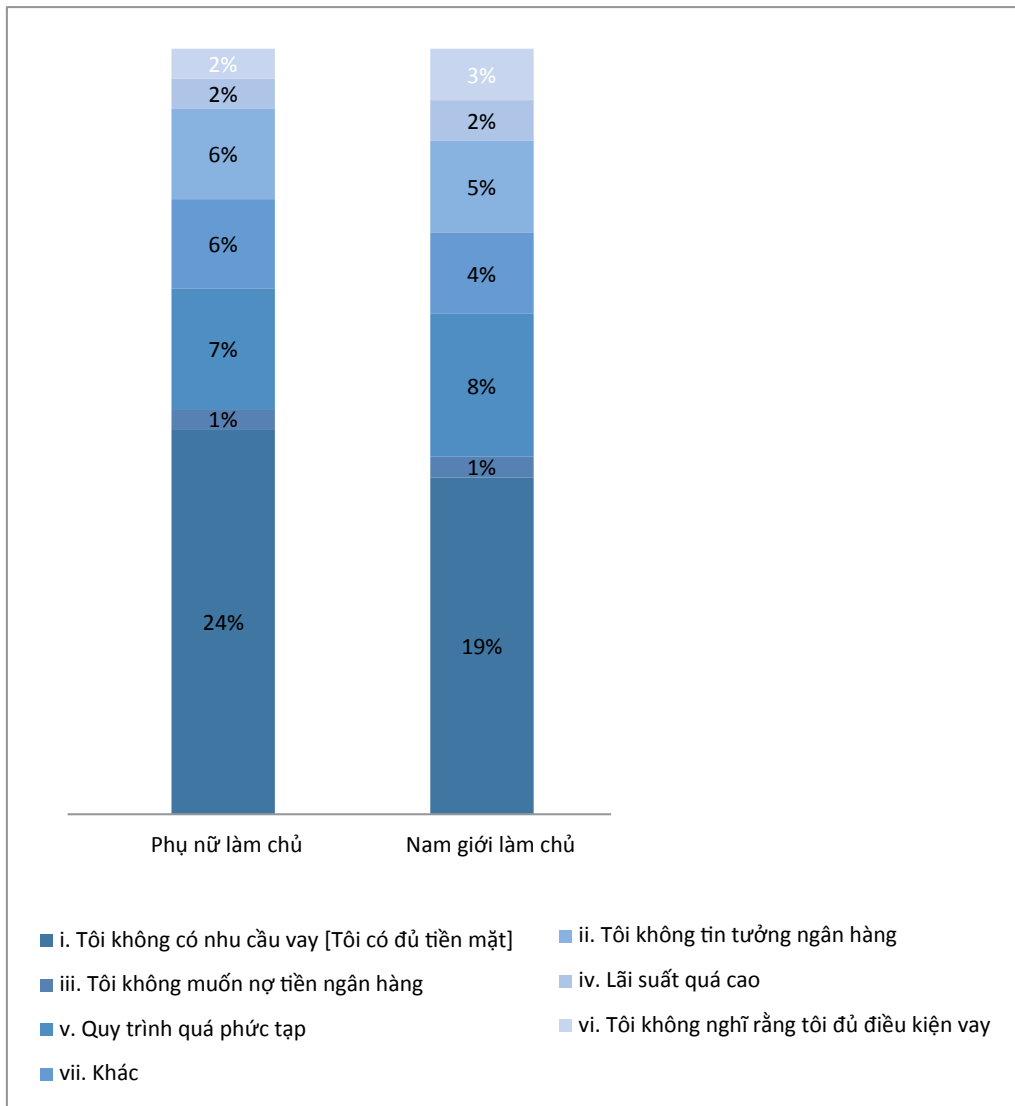
**Hình 18: Tiếp cận khoản vay kinh doanh**



NGUỒN: Khảo sát Nghiên cứu, 2017

Nhiều doanh nhân nữ hơn doanh nhân nam đã lựa chọn không nộp đơn xin vay vốn kinh doanh vì họ cảm thấy họ không cần – gần 25% phụ nữ so với 20% nam giới – dường như là một cơ hội khác cho các ngân hàng trong việc cung cấp các dịch vụ tài chính ngoài cho vay vốn. Số còn lại đã không vay vì một số lý do: hoặc họ không muốn nợ tiền; họ nhận thấy lãi suất ngân hàng quá cao; hoặc họ nghĩ rằng quy trình này quá phức tạp. Chỉ có 2% chủ doanh nghiệp nữ và nam đã không nộp đơn xin vay vốn vì họ nghĩ rằng họ sẽ không đủ điều kiện vay vốn (xem Hình 19).

**Hình 19: Lý do không nộp đơn xin vay vốn kinh doanh**

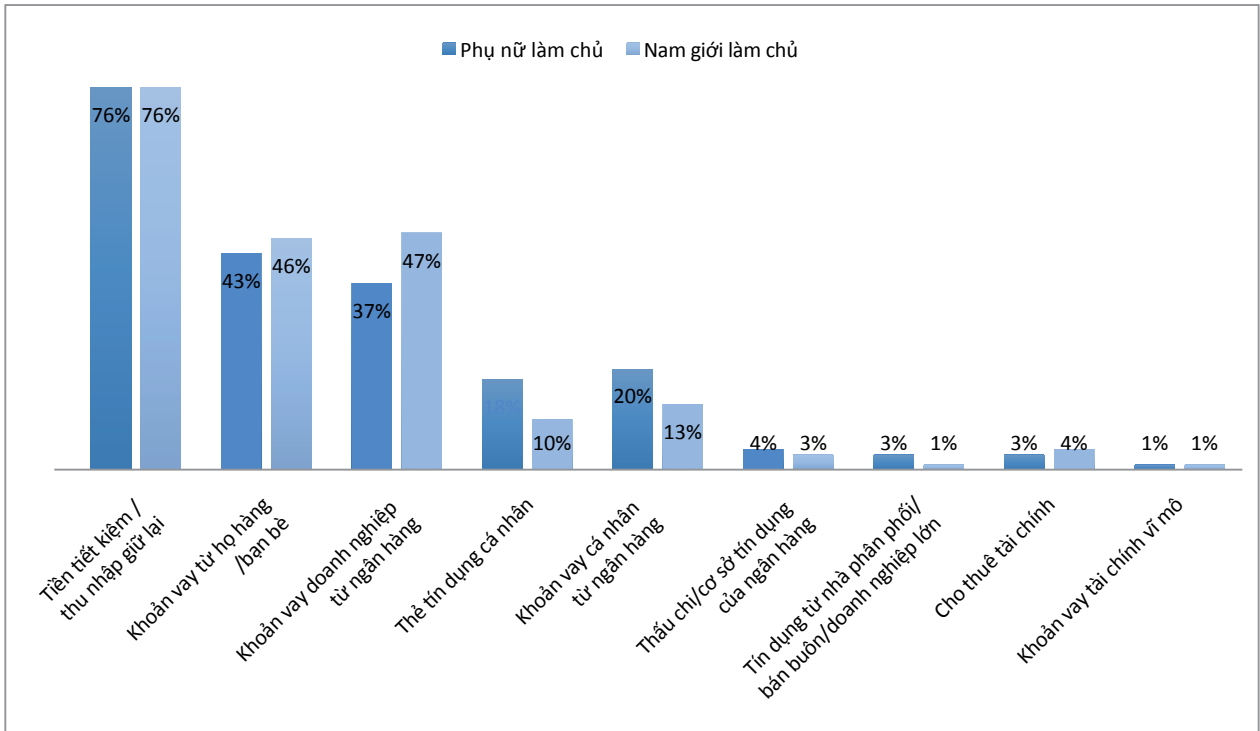


NGUỒN: Khảo sát Nghiên cứu, 2017

Các doanh nghiệp do phụ nữ và nam giới làm chủ sử dụng nhiều nguồn tài trợ khác nhau. Các chủ doanh nghiệp nam đã tiếp cận các khoản vay ngân hàng cho hoạt động kinh doanh với tỷ lệ cao hơn đáng kể so với các chủ doanh nghiệp nữ – tương ứng 47% so với 37%. Mặt khác, phụ nữ có nhiều khả năng hơn nam giới về sử dụng các khoản vay cá nhân từ các ngân hàng và gần gấp đôi khả năng sử dụng thẻ tín dụng cá nhân để tài trợ cho hoạt động kinh doanh của họ. Điều này có thể là do phụ nữ ít tiếp cận với các khoản vay ngân hàng cho hoạt động kinh doanh hơn, và do đó cần tìm kiếm các giải pháp tài trợ thay thế, thậm chí với mức lãi suất cao hơn. Đồng thời, đây cũng có thể là một lựa chọn có chủ ý để tránh phải nộp đơn xin vay vốn kinh doanh vì nhiều phụ nữ hơn nam giới tỏ ra không hài lòng với các thủ tục vay vốn phức tạp và thấy điều này là thách thức (mặc dù sự khác biệt là rất nhỏ).



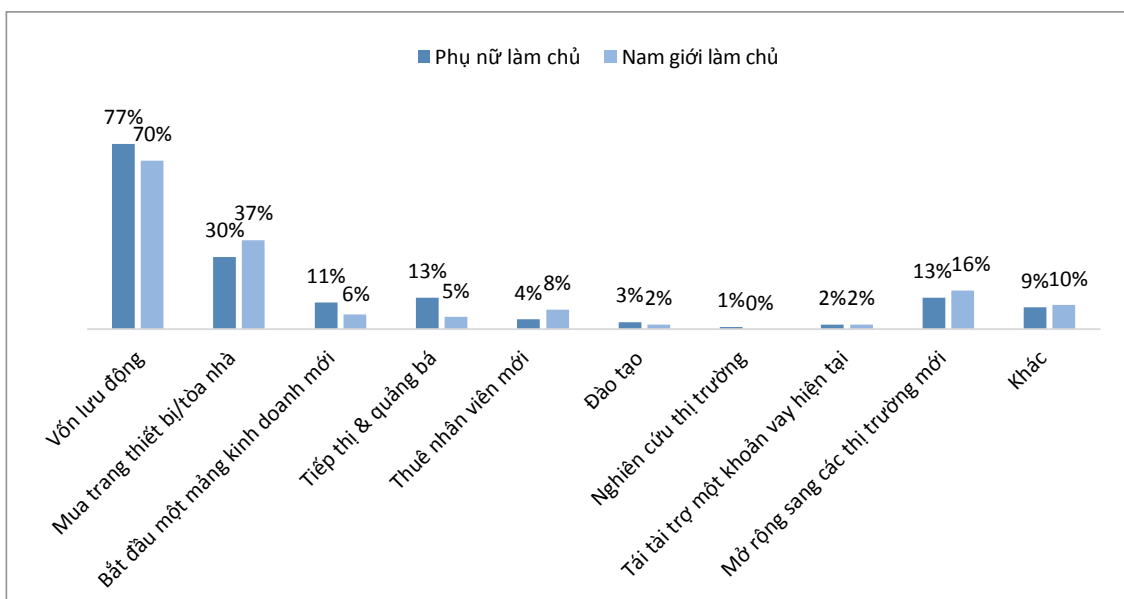
**Hình 20: Nguồn tài chính trong vòng hai năm qua**



NGUỒN: Khảo sát Nghiên cứu, 2017

Hình 21 cho thấy 77% phụ nữ và 70% nam giới đã vay vốn để tài trợ vốn lưu động, tiếp theo với khoảng cách khá xa là tài trợ trang thiết bị hoặc tòa nhà (30% nam giới và 37% phụ nữ). Các cuộc thảo luận nhóm đã xác nhận rằng vốn lưu động là lý do hàng đầu để tìm kiếm tài trợ, đặc biệt là trong các ngành dịch vụ, trong đó gần 90% vốn vay là dành cho vốn lưu động, ví dụ như so với ngành sản xuất - ngành sản xuất có sự phân chia đều hơn giữa vay để tài trợ vốn lưu động và vay để mua sắm tài sản cố định.

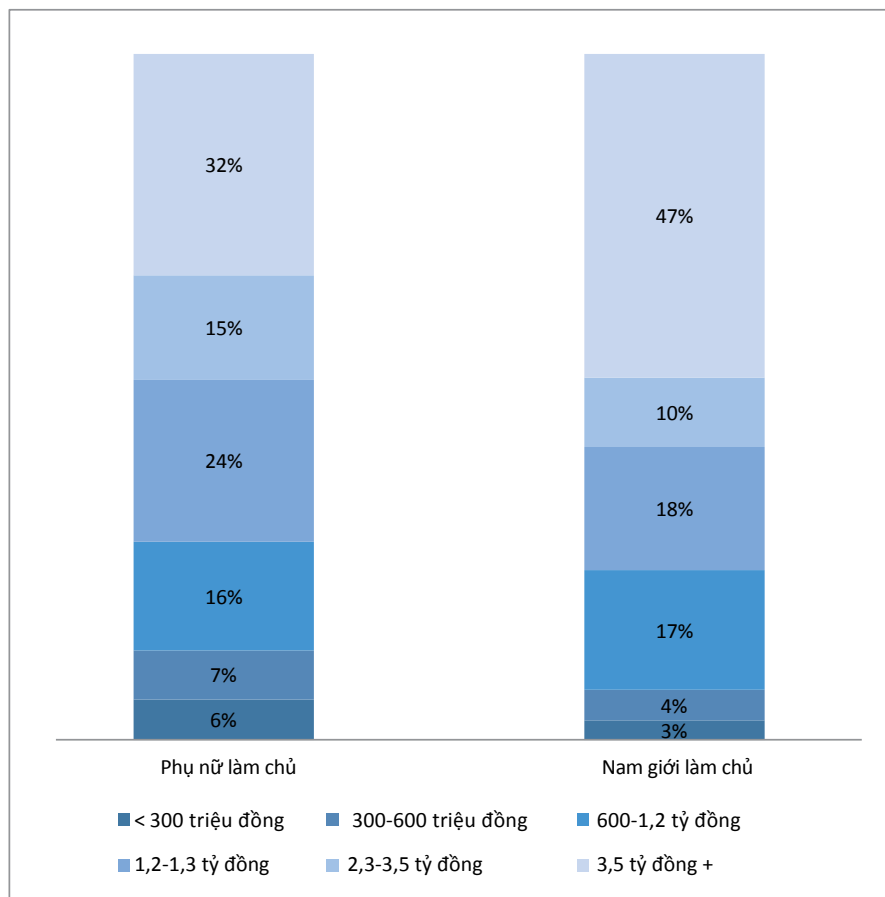
**Hình 21: Các lý do vay vốn quan trọng nhất**



NGUỒN: Khảo sát Nghiên cứu, 2017

Dư nợ trung bình của các chủ doanh nghiệp nam là cao hơn so với các chủ doanh nghiệp nữ. Các DNNVV do phụ nữ làm chủ có dư nợ trung bình là 2,54 tỷ đồng (khoảng 111.500 USD) so với 2,89 tỷ đồng đối với nam giới (khoảng 127.000 USD). Trong số các doanh nghiệp quy mô vừa, dư nợ trung bình đối với các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ là 4,33 tỷ đồng (khoảng 190.000 USD) so với 4,37 tỷ đồng (khoảng 192.000 USD) đối với doanh nghiệp do nam giới làm chủ (xem Hình 22 và Bảng 10).

**Hình 22: Tổng dư nợ đối với DNNVV do phụ nữ và nam giới làm chủ**



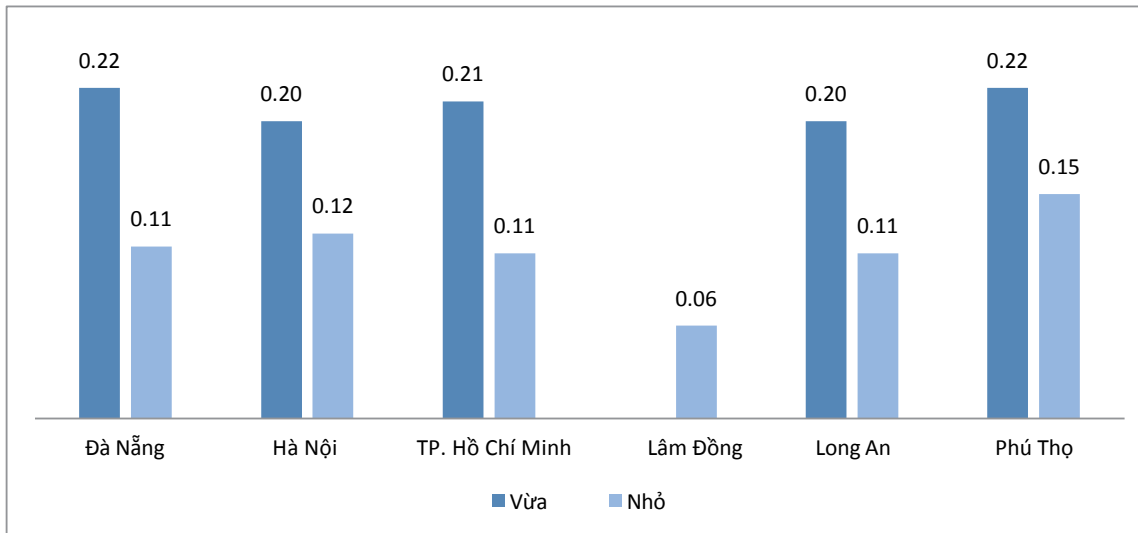
NGUỒN: Khảo sát Nghiên cứu, 2017

**Bảng 10: Quy mô dư nợ trung bình theo quy mô doanh nghiệp và giới tính**

	Phụ nữ làm chủ (USD)	Nam giới làm chủ (USD)
Quy mô nhỏ	111.500	127.000
Quy mô vừa	190.100	192.000

	Phụ nữ làm chủ (Tỷ đồng)	Nam giới làm chủ (Tỷ đồng)
Quy mô nhỏ	2,54	2,89
Quy mô vừa	4,33	4,37

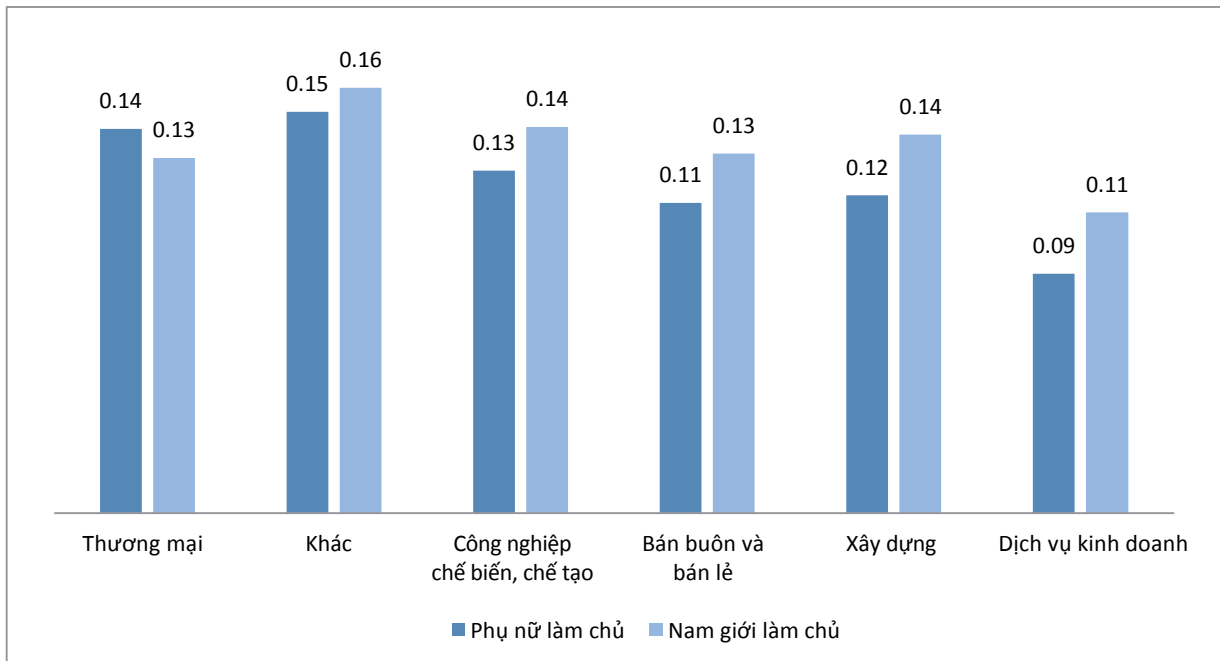
**Hình 23: Trung bình dư nợ theo tỉnh/thành phố (triệu USD, nam và nữ)**



NGUỒN: Khảo sát Nghiên cứu, 2017

Đà Nẵng và Phú Thọ có quy mô khoản vay trung bình cao nhất đối với các chủ doanh nghiệp quy mô vừa và tỉnh Phú Thọ có quy mô khoản vay trung bình cao nhất đối với các chủ doanh nghiệp quy mô nhỏ. Không có doanh nghiệp quy mô vừa tại Lâm Đồng được khảo sát nên không có thông tin về nội dung này (xem Hình 23).

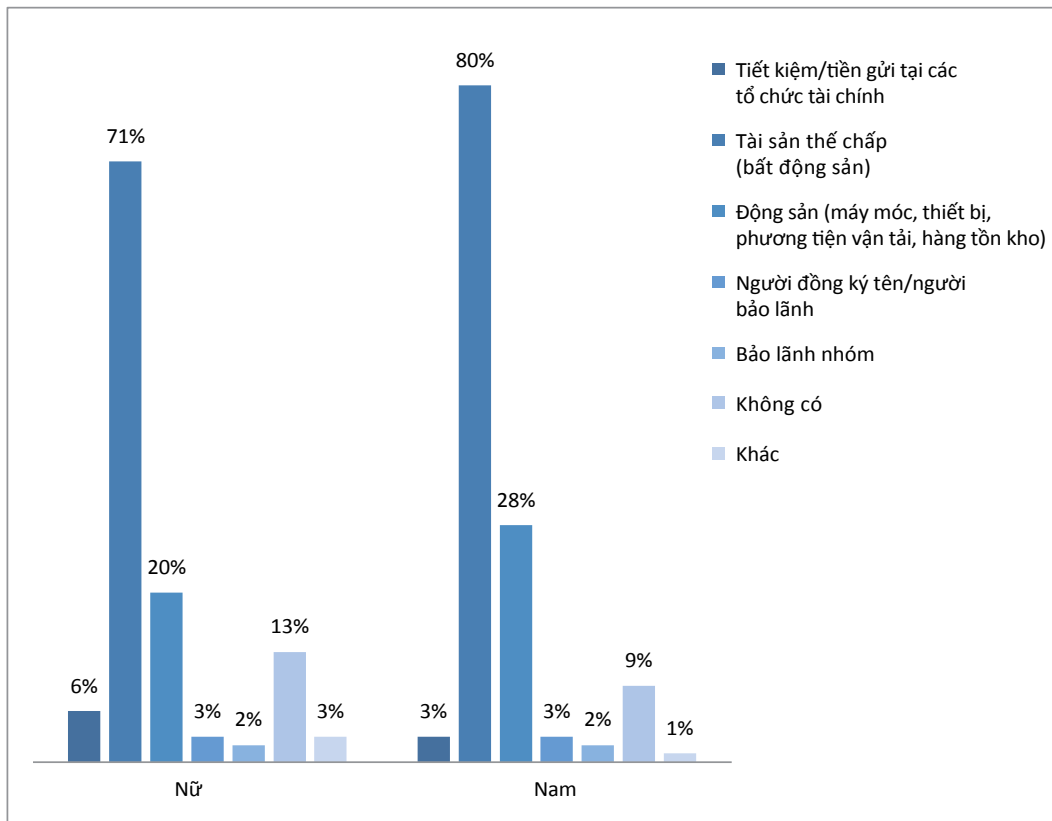
**Hình 24: Trung bình dư nợ theo ngành**



NGUỒN: Khảo sát Nghiên cứu, 2017

Các doanh nghiệp do nam giới làm chủ có số khoản vay cao hơn ở tất cả các ngành, ngoại trừ thương mại. Sự khác biệt lớn nhất về quy mô khoản vay trung bình là trong ngành xây dựng, trong đó các doanh nghiệp do nam giới làm chủ đã vay trung bình 140.000 USD so với 120.000 USD của các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ (xem Hình 24).

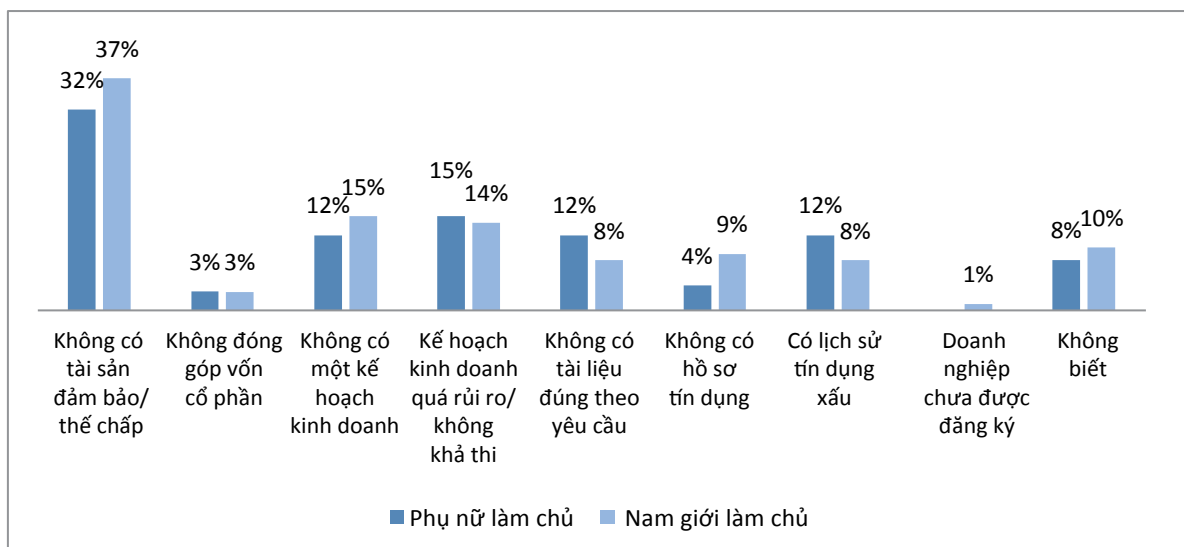
**Hình 25: Loại hình tài sản thế chấp**



NGUỒN: Khảo sát Nghiên cứu, 2017

Tài sản cố định như bất động sản vẫn là hình thức bảo lãnh vốn vay phổ biến nhất. Tài sản cố định được sử dụng để đảm bảo cho trên 70% số khoản vay đối với các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ và 80% số khoản vay đối với các doanh nghiệp do nam giới làm chủ. Thông thường các chủ doanh nghiệp cung cấp nhiều hơn một dạng tài sản thế chấp để đảm bảo cho khoản vay của họ. Phụ nữ sử dụng các động sản – chủ yếu là thiết bị, máy móc và phương tiện vận tải – trong 20% trường hợp so với 28% trường hợp của nam giới được quan sát. Điều này phù hợp với sự tập trung ngành của các doanh nghiệp do nam giới làm chủ (tức là ngành chế biến, chế tạo và xây dựng). Các khoản vay không có tài sản bảo đảm là phổ biến hơn đối với các chủ doanh nghiệp nữ (xem Hình 25).

**Hình 26: Lý do nộp đơn vay vốn không thành công**

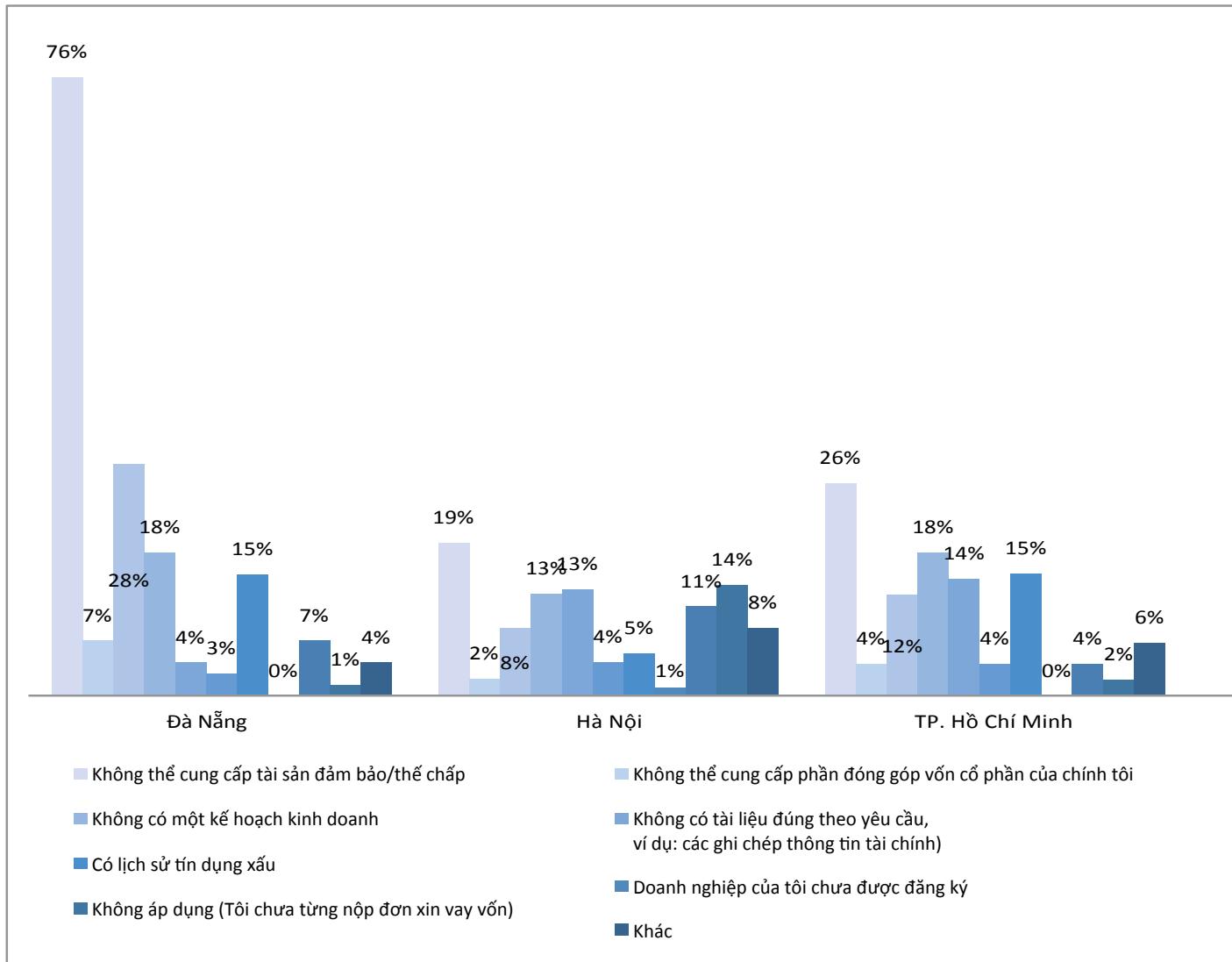


NGUỒN: Khảo sát Nghiên cứu, 2017



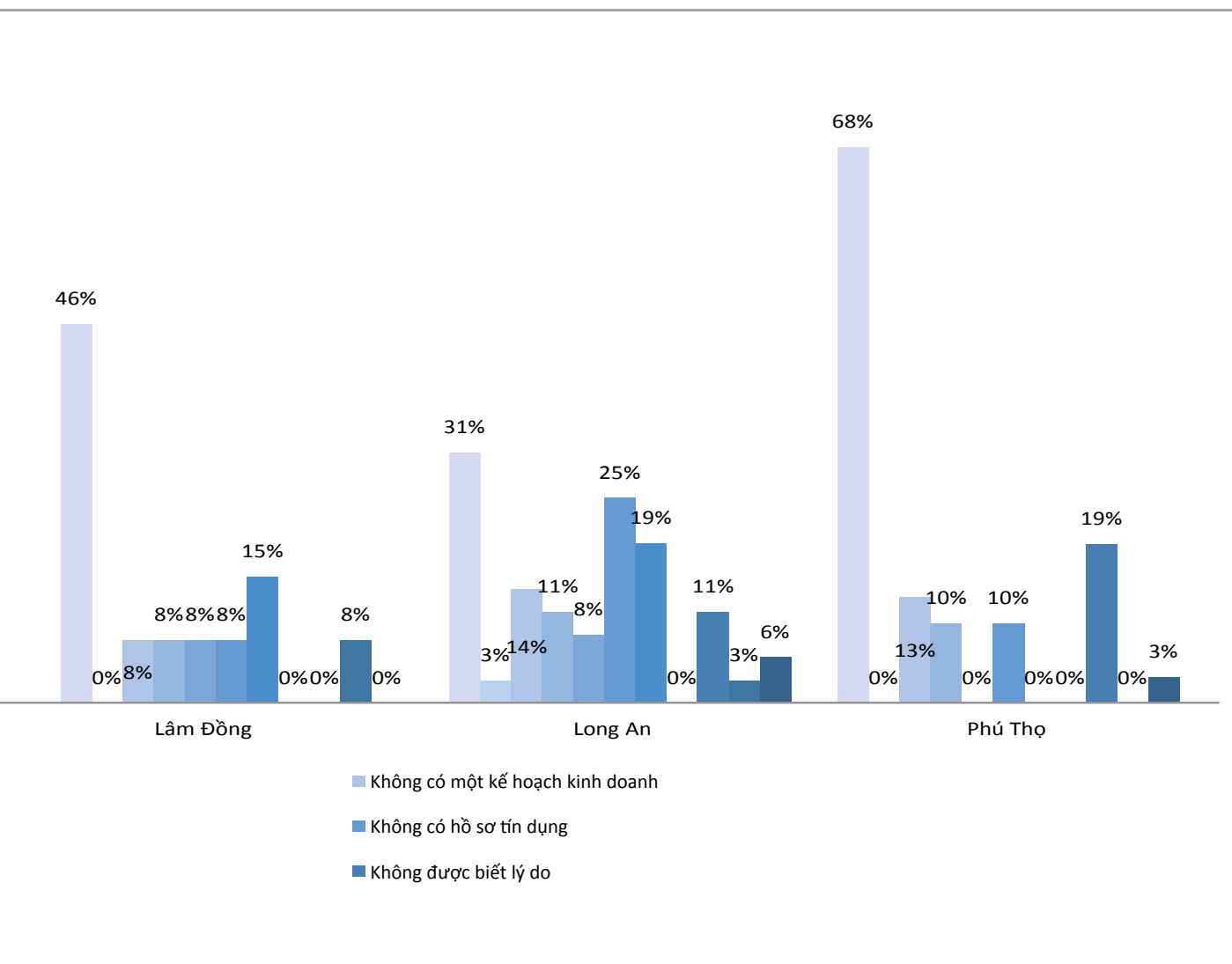


**Hình 27: Lý do nộp đơn vay vốn không thành công theo tỉnh/ thành phố**



NGUỒN: Khảo sát Nghiên cứu, 2017

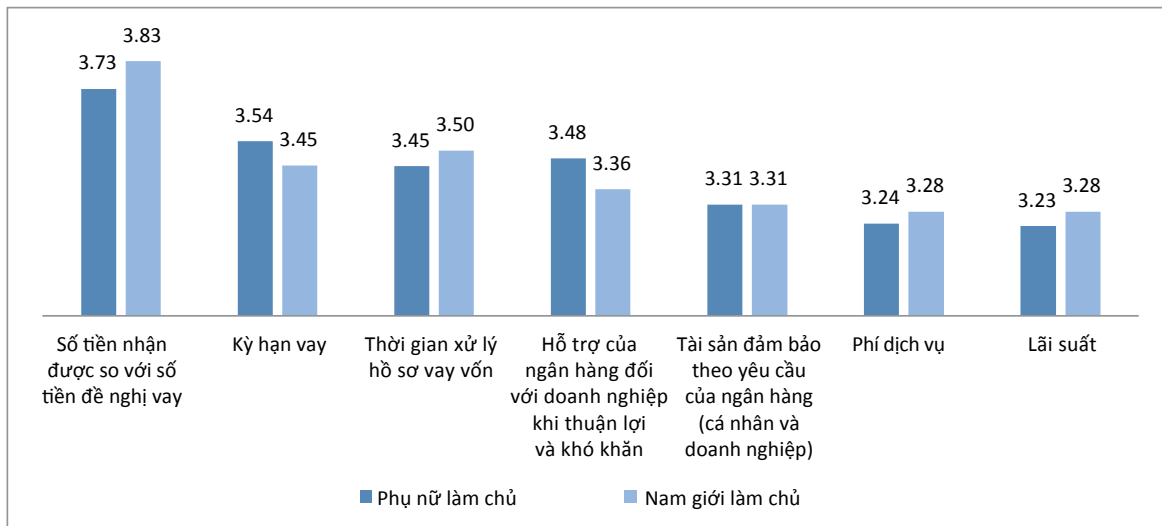




Không có đủ tài sản thế chấp là lý do phổ biến nhất đối với các đơn xin vay vốn không thành công, ảnh hưởng đến khoảng 30% chủ doanh nghiệp nữ. Đây cũng là một thách thức lớn hơn tại Đà Nẵng và Phú Thọ so với Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh (xem Hình 26-27). Các lý do khác đối với đơn xin vay vốn bị từ chối của phụ nữ bao gồm kế hoạch kinh doanh được cho là quá rủi ro hoặc không khả thi, không có kế hoạch kinh doanh, và hồ sơ tài chính không đầy đủ. Như đã đề cập ở trên, thủ tục vay vốn phức tạp đã chứng minh là một rào cản đối với phụ nữ nhiều hơn so với nam giới.

Phần lớn các chủ doanh nghiệp nữ và nam đều tương đối hài lòng với các điều khoản của khoản vay mà họ nhận được. Họ đánh giá “bình thường” hoặc “tương đối hài lòng” đối với mọi khía cạnh, bao gồm lãi suất, yêu cầu thế chấp và kỳ hạn khoản vay. Sự khác biệt lớn nhất về mức độ hài lòng giữa chủ doanh nghiệp nữ và nam là số tiền vay nhận được so với số tiền đề nghị. Như đã đề cập ở trên, các doanh nhân nữ có xu hướng nhận được quy mô khoản vay nhỏ hơn với các mức doanh thu tương đương, và các cuộc thảo luận nhóm chỉ ra rằng nhiều chủ doanh nghiệp nữ được cấp các khoản vay nhỏ hơn so với số tiền vay đề nghị. Các doanh nhân nữ cho biết các khoản vay không có tài sản đảm bảo được giới hạn ở mức trần 10% doanh thu hàng năm. Ngoài ra, cả nam giới và phụ nữ đều ít hài lòng nhất với phí và lãi suất. Các cuộc thảo luận nhóm chỉ ra rằng thời gian xử lý khoản vay cũng được coi là một rào cản đáng kể.

**Hình 28: HÀi lòng với các điều kiện của khoản vay nhận được (1= rất không hài lòng và 5= rất hài lòng)**

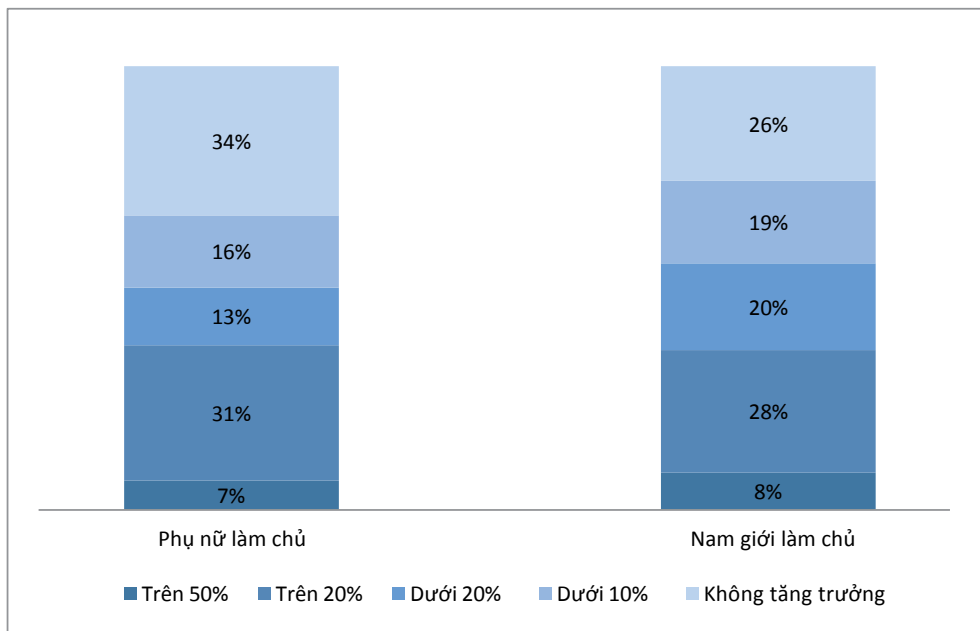


NGUỒN: Khảo sát Nghiên cứu, 2017

### Kỳ vọng Tăng trưởng

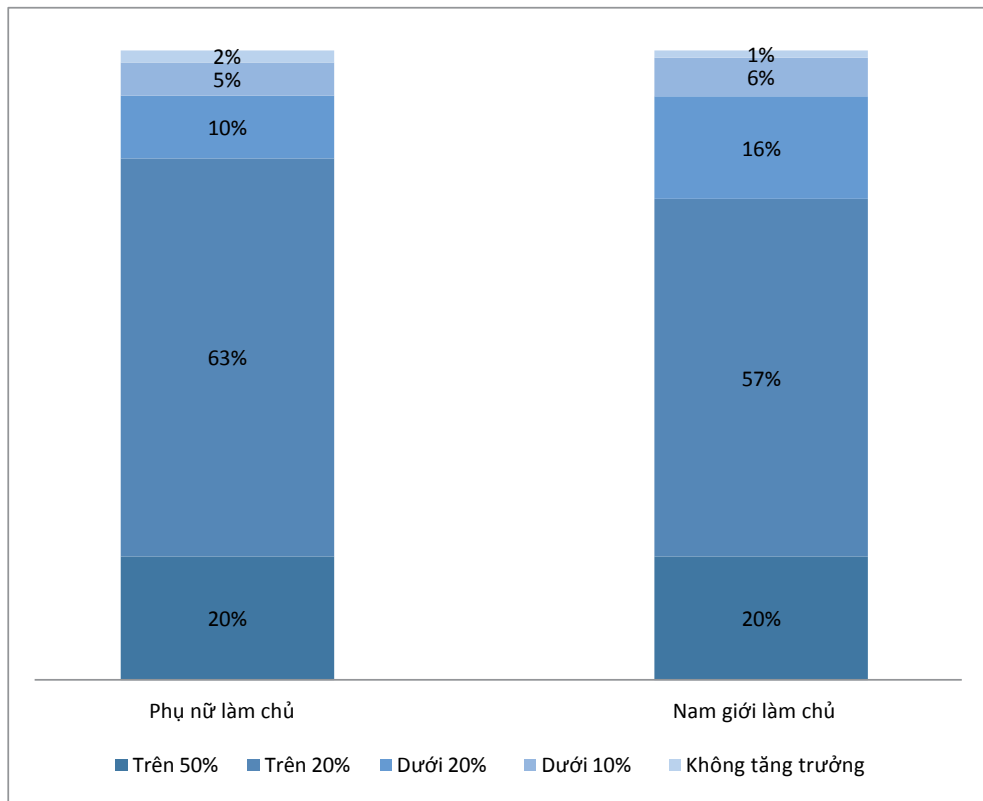
Hơn một nửa số chủ doanh nghiệp được khảo sát có tăng trưởng hàng năm trên 20% về doanh thu trong hai năm qua (55% phụ nữ và 51% nam giới) – báo hiệu sự lạc quan – với 63% phụ nữ và 57% nam giới ước tính tăng trưởng doanh thu trên 20% trong vòng hai năm tới (xem Hình 30). Các kỳ vọng tăng trưởng sẽ được thúc đẩy bởi gia tăng sản xuất các sản phẩm và dịch vụ hiện tại (80% chủ doanh nghiệp) và bổ sung các sản phẩm và dịch vụ mới (11-12% chủ doanh nghiệp). Tạo việc làm cũng dự kiến tăng trưởng với khoảng 30% chủ doanh nghiệp dự báo tăng trưởng số lượng nhân viên trên 20% (xem Hình 29).

**Hình 29: Kỳ vọng tạo việc làm trong vòng hai năm tới**



NGUỒN: Khảo sát Nghiên cứu, 2017

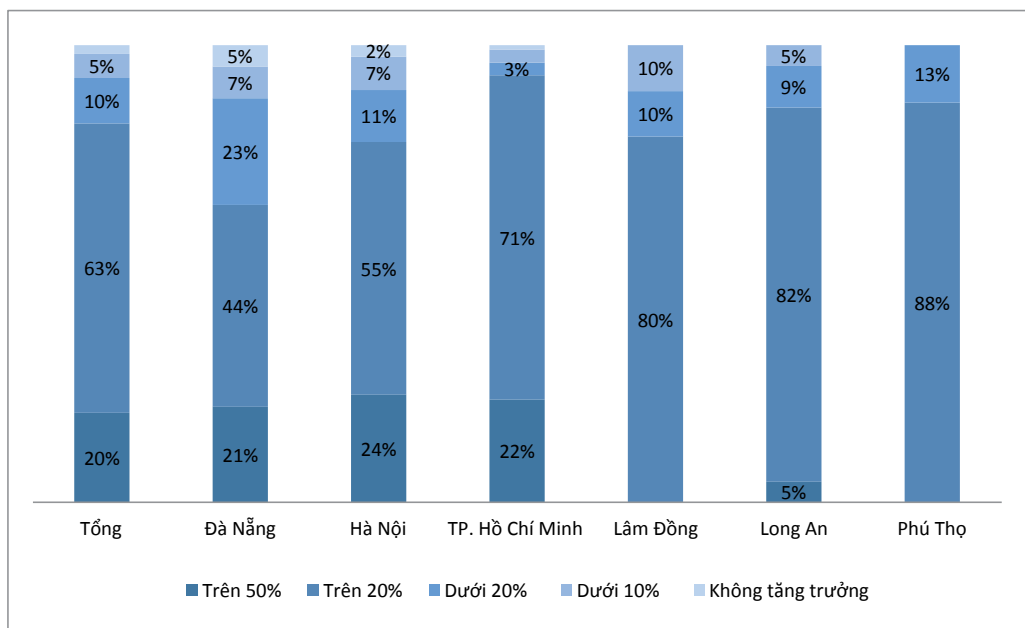
**Hình 30: Kỳ vọng doanh thu trong vòng hai năm tới**



NGUỒN: Khảo sát Nghiên cứu, 2017

Các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ kỳ vọng mức tăng trưởng doanh thu cao nhất là ở Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh và Đà Nẵng. Các tỉnh còn lại cũng lạc quan với khoảng từ 80% đến 88% nữ chủ doanh nghiệp dự kiến tăng trưởng trên 20% hàng năm (xem Hình 31).

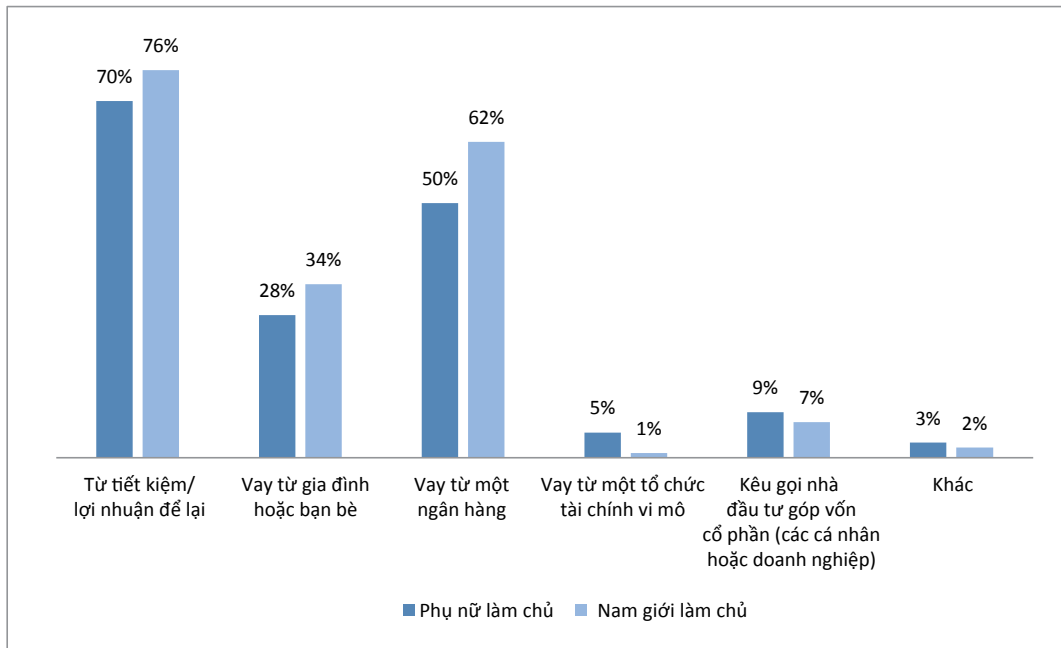
**Hình 31: Dự kiến tăng trưởng doanh thu đối với các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ trong vòng hai năm tới**



NGUỒN: Khảo sát Nghiên cứu, 2017

Các chủ doanh nghiệp đang có kế hoạch tài trợ tăng trưởng như vậy bằng cách khai thác nhiều nguồn tài trợ giống như họ đang làm hiện nay. Thu nhập giữ lại vẫn là nguồn tài trợ quan trọng nhất đối với cả nam giới và phụ nữ, tiếp đến là vốn vay ngân hàng.

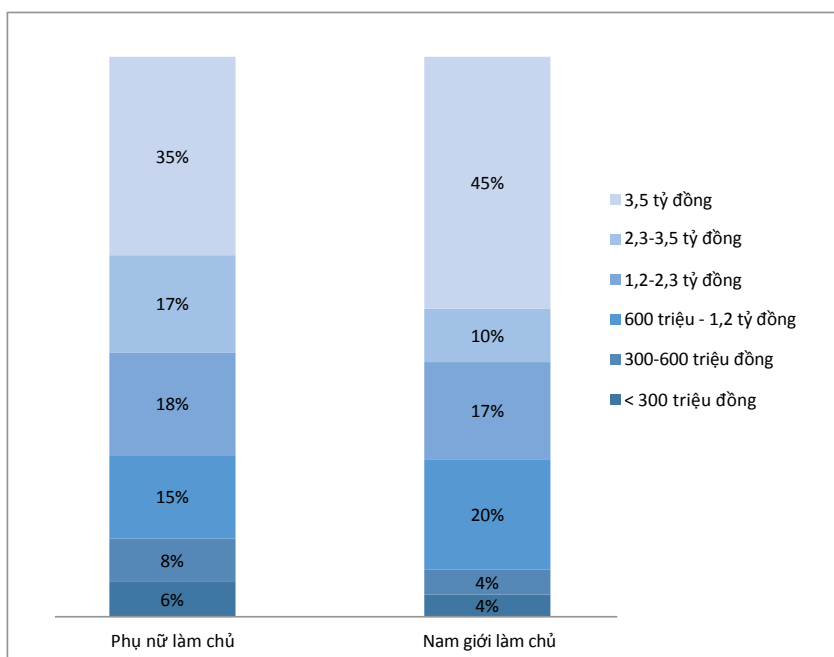
**Hình 32: Chiến lược tài trợ tăng trưởng**



NGUỒN: Khảo sát Nghiên cứu, 2017

50% số doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ và 62% doanh nghiệp do nam giới làm chủ đang có kế hoạch vay vốn từ một ngân hàng, tăng so với kịch bản hiện tại, trong đó 37% phụ nữ và 47% nam giới có vay ngân hàng. Chỉ có 10% phụ nữ đang có kế hoạch tăng vốn chủ sở hữu để tài trợ cho các hoạt động kinh doanh. Các cuộc thảo luận nhóm cho thấy nhiều phụ nữ tin tưởng rằng tiếp cận các nhà đầu tư là dễ dàng hơn so với nộp đơn vay vốn ngân hàng.

**Hình 33: Quy mô tài trợ dự kiến cho năm tiếp theo**



NGUỒN: Khảo sát Nghiên cứu, 2017



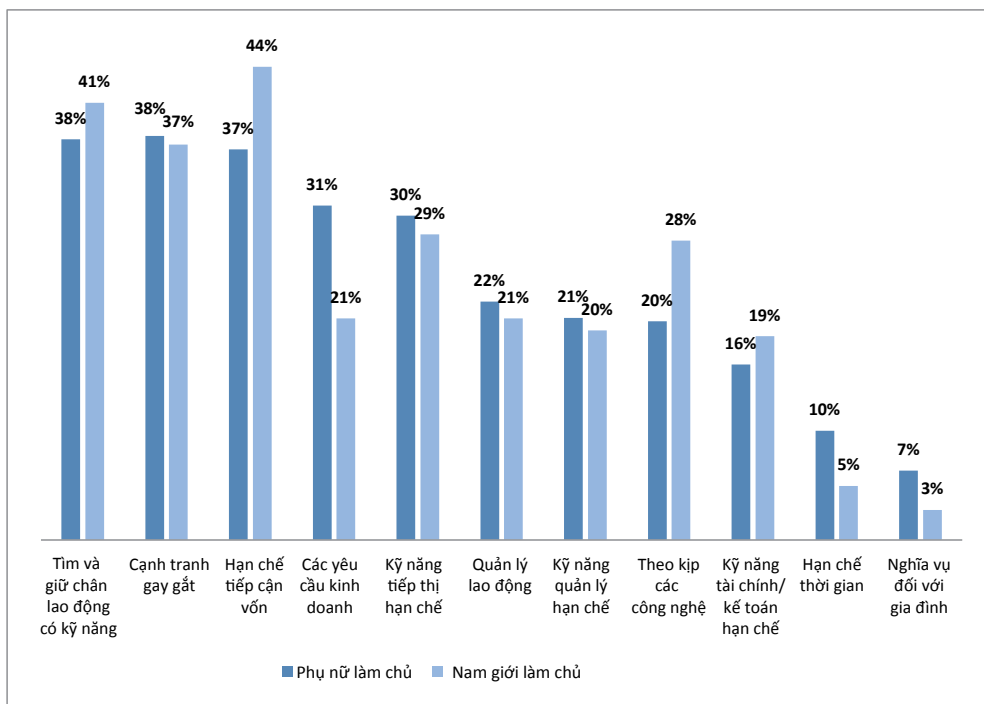
Nam giới dự đoán nhu cầu về số tiền tài trợ cho năm tới cao hơn so với các doanh nhân nữ. Trung bình các DNNVV do phụ nữ làm chủ dự kiến cần 2,42 tỷ đồng (khoảng 106.000 USD), trong khi nam giới ước tính nhu cầu trung bình là 2.58 tỷ đồng (khoảng 113.000 USD) (xem Hình 33).

### Các dịch vụ phi tài chính

Ngoài tiếp cận tài chính, ba trở ngại lớn nhất đối với cả phụ nữ và nam giới trong tăng trưởng doanh nghiệp nhỏ của họ là: cạnh tranh gay gắt trong cùng ngành kinh doanh, tìm kiếm và giữ chân lao động có tay nghề, và tuân thủ các yêu cầu kinh doanh. Đây cũng là những thách thức chính mà các chủ doanh nghiệp dự đoán sẽ tiếp tục và là các lĩnh vực mà họ muốn được hỗ trợ nhiều hơn thông qua các dịch vụ phát triển kinh doanh hoặc các dịch vụ phi tài chính<sup>36</sup>.

Thách thức tìm và giữ chân người lao động có trình độ là phổ biến đối với các doanh nghiệp nhỏ, nơi đòi hỏi nhân sự giỏi với nhiều kỹ năng đa dạng nhưng thường không có nguồn lực tài chính để thu hút các ứng viên hàng đầu. Nhu cầu này đang trở nên cấp thiết hơn với sự gia tăng theo cấp số nhân của phương tiện truyền thông xã hội và thương mại điện tử tại Đông Nam Á, và theo đó là nhu cầu về các kỹ năng xây dựng thương hiệu và tiếp thị trực tuyến tinh vi và tốc độ kinh doanh nhanh.

**Hình 34: Các trở ngại hàng đầu**



NGUỒN: Khảo sát Nghiên cứu, 2017

Đối với các doanh nghiệp nhập khẩu hoặc xuất khẩu, hoặc đang cân nhắc hoạt động này, kỹ năng tiếng Anh là một yêu cầu kinh doanh bổ sung làm giảm đáng kể số lượng ứng viên tiềm năng. Với sự cạnh tranh ngày càng tăng do môi trường pháp quy được cải thiện và dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài, cuộc đua giành nhân tài đã trở nên gay gắt hơn và các doanh nghiệp nhỏ không có khả năng cạnh tranh với các công ty lớn hơn để có đội ngũ lao động có tay nghề cao. Đồng thời, sự gia tăng của các doanh nghiệp trực tuyến đòi hỏi vốn đầu tư ban đầu ít hơn và có thể tiếp cận đối tượng mục tiêu của họ một cách nhanh chóng và tương đối rẻ thông qua tiếp thị truyền thông xã hội cũng làm gia tăng tính cạnh tranh, đặc biệt trong lĩnh vực bán lẻ. “Văn hoá bản sao” - bán một cái gì đó giống với các sản phẩm hoặc dịch vụ hiện tại hoặc tái sản xuất các sản phẩm của một doanh nhân khác dưới một cái tên hơi khác - là một thách thức.

<sup>36</sup> Các dịch vụ phi tài chính là các dịch vụ phát triển kinh doanh đang được cung cấp bởi các ngân hàng (nơi cung cấp dịch vụ thông thường là các dịch vụ tài chính) nhằm giúp các DNNVV vượt qua những thách thức trong việc tiếp cận thông tin, kỹ năng, tư vấn và thị trường mới. Hỗ trợ phát triển kinh doanh và dịch vụ phi tài chính được chia thành bốn loại lớn: phổ biến thông tin, giáo dục, tư vấn/cố vấn, và các cơ hội xây dựng mạng lưới.

Các chủ doanh nghiệp nữ cho biết môi trường kinh doanh đã trở nên dễ dàng hơn so với thời điểm họ bắt đầu khởi sự kinh doanh, ví dụ dễ dàng tiếp cận thông tin hơn, và các quy định đã trở nên thuận lợi hơn. Mặc dù có những cải thiện này, việc tuân thủ pháp luật, các quy định và thuế vẫn là một trở ngại ảnh hưởng đến một phần ba số phụ nữ được phỏng vấn.

Hạn chế về thời gian và thực hiện nghĩa vụ gia đình là các thách thức ít quan trọng hơn, chỉ có 17% nữ doanh nhân đề cập đến. Tuy nhiên, đây là một gánh nặng đối với phụ nữ hơn bởi chỉ có 10% chủ doanh nghiệp nam coi hạn chế về thời gian và thực hiện nghĩa vụ gia đình là một thách thức. Trung bình doanh nhân trong nghiên cứu này đã hoạt động kinh doanh được mười năm, nên họ có thể tìm được cách thức cân đối trách nhiệm. Tuy nhiên, các cuộc thảo luận nhóm đã nhấn mạnh rằng cân bằng công việc/cuộc sống vẫn là thách thức, đặc biệt đối với các doanh nhân trẻ tuổi hoặc trong những năm đầu quản lý doanh nghiệp. Một phụ nữ tại An Giang đã chia sẻ “Trở thành một doanh nhân thành công là khó khăn hơn vì chúng tôi cần phải quan tâm cả doanh nghiệp và gia đình.”

Một số ngân hàng đã chỉ ra rằng các doanh nghiệp nhỏ do phụ nữ làm chủ có xu hướng đòi hỏi nhiều hỗ trợ hơn về quản lý tài chính và lập kế hoạch kinh doanh. Khảo sát này cho thấy không có sự khác biệt đáng kể về giới, với cả phụ nữ và nam giới đều xác định các chủ đề này thuộc những lĩnh vực hàng đầu mà họ cần hỗ trợ.

Các cuộc thảo luận nhóm đã nhấn mạnh thách thức liên quan đến các thủ tục xin vay vốn phức tạp bởi một số lý do. So với các chủ doanh nghiệp nam, các chủ doanh nghiệp nữ có xu hướng có ít thời gian hơn, do đó xem quá trình xin vay vốn kéo dài là một gánh nặng hơn. Nghiên cứu quốc tế<sup>37</sup> cũng chỉ ra rằng phụ nữ có xu hướng bị nản lòng bởi các thuật ngữ tài chính nhiều hơn so với nam giới, và họ tự nghi ngờ bản thân nhiều hơn khi gặp các vấn đề về tài chính, bất kể trình độ và kiến thức về tài chính thực tế. Hơn 75% nữ doanh nhân được phỏng vấn trong nghiên cứu này có bằng đại học và đã quản lý doanh nghiệp của họ từ mười năm trở lên. Do đó, nhu cầu của họ về hỗ trợ hoàn thiện một đơn xin vay vốn không phải là do thiếu kỹ năng, mà thay vào đó, điều này chỉ ra vấn đề rộng hơn về sự tự nghi ngờ và ít tự tin về các vấn đề tài chính. Đồng thời, điều này cũng cho thấy nhu cầu đơn giản hóa các mẫu biểu và quy trình xin vay vốn ngân hàng và nhu cầu có các nhân viên ngân hàng được đào tạo tốt để có thể liên kết các đặc tính sản phẩm và phù hợp với nhu cầu của khách hàng.

## Quan điểm của ngân hàng về các dịch vụ phi tài chính

Các ngân hàng cho rằng nhiều chủ doanh nghiệp thiếu các kỹ năng quản lý kinh doanh quan trọng làm ảnh hưởng đến khả năng tăng trưởng doanh nghiệp. Các lĩnh vực mà các DNNVV gặp nhiều khó khăn nhất là: tuyển dụng và giữ chân lao động chất lượng cao, xây dựng thương hiệu mạnh, và tiếp thị hiệu quả với chi phí hợp lý. Đây là những thách thức phổ biến đối với cả các doanh nghiệp do phụ nữ và nam giới làm chủ.

Một phần ba các ngân hàng tổ chức hội thảo về kinh doanh và cung cấp các dịch vụ tư vấn hỗ trợ DNNVV nhằm giải quyết các thách thức này, theo yêu cầu hoặc định kỳ. Gần một nửa các ngân hàng cung cấp các chương trình cố vấn và một phần ba cho biết họ cung cấp hỗ trợ doanh nghiệp trực tuyến. Chỉ hơn một phần năm ngân hàng cung cấp đào tạo. Tất cả các dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp do ngân hàng cung cấp đều miễn phí nhưng được triển khai phối hợp với các tổ chức khác, chủ yếu là các hiệp hội doanh nghiệp.

Một số ngân hàng được tham vấn như một phần của nghiên cứu này đã bày tỏ quan ngại về tính chính xác của các báo cáo kết quả kinh doanh và kê khai thuế do các DNNVV nộp. Mặc dù nghiên cứu này không tìm thấy bất kỳ khác biệt nào về tính chính xác trong kê khai thuế giữa nam giới và phụ nữ, khảo sát này cho thấy các tài liệu này không thể được xem là một nguồn thông tin đáng tin cậy về kết quả kinh doanh của doanh nghiệp.

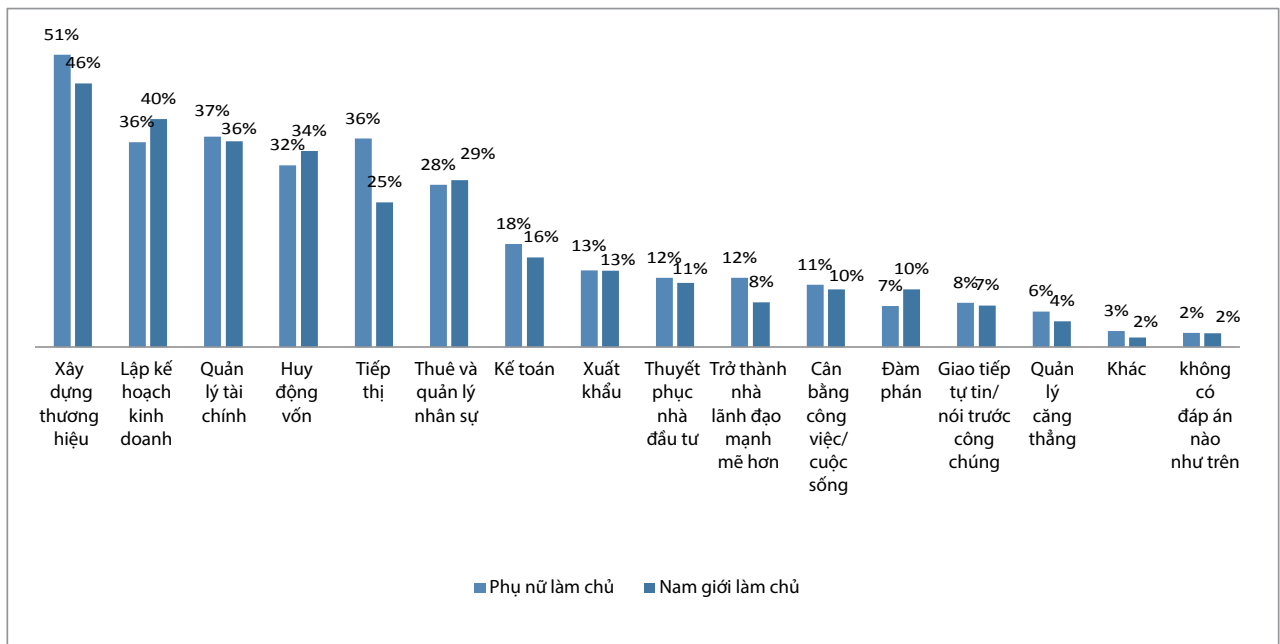
Không có bất kỳ ngân hàng nào cho biết họ có chương trình huấn luyện, và điều này có thể là một cơ hội vì các nghiên cứu đã chỉ ra rằng đặc biệt đối với các DNNVV do phụ nữ làm chủ, các chương trình huấn luyện được xây dựng theo hình thức các phiên họp nhóm nhỏ hay “huấn luyện đồng cấp” thường được đánh giá cao và có nhiều phụ nữ tham gia. Điều này cho phép phụ nữ động não về các ý tưởng kinh doanh của họ, thảo luận các thách thức, nhận được các phản hồi thực tiễn, và xây dựng một mạng lưới đồng minh kinh doanh vững chắc hơn.

<sup>37</sup> Sylvia Ann Hewitt, Khai thác Sức mạnh của Ví tiền: Nhà đầu tư Nữ và Cơ hội Toàn cầu cho Tăng trưởng, 2014. Đường dẫn [http://www.talentinnovation.org/\\_private/assets/HarnessingThePowerOfThePurse\\_Infographic-CTI.pdf](http://www.talentinnovation.org/_private/assets/HarnessingThePowerOfThePurse_Infographic-CTI.pdf)

## Nhìn về phía trước

Vì các chủ doanh nghiệp có kế hoạch tăng trưởng mạnh mẽ trong vài năm tới trong một thị trường cạnh tranh cao, ưu tiên hàng đầu của họ là xây dựng thương hiệu, quản lý tài chính và lập kế hoạch kinh doanh hiệu quả, và tăng vốn. Xây dựng một thương hiệu mạnh sẽ trở nên cần thiết để giữ thị phần và có thêm khách hàng mới. Phụ nữ quan tâm đến việc nhận được hỗ trợ kỹ thuật về tiếp thị nhiều hơn so với nam giới, có thể là do sự tham gia nhiều hơn vào kinh doanh trực tuyến và các ngành bán lẻ vốn phụ thuộc rất nhiều vào việc tạo dựng sự hiện diện mạnh mẽ của truyền thông xã hội. Trở thành một nhà lãnh đạo mạnh mẽ cũng là một ưu tiên cao hơn của các doanh nhân nữ so với các doanh nhân nam, điều này có thể là do thách thức đã được ghi nhận đối với các lãnh đạo nữ trong việc đạt được cân bằng giữa được ưa thích và được tôn trọng (“Điều hướng Dây kéo”<sup>38</sup> của Lean In<sup>39</sup>) và nói chung mức độ tự ti cao hơn và tự tin thấp hơn như được nêu ở trên.

**Hình 35: Các lĩnh vực hỗ trợ phát triển doanh nghiệp trọng tâm hàng đầu**



NGUỒN: Khảo sát Nghiên cứu, 2017

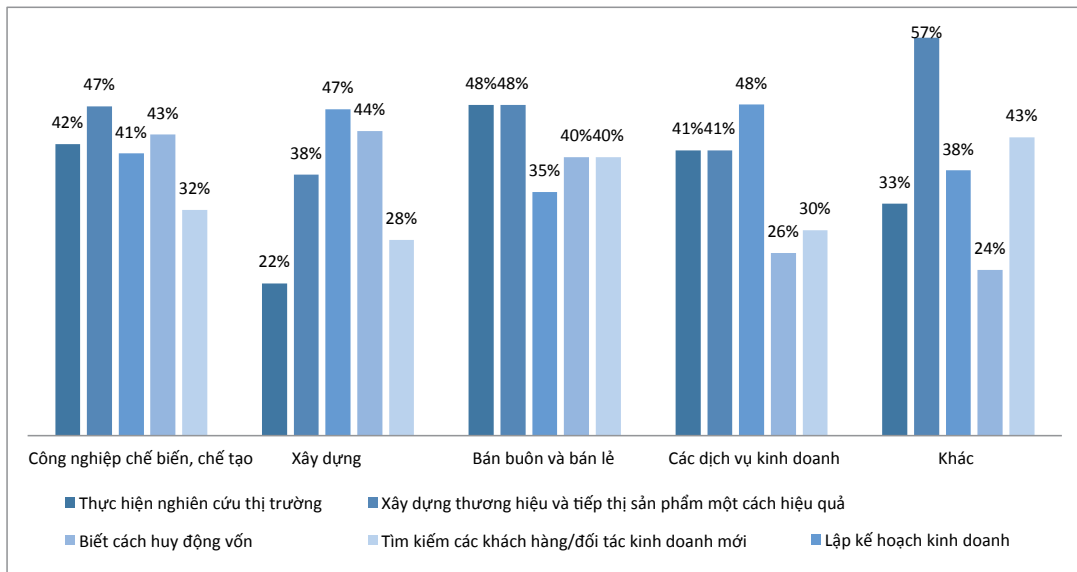
Các chủ doanh nghiệp chủ yếu tìm kiếm lời khuyên từ các đối tác kinh doanh, vợ chồng, gia đình và bạn bè, và ít thường xuyên hơn từ các chuyên gia hoặc cố vấn. Phụ nữ có xu hướng tìm kiếm lời khuyên từ các phụ nữ khác mà họ không có quan hệ họ hàng (25%). Phần lớn các chủ doanh nghiệp đều không có mạng lưới đồng nghiệp rộng để có thể tham vấn chia sẻ kinh nghiệm và thông tin do số lượng là thành viên của các mạng lưới hoặc hiệp hội doanh nghiệp là thấp (chỉ có 15% doanh nhân nữ và 19% doanh nhân nam là thành viên của các mạng lưới hoặc hiệp hội doanh nghiệp). Các mạng lưới doanh nghiệp cung cấp nhiều cơ hội có giá trị để kết nối và học hỏi. Họ cũng có thể đảm nhiệm chức năng là các nhóm hỗ trợ và cung cấp hình mẫu cho các doanh nhân không có một nhóm hỗ trợ tức thời trong phạm vi họ hàng và bạn bè, hoặc thiếu hỗ trợ của gia đình. Theo kết quả thảo luận nhóm, điều này đặc biệt đúng với các doanh nhân nữ, những người thường chịu áp lực gia đình trong việc tìm kiếm nghề nghiệp chuyên môn, có vai trò thứ yếu trong kinh doanh gia đình, hoặc hạn chế tham vọng kinh doanh của họ vào “cái gì đó nhỏ”. Sự gia tăng các nhóm “Lean In” ở khắp Châu Á<sup>40</sup> là một minh chứng cho thành công của các nhóm hỗ trợ tập trung vào phụ nữ nhằm tạo dựng sự tự tin và khuyến khích phụ nữ theo đuổi những tham vọng của mình trong khi dựa vào nhau.

<sup>38</sup> <https://leanin.org/education/what-works-for-women-at-work-part-2-the-tightrope/>

<sup>39</sup> Lean In là một tổ chức phi lợi nhuận do Facebook COO Sheryl Sandberg thành lập và nhằm tăng cường sức mạnh cho phụ nữ đạt được các tham vọng của họ. [www.leanin.org](http://www.leanin.org)

<sup>40</sup> Có 25 nhóm Lean In chính thức trên khắp châu Á và một nền tảng Lean In Asia được ra mắt vào tháng 12 năm 2016. <https://leanincircles.org/chapter/asia#circlelist>

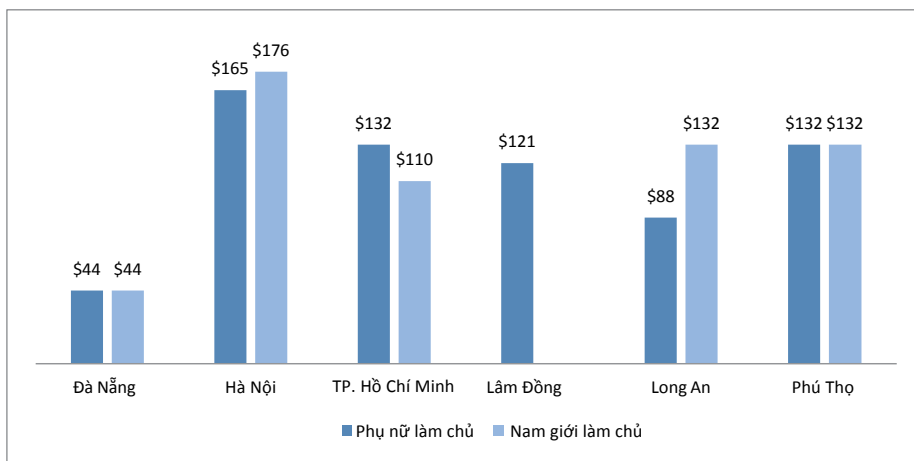
**Hình 36: Những trở ngại hàng đầu đối với các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ theo ngành**



NGUỒN: Khảo sát Nghiên cứu, 2017

Cũng như trường hợp tiếp cận thông tin, hầu hết các chủ doanh nghiệp đều tìm đến bạn bè, họ hàng và cố vấn để tăng cường kỹ năng kinh doanh. Internet là một lựa chọn bổ sung, đặc biệt đối với những người đọc được tiếng Anh và do đó có thể tiếp cận được nhiều nguồn hơn. Tuy nhiên, chỉ có khoảng 5% doanh nhân tham gia các khóa học trực tuyến. Trên 70% chủ doanh nghiệp ưa thích các khóa học trực tiếp, và sẽ có thể dành tối đa 4 ngày một tháng để tham gia đào tạo. Các doanh nhân sẵn sàng trả trung bình 130 USD mỗi tháng<sup>41</sup> cho hỗ trợ phát triển kinh doanh hoặc đào tạo để nâng cao kỹ năng kinh doanh, với các doanh nhân tại Hà Nội sẵn sàng trả số tiền cao nhất và các công ty tại Đà Nẵng với số tiền thấp nhất (xem Hình 37).

**Hình 37: Sẵn sàng chi trả cho các dịch vụ phi tài chính theo tỉnh/thành phố (triệu USD)**



NGUỒN: Khảo sát Nghiên cứu, 2017

Các nhà tư vấn và chuyên gia kinh doanh được coi là phù hợp nhất để cung cấp các dịch vụ phát triển kinh doanh, tiếp theo là các ngân hàng hợp tác với các mạng lưới doanh nghiệp, và cuối cùng là riêng các mạng lưới doanh nghiệp. Đa số các chủ doanh nghiệp đều thích các khoá đào tạo “a la carte”, tức là họ có thể lựa chọn các nội dung cần tập trung dựa trên nhu cầu của họ thay vì cam kết tham gia một chương trình đầy đủ bao gồm nhiều chủ đề kinh doanh. Các doanh nhân nữ bày tỏ sự ưa thích các chương trình có tính thực tiễn cao và phù hợp với các ngành và thị trường cụ thể, và bao gồm tư vấn cụ thể về nguồn lực. Họ đánh giá cao các hội thảo được tổ chức phối hợp với các doanh nghiệp, bao gồm các doanh nghiệp lớn.

<sup>41</sup> Giá trị này được tính bằng Trung vị số tiền do các doanh nghiệp tham gia khảo sát cung cấp

## Nghiên cứu điển hình: Sản phẩm và dịch vụ đổi mới sáng tạo dành cho Phụ nữ



Tại Li-băng, 97% doanh nghiệp là các DNNVV. Các doanh nghiệp này sử dụng hơn một nửa lực lượng lao động của quốc gia này. Mặc dù phụ nữ là chủ sở hữu duy nhất của 41% các DNNVV tại Li-băng, họ chỉ nhận được một phần nhỏ trong tổng số các khoản cho vay của ngân hàng. Để tăng mức tài trợ DNNVV cho các nữ chủ doanh nghiệp, Ngân hàng BLC, hợp tác với IFC, đã khởi động Sáng kiến Nàng quyền Phụ nữ (WE). Trước tiên, Ngân hàng BLC và IFC đã thực hiện nghiên cứu thị trường chi tiết nhằm xác định các khoảng cách cụ thể đối với các dịch vụ tài chính và phí tài chính mà các chủ doanh nghiệp nữ gặp phải tại Li-băng. Nghiên cứu này đã đưa ra hai sản phẩm tương hỗ nhằm hỗ trợ các chủ doanh nghiệp nữ: thiết kế hàng loạt các dịch vụ tài chính và phí tài chính, và phát triển và khởi động các chương trình xây dựng năng lực nội bộ và lãnh đạo của phụ nữ.

Ví dụ về các sản phẩm đặc biệt bao gồm sản phẩm Tài khoản Ủy thác của Mẹ, trong đó cho phép phụ nữ mở các tài khoản ủy thác thông thường bị cấm và lấy tên các con ở độ tuổi vị thành niên của họ với tư cách đối tượng thụ hưởng mà không cần phải để cập người giám hộ hợp pháp là nam giới của trẻ. Hơn nữa, BLC Cloud, nền tảng ngân hàng trực tuyến đầu tiên của Li-băng là một giải pháp đối với những hạn chế về thời gian và di chuyển của phụ nữ.

### Lợi ích cho ngân hàng:

- Nhờ các sản phẩm mới, số lượng khách hàng vay vốn DNNVV là nữ đã tăng 82% và các khoản vay tăng 121%.
- Tốc độ tăng trưởng hàng năm và thu nhập trên tài sản đối với các sản phẩm do Sáng kiến WE đưa ra liên tục vượt trội hơn so với các sản phẩm dành cho nam giới.
- Tỷ lệ nợ xấu giảm.
- Số lượng nhân viên nữ tại BLC đã tăng từ 47% lên 51%.

NGUỒN: IFC, Đầu tư vào Phụ nữ: Bằng chứng Mới về Hiệu quả Kinh doanh, Tháng 3 năm 2017



## 5. Cung cấp tài chính cho các DNNVV do phụ nữ làm chủ

Chương này trình bày dữ liệu khảo sát thu thập được về các ngân hàng tại Việt Nam và bổ sung cho các dữ liệu thị trường được trình bày trong Chương 4. Mục tiêu là để xác định khoảng cách giữa những gì các DNNVV do phụ nữ làm chủ cần và những gì các ngân hàng hiện đang cung cấp cả về các dịch vụ tài chính và phí tài chính.

### Ngành ngân hàng của Việt Nam

Ngành ngân hàng của Việt Nam bao gồm một ngân hàng chính sách xã hội; bốn ngân hàng thương mại nhà nước; 34 ngân hàng cổ phần tư nhân; hai ngân hàng liên doanh; 51 văn phòng đại diện của các ngân hàng nước ngoài; 49 chi nhánh của các ngân hàng nước ngoài; 17 công ty tài chính; 11 công ty cho thuê tài chính; và 5 ngân hàng 100% vốn nước ngoài<sup>42</sup>.

Nghiên cứu này chủ yếu sử dụng một bảng câu hỏi khảo sát để thu thập thông tin về cung cấp các dịch vụ tài chính và phí tài chính cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa do phụ nữ làm chủ tại Việt Nam. Chín ngân hàng đã được lựa chọn tham gia vào khảo sát này dựa trên kết quả hoạt động tài chính và xếp hạng cao về mức độ hài lòng của khách hàng<sup>43</sup>.

Các ngân hàng định nghĩa các doanh nghiệp nhỏ và vừa dựa trên doanh thu hàng năm của một công ty. Mỗi ngân hàng có định nghĩa riêng, nhưng nhìn chung, các ngưỡng của các ngân hàng là cao hơn so với các ngưỡng của IFC; phần lớn các doanh nghiệp được IFC phân loại là “quy mô vừa” được các ngân hàng Việt Nam phân loại là “nhỏ”.

**Bảng 11: Định nghĩa về DNNVV của các ngân hàng tham gia khảo sát**

	Siêu nhỏ	Nhỏ	Vừa
Ngân hàng 1	< 60 tỷ đồng	60-200 tỷ đồng	200-500 tỷ đồng
Ngân hàng 2	< 25 tỷ đồng	25-50 tỷ đồng	50-200 tỷ đồng
Ngân hàng 3	< 22 tỷ đồng	22-100 tỷ đồng	100-450 tỷ đồng
Ngân hàng 4	< 20 tỷ đồng	20-500 tỷ đồng	500-2000 tỷ đồng
Ngân hàng 5	< 20 tỷ đồng	20-199 tỷ đồng	> 200 tỷ đồng
Ngân hàng 6	< 20 tỷ đồng	20-600 tỷ đồng	> 600 tỷ đồng
Ngân hàng 7	< 15 tỷ đồng	15-80 tỷ đồng	> 400 tỷ đồng
Ngân hàng 8 và 9	Không có định nghĩa	Không có định nghĩa	Không có định nghĩa
IFC	< 2 tỷ đồng	2 - 68 tỷ đồng	68 - 340 tỷ đồng

### Chiến lược và Triển vọng

Ba trong số chín ngân hàng xem các DNNVV do phụ nữ làm chủ là một cơ hội thị trường tốt và lạc quan về triển vọng gia nhập thị trường này. Quan điểm của họ được tóm tắt bởi một ngân hàng tham gia khảo sát “Theo quan điểm của chúng tôi, không có thách thức cụ thể nào trong việc phục vụ các khách hàng DNNVV do phụ nữ làm chủ vì trong những năm gần đây Việt Nam đã có nhiều tiến triển về bình đẳng giới. Nhìn chung, các chủ doanh nghiệp (phụ nữ hoặc nam giới) đang phải đối mặt với những thách thức tương tự nhau.” Các ngân hàng này đã xây dựng một chiến lược cụ thể để phục vụ các khách hàng DNNVV do phụ nữ làm chủ hoặc đang cân nhắc việc này. Chỉ có một ngân hàng đã phát triển một sản phẩm cụ thể cho các

<sup>42</sup> <https://www.export.gov/article?id=Vietnam-Banking-Systems> 11/2/2016

<sup>43</sup> Theo Báo cáo Ngân hàng Việt Nam năm 2016

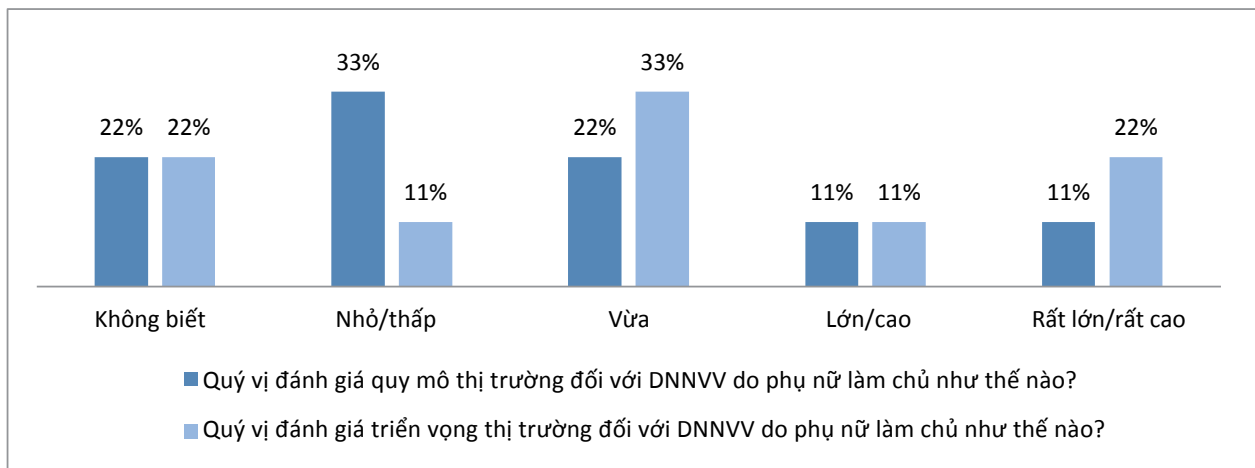
doanh nhân nữ và hiện đang phối hợp với các hiệp hội của phụ nữ để thí điểm sản phẩm này. Bất kể điều này, tất cả các ngân hàng có thể cần xem xét các ví dụ khác nhau từ các ngân hàng tại cả các nền kinh tế phát triển và mới nổi đã thiết kế và thực hiện thành công các chương trình tiếp cận tài chính cho các khách hàng nữ như Wells Fargo ở Hoa Kỳ<sup>44</sup>, Westpac ở Úc<sup>45</sup> và Ngân hàng BLC<sup>46</sup> ở Lebanon. Các chiến lược của các ngân hàng này tập trung đưa ra các kế hoạch hành động mang lại giá trị toàn diện cho các khách hàng nữ bằng cách đầu tư tìm hiểu các nhu cầu tài chính cá nhân và kinh doanh của họ và phục vụ theo các nhu cầu đó. Một số cung cấp các khoản vay tín chấp cho các doanh nhân nữ và một số tập trung cung cấp nhiều dịch vụ phi tài chính toàn diện và phù hợp như các nền tảng trực tuyến để chia sẻ thông tin kinh doanh hữu ích; các dịch vụ kết nối kinh doanh giúp các khách hàng doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ kết nối với các đối tác, nhà cung cấp và khách hàng tiềm năng; và các sự kiện xây dựng mạng lưới doanh nghiệp cho các doanh nhân nữ. (Xem nghiên cứu tình huống về các ví dụ cụ thể về sản phẩm và dịch vụ phù hợp với các doanh nhân nữ).

Sáu trong số chín ngân hàng được phỏng vấn không xem phân khúc DNNVV do phụ nữ làm chủ là một ưu tiên, cho rằng phân khúc này là nhỏ với triển vọng bán hàng thấp. Các lý do được trích dẫn bởi các ngân hàng này bao gồm:

- Hoạt động hiện tại của họ là nhỏ và họ có nguồn vốn hạn chế;
- Họ có hệ thống quản lý hạn chế;
- Họ nhạy cảm về giá, dẫn đến lãi suất cho vay thấp hơn;
- Họ sẽ có những kỳ vọng lớn hơn về tư vấn và các dịch vụ phi tài chính tốn kém từ các ngân hàng (ví dụ: đào tạo);
- Phụ nữ thiếu kiến thức về thông tin và các sản phẩm tài chính và do đó cần hỗ trợ nhiều hơn; và
- Phụ nữ gặp khó khăn trong việc cân bằng trách nhiệm công việc và gia đình, dẫn đến doanh nghiệp của họ tăng trưởng chậm hơn.

Những quan niệm sai lầm này đã được đề cập trong phần Tóm tắt Báo cáo và các trang 52-53.

### Hình 38: Tài trợ cho các DNNVV do phụ nữ làm chủ: quy mô và triển vọng thị trường



### Danh mục cho vay

Chỉ có hai trong số chín ngân hàng theo dõi giới tính của chủ sở hữu đối với các khách hàng doanh nghiệp; ba ngân hàng cung cấp số liệu về danh mục cho vay khách hàng DNNVV, cho thấy bình quân quy mô khoản vay là 1,8 tỷ đồng, hay tương đương 79.000 USD. Khảo sát này đã không cung cấp bất kỳ dữ liệu cụ thể nào về tỷ lệ phần trăm tài trợ khách hàng DNNVV dành cho các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ.

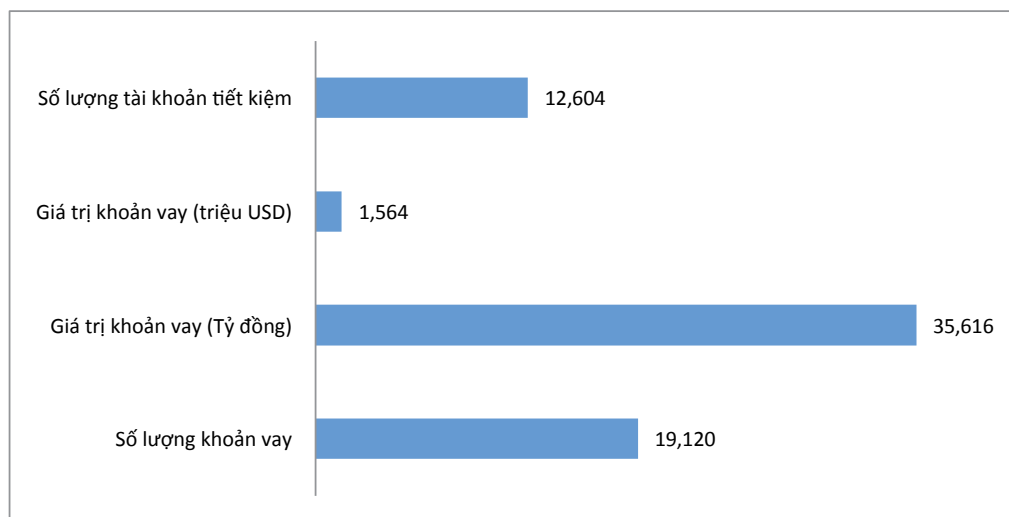
<sup>44</sup> <https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/848d0f80488553a0afe4ff6a6515bb18/Women%2BEntrepreneurs%2Band%2BAccess%2Bto%2BFinance.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=848d0f80488553a0afe4ff6a6515bb18>

<sup>45</sup> <https://www.westpac.com.au/business-banking/women-in-business/>

<sup>46</sup> [http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/region\\_\\_ext\\_content/ifc\\_external\\_corporate\\_site/iddile+east+and+north+africa/resources/blcbank-lebanon](http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/region__ext_content/ifc_external_corporate_site/iddile+east+and+north+africa/resources/blcbank-lebanon)

Các ngân hàng hài lòng với chất lượng danh mục khách hàng DNNVV và đánh giá chất lượng các khoản cho vay khách hàng DNNVV là “tốt”. Tỷ lệ nợ xấu dao động từ dưới 1% đến 1,8%. Ba ngân hàng cũng đánh giá chất lượng danh mục khách hàng DNNVV do phụ nữ làm chủ là “tốt”, với một ngân hàng báo cáo tỷ lệ nợ xấu của các DNNVV do phụ nữ làm chủ thấp hơn ở mức 0,95% so với 2,17% của các doanh nghiệp do nam giới làm chủ. Đóng góp của danh mục cho vay khách hàng DNNVV vào thu nhập ròng của các ngân hàng khác nhau đáng kể, từ 13% đến 40%. Theo ước tính của hai ngân hàng, đóng góp của danh mục khách hàng doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ vào thu nhập ròng là khoảng 3-4%.

**Hình 39: Danh mục khách hàng DNNVV của ba ngân hàng được khảo sát**



**Bảng 12: Danh mục DNNVV**

	Tổng số khoản cho vay khách hàng DNNVV trong tổng số khoản cho vay	Tổng số khoản cho vay DNNVV do phụ nữ làm chủ trên tổng số khoản cho vay DNNVV
Ngân hàng 1	13%	4%
Ngân hàng 2	15%	3%

## Sản phẩm và dịch vụ

Hình 40 minh họa các sản phẩm ngân hàng dành cho các doanh nghiệp nhỏ tại Việt Nam. Các ngân hàng đã chỉ ra các sản phẩm có nhu cầu cao nhất trong số các DNNVV do phụ nữ làm chủ là các khoản cho vay vốn lưu động, các khoản cho vay trung và dài hạn, các tài khoản thanh toán và các dịch vụ thẻ.

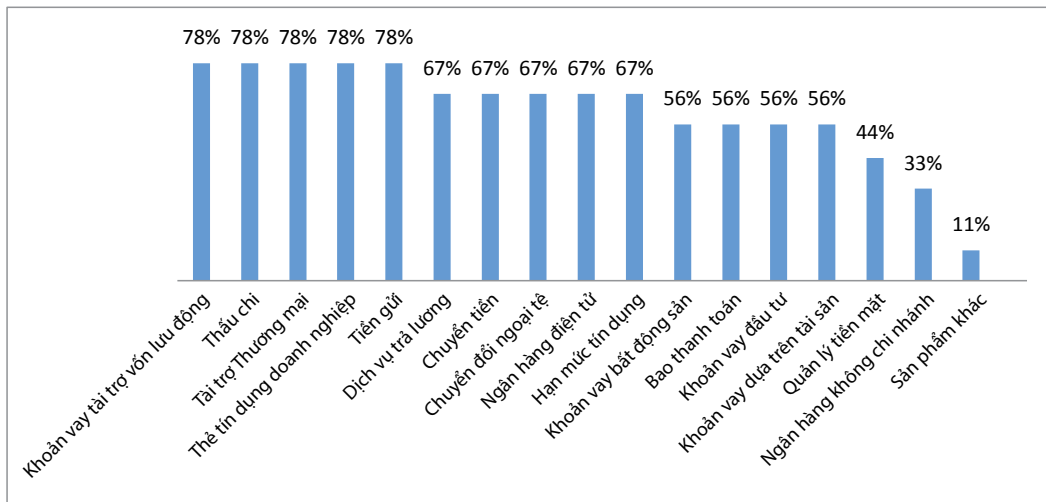
Một số ngân hàng đang hợp tác với các cơ quan phát triển và các tổ chức tài chính quốc tế để mở rộng phục vụ khách hàng DNNVV. Ngân hàng Bưu điện Liên Việt đã nhận được một khoản tài trợ từ Quỹ Phát triển Vốn của Liên Hợp Quốc (UNCDF) để phát triển sản phẩm ví điện tử dành cho các doanh nhân nữ có thu nhập thấp và tham gia Chương trình Tài chính Doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEFP III) về cho vay lại các DNNVV do Cơ quan Hợp tác Quốc tế Nhật Bản tài trợ và do Ngân hàng Nhà nước quản lý<sup>47</sup>. Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh vượng VPBank là đối tác của Chương trình Ngân hàng cho Phụ nữ của IFC và Sáng kiến 10.000 Phụ nữ của Goldman Sachs hướng tới các DNNVV do phụ nữ làm chủ tại Việt Nam thuộc Quỹ Cơ hội cho Doanh nhân Nữ (WEOF) nhằm giúp thu hẹp khoảng cách tín dụng toàn cầu cho các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ.<sup>48</sup> Ngân hàng này cũng hợp tác với Alibaba để cung cấp cho khách hàng một thẻ kinh doanh đồng thương hiệu và tài trợ thương mại<sup>49</sup>.

<sup>47</sup> <http://shift.uncdf.org/vi-viet-e-wallet-lienvietpostbank-vietnam-have-500000-women-financially-included-2018>

<sup>48</sup> <https://ifcextapps.ifc.org/ifcext%5Cpressroom%5Cifcpressroom.nsf%5C0%5C9C3DFD9170D037A38525802D001493E2>

<sup>49</sup> <http://www.vpbank.com.vn/bai-viet/thong-cao-bao-chi/vpbank-cung-dai-ly-cua-alibaba-sang-lap-lien-minh-ho-tro-xuat-khau-viet>

**Hình 40: Các sản phẩm được yêu cầu bởi các DNVVN theo các ngân hàng được khảo sát**



Các ngân hàng cho biết việc sử dụng các dịch vụ ngân hàng trực tuyến đang ngày càng gia tăng đối với các doanh nghiệp do phụ nữ và nam giới làm chủ vì thời gian giao dịch nhanh hơn và cơ hội tiết kiệm thời gian đi lại. Cả hai nhóm này cũng đã tăng cường sử dụng ví điện tử và các lựa chọn cho vay trực tuyến. Các ngân hàng báo cáo không có sự khác biệt đáng chú ý giữa hai phân khúc này trong việc sử dụng các dịch vụ ngân hàng di động. Tuy nhiên, do chỉ có một ngân hàng theo dõi dữ liệu phân tích theo giới tính, nên điều này dựa nhiều vào quan sát cá nhân hơn so với thu thập dữ liệu có hệ thống.

Việc sử dụng các dịch vụ ngân hàng di động và sở thích cụ thể đã được tìm hiểu thông qua khảo sát 500 doanh nhân và các cuộc thảo luận nhóm. Các phát hiện được trình bày và thảo luận tại Chương 2.

### Phụ nữ trong khối ngân hàng

Phụ nữ chiếm khoảng 57% tổng số nhân viên ngân hàng tại Việt Nam. Mặc dù tỷ lệ này giảm ở các vị trí cấp cao hơn tại từng ngân hàng trong số chín ngân hàng được khảo sát, nhưng phụ nữ vẫn chiếm khoảng 30% các vị trí điều hành. Tỷ lệ này cao hơn mức trung bình toàn cầu 21% trong ngành dịch vụ tài chính<sup>50</sup>, và nhất quán với số liệu gần đây<sup>51</sup> cho thấy phụ nữ đại diện nhiều ở các cấp quản lý trong ngành ngân hàng tại một số quốc gia Đông Nam Á hơn so với tại Châu Âu hoặc Úc. Tại Ngân hàng Trung ương châu Âu, chỉ có 27% cán bộ quản lý là phụ nữ, trong khi dưới 33% cán bộ quản lý của Ngân hàng Dự trữ Úc là nữ. Tại Philippines, Thái Lan và Malaysia, gần 66% cán bộ quản lý là nữ<sup>52</sup>.

Nữ nhân viên ngân hàng cấu thành một lực lượng lớn các nhà quản quân tiềm năng và các tác nhân thay đổi để phục vụ phân khúc khách hàng DNNVV do phụ nữ làm chủ. Cần nâng cao nhận thức và sự nhạy bén của nhân viên ngân hàng về các nhu cầu cụ thể và các cơ hội tạo ra bởi các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ, và tạo ra một đội ngũ các nhà quản quân nội bộ có thể thúc đẩy một chiến lược và hiểu rõ hơn về phân khúc này. Các nhà quản quân này là đối tượng tốt nhất để giải quyết và thúc đẩy các sản phẩm và dịch vụ cụ thể mà các DNNVV do phụ nữ làm chủ cần.

Tỷ lệ lớn phụ nữ ở các cấp trung, cấp cao và cấp điều hành là điểm xuất phát tuyệt vời để tái tạo dựng cơ hội phục vụ các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ. Tuy nhiên, không thể kỳ vọng các nhân viên nữ mang ngọn đuốc một mình. Kinh nghiệm của các tổ chức trên toàn thế giới<sup>53,54</sup> đã chỉ ra rằng sự thay đổi sẽ không thể xảy ra trừ khi các cán bộ nam cấp cao và cấp điều hành đại diện cho đa số tích cực tham gia và vận động hiệu quả sự thay đổi trong tổ chức.

<sup>50</sup> Oliver Wyman, Phụ nữ trong các Dịch vụ Tài chính 2016. Đường dẫn [http://www.oliverwyman.com/content/dam/oliverwyman/global/en/2016/june/WiFS/WomenInFinancialServices\\_2016.pdf](http://www.oliverwyman.com/content/dam/oliverwyman/global/en/2016/june/WiFS/WomenInFinancialServices_2016.pdf)

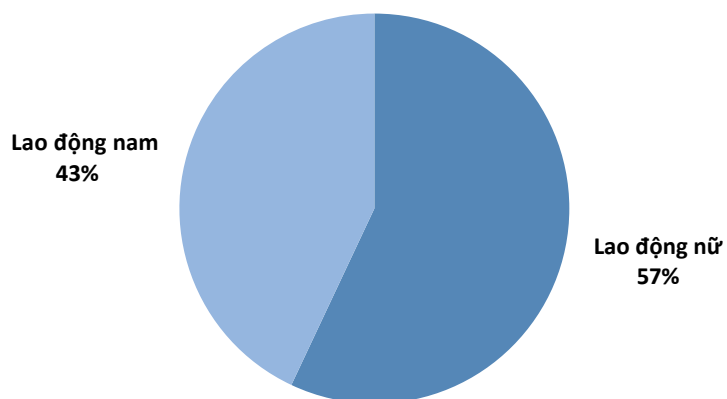
<sup>51</sup> <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-02-13/women-central-bank-bosses-outnumber-men-in-southeast-asia>

<sup>52</sup> Ibid

<sup>53</sup> Jennifer Anne de Vries, (2015) “Quản quân về bình đẳng giới: các nhà điều hành nữ và nam giới với tư cách là các nhà lãnh đạo thay đổi giới”, Bình đẳng, Đa dạng và Hòa: Tạp chí Quốc tế, Số 34 Số phát hành: 1, trang 21-36, <https://doi.org/10.1108/EDI-05-2013-0031>

<sup>54</sup> Catalyst, Thu hút sự tham gia của nam giới vào các sáng kiến về giới, 2009, <http://www.catalyst.org/knowledge/engaging-men-gender-initiatives-what-change-agents-need-know>

Hình 41: Lao động nam & nữ tại các ngân hàng được khảo sát



Bảng 13: Tỷ lệ cán bộ điều hành là nữ

Cấp điều hành			
	Nam	Nữ	Tỷ lệ nữ giới
Ngân hàng 1	22	6	27%
Ngân hàng 2	8	2	25%
Ngân hàng 3	13	3	23%
Ngân hàng 4	11	4	36%
Ngân hàng 5	15	8	53%





## Khoảng cách tài trợ

Sự khác biệt giữa cung và cầu tài trợ vốn ước tính khoảng 1,19 tỷ USD đối với các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ và 4,72 tỷ USD đối với các doanh nghiệp do nam giới làm chủ, đưa tổng khoảng cách tài trợ cho các DNNVV lên ước tính 5,91 tỷ USD. Khoảng cách tín dụng bình quân đối với các doanh nghiệp nhỏ do phụ nữ làm chủ là 46.500 USD và 45.300 USD đối với doanh nghiệp nhỏ do nam giới làm chủ. Dữ liệu phân theo giới tính và quy mô doanh nghiệp được trình bày trong bảng dưới đây.

**Bảng 14: Khoảng cách tín dụng đối với các DNNVV tại Việt Nam**

	Doanh nghiệp	Phụ nữ làm chủ		Nam giới làm chủ		Tất cả DNNVV	
		Tỷ VND	Tỷ VND	Tỷ VND	Tỷ VND	Tỷ VND	Tỷ VND
Tổng KHOẢNG CÁCH tín dụng	Tất cả DNNVV	- 27.131,05	-1.191,05	- 107.612,51	- 4.724,19	- 134.743,56	- 5.915,24
	Nhỏ	- 22.948,27	-1.007,43	- 91.722,10	- 4.026,60	- 114.670,36	-5.034,03
	Vừa	-4.182,78	-183,62	- 15.890,41	- 697,59	- 20.073,19	- 881,21
Trung bình KHOẢNG CÁCH tín dụng	Tất cả DNNVV	-1,13	- 0,05	- 1,09	- 0,05	- 1,06	- 0,04
	Nhỏ	-1,06	- 0,05	- 1,03	- 0,04	- 1,00	- 0,04
	Vừa	1,80	- 0,08	- 1,56	- 0,07	- 1,56	- 0,07

NGUỒN: Khảo sát Nghiên cứu, GSO

Khoảng cách tài trợ vốn được tính toán dựa trên ước tính tín dụng ngân hàng có sẵn đối với các DNNVV do phụ nữ và nam giới làm chủ và nhu cầu tài trợ vốn của họ. Giá trị dư nợ trung bình được sử dụng để xác định các nhu cầu tài trợ trung bình. Tính toán này xem xét sự khác biệt về giới của chủ doanh nghiệp và quy mô doanh nghiệp. Các giá trị khoản vay trung bình là tương tự giữa các ngành và nội dung này được trình bày trong phần phương pháp luận (xem Phụ lục 1 về mô tả chi tiết phương pháp tính toán khoảng cách tài chính).

Nhu cầu tài trợ vốn được tính toán dựa trên ước tính rằng 60% DNNVV do phụ nữ làm chủ và 70% DNNVV do nam giới làm chủ sẽ tiếp cận các khoản vay ngân hàng nếu có thể. Điều này dựa trên một số yếu tố: tỷ lệ các DNNVV đã từng vay vốn ngân hàng (khoảng 54% phụ nữ và 60% nam giới); tỷ lệ chủ doanh nghiệp báo cáo có đủ dòng tiền và không cần phải vay (24% phụ nữ và 19% nam giới); và phát hiện rằng các DNNVV muốn có nhiều tài trợ vốn hơn so với những gì họ hiện có thể tiếp cận. Ước tính này cho thấy các chủ doanh nghiệp nam có nhu cầu tài trợ ngân hàng cao hơn một chút, và rằng một số chủ doanh nghiệp vẫn thích vay mượn từ gia đình và bạn bè mặc dù họ có đủ điều kiện để vay ngân hàng.

Cung cấp tài trợ vốn - số tiền tài trợ mà các DNNVV hiện đang tiếp cận từ ngân hàng - được ước tính dựa trên giá trị dư nợ thu được thông qua khảo sát này, giữ nguyên tỷ lệ doanh nghiệp từng tiếp cận tài chính ngân hàng trong vòng hai năm qua (khoảng 35% đối với các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ - và 45% đối với các doanh nghiệp do nam giới làm chủ). Như vậy, khảo sát này ước tính cung cấp tín dụng ngân hàng là 37,98 nghìn tỷ đồng cho các DNNVV do phụ nữ làm chủ và 193,7 nghìn tỷ đồng cho các DNNVV do nam giới làm chủ (hay lần lượt tương đương với 1,66 tỷ USD và 8,5 tỷ USD). Tổng nhu cầu tài trợ vốn của các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ là 2,85 tỷ USD, trong khi các doanh nghiệp do nam giới làm chủ cần tài trợ 13,22 tỷ USD. Tổng nhu cầu tài trợ vốn đối với các DNNVV ở Việt Nam ước đạt 16,09 tỷ USD.

## Bảy quan niệm sai lầm về các DNNVV do phụ nữ làm chủ

### Quan niệm 1: Các doanh nhân nữ ngại rủi ro trong tìm kiếm tài trợ hơn so với các doanh nhân nam

Các phát hiện của chúng tôi cho thấy mức độ chấp nhận rủi ro trong tìm kiếm tài trợ là rất tương đồng giữa các chủ DNNVV nam và nữ. Khoảng một nửa chủ doanh nghiệp nữ và nam cho rằng thời điểm tốt để nộp đơn xin vay vốn là khi họ có một ý tưởng kinh doanh có thể thành công và cần tài trợ vốn. Một phần ba chủ doanh nghiệp nữ và nam muốn nộp đơn xin vay vốn ngân hàng khi họ đã có doanh thu tốt và biết rằng có cầu về sản phẩm/dịch vụ của họ. Mặc dù không có sự khác biệt về mức độ chấp nhận rủi ro liên quan đến các khoản vay ngân hàng, các nghiên cứu cho thấy<sup>55,56</sup> phụ nữ tiếp cận rủi ro khác với nam giới do họ tập trung vào các mục tiêu dài hạn và ý thức về rủi ro cao hơn. Nói cách khác, phụ nữ có xu hướng đo lường và phân tích rủi ro tỉ mỉ hơn, thay vì chỉ đơn giản làm theo trực giác của họ.

### Quan niệm 2: Phụ nữ chỉ tập trung vào các hoạt động kinh doanh nhỏ như “công việc tay trái”

Theo số liệu tổng điều tra hơn 181.000 doanh nghiệp của Tổng cục Thống kê năm 2015, doanh thu bình quân của các DNNVV do phụ nữ và nam giới lãnh đạo là rất tương đồng. Các doanh nghiệp nhỏ do phụ nữ lãnh đạo có doanh thu bình quân hàng năm là 548.000 USD so với 543.000 USD của các doanh nghiệp nhỏ do nam giới lãnh đạo. Đối với các doanh nghiệp vừa, các doanh nghiệp do phụ nữ lãnh đạo có doanh thu bình quân là 5,69 triệu USD so với 5,76 triệu USD của các doanh nghiệp do nam giới lãnh đạo. Nếu lấy doanh thu làm cơ sở đo lường quy mô của doanh nghiệp thì phụ nữ và nam giới sở hữu các doanh nghiệp có quy mô rất tương đồng. Đồng thời, các doanh nghiệp do phụ nữ và nam giới làm chủ đều có kế hoạch kinh doanh rất giống nhau cho hai năm tới, tập trung vào gia tăng sản xuất (78% phụ nữ so với 77% nam giới) và giới thiệu các sản phẩm và dịch vụ mới (12% phụ nữ và 10% nam giới).

### Quan niệm 3: Phụ nữ có con không có thời gian để lãnh đạo doanh nghiệp

Trên 90% phụ nữ tham gia khảo sát đã kết hôn hoặc đã từng kết hôn trước đây. Mặc dù trách nhiệm gia đình là quan trọng và được xem là một thách thức đối với một số chủ doanh nghiệp nữ, phần lớn chủ doanh nghiệp nữ được phỏng vấn đều có thể cân đối được trách nhiệm với doanh nghiệp và gia đình bằng cách chủ yếu dựa vào hỗ trợ của gia đình và bên ngoài. Hạn chế về thời gian và trách nhiệm gia đình là các thách thức được các doanh nhân nữ đề cập đến ít nhất. Ngày càng có nhiều phụ nữ khởi nghiệp và xây dựng doanh nghiệp khi còn độc thân và tạo dựng một đội ngũ mà họ có thể dựa vào sau này - trong khảo sát này, các nữ chủ doanh nghiệp nhỏ có bình quân 30 lao động. Ngoài ra, bằng chứng<sup>57</sup> cho thấy việc làm mẹ đem lại một số lợi ích cho các chủ doanh nghiệp như gia tăng khả năng làm việc dưới áp lực, đàm phán hiệu quả hơn (bởi vì động lực lớn hơn) và bền bỉ hơn trước những thăng trầm.

### Quan niệm 4: Phụ nữ có những ưu tiên khác và ít có khả năng trả nợ hơn so với nam giới

Một nhận thức khác về các doanh nhân nữ là khi họ có gia đình riêng, họ có quá nhiều ưu tiên khác mà họ có thể đặt lên trên việc hoàn trả các khoản vay kinh doanh. Các phát hiện từ khảo sát cho thấy điều này là không

<sup>55</sup> Kathy Kristof, Từ Tài chính Cá nhân của Kiplinger's, tháng 4 năm 2016. Đường dẫn <https://www.circlewm.com/Kiplinger-TheSecretsofWomenInvestors.pdf>

<sup>56</sup> Wells Fargo, Phụ nữ và Đầu tư, 2017. Đường dẫn <https://www08.wellsfargomedia.com/assets/pdf/personal/investing/investment-institute/women-and-investing-ADA.pdf>

<sup>57</sup> <https://www.fastcompany.com/3028299/5-reasons-moms-make-great-entrepreneurs> ; <https://www.entrepreneur.com/article/245782>; <https://www.forbes.com/sites/elanagross/2017/05/14/rosie-pope-on-entrepreneurship-motherhood-and-confidence/#340de65610e1>

đúng, với các ngân hàng báo cáo tỷ lệ nợ xấu của các chủ doanh nghiệp nữ thấp hơn (một ngân hàng báo cáo tỷ lệ nợ xấu của các DNNVV do phụ nữ làm chủ là 0,95% so với tỷ lệ 2,17% của các DNNVV do nam giới làm chủ) và phụ nữ thường là những khách hàng vay vốn cẩn trọng hơn so với nam giới.

### **Quan niệm 5: Phụ nữ chỉ làm việc trong các doanh nghiệp gia đình và phần lớn do nam giới làm chủ**

Một nhận thức phổ biến tại Việt Nam là phụ nữ phần lớn làm việc trong các doanh nghiệp gia đình và rằng mặc dù phụ nữ có thể quản lý một doanh nghiệp nhưng doanh nghiệp đó thường do nam giới làm chủ. Trong khảo sát này, trong số 322 doanh nghiệp do phụ nữ lãnh đạo, chỉ có 8% là được sở hữu bởi hoặc cùng với một thành viên gia đình của quản lý cấp cao nhất, và chỉ có 3% là do nam giới sở hữu đa số.

### **Quan niệm 6: Phụ nữ cần được đào tạo về tài chính nhiều hơn so với nam giới**

Một quan niệm sai lầm phổ biến là phụ nữ có kỹ năng quản lý tài chính kém hơn và cần đào tạo bổ sung về tài chính. Đây là một quan điểm chung của các nhân viên ngân hàng và thậm chí là của một số doanh nhân nữ. Tuy nhiên, khảo sát này cho thấy cả phụ nữ và nam giới đều tin tưởng rằng họ cần mức hỗ trợ quản lý tài chính như nhau, và rằng vấn đề liên quan nhiều hơn đến việc phụ nữ không thích sự kéo dài và tính phức tạp của các mẫu biểu và quy trình xin vay vốn ngân hàng. Điều này phù hợp với kinh nghiệm quốc tế rằng nhìn chung phụ nữ ít hài lòng với các ngân hàng và cố vấn tài chính của họ hơn so với nam giới, và có mức độ tự tin thấp hơn và nghi ngờ nhiều hơn về độ nhạy bén tài chính và khả năng diễn giải các thuật ngữ tài chính của chính họ. Các nghiên cứu<sup>10</sup> chỉ ra rằng phụ nữ có xu hướng yêu cầu nhiều thông tin hơn trước khi đưa ra quyết định và muốn đảm bảo rằng họ hiểu mọi vấn đề, trong khi đó, nam giới thường ra quyết định với ít thông tin hơn. Điều này khiến phụ nữ có vẻ ít hiểu biết hơn đối với các nhân viên ngân hàng mà họ đang giao dịch và trong nhận thức của chính họ.

Một báo cáo của Wells Fargo công bố vào tháng 7 năm 2017 cho thấy nhìn chung phụ nữ cảm thấy ít tự tin về khả năng đầu tư của họ hơn so với nam giới, mặc dù phụ nữ thường có nhiều kinh nghiệm tài chính hơn bản thân họ tự đánh giá. Trong trường hợp của Việt Nam, vấn đề này sẽ dễ dàng được giải quyết vì sự khác biệt về giới trong giáo dục là rất nhỏ ở tất cả các cấp (hơn 75% nữ doanh nhân được phỏng vấn trong mẫu của chúng tôi có bằng đại học) và đặc biệt vì phụ nữ chiếm tỷ lệ lớn trong lĩnh vực tài chính. Theo một thành viên được phỏng vấn, “Giám đốc Tài chính (CFO) là công việc của phụ nữ tại Việt Nam.”

### **Quan niệm 7: Phụ nữ không có thời gian cho học hỏi và xây dựng mạng lưới**

Phụ nữ mong muốn tăng cường kỹ năng kinh doanh và sẵn sàng sắp xếp thời gian cho việc này. Phụ nữ có xu hướng tìm kiếm lời khuyên từ phụ nữ mà họ không có quan hệ họ hàng nhiều hơn so với từ các nam giới mà họ không có quan hệ họ hàng. Phụ nữ quan tâm đến các chương trình xây dựng năng lực thực tiễn để cải thiện kỹ năng kinh doanh (xây dựng thương hiệu, tiếp thị và hơn hết là quản lý nhân viên) và sẵn sàng chi trả 130 USD một tháng cho các khóa đào tạo có chất lượng cao. Một số mạng lưới và nền tảng hỗ trợ các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ hiện đang hoạt động và phổ biến tại Thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội.

## 6. Kết luận

Phụ nữ Việt Nam sở hữu 95.906 hay khoảng 21% tổng số doanh nghiệp chính thức, góp phần đáng kể vào kinh tế trong nước và việc làm. Phần lớn các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ (57% hay 55.049) là các doanh nghiệp siêu nhỏ; 42% hay 40.003 doanh nghiệp là nhỏ và vừa (trọng tâm của nghiên cứu này); và 1% hay 854 doanh nghiệp lớn<sup>58</sup>. Các doanh nghiệp này hoạt động trong nhiều lĩnh vực khác nhau, bao gồm các lĩnh vực truyền thống tập trung chủ yếu nam giới như xây dựng, và có mức doanh thu hàng năm rất tương đồng với các mức doanh thu của các chủ doanh nghiệp nam. Tính trên cả nước, các doanh nghiệp nhỏ do phụ nữ làm chủ đã và đang tăng trưởng với tốc độ cao trên 20% trong vòng hai năm qua, và các chủ doanh nghiệp dự đoán mức tăng trưởng doanh thu tương tự hoặc cao hơn trong vài năm tới, vì Việt Nam tiếp tục đạt các mức cao về tăng trưởng kinh tế và đầu tư nước ngoài.

Tuy nhiên, có những lĩnh vực cần được giải quyết nhằm phát huy đầy đủ tiềm năng của các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ và khả năng đóng góp của họ vào nền kinh tế. Cần tạo điều kiện tiếp cận tài trợ ngân hàng theo cách phù hợp với các khách hàng nữ, và cung cấp một số dịch vụ giá trị gia tăng để thu hút họ và giữ họ quay trở lại. Bằng cách tập trung vào các hành vi tài chính của các DNNVV do phụ nữ và nam giới làm chủ, khảo sát này đã nghiên cứu các kiểu mẫu liên quan đến giới và xác định một số sắc thái về nhu cầu tài chính hiện đang được hiểu chưa đúng, và dẫn đến một mức độ không hài lòng khi giao dịch với các ngân hàng, đặc biệt là đối với nữ giới.

Các chủ doanh nghiệp nữ thấy rằng việc thực hiện các thủ tục xin vay vốn đặc biệt phức tạp và tốn nhiều thời gian. Đồng thời, việc tuân thủ các quy định kinh doanh phức tạp cũng đặc biệt gây nản lòng đối với các doanh nhân nữ - những người thường cảm thấy thiếu tự tin khi gặp các thuật ngữ tài chính. Phụ nữ đánh giá tầm quan trọng của việc có dịch vụ khách hàng tốt cao hơn so với nam giới, cho thấy rằng họ có lẽ chưa cảm thấy được xem xét và đánh giá đầy đủ với tư cách là các khách hàng trong thời gian qua. Các doanh nhân nữ nhiều khả năng muốn có một cán bộ quản lý quan hệ khách hàng duy nhất giải quyết cả nhu cầu ngân hàng cá nhân và nhu cầu ngân hàng doanh nghiệp của họ, vì họ thường sử dụng các sản phẩm tài chính cá nhân để tài trợ cho doanh nghiệp của họ. Ngoài ra, các chủ doanh nghiệp nữ nhận được các quy mô khoản vay nhỏ hơn so với nam giới với mức doanh thu hàng năm tương đương, và đây là một lý do chính khiến họ thay đổi ngân hàng.

Nhu cầu được ngân hàng tài trợ vốn của các chủ doanh nghiệp nữ là rất lớn và hiện chưa được đáp ứng. Mặc dù chỉ có hơn 30% doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ đang sử dụng các khoản vay ngân hàng, khảo sát này ước tính rằng tỷ lệ này có thể lên đến 60% nếu các ngân hàng đáp ứng tốt hơn các nhu cầu của phụ nữ và có các chiến lược và dịch vụ xác định họ như một phân khúc quan trọng. Hơn nữa, những ý kiến thiên lệch có ý thức và vô thức một phần từ phía cán bộ ngân hàng và bản thân phụ nữ cũng dẫn đến mức độ tiếp cận tài trợ ngân hàng thấp. Kết quả là các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ chưa tăng trưởng cao ở mức họ có thể đạt được, và các ngân hàng đang bỏ qua một cơ hội tăng trưởng cùng với doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ này. Một điều có thể giúp các ngân hàng hiểu rõ và kết nối với các doanh nhân nữ là có nhiều phụ nữ trong cơ cấu quản lý của họ, những người nhạy cảm với các sắc thái về nhu cầu tài chính và cơ hội mà các doanh nhân nữ đem lại. Hiện tại, mặc dù các ngân hàng có tỷ lệ lao động nữ cao, chỉ có 30% số cán bộ quản lý điều hành là nữ.

Các ngân hàng vẫn chưa áp dụng các chiến lược tiếp cận và dịch vụ để nhận ra nhu cầu và sở thích riêng biệt của phụ nữ sở hữu hoặc quản lý các doanh nghiệp nhỏ. Ba ngân hàng đang cân nhắc một phương pháp tiếp cận phù hợp với phụ nữ trong thị trường doanh nghiệp, và tìm cách xác định cách thức thực hiện một chiến lược như vậy một cách tốt nhất. Nhìn chung, phần lớn các ngân hàng đều không nhận thấy sự khác biệt giữa các chủ doanh nghiệp nữ và nam về nhu cầu hoặc quyết định của họ liên quan đến các dịch vụ tài chính. Thay

<sup>58</sup> Theo định nghĩa của IFC về doanh nghiệp, tức là các doanh nghiệp siêu nhỏ có doanh thu dưới 100.000 USD một năm; DNNVV có doanh thu hàng năm từ 100.000 USD đến 15 triệu USD; và các doanh nghiệp lớn có doanh thu hàng năm trên 15 triệu USD.

vào đó, các ngân hàng này coi tất cả các chủ doanh nghiệp nhỏ là một nhóm đồng nhất, và đặc biệt không thu thập và phân tích dữ liệu phân tách theo giới tính. Chỉ có một ngân hàng trong nghiên cứu này xem xét tình hình của các khoản vay dành cho các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ, và trên thực tế, ngân hàng này nhận thấy rằng nợ xấu của phân khúc này thấp hơn so với khách hàng vay vốn nam giới tương tự.

Sự tăng trưởng của các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ cũng làm tăng tầm quan trọng của việc tham gia vào các mạng lưới doanh nghiệp như một cách để tiếp cận thông tin hữu ích, tạo ra các kết nối có giá trị và chia sẻ kinh nghiệm. Phụ nữ thường tìm kiếm lời khuyên từ các phụ nữ khác hơn so với từ nam giới, và nghiên cứu này cho thấy những phụ nữ có mạng lưới kinh doanh rộng là minh chứng rõ ràng về lợi thế khi họ là thành viên của những mạng lưới này. Điều này tương ứng với kinh nghiệm quốc tế và nghiên cứu về lợi ích của việc tích cực tham gia vào các mạng lưới doanh nghiệp phục vụ cho các nhóm hoặc ngành cụ thể. Tuy nhiên, số lượng doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ thuộc một mạng lưới doanh nghiệp hoặc một hiệp hội tại Việt Nam vẫn còn rất thấp ở mức 15% – nghĩa là phần lớn các doanh nhân nữ thiếu một mạng lưới doanh nghiệp rộng và nhóm hỗ trợ đồng nghiệp khi họ phát triển doanh nghiệp của họ. Các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ bên ngoài Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh cần nhất các nền tảng mạnh mẽ hơn để xây dựng mạng lưới, chia sẻ kiến thức và tìm kiếm các hình mẫu. Cho đến thời điểm này, Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh tập trung nhiều nhất các mạng lưới, các chương trình đổi mới sáng tạo và các hiệp hội có quy mô lớn. Hỗ trợ và tăng cường các mạng lưới như vậy và khuyến khích nhiều hơn các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ tham gia sẽ có thể mở ra các cơ hội kinh doanh mới cho các ngân hàng và phụ nữ, nâng cao mức độ tự tin của phụ nữ và thúc đẩy tăng trưởng nhanh hơn.

Nghiên cứu này gặp một số thách thức do thiếu số liệu ngân hàng về quy mô và kết quả hoạt động của danh mục cho vay đối với các DNVVN. Vì nghiên cứu này không thể thu thập được số liệu về tổng mức tín dụng cung ứng đến các DNVVN và nhiều ngân hàng không sẵn sàng chia sẻ thông tin về danh mục cho vay của họ, khoảng trống dữ liệu chủ yếu được giải quyết bằng thông tin thu thập được từ các chủ doanh nghiệp tham gia vào khảo sát này. Việc phân tích sâu hơn về danh mục cho vay DNNVV và tổng thể tất cả các loại giao dịch với các DNNVV chắc chắn sẽ cung cấp thêm thông tin về mức độ tài trợ cho các DNNVV do phụ nữ làm chủ theo sản phẩm, tình hình thực hiện danh mục đầu tư theo sản phẩm và lý do từ chối các đơn xin vay vốn. Thông tin chi tiết hơn và một bức tranh đầy đủ về mức tài trợ vốn hiện tại sẽ giúp ích cho việc thiết kế và thực hiện một chiến lược phù hợp đối với bất kỳ ngân hàng nào muốn đầu tư vào phân khúc này.



## 7. Khuyến nghị

### Dành cho các ngân hàng

**Xác định DNNVV do phụ nữ làm chủ như một phân khúc khách hàng chiến lược:** DNNVV do phụ nữ làm chủ nên được xem là một phân khúc đặc biệt, xứng đáng với chiến lược riêng. Các doanh nhân nữ ít tiếp cận với các khoản vay ngân hàng hơn và thậm chí có những doanh nhân dường như nhận được tài trợ vốn ít hơn mức họ cần. Điều này cho thấy một cơ hội kinh doanh lớn cho các ngân hàng hiện chưa chú ý đầy đủ tới thị trường này. Về tín dụng - sản phẩm ngân hàng được các DNNVV yêu cầu nhiều nhất – các ngân hàng cần linh hoạt hơn về kỳ hạn khoản vay và các yêu cầu tài sản thế chấp, và giảm tỷ lệ khoản vay đòi hỏi bất động sản làm tài sản đảm bảo. Các ngân hàng cũng có thể cải thiện các dịch vụ cho các doanh nhân nữ bằng cách đơn giản hóa các thủ tục nộp hồ sơ vay và đơn giản hóa yêu cầu hồ sơ, đơn giản hóa các quy trình và minh bạch hơn về các loại phí.

**Đầu tư vào đào tạo nhân viên về khía cạnh giới trong lĩnh vực ngân hàng:** Phụ nữ ít hài lòng với các dịch vụ ngân hàng hơn so với nam giới và cũng thường bị các ngân hàng cho rằng ít hiểu biết về tài chính hơn. Tuy nhiên, báo cáo này đã xác định các dấu hiệu về độ tự tin thấp hơn của phụ nữ và sự nghi ngờ khả năng nhạy bén tài chính và khả năng diễn giải các thuật ngữ tài chính của phụ nữ khiến họ dễ bị xem là có ít hiểu biết hơn. Điều này phù hợp với thực tiễn quốc tế<sup>59</sup>. Đào tạo về tính nhạy cảm giới cho nhân viên ngân hàng sẽ giúp khai thác ý nghĩa của giới trong dịch vụ ngân hàng, tức là những khác biệt về giới trong nhu cầu, sở thích và hành vi tài chính. Đồng thời, điều này cũng sẽ giúp tránh các ý kiến thiên lệch vô thức tác động đến việc cung cấp dịch vụ của ngân hàng.

**Tăng cường hỗ trợ phát triển kinh doanh cho các DNNVV do phụ nữ làm chủ:** Phụ nữ lạc quan về triển vọng kinh doanh và đều có khát vọng trong các mục tiêu tăng trưởng. Họ tích cực tìm kiếm cơ hội tiếp cận thông tin kinh doanh, mở rộng mạng lưới và khám phá tiếp cận các thị trường mới. Các nền tảng dịch vụ hỗ trợ phát triển kinh doanh dành cho phụ nữ đã trở nên phổ biến, chứng tỏ có nhu cầu về các dịch vụ như vậy. Các sự kiện giao lưu thiết lập mạng lưới quan hệ tạo ra nhiều cơ hội kết nối có giá trị, chia sẻ kiến thức và kinh nghiệm. Các sự kiện này mang đến cho các nữ doanh nhân các hình mẫu, đặc biệt có ích với các doanh nhân trẻ tuổi hoặc những người ít tiếp xúc với các nữ doanh nhân trong gia đình hoặc mạng lưới bạn bè của họ. Các ngân hàng có thể bổ sung các dịch vụ tài chính cho các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ bằng các dịch vụ phi tài chính hoặc hỗ trợ phát triển kinh doanh có liên quan. Đây có thể là giải pháp hiệu quả để giữ chân khách hàng hiện tại, thu hút thêm khách hàng mới và củng cố thương hiệu.

**Theo dõi dữ liệu phân tách theo giới về tình hình hoạt động của DNNVV:** Mỗi ngân hàng sẽ được hưởng lợi từ việc thu thập dữ liệu phân tách theo giới về tình hình hoạt động của các khách hàng DNNVV (ví dụ: tỷ lệ hoàn trả, những thay đổi của hệ thống tổ chức, tăng trưởng doanh thu và việc làm, mở rộng sang các thị trường mới). Nghiên cứu này đã chỉ ra rằng nhiều nhận thức về các DNNVV do phụ nữ làm chủ là thiếu cơ sở và đánh giá thấp các chủ doanh nghiệp nữ. Bằng cách thu thập đủ dữ liệu phân tách theo giới, các ngân hàng sẽ có thể xây dựng một hồ sơ rủi ro tốt hơn về các khách hàng DNNVV và đưa ra nguồn cung tương ứng.

<sup>59</sup> Sylvia Ann Hewitt, Khai thác Sức mạnh của Ví tiền: Nhà đầu tư Nữ và Cơ hội Toàn cầu cho Tăng trưởng, 2014. Đường dẫn [http://www.talentinnovation.org/\\_private/assets/HarnessingThePowerOfThePurse\\_Infographic-CTI.pdf](http://www.talentinnovation.org/_private/assets/HarnessingThePowerOfThePurse_Infographic-CTI.pdf)

## Phụ lục

- I. Ước tính khoảng cách tài trợ vốn
- II. Phương pháp khảo sát
- III. Tài liệu tham khảo

## Phụ lục I: Ước tính Khoảng cách Tài trợ vốn

### Cung về vốn tín dụng

Ngân hàng Nhà nước Việt Nam không công bố dữ liệu về lượng cung tín dụng các ngân hàng dành cho các DNNVV, và phần lớn các ngân hàng đều không sẵn sàng cung cấp thông tin này. Nghiên cứu này ước tính nguồn cung vốn tín dụng của các ngân hàng cho các DNNVV và DNNVV do phụ nữ làm chủ dựa trên hai nguồn thông tin cơ bản sau:

1. Khảo sát các ngân hàng;
2. Các nguồn thông tin của chính phủ và ngành.

### Khảo sát các ngân hàng

Theo khảo sát này, các doanh nghiệp nhỏ do phụ nữ làm chủ nhận được khoản vay ngân hàng với quy mô trung bình là 2,54 tỷ đồng (hoặc 111.500 USD), trong khi các doanh nghiệp vừa do phụ nữ làm chủ nhận được khoản vay ngân hàng có quy mô trung bình là 4,33 tỷ đồng (hoặc 190.100 USD). Các doanh nghiệp nhỏ do nam giới làm chủ nhận được khoản vay lớn hơn đôi chút, trung bình khoảng 2,89 tỷ đồng (hoặc 126.900 USD), và các doanh nghiệp vừa do nam giới làm chủ nhận được khoản vay với quy mô trung bình là 4,37 tỷ đồng (hoặc 191.800 USD).

Khoảng 35% doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ và 45% doanh nghiệp do nam giới làm chủ đã tiếp cận được các khoản vay ngân hàng trong vòng hai năm qua. Do đó, chúng tôi giả định rằng đây là tỷ lệ phần trăm các DNNVV tiếp cận tài chính ngân hàng. Nhân quy mô khoản vay trung bình với tỷ lệ phần trăm chủ doanh nghiệp nữ và nam có sử dụng tài trợ ngân hàng được kết quả ước tính dư nợ tín dụng ngân hàng là 231,69 nghìn tỷ đồng (hoặc 10,17 tỷ USD), trong đó DNNVV do phụ nữ làm chủ chiếm 37,98 nghìn tỷ đồng (hoặc 1,67 tỷ USD) và DNNVV do nam giới làm chủ chiếm 193,7 nghìn tỷ đồng (hoặc 8,5 tỷ USD).

**Bảng 15: Khảo sát ngân hàng, quy mô khoản vay và dư nợ tín dụng**

	Doanh nghiệp	Phụ nữ làm chủ		Nam giới làm chủ		Tất cả DNNVV	
		Tỷ đồng	Tỷ USD	Tỷ đồng	Tỷ USD	Tỷ đồng	Tỷ USD
Quy mô khoản vay trung bình	Nhỏ	2,54	0,1115	2,89	0,1269		
	Vừa	4,33	0,1901	4,37	0,1918		
Trung bình Dư nợ Tín dụng	Nhỏ	32.127,57	1410,40	165.099,78	7.247,88	197.277,35	8.658,28
	Vừa	5.855,89	257,07	28.602,74	1.255,66	34.458,63	1.512,73
<b>Tổng Dư nợ Tín dụng</b>	<b>Tất cả DNNVV</b>	<b>37.983,46</b>	<b>1.667,47</b>	<b>193.702,52</b>	<b>8.503,54</b>	<b>231.685,98</b>	<b>10.171,01</b>

NGUỒN: Khảo sát; dữ liệu Tổng cục Thống kê

### Các nguồn thông tin của chính phủ và các hướng dẫn ngành

Một cách khác để ước tính cung vốn tín dụng dành cho các DNNVV là dựa trên các nguồn thông tin của chính phủ và hướng dẫn ngành. Các nguồn thông tin này cho thấy tổng dư nợ đối với các DNNVV trung bình chiếm khoảng 25% tổng dư nợ của toàn bộ nền kinh tế trong giai đoạn 2011-2015, và chiếm khoảng 23% tổng dư nợ tính đến tháng 12 năm 2015<sup>60</sup> hoặc 1.052.000 tỷ đồng. Dựa trên số liệu này và tốc độ tăng trưởng bình quân 10% của danh mục cho vay của các ngân hàng, tài trợ ngân hàng dành cho các DNNVV ước tính là 1.106 nghìn tỷ đồng (khoảng 44,28 tỷ USD) tính đến tháng 12 năm 2017. Ước tính tổng tài trợ ngân hàng dành cho các DNNVV này cao gấp khoảng 5 lần so với ước tính dựa trên khảo sát ngân hàng. Sự chênh lệch này chủ yếu là do:

1. Việc sử dụng các tiêu chí khác nhau để xác định DNNVV của IFC, các ngân hàng thương mại và các cơ quan chính phủ. Các ngân hàng phục vụ các DNNVV với doanh thu bán hàng hàng năm cao hơn so

<sup>60</sup> Ngày 22/4/2016. Tham khảo từ website Báo Đầu tư, tờ báo chính thức của Bộ Kế hoạch và Đầu tư: <http://baodauthau.vn/doanh-nghiep/khoi-thong-dong-von-cho-doanh-nghiep-nho-va-vua-21396.html>

với định nghĩa của IFC về DNNVV được sử dụng trong khảo sát này. Điều này có nghĩa là các doanh nghiệp lớn hơn với nhu cầu tài trợ cao hơn được đưa vào nhóm này;

2. Nghiên cứu này tập trung vào các doanh nghiệp tư nhân; và
3. Tập trung vào dư nợ tín dụng nên chỉ cung cấp bức tranh tại một thời điểm về cung vốn tín dụng hiện tại.

Tổng cung vốn tín dụng dành cho các DNVVN có thể là dưới 20% trong tổng cung tín dụng của các ngân hàng cho toàn nền kinh tế.

## Cầu về vốn tín dụng

Cầu về vốn tín dụng được ước tính bằng cách nhân dư nợ trung bình với số lượng doanh nghiệp mà nghiên cứu này kỳ vọng tiếp cận các khoản vay ngân hàng nếu họ có thể (tức là 60% tổng số DNNVV do phụ nữ làm chủ và 70% tổng số DNNVV do nam giới làm chủ), dựa trên phát hiện rằng khoảng 54% nữ chủ DNNVV và 60% nam chủ DNNVV đã từng vay vốn kinh doanh từ một ngân hàng trong quá khứ và rằng nhiều chủ doanh nghiệp đã muốn vay nhưng không thể. Tổng nhu cầu tài trợ của các DNNVV ước tính là 366,43 nghìn tỷ đồng (hoặc 16,09 tỷ USD), trong đó phụ nữ và nam giới chiếm tương ứng là 65,11 nghìn tỷ đồng (hoặc 2,86 tỷ USD) và 301,32 nghìn tỷ đồng (hoặc 13,23 tỷ USD).

**Bảng 16: Quy mô khoản vay so với nhu cầu tài trợ**

	Doanh nghiệp	Phụ nữ làm chủ		Nam giới làm chủ		Tất cả DNNVV	
		Tỷ đồng	Tỷ USD	Tỷ đồng	Tỷ USD	Tỷ đồng	Tỷ USD
Quy mô khoản vay trung bình	Nhỏ	2,54	0,1115	2,89	0,1269		
	Vừa	4,33	0,1901	4,37	0,1918		
<b>Tổng Nhu cầu Tài trợ*</b>	Nhỏ	55.075,84	2.417,83	256.821,87	11.274,48	311.897,71	13,69
	Vừa	10.038,67	440,70	44.493,16	1.953,25	54.531,83	2,39
	<b>Tất cả DNNVV</b>	<b>65.114,51</b>	<b>2.858,53</b>	<b>301.315,03</b>	<b>13.227,73</b>	<b>366.429,54</b>	<b>16,09</b>

NGUỒN: Khảo sát; dữ liệu Tổng cục Thống kê

\* Ước tính 60% DNNVV do phụ nữ làm chủ và 70% DNNVV do nam giới làm chủ cần tài trợ từ ngân hàng

## Chênh lệch giữa Cung và Cầu Vốn tín dụng (Khoảng cách vốn tín dụng)

Chênh lệch giữa cung và cầu vốn tín dụng, hay khoảng cách vốn tín dụng, ước tính khoảng 134,74 nghìn tỷ đồng (hoặc 5,92 tỷ USD), trong đó các DNNVV do phụ nữ làm chủ chiếm 27,13 nghìn tỷ đồng (hoặc 1,19 tỷ USD) và các DNNVV do nam giới làm chủ chiếm 107,61 nghìn tỷ đồng (hoặc 4,72 tỷ USD).

**Bảng 17: Khoảng cách tín dụng theo giới, quy mô DNNVV**

	Doanh nghiệp	Phụ nữ làm chủ		Nam giới làm chủ		Tất cả DNNVV	
		Tỷ đồng	Tỷ USD	Tỷ đồng	Tỷ USD	Tỷ đồng	Tỷ USD
Tổng KHOẢNG CÁCH Tín dụng	Tất cả DNNVV	<b>- 27.131,05</b>	<b>-1.191,05</b>	<b>- 107.612,51</b>	<b>- 4.724,19</b>	<b>- 134.743,56</b>	<b>- 5.915,24</b>
	Nhỏ	- 22.948,27	-1.007,43	- 91.722,10	- 4.026,60	- 114.670,36	-5.034,03
	Vừa	-4.182,78	-183,62	- 15.890,41	- 697,59	- 20.073,19	- 881,21
Trung bình KHOẢNG CÁCH Tín dụng	Tất cả DNNVV	<b>-1,1304</b>	<b>- 0,0496</b>	<b>- 1,0865</b>	<b>- 0,0477</b>	<b>- 1,06056</b>	<b>- 0,046559</b>
	Nhỏ	-1,0583	- 0,0465	- 1,0321	- 0,0453	- 1,00	- 0,044095
	Vừa	1,8042	- 0,0792	- 1,5607	- 0,0685	- 1,56	- 0,068384

NGUỒN: Khảo sát; Tổng cục Thống kê

## Phụ lục II: Phương pháp luận khảo sát

### Khảo sát DNNVV

Nguồn dữ liệu doanh nghiệp sơ cấp là Tổng điều tra Doanh nghiệp Việt Nam của Tổng cục Thống kê năm 2015. Đồng thời, danh bạ doanh nghiệp, các hiệp hội doanh nghiệp tỉnh và các mạng lưới của phụ nữ cũng được tham vấn. Tổng điều tra Doanh nghiệp năm 2015 cho thấy có tổng cộng 452.967 doanh nghiệp chính thức. Theo mục đích của nghiên cứu này, dữ liệu về các doanh nghiệp được phân tích và phân tổ dựa trên định nghĩa của IFC về DNNVV (tức là các doanh nghiệp có doanh thu bán hàng hàng năm từ 100.000 USD đến 15 triệu USD). Do đó, nghiên cứu này loại trừ các doanh nghiệp siêu nhỏ (tức là doanh thu bán hàng hàng năm nhỏ hơn 100.000 USD) và lớn (tức là doanh thu bán hàng hàng năm lớn hơn 15 triệu USD), kết quả là có 181.499 DNNVV, trong đó 40.003 doanh nghiệp là do phụ nữ làm chủ và 141.496 doanh nghiệp là do nam giới làm chủ (xem Bảng 6).

Mẫu khảo sát 500 DNNVV, trong đó bao gồm 322 doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ và 178 doanh nghiệp do nam giới làm chủ (xem Bảng 3) được xây dựng từ tổng thể các DNNVV trên toàn quốc thông qua phương pháp chọn mẫu bán ngẫu nhiên. Các doanh nghiệp được khảo sát được lựa chọn ngẫu nhiên từ một mẫu được xác định trước bao gồm khoảng 8,600 doanh nghiệp theo định nghĩa của IFC về DNNVV sử dụng trong báo cáo này như đã nêu trên. Tổng cục Thống kê Việt Nam định nghĩa DNNVV do phụ nữ làm chủ là doanh nghiệp có quản lý cấp cao nhất là nữ giới. Do đó, các doanh nghiệp tiềm năng được sàng lọc trước và được lựa chọn để khảo sát nếu họ phù hợp với định nghĩa của IFC về một doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ, tức là 51% doanh nghiệp thuộc sở hữu của một hoặc nhiều phụ nữ, hoặc phụ nữ sở hữu ít nhất 20% với ít nhất một (01) phụ nữ đảm nhiệm vai trò quản lý cấp cao nhất (CEO/COO), và ít nhất 30% hội đồng quản trị là phụ nữ (nếu doanh nghiệp có hội đồng quản trị).

Số lượng doanh nghiệp được lựa chọn phỏng vấn tại từng khu vực và từng lĩnh vực chính (công nghiệp, dịch vụ và nông nghiệp) là tương ứng với tỷ lệ DNNVV tại từng khu vực hoặc lĩnh vực: 52,9% trong lĩnh vực dịch vụ; 45,6% trong lĩnh vực sản xuất; và 1,5% trong lĩnh vực nông, lâm nghiệp và thủy sản. Do đó, tỷ lệ này được duy trì khi xây dựng mẫu khảo sát.

Tại mỗi khu vực, ưu tiên lựa chọn các tỉnh tập trung nhiều DNNVV nhất: Phú Thọ, Đà Nẵng, Lâm Đồng, TP HCM và Long An. Tỷ lệ DNNVV do phụ nữ và nam giới làm chủ (WSME và MSME trong Bảng 15) được phỏng vấn tại mỗi tỉnh tương ứng là 60% và 40%.

Quá trình lọc mẫu sử dụng một bảng hỏi chuẩn nhằm đảm bảo rằng các DNNVV được lựa chọn đáp ứng các yêu cầu hợp lệ của nghiên cứu này. Các DNNVV hợp lệ được mời tham gia các cuộc phỏng vấn cá nhân trên điện thoại di động/máy tính bảng. Quá trình lọc mẫu cho thấy một số thông tin liên hệ không chính xác và một số doanh nghiệp đã ngừng hoạt động (29%). Tỷ lệ phản hồi (đồng ý tham gia) nói chung là khoảng 12%<sup>61</sup>. Bảng dưới đây trình bày tỷ lệ phản hồi phân chia theo tỉnh/ thành phố và theo ngành.

**Bảng 18: Tỷ lệ phần trăm phản hồi theo địa bàn**

Tỉnh/Thành phố	1	2	3	4
Hà Nội	14%	18%	38%	31%
Phú Thọ	19%	14%	22%	45%
Đà Nẵng	22%	17%	36%	25%
Lâm Đồng	17%	25%	29%	29%
TP. Hồ Chí Minh	8%	23%	43%	26%
Long An	11%	14%	39%	37%
<b>Trung bình</b>	<b>12%</b>	<b>20%</b>	<b>39%</b>	<b>29%</b>

<sup>61</sup> Khoảng một phần ba (~35%) tổng số doanh nghiệp đã liên hệ được ghi chép lại một cách có hệ thống. Cần lưu ý rằng quá trình lọc mẫu của từng phân nhóm được hoàn thành khi số lượng doanh nghiệp cần khảo sát, như được xác định trong bảng mẫu khảo sát ở trên, được đảm bảo đầy đủ; do đó, không phải tất cả các doanh nghiệp trong khung chọn mẫu đều được liên hệ để phỏng vấn.



**Bảng 19: Tỷ lệ phần trăm phản hồi theo ngành**

	1	2	3	4
Nông nghiệp	16%	5%	11%	68%
Sản xuất	11%	19%	38%	32%
Dịch vụ	13%	21%	40%	25%
<b>Trung bình</b>	<b>12%</b>	<b>20%</b>	<b>39%</b>	<b>29%</b>

**Lưu ý:**

- 1 = hợp lệ, được lựa chọn phỏng vấn/phỏng vấn thành công
- 2 = cần gọi lại để sắp xếp phỏng vấn
- 3 = từ chối
- 4 = địa chỉ liên lạc sai/ngừng hoạt động

Khảo sát này được thực hiện từ tháng 2 đến tháng 5 năm 2017.

**Bảng 20: Các DNNVV do phụ nữ và nam giới làm chủ được phỏng vấn - theo địa bàn và ngành**

Tỉnh/ thành phố	Tổng	Trong đó		Trong đó		Trong đó		
		Nhỏ	Vừa	Phụ nữ làm chủ	Nam giới làm chủ	Nông nghiệp	Sản xuất	Dịch vụ
Hà Nội	192	182	10	124	68	5	78	109
Phú Thọ	31	29	2	16	15	-	13	18
Đà Nẵng	74	67	7	43	31	-	28	46
Lâm Đồng	13	13	-	10	3	1	2	10
TP. Hồ Chí Minh	154	140	14	107	47	3	72	79
Long An	36	28	8	22	14	3	15	18
<b>Tổng</b>	<b>500</b>	<b>459</b>	<b>41</b>	<b>322</b>	<b>178</b>	<b>12</b>	<b>208</b>	<b>280</b>

**Thảo luận nhóm**

Khảo sát DNNVV được bổ sung bằng tám cuộc thảo luận nhóm với các nữ chủ DNNVV (Bảng 16). Ngoài ra, sáu cuộc phỏng vấn cá nhân đã được thực hiện tại Thành phố Hồ Chí Minh. Tổng cộng đã có 72 phụ nữ tham gia cung cấp thông tin định tính cho nghiên cứu này. Bảng 11 cung cấp thông tin về các cá nhân tham gia thảo luận nhóm theo khu vực.

**Bảng 21: Địa bàn thực hiện thảo luận nhóm**

Khu vực		Tỉnh/ thành phố	# Thảo luận nhóm	Số lượng người tham dự	Phỏng vấn cá nhân
Miền Bắc	Đồng bằng sông Hồng	Hà Nội	3	10, 7, 7	
		Hải Dương	2	10, 9	
Miền Trung	Duyên hải Nam Trung bộ	Đà Nẵng	1	11	
Miền Nam	Đông Nam bộ	TP. Hồ Chí Minh			6
	Đồng bằng sông Cửu Long	An Giang	1	6	
		Cần Thơ	1	6	
<b>Tổng</b>			<b>8</b>	<b>66</b>	<b>6</b>

Năm nhóm có các thành viên tham dự có doanh thu bán hàng hàng năm từ 2-68 tỷ đồng và 3 nhóm có doanh thu 95-108 tỷ đồng. Doanh thu của mỗi thành viên tham dự dao động từ 2-500 tỷ đồng. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng một số thành viên tham dự đã không sẵn sàng cung cấp thông tin này.

Các thành viên tham dự ở độ từ 25 đến 66 tuổi với độ tuổi trung bình của mỗi nhóm là từ 36 đến 54. Các thành viên tham dự đại diện cho các lĩnh vực sản xuất, xây dựng, nông nghiệp và dịch vụ.

## Thảo luận nhóm tại Hà Nội và Hải Dương



Các cuộc thảo luận nhóm tập trung vào bốn chủ đề chính: (i) Các nguồn tài trợ vốn và nhu cầu tài trợ vốn; (ii) Kinh nghiệm với các ngân hàng; (iii) Nhu cầu dịch vụ phi tài chính; và (iv) Kinh nghiệm chung của một doanh nhân nữ.

### Khảo sát ngân hàng

Nghiên cứu về cung cấp các dịch vụ tài chính của các ngân hàng thương mại cung cấp cho các doanh nghiệp nhỏ dựa trên các cuộc phỏng vấn với một nhóm các đại diện ngân hàng thương mại được lựa chọn và một bảng câu hỏi khảo sát bổ sung. Có 16 ngân hàng được mời tham gia với 9 ngân hàng đại diện cho các quan điểm đa dạng đã hoàn thành bảng hỏi khảo sát. Khảo sát này được thiết kế để hiểu rõ hơn về các dịch vụ mà các ngân hàng thương mại hiện có dành cho các DNNVV do phụ nữ làm chủ và DNNVV nói chung, cũng như các thách thức và nhu cầu của các định chế tài chính trong việc phục vụ các phân khúc thị trường này.

## Phụ lục III: Tài liệu Tham khảo

ADB (tháng 9 năm 2016), **Doanh nghiệp nhỏ và vừa do phụ nữ làm chủ tại Việt Nam: Phân tích thực trạng và Khuyến nghị chính sách**, Hà Nội.

ADB, **Chiến lược Đối tác Quốc gia Việt Nam (2016-2020)**

BSC Research (2016), **Báo cáo Quý của Việt Nam Quý 3 năm 2016**.

DFAT, **Nông nghiệp và Du lịch Bình đẳng giới (GREAT)**, Tài liệu Thiết kế Đầu tư – Bản cuối cùng, ngày 26/8/2016

Tổng cục Thống kê (2016), **Kết quả sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp Việt Nam giai đoạn 2010-2014**, Nhà xuất bản Thống kê: Hà Nội.

**Báo cáo Quốc gia** số 16/240 (2016) của IMF

Công ty Tài chính Quốc tế, **Cẩm nang Kiến thức Dịch vụ Ngân hàng dành cho DNNVV**, IFC: Washington, D.C.

Krawcheck, Sally, Sở hữu: **Sức mạnh của Phụ nữ trong Công việc**, Tháng 1 năm 2017

McKinsey & Company, **Ngân hàng Kỹ thuật số trong ASEAN: Gia tăng sự Tinh tế và Cởi mở của người tiêu dùng**, (2015)

McKinsey & Company, **Đông Nam Á ở ngã tư đường: Ba con đường dẫn tới sự thịnh vượng** (2014)

MekongBiz, **Doanh nghiệp nhỏ và vừa do phụ nữ làm chủ tại Việt Nam: Phân tích thực trạng và Khuyến nghị chính sách**, 2016

Nguyen, Giang (29/11/2016), **TPP đang thay đổi nền kinh tế Việt Nam, Bất kể Trump thực hiện điều gì**, Bloomberg. Tái từ: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-11-28/the-tpo-is-changing-vietnam-s-economy-no-matter-what-trump-does>

OECD (2005), **Triển vọng DNNVV và Doanh nhân: 2005**, OECD: Paris, trang 17.

Văn phòng Đại diện Thương mại Hoa Kỳ (8/5/2014), **Sự kiện Thương mại Hoa Kỳ - Việt Nam**. Tái từ: <https://ustr.gov/countries-regions/southeast-asia-pacific/vietnam>

Cổng thông tin Thương mại Santander (2016), **Ngoại thương qua Số liệu (Việt Nam)**. Tái từ: [https://en.portal.santandertrade.com/analyse-markets/vietnam/foreign-trade-figures#classification\\_by\\_country](https://en.portal.santandertrade.com/analyse-markets/vietnam/foreign-trade-figures#classification_by_country)

Cổng thông tin Thương mại Santander (2016), **Khái quát Kinh tế Việt Nam**. Tái từ: <https://en.portal.santandertrade.com/analyse-markets/vietnam/economic-outline>

Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2016), **Thông cáo báo chí về kết quả quản lý chính sách tiền tệ và hoạt động ngân hàng năm 2016, và định hướng năm 2017**.

Chương trình Nghiên cứu Thụy Sĩ về các Vấn đề Phát triển Toàn cầu, **Việc làm và Chất lượng việc làm tại Việt Nam: Vai trò của các doanh nghiệp nhỏ, chính thức hóa và giáo dục**, Nghiên cứu R4D tháng 8 năm 2015

SwitchAsia, **Hỗ trợ DNNVV tiếp cận tài chính vì tiêu dùng và sản xuất bền vững tại châu Á Tổng quan các xu hướng và rào cản tài chính ở Việt Nam**, tháng 3 năm 2016

UNU-WIDER (tháng 10 năm 2016), **Đặc điểm Môi trường Kinh doanh Việt Nam: Bằng chứng từ Khảo sát DNNVV năm 2015**.

VLA & UNDP (2016). **Chỉ số Công lý năm 2015: Hướng tới một nền tư pháp vì dân**.

Wells Fargo, **Phụ nữ và Đầu tư**, tháng 7 năm 2017.

Ngân hàng Thế giới (2015), **Khảo sát Doanh nghiệp**.

Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF), **Báo cáo Khoảng cách Giới Toàn cầu, 2016**. Đường dẫn: [http://www3.weforum.org/docs/GGGR16/WEF\\_Global\\_Gender\\_Gap\\_Report\\_2016.pdf](http://www3.weforum.org/docs/GGGR16/WEF_Global_Gender_Gap_Report_2016.pdf)















## Liên hệ

### **Việt Nam**

Huỳnh Mai Hương  
Tel: +84 24 3937 8734  
Email: Hhuong1@ifc.org

[www.ifc.org/eastasia](http://www.ifc.org/eastasia)  
@IFC\_org  
@IFC\_EAP

### **Đông Á và Thái Bình Dương**

Rubin Japhta  
Tel: +62 212 994 8001  
Email: Rjaphta@ifc.org

### **Washington D.C.**

Joanna Romero  
Tel: +1 202 458 7656  
Email: Jromero@ifc.org