

**Ngày 5 tháng 4 năm 2018**

## **CÁC DOANH NGHIỆP CHUYỂN TRỌNG TÂM PHÁT TRIỂN VÀO NỘI VÙNG KHI CÁC CHÍNH SÁCH BẢO HỘ NGÀY Càng TĂNG**

*Nhân công chi phí thấp, số lượng ngày càng nhiều các hiệp định thương mại và môi trường kinh doanh cải thiện tiếp tục là những yếu tố thu hút dòng vốn FDI vào Việt Nam*

*Việt Nam đang ở vị thế thuận lợi để nắm bắt tiềm năng từ tăng trưởng thương mại và đầu tư trong dài hạn*

Theo một báo cáo mới nhất từ Ngân hàng HSBC, “Navigator: hiện tại, tương lai và ý nghĩa đối với doanh nghiệp”, các doanh nghiệp bày tỏ lo ngại về ảnh hưởng của các chính sách bảo hộ ngày càng tăng nhưng vẫn khá lạc quan về triển vọng giao thương quốc tế của họ.

Các doanh nghiệp hiện đang chú trọng vào tăng trưởng khi trong số 6.000 doanh nghiệp được khảo sát trên toàn cầu, hơn ba phần tư (77%) doanh nghiệp lạc quan về triển vọng kinh doanh quốc tế của mình, và kỳ vọng khối lượng thương mại sẽ tăng trong vòng 12 năm tới. Tại Việt Nam, con số này là 90%, một số cao hơn đáng kể so với trung bình trên thế giới.

Lý do đằng sau sự tự tin này đến từ việc các doanh nghiệp tin vào nhu cầu từ người tiêu dùng đối với hàng hóa của họ ngày càng tăng (33%), điều kiện kinh tế thuận lợi (31%) và khả năng tận dụng công nghệ tốt hơn (22%) là ba yếu tố thúc đẩy tăng trưởng. Các doanh nghiệp tại Việt Nam cũng cho rằng nhu cầu của người tiêu dùng tăng (40%) và điều kiện kinh tế thuận lợi (42%) là hai yếu tố chính giúp tăng trưởng trong khi yếu tố thứ ba là việc giảm chi phí vận chuyển, hậu cần và kho bãi. Việt Nam không nằm trong 10 thị trường với tỉ lệ cao doanh nghiệp cho rằng việc ứng dụng công nghệ sẽ dẫn đến tăng trưởng kinh doanh.

Châu Á Thái Bình Dương được dự báo là khu vực có tăng trưởng mạnh nhất trên toàn thế giới trong vòng ba đến năm năm tới và châu Âu là khu vực quan trọng thứ hai.

Liên quan đến kế hoạch tăng trưởng trong tương lai, 62% các doanh nghiệp kỳ vọng nhu cầu cho tài trợ thương mại tăng. 88% doanh nghiệp tại Việt Nam đồng ý với quan điểm này 86% kỳ vọng khả năng tiếp cận nguồn vốn sẽ tăng theo. Các doanh nghiệp cho rằng ba thách thức chính để đạt được nhu cầu về tài trợ vốn là chi phí giao dịch cao (52% doanh nghiệp Việt Nam đồng ý), bất ổn tỉ giá (44% doanh nghiệp Việt Nam đồng ý nhận định này) và môi trường chính trị. Nhờ vào sự ổn định chính trị, Việt Nam không nằm trong 10 thị trường có tỉ lệ cao doanh nghiệp cho rằng môi trường chính trị là thách thức lớn.

Ba phần năm (61%) doanh nghiệp được khảo sát cho rằng các chính phủ đang ngày càng trở nên bảo hộ đối với các nền kinh tế trong nước. Nhận định này được thể hiện mạnh mẽ nhất tại các doanh nghiệp ở khu vực Trung Đông và Bắc Phi (70%), và châu Á Thái Bình Dương (68%). Tại Việt Nam, tỉ lệ này là gần ba phần tư (67%) doanh nghiệp đồng ý với nhận định cho rằng các chính phủ đang ngày càng trở nên bảo hộ.

Để vượt qua thử thách này, phần lớn các doanh nghiệp đang tìm kiếm các đối tác thương mại trong khu vực để phát triển các cơ hội kinh doanh, với gần ba phần tư (74%) các hoạt động giao thương tại châu Âu và châu Á Thái Bình Dương sẽ được thực hiện trong nội vùng. Xu hướng này sẽ được tiếp tục khi các hoạt động giao thương trong khu vực được ưu tiên trong các kế hoạch mở rộng kinh doanh của doanh nghiệp trong ba đến năm năm tới. Việt Nam sẽ tập trung vào các đối tác thương mại chính tại châu Á và Mỹ là đối tác lớn ngoài châu Á.

Về tác động của các chính sách thương mại, những chính sách giúp tăng cường kết nối trong khu vực như sáng kiến ‘Con đường và Vành đai’ của Trung Quốc (40%) và chiến lược ASEAN 2025 (37%) được

cho là có tác động tích cực lên giao thương quốc tế. Các doanh nghiệp tại Việt Nam xem ASEAN 2025 (74%) và CPTPP (63%) là hai chính sách thương mại hàng đầu có tác động tích cực lên hoạt động kinh doanh của họ. Đối với hiệp định CPTPP vừa ký gần đây, 50% doanh nghiệp Việt Nam cho rằng có sự liên quan đáng kể đến doanh nghiệp của mình.

**Ông Noel Quinn, Tổng Giám đốc phụ trách Khối Dịch vụ Ngân hàng doanh nghiệp Toàn cầu, Tập đoàn HSBC**, nhận định: *“Nhìn chung, các doanh nghiệp hiện đang khá linh hoạt trong việc ứng phó với các chính sách thương mại đang thay đổi liên tục thông qua việc thích ứng các kế hoạch kinh doanh, và các mối quan hệ thương mại để tham gia vào sự dịch chuyển của các chuỗi cung ứng. Các chiến lược các doanh nghiệp thực hiện bao gồm tăng cường thương mại trong khu vực, thành lập liên doanh hoặc các công ty con tại các thị trường, và tận dụng các xu hướng nhu cầu tiêu dùng và các công nghệ kỹ thuật số.*

*“Lo ngại về chủ nghĩa bảo hộ tăng cao không làm cản trở sự lạc quan của các doanh nghiệp trên toàn cầu, nhưng tạo ra lo ngại về chi phí của các hoạt động giao thương và kinh doanh quốc tế.*

*“Khi hiểu rõ về các yếu tố ảnh hưởng cũng như những trở ngại đối với thương mại, những người đứng đầu doanh nghiệp có thể xác định được các rủi ro cũng như cơ hội, từ đó đưa ra quyết định đúng đắn cho tăng trưởng thương mại trong tương lai.”*

**Ông Phạm Hồng Hải, Tổng Giám đốc HSBC Việt Nam**, cho biết: *“Việt Nam phát triển ổn định qua các thời kỳ khó khăn và tiếp tục duy trì là một trong những quốc gia có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất ở khu vực Đông Nam Á. Các doanh nghiệp tại Việt Nam tin rằng môi trường kinh tế thuận lợi và nhu cầu về sản phẩm tang là những yếu tố chính giúp tăng trưởng giao thương với các thị trường. Nhân công chi phí thấp, môi trường kinh doanh cải thiện và việc áp dụng các thỏa thuận thương mại như EVFTA và CPTPP được xem là những điểm mạnh tiếp tục khuyến khích đầu tư nước ngoài vào Việt Nam.*

*Với tất cả những thuận lợi này, Việt Nam đang ở vị thế khá thuận lợi để nắm bắt các cơ hội đến từ tăng trưởng về thương mại và đầu tư. Ngoài việc hỗ trợ các chính sách ủng hộ thương mại của chính phủ như RCEP và tầm nhìn ASEAN 2025 cũng như hiểu rõ ý nghĩa của các hiệp định thương mại như CPTPP, các doanh nghiệp cần xây dựng chiến lược để nâng cao giá trị trong chuỗi cung ứng, áp dụng các công nghệ kỹ thuật số, hợp tác với các doanh nghiệp trong và ngoài nước và dần giảm sự phụ thuộc vào thể mạnh nhân công chi phí thấp để có thể nắm bắt được các lợi ích đến từ xu hướng này một cách bền vững nhất.”*

Thông tin phân tích kinh tế củng cố thêm niềm tin của các doanh nghiệp khi chỉ ra 7% tăng trưởng giá trị thương mại trong năm 2018 (bao gồm cả hàng hóa và dịch vụ). Dự báo từ Oxford Economics cho thấy các chỉ báo kinh tế giúp củng cố ước tính này bao gồm xu hướng đi lên của đầu tư và nhu cầu tiêu dùng, đồng đô la Mỹ yếu đi và sự phục hồi của khu vực đồng Euro.

ends/more

#### Thông tin báo chí vui lòng liên hệ:

Auriane Potel	+44 20 7991 0081	<a href="mailto:auriane.potel@hsbc.com">auriane.potel@hsbc.com</a>
Paul Smith	+44 20 7991 4867	<a href="mailto:paul.a.smith@hsbc.com">paul.a.smith@hsbc.com</a>
Uyen Mai	+84 028 35203273	<a href="mailto:uyenmai@hsbc.com.vn">uyenmai@hsbc.com.vn</a>

#### Chi chú cho Ban Biên tập:

##### **HSBC Navigator: Hiện tại, tương lai và ý nghĩa đối với doanh nghiệp**

HSBC Navigator là bản báo cáo toàn diện về triển vọng kinh doanh và thương mại toàn cầu. Báo cáo bao gồm một dự báo kinh tế về thương mại song phương trong Trung và dài hạn cho các hoạt động xuất/nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ tại 25 thị trường (do Oxford Economics thực hiện), và một khảo sát toàn cầu đánh giá những nhận định cũng như kỳ vọng của doanh nghiệp về các hoạt động thương mại và tăng trưởng kinh doanh (do Kantar TNS thực hiện).

Báo cáo Navigator của HSBC giúp các doanh nghiệp nắm bắt các cơ hội mới và đưa ra những quyết định phù hợp cho tương lai khi hiểu rõ triển vọng thương mại quốc tế.

Xem nội dung báo cáo đầy đủ tại đây: [www.business.hsbc.com/trade-navigator](http://www.business.hsbc.com/trade-navigator)

**Chúng tôi cũng có thể cung cấp thêm dữ liệu và đánh giá chuyên sâu về những đề tài liên quan:**

- 1. Thương mại dịch vụ:** Lĩnh vực dịch vụ đang dần chiếm thị phần cao hơn trong thương mại nói chung trên thế giới và tốc độ tăng trưởng này ngày càng tăng. Ba phần năm (61%) doanh nghiệp lạc quan về tăng trưởng khối kinh doanh dịch vụ trong ngắn hạn và cho rằng việc mở rộng ra các thị trường mới (32%) và các mảng dịch vụ (24%) cũng như việc sử dụng thương mại điện tử (24%) sẽ là những yếu tố thúc đẩy tăng trưởng. Sự liên kết giữa hàng hóa và dịch vụ ngày càng tiến triển, và sự khác biệt giữa hàng và dịch vụ có thể không còn rõ ràng trong tương lai.
- 2. Chính sách thương mại – Quan điểm doanh nghiệp:** Các doanh nghiệp thường có xu hướng bỏ lỡ một số cơ hội lớn khi chỉ tập trung vào tăng trưởng và các chính sách thương mại trong khu vực, và thiếu thông tin về môi trường chính sách thương mại rộng hơn trên toàn cầu. Con đường và Vành đai của Trung Quốc, và ASEAN 2025 là hai chính sách lớn nhận được sự quan tâm từ các nhà lãnh đạo doanh nghiệp.
- 3. Dự báo thương mại kinh tế:** Các xu hướng của thương mại toàn cầu cho thấy triển vọng lạc quan dành cho tăng trưởng. Tăng trưởng thương mại phục hồi năm ngoài – với sản lượng thương mại hàng hóa tăng nhanh hơn GDP toàn cầu 1,4 lần. Đà tăng trưởng này được dự báo sẽ tiếp tục với mức tăng trưởng 7% về sản lượng trong năm 2018 (1,2 lần GDP về sản lượng) đối với cả hai hàng hóa và dịch vụ. Các Chính phủ cần tận dụng giai đoạn này để theo đuổi các chính sách có lợi cho thương mại.

#### **Khối Dịch vụ Ngân hàng Doanh nghiệp HSBC**

Trong hơn 150 năm, chúng tôi hiện diện tại nơi nào có tăng trưởng và kết nối khách hàng với các cơ hội. Ngày nay, Khối Dịch vụ Ngân hàng Doanh nghiệp HSBC phục vụ khoảng 1,7 triệu khách hàng tại 53 thị trường, từ các doanh nghiệp nhỏ tập trung vào thị trường trong nước đến các doanh nghiệp đa quốc gia. Cho dù là dịch vụ nào từ tài trợ vốn hoạt động, các khoản vay, tài trợ thương mại hay các giải pháp thanh toán và quản lý tiền tệ, chúng tôi đều mang đến các công cụ và tư vấn chuyên môn các doanh nghiệp cần cho sự phát triển. Là một bộ phận quan trọng của Tập đoàn HSBC, chúng tôi trao cho các doanh nghiệp khả năng tiếp cận mạng lưới địa lý rộng khắp, bao phủ 90% giá trị thương mại và dòng vốn toàn cầu. Thông tin thêm vui lòng truy cập: <http://www.hsbc.com/about-hsbc/structure-and-network/commercial-banking> hoặc <http://www.business.hsbc.com.vn/vi-vn> cho thị trường Việt Nam.

#### **Tập đoàn HSBC**

HSBC Holdings plc, công ty mẹ của Tập đoàn HSBC, có trụ sở chính tại London. Tập đoàn phục vụ các khách hàng thông qua hơn 3.900 văn phòng tại 67 quốc gia và vùng lãnh thổ ở châu Âu, châu Á, Bắc Mỹ và châu Mỹ La-tinh, Trung Đông và Bắc Phi. Với tài sản trị giá 2.522 tỷ đô la Mỹ tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2017, Tập đoàn HSBC là một trong những tổ chức ngân hàng và dịch vụ tài chính lớn nhất trên thế giới.

#### **HSBC Việt Nam**

Ngân hàng HSBC mở văn phòng đầu tiên ở Sài Gòn (nay là Thành phố Hồ Chí Minh) vào năm 1870 và đã có mặt tại Việt Nam trên 140 năm. Tháng 1 năm 2009, HSBC là ngân hàng nước ngoài đầu tiên thành lập ngân hàng 100% vốn nước ngoài với tên gọi Ngân hàng TNHH một thành viên HSBC (Việt Nam). Hiện tại, mạng lưới hoạt động của ngân hàng bao gồm hai chi nhánh và năm phòng giao dịch tại TP. Hồ Chí Minh, một chi nhánh và bốn phòng giao dịch tại Hà Nội, hai chi nhánh tại Bình Dương và Đà Nẵng. HSBC hiện là một trong những ngân hàng nước ngoài lớn nhất tại Việt Nam xét về vốn, cơ cấu sản phẩm, số lượng khách hàng.

*ends/all*