

Ngày 05 tháng 11 năm 2018

Các doanh nghiệp ASEAN đánh giá thấp nguy cơ từ căng thẳng thương mại hay đang nhận diện cơ hội về chuỗi cung ứng?

- #86% doanh nghiệp ASEAN lạc quan về triển vọng thương mại - nhiều hơn bất cứ khối thương mại nào trên thế giới*
- #75% doanh nghiệp ASEAN tin rằng chủ nghĩa bảo hộ đang leo thang – tỷ lệ cao nhất trong tất cả các khối thương mại*
- #Công nghệ sẽ là thay đổi hàng đầu trong chuỗi cung ứng của các doanh nghiệp ASEAN trong ba năm sắp tới*

Một báo cáo toàn cầu của HSBC cho thấy không tính đến chủ nghĩa bảo hộ, các công ty tại Đông Nam Á nhìn nhận triển vọng thương mại lạc quan nhất trên thế giới. Với kỳ vọng các cơ hội sản xuất sẽ nhắm tới ASEAN, các doanh nghiệp đang chuyển hướng đầu tư vào công nghệ trong chuỗi cung ứng để biến những bất lợi từ căng thẳng thương mại toàn cầu thành cơ hội.

Đây là kết quả của khảo sát HSBC Navigator được thực hiện vào mùa thu năm 2018 đối với hơn 8.500 doanh nghiệp tại 34 thị trường. Ở khu vực Đông Nam Á, khảo sát đã tổng hợp hơn 1.000 ý kiến của các doanh nghiệp tại năm quốc gia ASEAN (Singapore, Malaysia, Thái Lan, Indonesia và Việt Nam).

Dù chủ nghĩa bảo hộ gia tăng, triển vọng kinh doanh của ASEAN vẫn tích cực

ASEAN là một trong những khu vực có quan điểm tích cực nhất đối với các hoạt động kinh doanh và thương mại, dù cho đây cũng là nơi có tỷ lệ cao nhất các doanh nghiệp nghĩ rằng chủ nghĩa bảo hộ sẽ gia tăng.

Báo cáo cho thấy:

- 86% các doanh nghiệp ASEAN lạc quan về viễn cảnh của công ty trong thương mại quốc tế - tỷ lệ này cao hơn các khối thương mại khác và cao hơn tỷ lệ trung bình 77% của toàn cầu.
- 75% các doanh nghiệp ASEAN tin rằng các chính phủ đang gia tăng biện pháp bảo hộ tại các thị trường xuất khẩu chủ yếu của họ - tỷ lệ cao nhất ghi nhận được tại tất cả các khối thương mại, và cao hơn rất nhiều tỷ lệ trung bình 63% của toàn cầu.

Nhận định về kết quả này, ông Phạm Hồng Hải, Tổng Giám đốc của HSBC Việt Nam, cho rằng: “Các công ty ASEAN đang lạc quan về triển vọng kinh doanh của họ, nhưng vẫn cẩn trọng đối với sự gia tăng chủ nghĩa bảo hộ. Mặt tích cực là chúng ta có thể thấy căng thẳng thương mại có thể đẩy nhanh quá trình dịch chuyển sản xuất tới các nước ASEAN có chi phí thấp hơn. Những quốc gia có sẵn năng lực sản xuất như Philippines và Việt Nam sẽ được hưởng lợi từ xu hướng này và từ việc chuyển hướng thương mại.”

Chuỗi cung ứng ASEAN có khả năng hưởng lợi từ căng thẳng thương mại – nhưng những thay đổi lớn sẽ không xảy ra trong ngắn hạn

Khảo sát HSBC Navigator nhấn mạnh rằng, cho đến hiện nay, Trung Quốc và Mỹ đang ở vị trí trung tâm của các chính sách bảo hộ thương mại, tuy nhiên, khối ASEAN có thể chịu ảnh hưởng gián tiếp do khu vực này có lượng xuất khẩu lớn đến cả hai quốc gia trên.

PUBLIC

Đồng thời, báo cáo cũng chỉ ra rằng các hàng rào thuế quan sẽ mở ra cơ hội cho các thị trường ASEAN trong lĩnh vực điện tử, dệt may và ô tô.

Các quốc gia ASEAN như Thái Lan và Malaysia đã có sẵn mạng lưới sản xuất hàng điện tử, đặc biệt là các dây chuyền lắp ráp ổ cứng (HDD). Thái Lan đang xuất khẩu sang Mỹ một lượng sản phẩm hoàn thiện bằng với Trung Quốc, điều này khiến cho việc chuyển đổi dây chuyền sản xuất về Thái Lan dễ dàng hơn, nhất là khi ổ cứng Trung Quốc xuất sang Mỹ hiện phải chịu ít nhất 10% thuế của Mỹ.¹

Các thành viên khác trong khối như Singapore, Philippines và Việt Nam cũng sản xuất rất nhiều linh kiện điện tử², trong khi Việt Nam và Indonesia ngày càng cạnh tranh hơn trong ngành công nghiệp nhẹ và xuất khẩu hàng dệt may.³

Trong ngành dệt may, sản lượng xuất khẩu phụ kiện và sản phẩm dệt may của Malaysia, Thái Lan, Indonesia, Philippines và Việt Nam tăng gần gấp ba, từ 24,4 tỷ đô la Mỹ năm 2001 lên 71,8 tỷ đô la Mỹ vào năm 2014. Năm 2016, xuất khẩu hàng dệt may đạt 42 tỷ đô la Mỹ. Indonesia, một thành viên khác của ASEAN, xuất khẩu lượng hàng hóa trị giá 16 tỷ.⁴

Theo ông Hải, “Việt Nam có quan hệ thương mại chặt chẽ với cả Trung Quốc và Mỹ. Trong khi một số ngành công nghiệp của Việt Nam như dệt may và may mặc, có thể được hưởng lợi thông qua sự chuyển dịch nhu cầu khỏi Trung Quốc, các ngành công nghiệp khác, như máy móc và thép, có thể đối mặt với rủi ro”.

Tăng cường công nghệ cho chuỗi cung ứng – trọng tâm của các quốc gia ASEAN

Với khả năng gia tăng sản xuất trong chuỗi cung ứng ASEAN, công nghệ sẽ là yếu tố quan trọng giúp quản lý cải thiện năng suất. Đường như đây chính là trọng tâm của nhiều doanh nghiệp ASEAN.

Theo khảo sát HSBC Navigator, 37% đối tượng khảo sát tại ASEAN tập trung vào việc ứng dụng công nghệ và kỹ thuật số trong kinh doanh (so với tỷ lệ 28% trên toàn cầu). Hơn nữa, 34% doanh nghiệp ASEAN cho rằng tăng cường ứng dụng công nghệ là thay đổi hàng đầu cho chuỗi cung ứng trong ba năm tiếp theo, tỷ lệ này cao hơn mức trung bình 27% của toàn cầu.

Ông Hải chia sẻ thêm: “Mặc cho một số lợi ích mà các nền kinh tế thu được, căng thẳng thương mại có thể là tình thế tất cả các bên cùng bất lợi, và các doanh nghiệp ASEAN nên chuẩn bị cho mọi kịch bản có thể xảy ra. Với những doanh nghiệp đang xem xét việc chuyển đổi chuỗi cung ứng của mình, họ cần đánh giá nhiều yếu tố bao gồm cả năng lực địa phương của bên tiếp nhận. Trong đó, công nghệ sẽ là chủ đề xuyên suốt cần xem xét và là chìa khóa để gia tăng tính cạnh tranh và sức hút.”

ends/more

Thông tin báo chí, vui lòng liên hệ

Cao Thị Hương Giang

+028 35203232

giangcao@hsbc.com.vn

Ghi chú cho Ban Biên tập

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

Báo cáo HSBC Navigator bao gồm cuộc khảo sát toàn cầu đánh giá ý kiến và kỳ vọng của doanh nghiệp về hoạt động thương mại và tăng trưởng kinh doanh, được thực hiện đối với 8.650 nhân sự chủ lực - những người ra quyết định trong hoạt động kinh doanh - tại 34 thị trường. Nghiên cứu được thực hiện bởi Kantar TNS cho HSBC từ tháng 8 đến tháng 9 năm 2018.

HSBC Navigator giúp các doanh nghiệp tận dụng các cơ hội mới và đưa ra các quyết định sáng suốt cho tương lai thông qua những hiểu biết về triển vọng thương mại quốc tế.

PUBLIC

Xem nội dung báo cáo đầy đủ tại www.business.hsbc.com/trade-navigator

Khối Dịch vụ tài chính doanh nghiệp HSBC

Với hơn 150 năm hoạt động, chúng tôi có mặt tại những thị trường có sự tăng trưởng, kết nối khách hàng với các cơ hội. Ngày nay, Khối Dịch vụ tài chính doanh nghiệp của HSBC phục vụ khoảng 1,7 triệu khách hàng doanh nghiệp tại 53 thị trường, từ các doanh nhỏ chủ yếu hoạt động tại các thị trường nội địa đến các doanh nghiệp lớn có hoạt động giao thương quốc tế. Cho dù đó là các dịch vụ về vốn lưu động, các khoản vay kỳ hạn, tài trợ thương mại hay các giải pháp thanh toán và quản lý tiền tệ, chúng tôi đều cung cấp các công cụ và kiến thức chuyên sâu cần thiết để giúp các doanh nghiệp phát triển. Là Khối kinh doanh nền tảng của Tập đoàn HSBC, chúng tôi mở ra cho các doanh nghiệp khả năng tiếp cận mạng lưới hoạt động rộng khắp tại các thị trường nắm giữ hơn 90% giá trị vốn và thương mại toàn cầu. Để biết thêm thông tin chi tiết, vui lòng truy cập: <http://www.hsbc.com/about-hsbc/structure-and-network/commercial-banking>

HSBC Việt Nam

Ngân hàng HSBC có mặt tại Việt Nam trên 140 năm. Ngân hàng mở văn phòng đầu tiên ở Sài Gòn (nay là Thành phố Hồ Chí Minh) vào năm 1870. 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, và số lượng khách hàng.

ends/all