

Ngày 1 tháng 12 năm 2020

Các doanh nghiệp Việt Nam giữ tinh thần lạc quan nhất thế giới dù trong bối cảnh dịch bệnh toàn cầu

*** Khảo sát Navigator hàng năm của HSBC cho thấy 86% doanh nghiệp Việt Nam kỳ vọng doanh số bán hàng sẽ tăng trong năm 2021, cao hơn so với mức trung bình toàn cầu và châu Á Thái Bình Dương (lần lượt 64% và 60%) ***

*** Các doanh nghiệp Việt cũng thể hiện tinh thần lạc quan đối với thương mại quốc tế hơn so với các đối tác toàn cầu, ngay cả khi dịch COVID-19 vẫn gây ra nhiều thách thức ***

(TP. Hồ Chí Minh) – Trong năm qua khi cả thế giới chống chọi với đại dịch COVID-19, đa số các doanh nghiệp Việt Nam đã nhanh chóng tự điều chỉnh sang hình thức 'bình thường mới' và đang hướng tới tương lai với một tinh thần lạc quan hơn nhiều so với các doanh nghiệp khác trên thế giới.

Đó là những thông tin từ [khảo sát Navigator](#) của ngân hàng HSBC - '*Hiện tại, tương lai và ý nghĩa đối với doanh nghiệp*'. Đây là khảo sát toàn cầu được thực hiện toàn diện nhất về thương mại quốc tế với hơn 10.000 doanh nghiệp tại 39 quốc gia và vùng lãnh thổ trên toàn cầu, bao gồm 200 doanh nghiệp tại Việt Nam.

55% doanh nghiệp được khảo sát vẫn lạc quan về tăng trưởng (so với mức 56% của năm 2019) và cao hơn mức trung bình toàn cầu 29% là một minh chứng cho câu chuyện thành công của Việt Nam trong việc đối phó và loại trừ dịch bệnh COVID-19. Tuy vậy, không phải tất cả mọi người đều lạc quan khi số lượng doanh nghiệp thể hiện sự bi quan hoặc "dự kiến sẽ thu hẹp hoạt động" tăng lên trong năm nay - 26% so với chỉ 4% vào năm 2019.

Dịch bệnh COVID-19 cũng ảnh hưởng đến kỳ vọng tăng trưởng khi số lượng doanh nghiệp Việt dự kiến sẽ tăng trưởng hơn 5% giảm đi đáng kể (năm 2020: 66% so với năm 2019: 92%).

Nhưng nhìn chung, các doanh nghiệp Việt ít bị ảnh hưởng bởi đại dịch hơn so với các doanh nghiệp trên toàn cầu, với khoảng 59% doanh nghiệp (so với 45% trên toàn cầu) dự kiến đến cuối năm 2021 có thể đạt được mức lợi nhuận tại thời điểm trước dịch và 86% kỳ vọng đạt được vào cuối năm 2022.

Ông Tim Evans – Tổng Giám đốc Ngân hàng HSBC Việt Nam nhận xét: 'Khả năng phục hồi xuất sắc và công tác ứng phó rất hiệu quả của Việt Nam đối với dịch COVID-19 là một đóng góp to lớn giúp tinh thần lạc quan của các doanh nghiệp gia tăng. Không giống như nhiều quốc gia khác, từ góc độ nền kinh tế trong nước thuần túy, trong nửa cuối năm, Việt Nam nhìn chung đã quay trở lại môi trường kinh doanh bình thường. Tất nhiên, mỗi lĩnh vực khác nhau đều có những thách thức riêng, nhưng những gì mà hầu hết các doanh nghiệp chia sẻ trong khảo sát

cho thấy họ cần phải đầu tư thêm để nắm bắt những cơ hội trong tương lai. Thông qua việc nâng cao tay nghề của người lao động, nắm bắt công nghệ mới và gia tăng hiệu quả hoạt động, các doanh nghiệp cho rằng họ có thể đạt được các mục tiêu tăng trưởng trong tương lai.

Hoạt động trong nước đang dần quay trở lại trạng thái bình thường, không mấy ngạc nhiên khi nhiều doanh nghiệp thể hiện tinh thần lạc quan đối với tăng trưởng, bao gồm những doanh nghiệp khai thác trong nước (68% so với nhà khai thác quốc tế: 50%), các doanh nghiệp sản xuất hàng hóa (60% so với các doanh nghiệp dịch vụ: 48%) và các doanh nghiệp thiên về kinh doanh trực tuyến (60% so với các doanh nghiệp kinh doanh truyền thống: 50%).

Các doanh nghiệp Việt thực hiện đầu tư để thúc đẩy tăng trưởng trong tương lai

Để thích ứng với các yếu tố khách quan, 68% doanh nghiệp Việt Nam đã thực hiện các thay đổi trong vòng 12 tháng qua (so với 74% trên toàn cầu). Nhu cầu cần cắt giảm chi phí (46%), giảm thiểu rủi ro (46%) và tăng cường hợp tác (43%) là những yếu tố hàng đầu thúc đẩy các doanh nghiệp thực hiện việc thay đổi.

Tuy nhiên cắt giảm chi phí không đồng nghĩa với việc cắt giảm đầu tư trong tương lai. 88% doanh nghiệp Việt Nam có ý định tăng cường đầu tư cho các hoạt động kinh doanh của mình trong năm tới (nhiều hơn so với 2/3 doanh nghiệp trên toàn cầu). Khoảng 69% doanh nghiệp dự định trong năm 2021 sẽ tập trung đầu tư vào các kênh bán hàng, 68% vào nâng cao kỹ năng cho lực lượng lao động, 67% vào trải nghiệm khách hàng và 67% vào quản lý dòng tiền / vốn.

Đối với đầu tư vào công nghệ, 61% doanh nghiệp cho rằng sẽ thực hiện để cải thiện tốc độ tiếp cận thị trường, 59% để nhắm vào khách hàng mới và 55% để tăng cường tự động hóa / hiệu quả hoạt động.

Doanh nghiệp Việt Nam lạc quan về thương mại quốc tế

91% các doanh nghiệp Việt Nam cũng rất lạc quan về thương mại quốc tế so với các doanh nghiệp trên toàn cầu (72%), mặc dù phần lớn các doanh nghiệp cho rằng thương mại quốc tế đang trở nên ngày càng khó khăn hơn. Điều đáng khích lệ là các doanh nghiệp Việt Nam đều lạc quan hơn về triển vọng thương mại quốc tế trong tương lai và họ sẽ tiếp tục tìm cách mở rộng kinh doanh sang các thị trường khác.

Chủ nghĩa bảo hộ tiếp tục được cảm nhận mạnh mẽ khi có 90% doanh nghiệp Việt Nam cho rằng tính bảo hộ đang gia tăng. Cạnh tranh về giá, xây dựng quan hệ đối tác địa phương và bán hàng qua các kênh kỹ thuật số là những chiến lược chính để đối phó với chủ nghĩa bảo hộ.

Đối với thương mại toàn cầu, các nước thuộc khu vực châu Á Thái Bình Dương và châu Âu, cũng như Trung Quốc Đại lục, vẫn được đánh giá là những đối tác thương mại quan trọng nhất đối với các doanh nghiệp Việt Nam. Tầm quan trọng của các nước trong khu vực châu Á Thái Bình Dương đã tăng từ mức 46% vào năm 2019 lên 63% vào năm 2020.

Tinh thần lạc quan ở Việt Nam càng được khơi dậy với Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP) vừa được ký kết vào ngày 15.11.2020. Hiệp định RCEP được dự báo là sự khởi đầu của một kỷ nguyên mới trong đó các nước châu Á (bao gồm tất cả các quốc gia trong khu

vực ASEAN cùng với Úc, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc và New Zealand) sẽ đóng vai trò quan trọng trong việc thiết lập các tiêu chuẩn giúp thúc đẩy quá trình tăng trưởng tiếp theo trên toàn cầu.

Ông Tim Evans cho biết thêm: 'Hiệp định RCEP tập hợp 15 quốc gia châu Á lại nhằm hỗ trợ thúc đẩy chương trình nghị sự về tăng cường thương mại xuyên biên giới. Là một trong những nền kinh tế phát triển nhanh nhất và năng động nhất trong khu vực, Việt Nam hưởng nhiều lợi ích từ hiệp định thương mại tự do sâu rộng này. Thông qua việc đem lại khả năng tiếp cận nhanh hơn, hiệu quả hơn và miễn thuế cho thị trường khoảng 2,3 tỷ dân, Hiệp định RCEP có thể giúp các doanh nghiệp Việt Nam tăng cường xuất khẩu và thu hút hàng hóa chất lượng cao cho người tiêu dùng. Tất cả chúng ta đều hy vọng rằng sự lạc quan sẽ quay trở lại với nền kinh tế toàn cầu vào thời điểm này năm sau'.

Thông tin báo chí vui lòng liên hệ:

Lý Hoài Anh

anh.hoai.ly@hsbc.com.vn

(028) 35203483

Ghi chú cho Ban Biên tập

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

Navigator là khảo sát thường niên của HSBC do Kantar đại diện thực hiện với sự tham dự của hơn 10.000 doanh nghiệp ở 39 quốc gia, thị trường và vùng lãnh thổ từ ngày 11/9 đến ngày 7/10/2020.

Các thị trường tham gia khảo sát bao gồm: **châu Âu:** Bỉ, Pháp, Đức, Hy Lạp, Ireland, Ý, Hà Lan, Phần Lan, Nga, Tây Ban Nha, Thụy Điển, Thụy Sĩ, UK. **Châu Á-Thái Bình Dương:** Úc, Bangladesh, Trung Quốc đại lục, Hồng Kong, Ấn Độ, Indonesia, Nhật Bản, Malaysia, New Zealand, Philippines, Singapore, Hàn Quốc, Sri Lanka, Đài Loan, Thái Lan, Việt Nam. **Trung Đông và Bắc Phi:** Ai Cập, Các tiểu vương quốc Ả Rập, Thổ Nhĩ Kỳ, Ả Rập Saudi. **Bắc Mỹ:** Canada, Mexico, Mỹ. **Nam Mỹ:** Argentina, Brazil. **Phần còn lại của châu Phi:** Nam Phi.

Thông tin thêm tham khảo tại: <https://www.business.hsbc.com/navigator>

Khối Dịch vụ tài chính doanh nghiệp HSBC

Với hơn 150 năm hoạt động, chúng tôi có mặt tại những thị trường tăng trưởng, kết nối khách hàng với các cơ hội. Ngày nay, Khối Dịch vụ tài chính doanh nghiệp của HSBC phục vụ khoảng 1,5 triệu khách hàng doanh nghiệp tại 53 thị trường, từ các doanh nghiệp 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: www.hsbc.com/about-hsbc/structure-and-network/commercial-banking

Ngân hàng TNHH một thành viên HSBC (Việt Nam)

Ngân hàng HSBC có mặt tại Việt Nam từ năm 1870. 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