

Ngày 29 tháng 5 năm 2025

Khảo sát của HSBC cho thấy doanh nghiệp toàn cầu sẵn sàng đối mặt với trở ngại về chuỗi cung ứng và lạc quan trước những khó khăn trong thương mại quốc tế

Doanh nghiệp toàn cầu đang bị ảnh hưởng bởi chi phí gia tăng, gián đoạn chuỗi cung ứng và phải xem xét lại chiến lược cũng như kế hoạch đầu tư trong bối cảnh thuế quan và chính sách thương mại thay đổi tiếp tục tác động đến hoạt động kinh doanh của họ.

Đây là nhận định đưa ra dựa trên kết quả khảo sát Global Trade Pulse 2025 của HSBC. Khảo sát mang đến thông tin chuyên sâu về kế hoạch kinh doanh và tâm thế của hơn 5.700 doanh nghiệp quốc tế tại 13 thị trường đối với vấn đề thuế quan và thương mại. Kết quả cho thấy hai phần ba doanh nghiệp (66%) đã phải đối mặt với tình trạng chi phí gia tăng do biến động thuế quan và thương mại – và đây vẫn chưa phải tình huống xấu nhất. Các công ty nhận định chi phí có thể tiếp tục gia tăng cả trong ngắn hạn (73%) lẫn dài hạn (72%). Các doanh nghiệp cũng nhìn thấy trước khả năng sụt giảm doanh thu bình quân 18% do chậm trễ trong chuỗi cung ứng. Hơn một nửa doanh nghiệp tham gia khảo sát (51%) nhận định chi phí gia tăng là mối lo hàng đầu đối với chiến lược cung ứng và 85% doanh nghiệp đã hoặc có kế hoạch điều chỉnh chiến lược theo hướng tăng giá để phản ánh tình trạng chi phí cao hơn hoặc những biến động trên thị trường.

Hơn ba phần tư doanh nghiệp (78%) đang phải xem xét lại mô hình kinh doanh lâu dài. Nếu tình hình thuế quan bất ổn còn tiếp diễn trong hai năm tới, 43% công ty sẽ xem xét lại chiến lược mở rộng kinh doanh trên thị trường quốc tế và 39% sẽ chuyển trọng tâm sang thị trường trong nước hoặc khu vực.

Bất chấp những khó khăn này, tâm lý lạc quan về mở rộng thương mại toàn cầu vẫn vững vàng. Gần 9 trên 10 doanh nghiệp (89%) tự tin vào khả năng tăng trưởng thương mại quốc tế trong vòng hai năm tới. Các doanh nghiệp cũng sắp xếp lại chuỗi cung ứng cũng như xem xét lại cách thức và thị trường hoạt động. Hầu hết đang bắt đầu hoặc có kế hoạch áp dụng chiến lược nearshoring (chuyển hoạt động sản xuất về gần thị trường khách hàng quan trọng, 83%) và reshoring (mang hoạt động sản xuất trở lại quốc gia xuất xứ của doanh nghiệp, 77%).

Doanh nghiệp có khả năng cao sẽ bắt đầu áp dụng chiến lược nearshoring, một chiến lược phổ biến với các lĩnh vực chú trọng sản xuất và có hoạt động kinh doanh quốc tế, chủ yếu thuộc lĩnh vực Công nghệ, Truyền thông và Viễn thông (87% đã áp dụng hoặc có kế hoạch sẽ áp dụng). Doanh nghiệp có khả năng cao phải đối mặt với chi phí

gia tăng trong vòng 2 năm tới chủ yếu rơi vào lĩnh vực Công nghệ, Truyền thông và Viễn thông (76%), theo sau là Y tế (73%) và Tiêu dùng (73%).

Điều đáng khích lệ là một loạt doanh nghiệp tham gia khảo sát nhìn nhận áp lực thương mại giống như chất xúc tác thúc đẩy đổi mới, sáng tạo, với 77% doanh nghiệp nói rằng yếu tố này đã khuyến khích họ phát triển và tìm kiếm cơ hội mới. Nhiều doanh nghiệp (58%) đã ứng dụng công nghệ hoặc nền tảng mới, 56% cải thiện được hiệu suất nội bộ hoặc cơ cấu chi phí và 51% đã phát triển sản phẩm hoặc dịch vụ mới.

Khảo sát này cho thấy sự xuất hiện của những hành lang thương mại mới ở một số thị trường tham gia khảo sát và chúng tôi quan sát thấy các doanh nghiệp toàn cầu đang củng cố các mối quan hệ tại những thị trường trọng yếu bên ngoài. Doanh nghiệp Malaysia (61%) và Việt Nam (52%) đang mở rộng quan hệ với Trung Quốc; doanh nghiệp Ấn Độ (54%) và Mỹ (51%) với châu Âu và doanh nghiệp Vương quốc Anh (46%) và Ấn Độ (62%) với Mỹ. Ở một số thị trường, tâm thế lạc quan về tăng trưởng thương mại quốc tế vẫn vững mạnh, dẫn đầu là Ấn Độ (96%) và Các Tiểu Vương Quốc Ả Rập Thống Nhất (94%).

Phù hợp với triển vọng tích cực toàn cầu, nhóm doanh nghiệp lớn (với doanh thu trên 2 tỷ USD) tự tin vào khả năng tăng trưởng thương mại quốc tế của mình trong vòng hai năm tới (82%). Khả năng họ sẽ ứng dụng công nghệ hoặc nền tảng số mới nhằm ứng phó với tình hình thương mại bất định cao hơn so với những doanh nghiệp nhỏ hơn (với doanh thu dưới 500 triệu USD), tỷ lệ tương ứng là 63% so với 56%. Các công ty lớn thận trọng hơn nhóm doanh nghiệp nhỏ trong việc ra quyết định và khả năng họ trì hoãn hoặc tạm ngưng đầu tư cũng cao hơn (38% so với 30%), mặc dù công ty lớn có nhiều cơ hội tiếp cận nguồn vốn lưu động hơn. Mặt khác, nhóm công ty nhỏ hơn thường linh hoạt hơn và đưa ra quyết định nhanh chóng hơn mặc dù thiếu nguồn lực về vốn.

Ông Surajit Rakshit, Giám đốc Toàn quốc Khối Giải pháp Thương mại Toàn cầu của HSBC Việt Nam, nhận định: “Bối cảnh thuế quan và thương mại bất định trong hiện tại mang đến nhiều thách thức không nhỏ cho doanh nghiệp toàn cầu nhưng bản thân doanh nghiệp lại cho thấy sự kiên cường và khả năng thích ứng linh hoạt trong hoạt động kinh doanh”.

“Trong bối cảnh hơn 70% công ty toàn cầu dự đoán chi phí sẽ còn tiếp tục gia tăng và doanh nghiệp đối mặt với tình trạng sụt giảm doanh thu bình quân 18%, rõ ràng việc xây dựng chính sách thích ứng là rất cấp thiết. Để vượt qua tình hình này, doanh nghiệp không chỉ cần sự linh hoạt mà cả những quan hệ đối tác vững mạnh nhằm đảm bảo tăng trưởng ổn định trong một nền kinh tế toàn cầu đang không ngừng đổi thay. Chúng ta không thể biết chắc chừng nào “trời quang mây tạnh”, nghĩa là các công ty cần chuẩn bị cho nhiều tình huống có thể xảy ra và không thể cứ đi theo một kế hoạch tuyến tính duy nhất. Là một trong những ngân hàng quốc tế hàng đầu Việt Nam, chúng tôi đóng một vai trò thiết yếu trong việc giúp khách hàng vượt qua những giai đoạn nhiều thách thức như hiện nay và hỗ trợ họ biến chông gai thành cơ hội”.

Xu hướng thương mại tương lai xuất hiện trong bối cảnh doanh nghiệp châu Á xem xét lại chiến lược

Bản đồ thương mại châu Á sẽ có nhiều thay đổi lớn nếu tình hình thương mại bất ổn còn tiếp diễn, trong đó, 38% doanh nghiệp châu Á sẽ gia tăng hoạt động thương mại với Nam Á, 36% gia tăng hoạt động thương mại với châu Âu, 33% gia tăng hoạt động thương mại với Trung Đông nhưng 28% giảm hoạt động thương mại với Bắc Mỹ.

Trong vòng hai năm tới, 52% công ty châu Á cân nhắc hoặc đang trong quá trình dịch chuyển hoạt động sản xuất đến hoặc gia tăng hoạt động sản xuất tại Trung Quốc. Đối với Nam Á, con số này là 39%, châu Âu là 35%, Mỹ 29% và Trung Đông là 28%.

Hiện tại, vấn đề đáng quan ngại nhất với doanh nghiệp châu Á (51%) là chi phí gia tăng do thuế quan và các yếu tố liên quan đến thương mại. 34% nhóm doanh nghiệp châu Á đã điều chỉnh giá để phản ánh tình hình chi phí tăng cao, trong khi 51% có kế hoạch sẽ triển khai trong tương lai. Ngoài ra, 37% công ty châu Á đã tăng mức độ hàng tồn kho để quản lý gián đoạn cung ứng và 49% dự định sẽ triển khai việc này.

Ông Surajit chia sẻ thêm: “Với nhiều khách hàng, vốn lưu động hiện là ưu tiên hàng đầu với lãnh đạo cấp cao của doanh nghiệp, chủ yếu do phần lớn vốn bị kẹt ở hàng tồn và các khoản phải thu. Trước khi thông báo thuế quan được công bố, nhiều doanh nghiệp mua hàng đã chủ động tăng mức tồn kho bằng chiến lược đẩy nhanh đơn hàng đặt trước (frontloading) để ứng phó với những vấn đề chuỗi cung ứng dẫn tới lượng hàng tồn gia tăng ở phía người mua. Ở chiều ngược lại, khi quy định thuế quan tạm thời đi vào thực thi kéo theo tình trạng treo hoặc hủy hàng loạt đơn đặt hàng và vận chuyển ở một số lĩnh vực, dẫn đến hàng tồn tăng ở phía nhà cung cấp”.

Trong giai đoạn gián đoạn thương mại hiện nay, các công ty châu Á nhận định quản lý dòng tiền và thanh khoản là hình thức hỗ trợ hiệu quả nhất trong quản lý vốn lưu động (61%), theo sau là cải thiện điều khoản thanh toán với bên mua và bên cung ứng (55%) và tài trợ chuỗi cung ứng (51%).

Doanh nghiệp Việt Nam vẫn tự tin về tăng trưởng quốc tế

Doanh nghiệp Việt Nam đã phải đối mặt với tình trạng chi phí tăng cao hơn hẳn so với mức trung bình toàn cầu và dự kiến sẽ phát sinh thêm chi phí ngắn hạn do bất ổn thương mại. Cụ thể, 80% doanh nghiệp Việt Nam tham gia khảo sát đã phải đối mặt với tình trạng chi phí gia tăng do biến động thuế quan và thương mại. Họ có thể sẽ phải đối mặt với chi phí tăng cao hơn trong ngắn hạn (82%) và tăng nhẹ thêm nữa trong dài hạn (75%). Tác động lên doanh thu bình quân đối với doanh nghiệp Việt Nam do chậm trễ/gián đoạn chuỗi cung ứng cao hơn mức trung bình toàn cầu 2 điểm phần trăm.

Để ứng phó với bất ổn thương mại, các doanh nghiệp Việt Nam đã mang hoạt động sản xuất về lại Việt Nam (42%), dịch chuyển trọng tâm sang thị trường trong nước (41%) và gia tăng hoạt động phân tích dữ liệu (41%).

Nhìn về tương lai, các công ty Việt Nam vẫn tự tin về tăng trưởng quốc tế (81%) và nhiều doanh nghiệp tham gia khảo sát (76%) cho rằng bất ổn thương mại đã khuyến khích họ phát triển và tìm kiếm cơ hội mới. Mặc dù vậy, hơn một nửa doanh nghiệp (54%) cho biết họ cần sự hỗ trợ bên ngoài trong việc lập kế hoạch đối phó với khủng hoảng và củng cố sức bền cho doanh nghiệp.

ends/more

Thông tin báo chí vui lòng liên hệ:

Nguyen Thi Thu Phuong

+028 3520 6208

phuong1.nguyen@hsbc.com.vn

Ghi chú cho Ban Biên tập:

Phương pháp khảo sát

Khảo sát HSBC Global Trade Pulse phỏng vấn 5.750 doanh nghiệp tại 13 thị trường có hoạt động quốc tế và doanh thu trong khoảng 50 triệu – 2 tỷ USD. Các thị trường bao gồm Bangladesh, Pháp, Đức, Hồng Kông, Ấn Độ, Trung Quốc đại lục, Malaysia, Mexico, Singapore, Các Tiểu Vương Quốc Ả Rập Thống Nhất (UAE), Anh, Mỹ và Việt Nam. Nghiên cứu được thực hiện từ 30/4 đến 12/5/2025. Mỗi thị trường có 250 doanh nghiệp tham gia khảo sát, riêng Trung Quốc đại lục, Anh và Mỹ là 1.000 và Hồng Kông là 500.

Ngân hàng TNHH một thành viên HSBC (Việt Nam)

Ngân hàng HSBC được thành lập tại Việt Nam hơn 150 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 bốn phòng giao dịch tại TP. Hồ Chí Minh, một chi nhánh và bốn phòng giao dịch tại Hà Nội, một chi nhánh tại 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