

25 tháng 11 năm 2025

KHẢO SÁT CỦA HSBC CHO THẤY DOANH NGHIỆP TOÀN CẦU ĐANG THÍCH ỨNG VỚI SỰ BẤT ỔN THƯƠNG MẠI VÀ GIA TĂNG SỨC BỀN

- 84% doanh nghiệp toàn cầu tập trung vào việc đa dạng hóa chuỗi cung ứng để giảm thiểu rủi ro thương mại.
- 50% doanh nghiệp toàn cầu có kế hoạch gia nhập thị trường mới.
- 66% doanh nghiệp toàn cầu dự đoán chi phí sẽ tiếp tục tăng trong 6 tháng tới.
- 88% doanh nghiệp Việt Nam ưu tiên xây dựng chuỗi cung ứng khép kín trong các khu vực trọng điểm nhằm giảm sự phụ thuộc xuyên biên giới

Doanh nghiệp trên toàn thế giới đang thích nghi với thực trạng mới của thương mại toàn cầu trong quá trình triển khai chiến lược đa dạng để ứng phó với những thách thức về thương mại và thuế quan không ngừng thay đổi, đồng thời xử lý tình hình chi phí gia tăng và áp lực vốn lưu động. Đây là nhận định đưa ra dựa trên kết quả khảo sát Global Trade Pulse của HSBC, nghiên cứu thu thập ý kiến chuyên sâu về vấn đề thuế quan và thương mại từ 6.750 nhân sự có vai trò đưa ra quyết định tại doanh nghiệp trên 17 thị trường bao gồm 250 doanh nghiệp ở Việt Nam.

Sự rõ ràng và tự tin tăng cường khả năng thích ứng

Sau sáu tháng đầu năm 2025 đầy thách thức, các doanh nghiệp đang dần lấy lại ổn định và có cái nhìn rõ ràng hơn về bối cảnh thương mại và thuế quan. Khảo sát cho thấy 67% doanh nghiệp hiện cảm thấy chắc chắn hơn về tác động của chính sách thương mại đối với hoạt động kinh doanh của họ so với sáu tháng trước, trong khi 77% doanh nghiệp cho biết họ có thể dễ dàng hiểu được những thay đổi về chính sách thương mại gần đây. Cảm giác thông suốt ngày càng gia tăng này là bước đầu quan trọng giúp các công ty đưa ra quyết định có cơ sở và lên kế hoạch chuẩn bị trước.

Khi doanh nghiệp có cái nhìn thông suốt hơn về bối cảnh thương mại mới, những quan ngại về doanh thu đã giảm đáng kể, chỉ còn 22% doanh nghiệp lo lắng doanh thu sẽ giảm mạnh trên 25%, thấp hơn so với mức 37% doanh nghiệp trong cuộc khảo sát sáu tháng trước. Hầu hết các công ty hiện kỳ vọng doanh thu sẽ tăng trong sáu tháng tới (53%) và trong vòng hai năm tới (58%).

Chiến lược ứng phó đa dạng và các hành lang thương mại giúp tăng sức bền

Các doanh nghiệp đang chủ động triển khai một loạt chiến lược nhằm giảm thiểu rủi ro thương mại, bảo toàn năng lực cạnh tranh dài hạn và thích ứng với môi trường thương mại đầy biến động. Hơn ba phần tư (76%) doanh nghiệp đang thực hiện các biện pháp để ứng phó với chi phí gia tăng, chẳng hạn như chuyển chi phí sang khách hàng, đàm phán lại hợp đồng và đầu tư vào tự động hóa cũng như AI.

Mở rộng hoạt động trên thị trường quốc tế và đánh giá lại mô hình kinh doanh vẫn là những ưu tiên hàng đầu của các doanh nghiệp toàn cầu. Một nửa số doanh nghiệp (50%) có kế hoạch gia nhập thị trường mới, 47% đang cân đối lại sản phẩm và dịch vụ và 43% đang xem xét khả năng sáp nhập hoặc mua lại. 75% doanh nghiệp đang xem lại hoặc đã điều chỉnh nơi diễn ra hoạt động chế biến và lắp ráp chính – một tín hiệu rõ ràng cho thấy bản đồ chuỗi cung ứng toàn cầu tiếp tục chuyển dịch để ứng phó với rủi ro và nắm bắt cơ hội không ngừng thay đổi.

Trên toàn cầu, niềm tin vào triển vọng thương mại dài hạn vẫn rất mạnh mẽ. 88% doanh nghiệp kỳ vọng sẽ tăng trưởng thương mại quốc tế trong vòng hai năm tới. Đồng thời, 75% doanh nghiệp quốc tế cho biết tình hình thương mại biến động đã tạo điều kiện cho họ phát triển và tìm kiếm cơ hội mới – dấu hiệu cho thấy những chuyển dịch trong thương mại đang đóng vai trò là chất xúc tác thúc đẩy đổi mới sáng tạo chứ không phải ẩn mình chờ thời.

Đa dạng hóa cũng là một chủ đề trọng tâm trong quản lý gián đoạn thương mại. 84% các doanh nghiệp đang đa dạng hóa chuỗi cung ứng của họ, khiến đây trở thành chiến lược ứng phó về chuỗi cung ứng phổ biến nhất. Các tập đoàn lớn đang dẫn đầu xu hướng này: 44% các công ty có doanh thu hàng năm trên 2 tỷ USD đã triển khai đa dạng hóa chuỗi cung ứng, tỷ lệ này ở các công ty có doanh thu hàng năm dưới 500 triệu USD là 37%. Sự chênh lệch đó cho thấy quy mô và nguồn lực sẵn có đóng vai trò quan trọng vào khả năng ứng phó hiệu quả của các doanh nghiệp trước bất ổn thương mại.

Xu hướng thị trường

Sự sẵn sàng cho các quy định thương mại đã trở thành yếu tố then chốt thúc đẩy khả năng thích ứng của doanh nghiệp, giúp họ phản ứng hiệu quả hơn trước những thay đổi về chính sách và điều chỉnh chiến lược kịp thời. Các doanh nghiệp tại Mỹ là nhóm sẵn sàng nhất trước những biến đổi về quy định thương mại, với 52% doanh nghiệp tại thị trường này cảm thấy được cập nhật đầy đủ thông tin và có sự chuẩn bị tốt, tỷ lệ này ở châu Âu là 35% và ở Đông và Bắc Á chỉ có 32%.

Bên cạnh việc đa dạng hóa, các doanh nghiệp đang tìm kiếm hành lang thương mại mới để tăng sức bền trước những diễn biến bất ổn. Châu Âu và Đông Nam Á là những điểm đến hàng đầu để mở rộng hoạt động (lần lượt là 40% và 36%), tiếp theo là Bắc Mỹ và Đông/Bắc Á (đều ở mức 32%).

Thương mại nội vùng châu Á gia tăng: Bản đồ thương mại mới dần hình thành

Khi bối cảnh thuế quan trở nên rõ ràng hơn, một bản đồ thương mại mới đang dần được hình thành, các doanh nghiệp châu Á tăng cường tập trung vào khu vực châu Á trong chiến lược thương mại của mình.

Trong số các doanh nghiệp châu Á, 41% có dự định gia tăng phụ thuộc vào khu vực Đông Nam Á; 34% vào khu vực Đông và Bắc Á; 29% vào khu vực Nam Á. 30% các doanh nghiệp châu Á cũng có kế hoạch gia tăng phụ thuộc vào khu vực châu Âu.

Châu Á là thị trường đặc biệt hấp dẫn đối với các doanh nghiệp quốc tế, không chỉ bởi khu vực này là “chủ nhà” của Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP) – hiệp định thương mại tự do lớn nhất thế giới, mà còn vì tệp người tiêu dùng đang mở rộng, nền kinh tế sôi động và chuỗi cung ứng phát triển.

Doanh nghiệp Việt Nam thích nghi với Bình Thường Mới

Các doanh nghiệp Việt Nam thể hiện niềm tin vào tăng trưởng thương mại ở mức trên trung bình, có cái nhìn ngày càng rõ ràng hơn về chính sách và đặt ra kỳ vọng thực tế hơn trước các thách thức về chuỗi cung ứng. Hơn 7 trên 10 (73%) doanh nghiệp Việt Nam cảm thấy thông suốt hơn về tác động của các chính sách thương mại đối với hoạt động kinh doanh của họ so với sáu tháng trước, trong khi hơn 7 trên 10 (72%) doanh nghiệp dễ dàng nhận thức được tác động của những thay đổi về chính sách gần đây.

Khi những bất ổn về thuế quan dần lắng xuống, các doanh nghiệp Việt Nam kỳ vọng tình trạng gián đoạn chuỗi cung ứng sẽ giảm nhẹ tác động lên doanh thu so với sáu tháng trước. Họ dự đoán tác động tiêu cực lên doanh thu ở mức 15% trong vòng hai năm tới, giảm so với mức 20% theo khảo sát Trade Pulse thực hiện khoảng sáu tháng trước.

Ông Surajit Rakshit, Giám đốc toàn quốc Khối Giải pháp Thương mại Toàn cầu, HSBC Việt Nam nhận định: “Dữ liệu nghiên cứu của chúng tôi cho thấy các doanh nghiệp Việt Nam đang thích ứng với bối cảnh hiện tại. Trong khi nỗi lo về doanh thu đã giảm nhẹ so với trước đây, các doanh nghiệp vẫn nhận thức được những nguy cơ tiềm ẩn”.

Các doanh nghiệp Việt Nam đã thay đổi chiến lược thị trường với tốc độ vượt xa các đối thủ cạnh tranh toàn cầu, đồng thời ứng phó với bối cảnh áp lực thuế quan và cạnh tranh gia tăng. Họ đã thực hiện nhiều biện pháp ứng phó với chi phí gia tăng, chẳng hạn như chuyển chi phí sang khách hàng, tăng hiệu quả vận hành hoặc nâng suất, đàm phán lại hợp đồng và đầu tư vào tự động hóa cũng như AI.

Cụ thể, 9 trên 10 doanh nghiệp Việt Nam đã hoặc đang cân nhắc việc ứng dụng AI hoặc máy học để tối ưu hóa nguồn cung, tuyến logistics hoặc mức tồn kho nhằm ứng phó với biến động thương mại (90%) và sử dụng dữ liệu để dự báo rủi ro và nhu cầu tốt hơn (92%).

Bên cạnh đó, họ cũng đã hoặc đang cân nhắc tiến hành những thay đổi bên trong doanh nghiệp để ứng phó tốt hơn với bất ổn (91%), xây dựng kế hoạch quản trị rủi ro (90%) và tái cân đối cơ cấu sản phẩm hoặc dịch vụ để giảm thiểu rủi ro thương mại (90%).

Mặc dù các doanh nghiệp Việt Nam đang chủ động thực hiện các biện pháp nhằm củng cố sức bền nhưng áp lực tài chính liên quan đến thương mại vẫn còn tồn tại. Gần một nửa các doanh nghiệp (46%) cho biết họ đã phải trải qua một số áp lực nhưng

vẫn trong tầm kiểm soát với cơ cấu hiện tại, trong khi hơn một phần năm (21%) đã phải đối mặt với áp lực rất lớn về thanh khoản hoặc dòng tiền kể từ năm 2024.

Ông Surajit chia sẻ thêm: “Những thay đổi về thuế quan gần đây đang báo hiệu rằng việc tối ưu hóa vốn lưu động không còn là một hoạt động tài chính thường lệ đơn thuần mà trở thành một đòn bẩy chiến lược cho tăng trưởng và sức bền. Điều này khuyến khích các doanh nghiệp Việt Nam coi việc tối ưu hóa vốn lưu động là một chiến lược hướng tới tương lai để gia tăng sức bền, hỗ trợ việc đa dạng hóa chuỗi cung ứng, khai mở tiềm năng tăng trưởng và thu hút các nhà mua hàng toàn cầu”.

Tham vọng vươn ra thế giới của Việt Nam vẫn bền bỉ

Đối diện với những bất ổn và gián đoạn thương mại, việc mở rộng kinh doanh trên thị trường quốc tế vẫn là một trong những ưu tiên hàng đầu của doanh nghiệp Việt Nam nhằm giảm thiểu rủi ro thương mại. Họ đang gia tăng xuất hàng sang Singapore và Trung Quốc đại lục, tiếp theo là Pháp, Thái Lan và Nhật Bản. Các doanh nghiệp Việt Nam cũng đang tăng cường sự phụ thuộc vào các hành lang thương mại khu vực và châu Âu. Nhóm công ty có doanh thu 500 triệu – 2 tỷ USD đang dẫn đầu xu hướng này với 50% doanh nghiệp tăng mức độ phụ thuộc vào khu vực Đông Nam Á (so với 32% ở nhóm có doanh thu từ 50 triệu – 500 triệu USD), đồng thời 46% doanh nghiệp trong nhóm này cũng tăng mức độ phụ thuộc vào khu vực Đông và Bắc Á (so với 23% ở nhóm có doanh thu từ 50 triệu – 500 triệu USD). Nhìn chung, 90% các doanh nghiệp Việt Nam cảm thấy tự tin rằng họ sẽ có thể phát triển thương mại quốc tế trong hai năm tới, cao hơn một chút so với mức trung bình toàn cầu là 87%.

ends/more

Thông tin báo chí vui lòng liên hệ:

Nguyễn Thị Thu Phương +028 3520 6208 phuong1.nguyen@hsbc.com.vn

Ghi chú cho Ban biên tập:

Phương pháp khảo sát

Báo cáo Trade Pulse dựa trên ý kiến của 6.750 nhân sự có vai trò đưa ra quyết định tại các doanh nghiệp có hoạt động quốc tế. Phản hồi được thu thập trong khoảng thời gian từ ngày 6-21 tháng 10 năm 2025 tại 17 thị trường: Bangladesh, Brazil, Pháp, Đức, Hồng Kông, Ấn Độ, Indonesia, Ý, Trung Quốc đại lục, Malaysia, Mexico, Singapore, Tây Ban Nha, UAE, Vương quốc Anh, Mỹ và Việt Nam. Mẫu khảo sát bao gồm 250 phản hồi tại mỗi thị trường, ngoại trừ Hồng Kông (500), Trung Quốc đại lục, Vương quốc Anh và Hoa Kỳ (mỗi thị trường 1.000). Trong số 6.750 doanh nghiệp được khảo sát, 683 doanh nghiệp ghi nhận doanh thu toàn cầu trên 2 tỷ USD trong 12 tháng qua, 2.448 doanh nghiệp có doanh thu từ 500 triệu đến 2 tỷ USD và 3.619 doanh nghiệp có doanh thu từ 50 triệu đến 500 triệu USD.

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