

Ngày 25 tháng 5 năm 2010

DOANH NGHIỆP XUẤT NHẬP KHẨU TẠI VIỆT NAM KỶ VỌNG VÀO VIỆC PHÁT TRIỂN GIAO THƯƠNG VỚI TRUNG QUỐC MỞ RỘNG* VÀ ĐÔNG NAM Á TRONG SÁU THÁNG TỚI

****Doanh nghiệp xuất nhập khẩu trên toàn thế giới đều kỳ vọng khối lượng giao thương sẽ tăng****

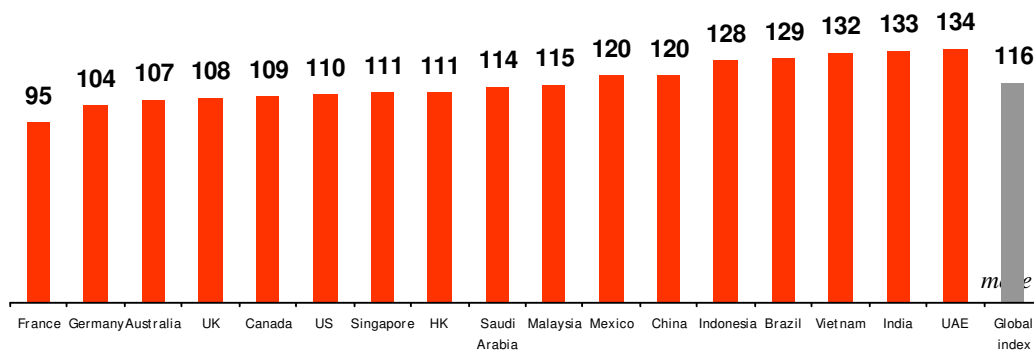
****Doanh nghiệp xuất nhập khẩu Việt Nam đứng thứ ba trong danh sách các thị trường có sự lạc quan nhất về triển vọng giao thương****

**** Doanh nghiệp xuất nhập khẩu Việt Nam kỳ vọng các rủi ro về tỷ giá cũng như rủi ro từ phía nhà cung cấp và người mua sẽ giảm”*

Theo khảo sát mới nhất về Chỉ số tin cậy thương mại của ngân hàng HSBC, các doanh nghiệp vừa và nhỏ (DNVVN) hoạt động trong lĩnh vực xuất nhập khẩu (XNK) tại Các tiểu Vương quốc Ả rập thống nhất (UAE), Ấn Độ và Việt Nam lạc quan nhất về triển vọng giao thương trong sáu tháng tới.

Cuộc khảo sát về Chỉ số tin cậy thương mại của ngân hàng HSBC năm nay được thực hiện tại 17 thị trường bao gồm các thị trường trọng yếu của khu vực Châu Á- Thái Bình Dương, Trung Đông, Mỹ Latinh, Mỹ, Canada và Châu Âu. Đây là đợt khảo sát có qui mô lớn nhất trong đó 5.120 DNVVN hoạt động trong lĩnh vực xuất nhập khẩu đã đưa ra các dự đoán của họ trong 6 tháng tới về: khối lượng giao dịch thương mại, các rủi ro từ phía người mua và nhà cung cấp, nhu cầu tài trợ thương mại, khả năng tiếp cận tài trợ thương mại, tác động của ngoại hối, chính sách của nhà nước đến việc kinh doanh của các doanh nghiệp. Kết quả khảo sát được sử dụng để tính chỉ số tin cậy thương mại, xếp từ 0 đến 200, trong đó điểm 200 thể hiện mức độ tin cậy cao nhất, điểm 0 thể hiện mức thấp nhất và 100 là trung bình. (Kết quả khảo sát đầy đủ được thể hiện trong tài liệu đính kèm)

Chỉ số tin cậy thương mại – Tổng quan toàn cầu



Doanh nghiệp XNK Việt Nam kỳ vọng vào phát triển giao thương với Trung Quốc mở rộng và Đông Nam Á trong 6 tháng tới./2

UAE, Ấn Độ và Việt Nam có chỉ số tin cậy thương mại ở mức lạc quan cao nhất trong 17 thị trường được khảo sát với số điểm 134, 133 và 132 tương ứng. Các thị trường còn lại cũng có chỉ số nằm ở ngưỡng lạc quan trừ Pháp với chỉ số ở mức 95- ngưỡng bi quan.

Nhìn chung, chỉ số tin cậy thương mại toàn cầu vẫn ở mức lạc quan kể từ khi HSBC tiến hành khảo sát về chỉ số này lần đầu tiên vào nửa đầu năm 2009.

Lawrence Webb, Giám đốc toàn cầu Trung tâm Thanh toán quốc tế và Tài trợ Chuỗi cung ứng ngân hàng HSBC nhận định: “Hoạt động xuất nhập khẩu đóng vai trò then chốt trong sự hồi phục của nền kinh tế toàn cầu. Sự củng cố mức độ tin cậy thương mại từ các công ty xuất nhập khẩu trên toàn cầu, dù tình hình kinh tế đình trệ tại các nước phương Tây và cuộc khủng hoảng mới đây tại Trung Đông, là bằng chứng cụ thể cho thấy tầm quan trọng của thương mại xuất nhập khẩu. Rõ ràng thương mại đã chuyển trọng tâm sang các thị trường mới nổi, nơi sự hồi phục của thương mại, được củng cố qua các hoạt động giao thương giữa các nước trong cùng khu vực tiếp tục thúc đẩy quá trình hồi phục của nền kinh tế toàn cầu. Tuy nhiên, các nước phát triển như Mỹ, có đầu tư tại những thị trường đang phát triển cũng được hưởng lợi.”

Số đông các doanh nghiệp xuất nhập khẩu (DN XNK) tại Mỹ La-tinh (64%), Trung Quốc (63%) và Ấn Độ (61%) kỳ vọng khối lượng thương mại sẽ tăng trong 6 tháng tới. Nhìn chung ở cấp độ toàn cầu, hơn nửa các DN XNK bao gồm cả Vương Quốc Anh, Mỹ, Canada và Đức đều lạc quan về khối lượng giao thương.

Việt Nam

Triển vọng về khối lượng giao dịch thương mại:

Có một sự cải thiện đáng kể trong dự đoán của các DN XNK Việt Nam về triển vọng thương mại: chỉ số tin cậy thương mại của Việt Nam đạt 132 điểm, tăng từ mức 110 điểm từ đợt khảo sát tiến hành vào nửa sau năm 2009. Phần lớn các doanh nghiệp được hỏi tại Việt Nam (75% so với 65% nửa cuối 2009) cho rằng khối lượng giao dịch thương mại sẽ tăng trong 6 tháng tới. Chỉ một số rất ít các doanh nghiệp được hỏi

Doanh nghiệp XNK Việt Nam kỳ vọng vào phát triển giao thương với Trung Quốc mở rộng và Đông Nam Á trong 6 tháng tới./3

ngữ rằng khối lượng giao dịch thương mại sẽ giảm (4% so với 8% nửa cuối 2009). 17% các doanh nghiệp được hỏi cho rằng khối lượng giao dịch thương mại sẽ giữ nguyên mức cũ (so với 26% nửa cuối 2009).

Rủi ro liên quan đến bên mua và nhà cung cấp

Đa số các doanh nghiệp trên cả 17 thị trường được khảo sát đều tin rằng rủi ro liên quan đến bên mua và nhà cung cấp sẽ không tăng. Các DN XNK Việt Nam cũng có chung cái nhìn lạc quan này khi có nhiều hơn các DN XNK tin rủi ro thanh toán từ phía người mua sẽ giảm (24% so với 7% nửa cuối 2009). Có một sự thay đổi rõ nét trong phần trăm các DN XNK tại Việt Nam (tăng gấp 3 lần so với đợt khảo sát nửa cuối 2009) cho rằng mức độ rủi ro từ phía nhà cung cấp không thực hiện đúng thỏa thuận thương mại sẽ giảm (29% so với 3% nửa cuối 2009). Số đông các doanh nghiệp được hỏi (62%) cho biết nguyên nhân chính là do tình hình tài chính của các nhà cung cấp đã được cải thiện.

Về các biện pháp doanh nghiệp sử dụng để bảo vệ mình khỏi các rủi ro về thanh toán, các DN XNK tại 17 thị trường được khảo sát có khuynh hướng giữ thế chủ động hơn trong quan hệ với bên mua bằng cách siết chặt hơn các điều khoản thanh toán, chấp nhận các đơn hàng nhỏ hơn để giảm thiểu rủi ro cho mỗi giao dịch hay thậm chí hạn chế kinh doanh với vài đối tác nhất định. Số lượng doanh nghiệp Việt Nam chọn phương pháp chấp nhận các đơn hàng nhỏ hơn để giảm thiểu rủi ro cho mỗi giao dịch tăng cao hơn so với kết quả khảo sát nửa cuối năm 2009. Sử dụng bảo hiểm tín dụng xuất khẩu (17% so với 6% nửa cuối năm 2009) và tài trợ thương mại của các ngân hàng (24% so với 12% trong nửa cuối năm 2009) là những giải pháp được các DN XNK chọn sử dụng nhiều hơn để bảo vệ họ khỏi rủi ro không thanh toán từ phía người mua bên cạnh giải pháp “áp dụng các điều kiện thanh toán linh hoạt” (41%).

Nhu cầu tài trợ thương mại

Tự tin hơn về khối lượng giao thương và có cái nhìn lạc quan hơn về các mức độ rủi ro liên quan đến người mua và nhà cung cấp, số lượng DN XNK Việt Nam cho rằng nhu cầu tài trợ thương mại của họ sẽ tăng đã đạt đến 74% so với con số 66% trong cuộc khảo sát nửa cuối năm 2009. Xét về nhu cầu tài trợ thương mại thì các DN XNK Việt Nam đứng đầu trong cả 17 thị trường được khảo sát, theo sau là Ấn Độ (60%) và Trung Đông (51%). Dù ghi được chỉ số cao hơn so với cuộc khảo sát trước đây nhưng

Doanh nghiệp XNK Việt Nam kỳ vọng vào phát triển giao thương với Trung Quốc mở rộng và Đông Nam Á trong 6 tháng tới./4

Úc vẫn là nước có số lượng thấp nhất (19%) các doanh nghiệp được hỏi cho rằng nhu cầu tài trợ thương mại của họ sẽ tăng.

Tác động của ngoại hối lên kinh doanh

Một trong những điểm nổi bật của đợt khảo sát lần này là sự sụt giảm đáng kể về số lượng các DN XNK (51% so với 80% nửa cuối 2009) cho rằng tỉ giá ngoại hối sẽ có tác động tiêu cực lên hoạt động kinh doanh của họ và có nhiều DN XNK hơn (29% so với 17% nửa cuối 2009) cho rằng tỉ giá ngoại hối sẽ có tác động tích cực lên hoạt động kinh doanh của họ. Ngày càng có nhiều DN XNK tin rằng các chính sách của nhà nước về xuất nhập khẩu sẽ có tác động tích cực lên khả năng tăng trưởng kinh doanh của họ (28% so với 9% nửa cuối 2009).

Dù có sự sụt giảm lớn trong tỉ lệ phần trăm (từ 81% ở nửa cuối 2009 xuống còn 48% nửa đầu 2010) nhưng biến động tỉ giá ngoại hối vẫn bị đa số các doanh nghiệp cho là rào cản cho sự phát triển kinh doanh, theo sau là chi phí cho các dịch vụ thiết yếu như vận chuyển, giao nhận, lưu kho (40%), chính sách về thương mại của nhà nước (40%), lãi suất leo thang (38%).

Những thị trường triển vọng nhất cho giao thương phát triển

Doanh nghiệp XNK Việt Nam vẫn nhận định Trung Quốc mở rộng* là thị trường quan trọng nhất khi số đông các nhà xuất khẩu và nhập khẩu của Việt Nam (52%) vẫn đang hoạt động giao thương với Trung Quốc mở rộng*, tiếp theo sau là các thị trường tại các nước Đông Nam Á (33%) và phần còn lại của Châu Á (28%).

Tuy nhiên số lượng doanh nghiệp vẫn đang giao thương với Trung Quốc mở rộng đã giảm (52% so với 64% nửa cuối 2009) và Đông Nam Á đã qua mặt thị trường các nước Châu Á khác trở thành thị trường XNK lớn thứ hai đối với các doanh nghiệp Việt Nam.

Trong phân xếp hạng các thị trường nhiều triển vọng nhất về giao thương trong vòng 6 tháng tới, ngày càng nhiều doanh nghiệp Việt Nam nhìn nhận thị trường Đông Nam Á là thị trường nhiều triển vọng (tăng từ 14% nửa cuối 2009 lên 19% nửa đầu 2010), trong khi con số này dành cho thị trường Trung Quốc mở rộng lại giảm 9% so với kết quả lần khảo sát trước, từ 36% nửa cuối 2009 còn 27% nửa đầu 2010.

Doanh nghiệp XNK Việt Nam kỳ vọng vào phát triển giao thương với Trung Quốc mở rộng và Đông Nam Á trong 6 tháng tới./5

Bà Đỗ Thụy Như Thủy, Giám đốc Trung tâm Thanh Toán Quốc Tế và Tài trợ chuỗi cung ứng, ngân hàng TNHH một thành viên HSBC (Việt Nam) nhận định: “Kết quả khảo sát lần này phản ánh rất rõ những thay đổi trên thị trường trong vòng 6 tháng qua cũng như sự nhận định lạc quan cho nền kinh tế Việt Nam trong 6 tháng tới. Ngày càng có nhiều DN XNK Việt Nam kỳ vọng khối lượng giao thương tăng, hoạt động thương mại sôi động hơn và nhu cầu tài trợ thương mại sẽ tiếp tục tăng khi Việt Nam và các nước Châu Á đã hồi phục khá mạnh mẽ. Chúng tôi vui mừng khi nhận thấy lần đầu tiên trong 3 cuộc khảo sát đã được thực hiện, các DN XNK Việt Nam đã bớt quan ngại về tác động tiêu cực của tỉ giá ngoại hối dù họ vẫn xem đây là một trong những thách thức lớn nhất cho phát triển kinh doanh. Điều này cho thấy họ liên tục theo dõi tình hình tỉ giá và xem đây là một trong những yếu tố rủi ro phải được quản lý để phát triển thành công hơn là chỉ lo sợ, quan ngại nó là rào cản cho sự phát triển của họ. Là ngân hàng toàn cầu, am hiểu địa phương với hơn 140 năm kinh nghiệm hoạt động tại hơn 88 quốc gia và lãnh thổ, HSBC là một trong số rất ít các ngân hàng có thể cung cấp các giải pháp tài chính hiệu quả để hỗ trợ khách hàng quản trị và giảm thiểu các rủi ro phức tạp trong kinh doanh.”

ends/more

Ghi chú cho Ban Biên tập:

Thông tin thêm về cuộc khảo sát:

Thị trường Trung Quốc mở rộng* trong định nghĩa của HSBC bao gồm đặc khu kinh tế Hồng Kông, Macao, Đài Loan và Trung Hoa đại lục
Vui lòng xem kết quả khảo sát đính kèm để biết thêm thông tin chi tiết
Cuộc khảo sát được thực hiện bởi công ty nghiên cứu TNS vào tháng 2 và tháng 3 năm 2010

Trung tâm Thanh toán quốc tế và Tài trợ Chuỗi cung ứng ngân hàng HSBC

Trung tâm Thanh toán quốc tế và Tài trợ Chuỗi cung ứng ngân hàng HSBC là một trong những tổ chức dịch vụ Thanh toán quốc tế và Tài trợ Chuỗi cung ứng lớn nhất trên thế giới. Đội ngũ chuyên gia Thanh toán quốc tế và Tài trợ Chuỗi cung ứng của chúng tôi đã đạt được nhiều giải thưởng uy tín với 140 năm kinh nghiệm hoạt động tài trợ thương mại xuất nhập khẩu quốc tế. Kết hợp hài hòa giữa sự am hiểu địa phương, được hỗ trợ bởi kỹ thuật ngân hàng hiện đại, tiên tiến và mạng lưới rộng lớn cung cấp dịch vụ Thanh toán quốc tế và Tài trợ Chuỗi cung ứng trên 60 quốc gia và vùng lãnh thổ đã làm nên thế mạnh riêng của HSBC.

HSBC tại Việt Nam

Ngân hàng HSBC có mặt tại Việt Nam từ 140 năm nay kể từ khi Ngân hàng mở văn phòng đầu tiên tại Sài Gòn (nay là Tp. Hồ Chí Minh) vào năm 1870. Ngân hàng TNHH một thành viên HSBC (Việt Nam) được chính thức đưa vào hoạt động ngày 01 tháng 01 năm 2009 với trụ sở chính đặt tại Tp. Hồ Chí Minh. Hiện tại, mạng lưới hoạt động của ngân hàng bao gồm một chi nhánh và bốn phòng giao dịch tại Tp. Hồ Chí Minh, một chi nhánh và ba phòng giao dịch tại Hà Nội, một chi nhánh tại Bình Dương. HSBC hiện là ngân hàng nước ngoài lớn nhất tại Việt Nam xét về vốn đầu tư, mạng lưới hoạt động, sản phẩm, số lượng nhân viên và khách hàng.

HSBC Holdings plc

This news release is issued by

HSBC Bank (Vietnam) Ltd

*HSBC Bank (Vietnam) Ltd
The Metropolitan, 235 Dong Khoi, Dist.1, HCMC
Tel: 84-8-3829 2288 Fax: 84-8-3823 0530*

Doanh nghiệp XNK Việt Nam kỳ vọng vào phát triển giao thương với Trung Quốc mở rộng và Đông Nam Á trong 6 tháng tới./6

HSBC Holdings plc, công ty mẹ của tập đoàn HSBC, có trụ sở đặt tại Luân Đôn. Tập đoàn phục vụ khách hàng toàn cầu với khoảng 8.000 văn phòng và chi nhánh tại 88 quốc gia và vùng lãnh thổ tại châu Âu, khu vực châu Á- Thái Bình Dương, châu Mỹ, Trung Đông và châu Phi. Với tài sản trị giá 2.364 tỷ đô la Mỹ tính đến ngày 31 tháng 12 năm 2009, HSBC là một trong những tổ chức dịch vụ tài chính và ngân hàng lớn nhất thế giới. HSBC định vị thương hiệu của mình thông qua thông điệp “Ngân hàng toàn cầu am hiểu địa phương”.

ends/all