

EuroCham

Chỉ số niềm tin Kinh doanh

Quý III, 2024

Decision Lab



ABN.ASIA.ORG

Nội dung

Giới thiệu	03
------------	----



BCI, kinh tế vĩ mô và triển vọng kinh doanh	05
---	----



Việt Nam với vai trò là điểm đến đầu tư	10
---	----



Cơ chế mua bán điện trực tiếp DPPA	15
------------------------------------	----



Thời sự	19
---------	----



Phương pháp nghiên cứu	23
------------------------	----

Giới thiệu

Chỉ số Niềm tin Kinh doanh (tiếng Anh: Business Confidence Index – BCI) là thước đo tâm lý kinh doanh của các công ty Châu Âu đang hoạt động tại Việt Nam. Nhờ sự tham gia tích cực của các thành viên Hiệp hội Doanh nghiệp châu Âu tại Việt Nam (EuroCham) từ năm 2011. BCI được giới hoạch định chính sách, truyền thông và chuyên gia kinh doanh trong nước tin tưởng và theo dõi sát sao.

BCI cung cấp bức tranh toàn cảnh về nhận định của cộng đồng các doanh nghiệp châu Âu và liên quan đến châu Âu đang hoạt động tại Việt Nam về hiện trạng và xu hướng phát triển của môi trường kinh doanh tại Việt Nam.

Kể từ Quý 2 năm 2018, khảo sát BCI hàng quý đã được thực hiện bởi Decision Lab, một đơn vị nghiên cứu thị trường có trụ sở tại Việt Nam với sứ mệnh cung cấp nghiên cứu thị trường linh hoạt, kết nối và tập trung vào việc hỗ trợ đưa ra quyết định. Decision Lab là đối tác độc quyền của YouGov tại Việt Nam. Chúng tôi giúp đỡ khách hàng bằng cách cung cấp các cơ sở tốt nhất để có thể đưa ra quyết định. Chuỗi giá trị của chúng tôi là bao gồm một cộng đồng trực tuyến có tính tương tác cao, công nghệ phân tích mạnh mẽ, cung cấp các sản phẩm dữ liệu tổng hợp, hiểu biết sâu sắc của chuyên gia và sự hiện diện của các phương tiện truyền thông có thẩm quyền.

Với tư cách là bên thứ ba thực hiện cuộc khảo sát và báo cáo này cho EuroCham Việt Nam, Decision Lab đảm bảo tính ẩn danh và bảo mật cho tất cả những người tham gia khảo sát bằng cách chỉ cung cấp dữ liệu tổng hợp và ẩn danh cho EuroCham.

Chúng tôi không chỉ thu thập dữ liệu, chúng tôi kết nối dữ liệu.
Đọc thêm về các dịch vụ của chúng tôi tại www.decisionlab.co

Về EuroCham Việt Nam

Thành lập năm 1998, Hiệp hội Doanh nghiệp Châu Âu tại Việt Nam (EuroCham) là tiếng nói hàng đầu của cộng đồng doanh nghiệp châu Âu tại Việt Nam. Với văn phòng tại cả Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh, EuroCham đại diện cho nhiều loại hình doanh nghiệp khác nhau, từ doanh nghiệp vừa và nhỏ đến các tập đoàn đa quốc gia. EuroCham đóng vai trò chủ chốt trong việc định hình các cuộc thảo luận về chính sách, thúc đẩy thương mại và đầu tư, đồng thời củng cố quan hệ kinh tế giữa châu Âu và Việt Nam, đặc biệt trong khuôn khổ Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam – EU (EVFTA).

Là một trong những hiệp hội thương mại nước ngoài lớn nhất tại Việt Nam với hơn 1.400 công ty thành viên, EuroCham hoạt động như một “hiệp hội của các hiệp hội”, bao gồm chín Hiệp hội Doanh nghiệp Quốc gia Châu Âu:

- Hiệp hội Doanh nghiệp Bỉ-Luxembourg tại Việt Nam (Beluxcham)
- Hiệp hội Doanh nghiệp Trung và Đông Âu tại Việt Nam (CEEC)
- Hiệp hội Thương mại và Công nghiệp Bồ Đào Nha – Việt Nam (CCIPV)
- Hiệp hội Doanh nghiệp Hà Lan tại Việt Nam (DBAV)
- Phòng Thương mại và Công nghiệp Pháp Việt Nam (CCIFV)
- Hiệp hội Doanh nghiệp Đức (GBA)
- Phòng Thương mại Italia tại Việt Nam (ICHAM)
- Hiệp hội Doanh nghiệp các nước Bắc Âu tại Việt Nam (Nordcham)
- Hiệp hội Doanh nghiệp Tây Ban Nha tại Việt Nam (SCCV)

Sức ảnh hưởng của EuroCham được củng cố bởi mạng lưới rộng lớn gồm 20 Tiểu ban Ngành chuyên môn. Các tiểu ban này cung cấp những phân tích chuyên sâu, định hướng các đề xuất chính sách và thúc đẩy đối thoại theo từng ngành cụ thể. Điều này đảm bảo rằng những quan điểm đa dạng của các thành viên được lắng nghe và phản ánh trong chương trình nghị sự liên ngành của EuroCham.

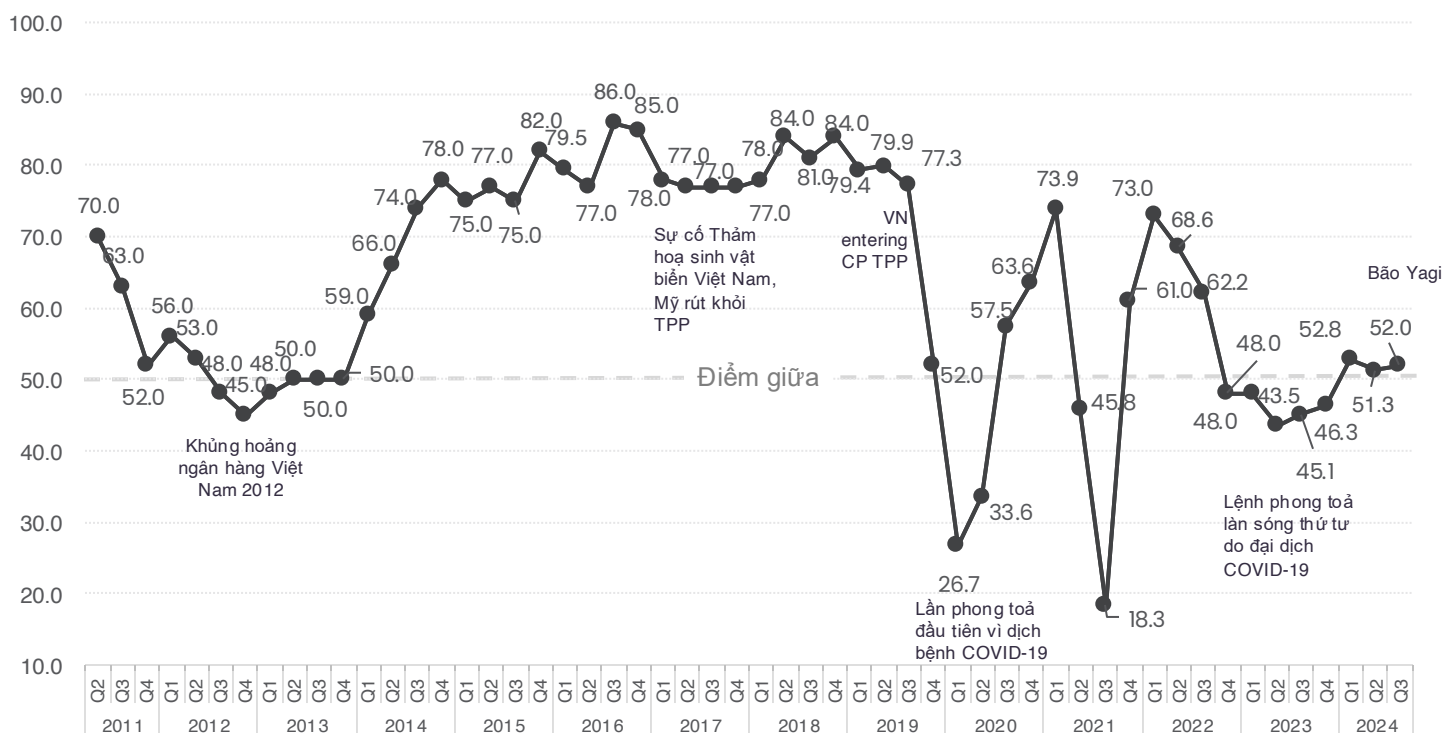
01 |

BCI, kinh tế vĩ mô và triển vọng kinh doanh

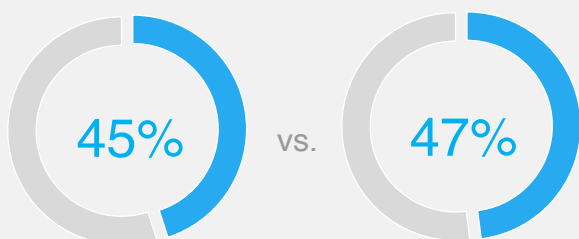


Doanh nghiệp châu Âu vẫn giữ góc nhìn lạc quan trước những ảnh hưởng của cơn bão Yagi, nâng Chỉ số Niềm tin Kinh doanh (BCI) lên 52,0

Sự tăng nhẹ của Chỉ số Niềm tin Kinh doanh (BCI) cho thấy tâm lý lạc quan nhưng thận trọng vẫn đang tồn tại trong cộng đồng doanh nghiệp. Động lực này, kết hợp với sự gia tăng đáng kể của GDP trong nửa đầu năm 2024, báo hiệu một sự phục hồi sớm của thị trường, dù còn khá mong manh.



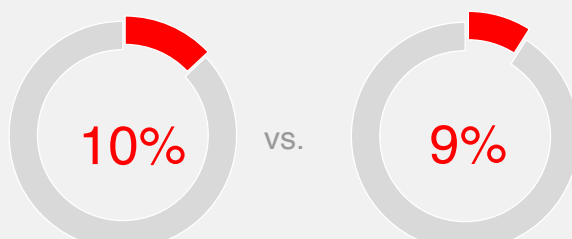
“Nền kinh tế có nhiều khả năng sẽ ổn định và cải thiện trong quý tới”



Quý II năm 2024

Quý III năm 2024

“Nền kinh tế có nhiều khả năng sẽ xấu đi trong quý tới”



Quý II năm 2024

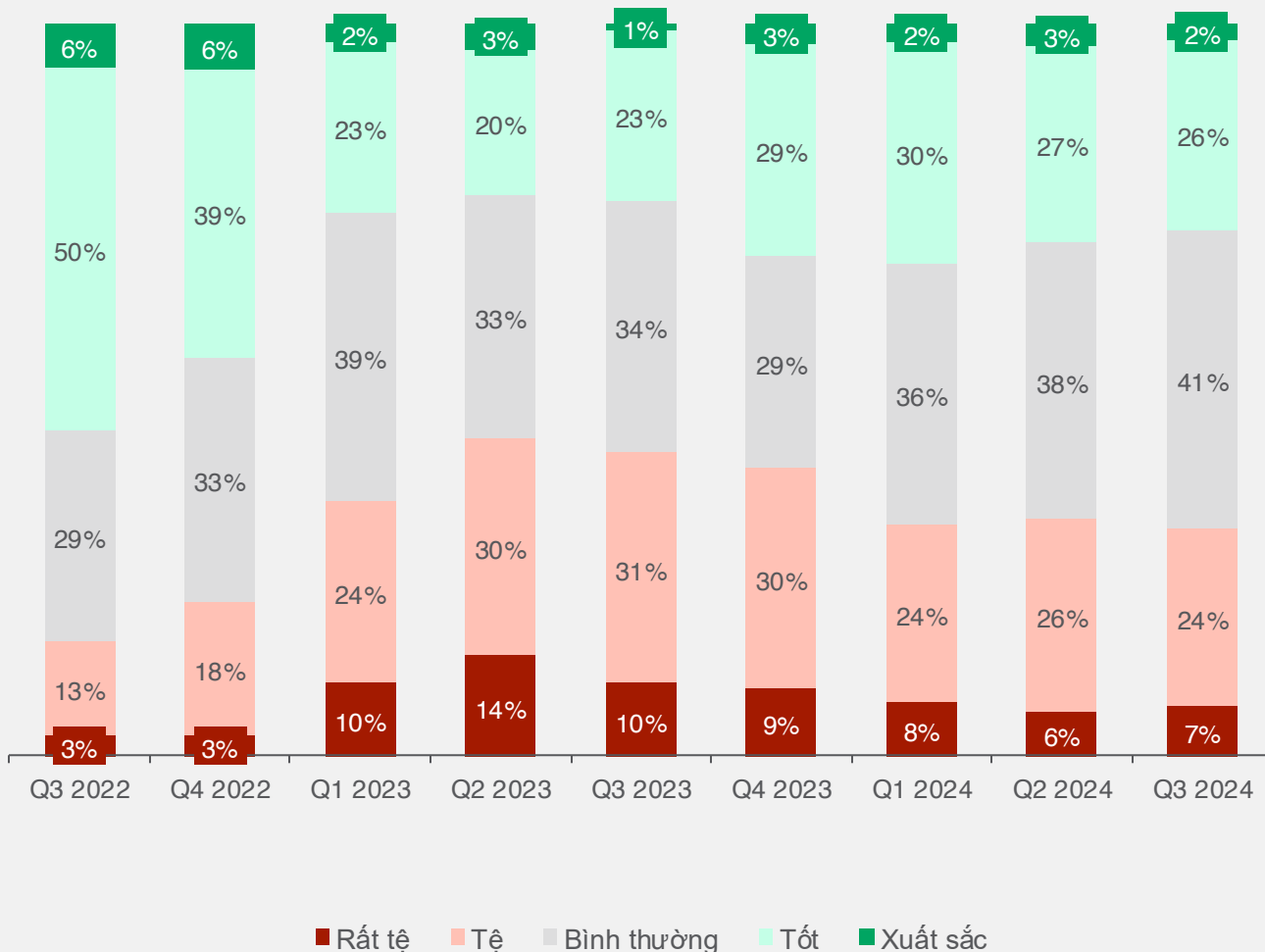
Quý III năm 2024

Nhiều doanh nghiệp tin rằng nền kinh tế Việt Nam sẽ ổn định và cải thiện trong quý tới (+2 điểm phần trăm), trong khi số doanh nghiệp kỳ vọng nền kinh tế sẽ suy yếu trong giai đoạn này giảm (-1 điểm phần trăm).

Đánh giá của doanh nghiệp về tình hình kinh tế dần trở nên trung lập hơn kể từ Quý I năm 2024

Tình trạng trì trệ tiếp tục trong Quý III đã khiến các doanh nghiệp thận trọng hơn trong nhận định của mình. Cả triển vọng tích cực (-2 điểm phần trăm) và tiêu cực (-1 điểm phần trăm) đều giảm, góp phần hình thành kỳ vọng trung lập hơn (+3 điểm phần trăm) về hiệu suất kinh doanh trong Quý tới.

Đánh giá tình trạng doanh nghiệp hiện tại từ Q3 2022 đến Q1 2024



Câu hỏi: Ông/Bà đánh giá thế nào về tình hình kinh doanh hiện tại của Quý Doanh nghiệp trong Quý III năm 2024?

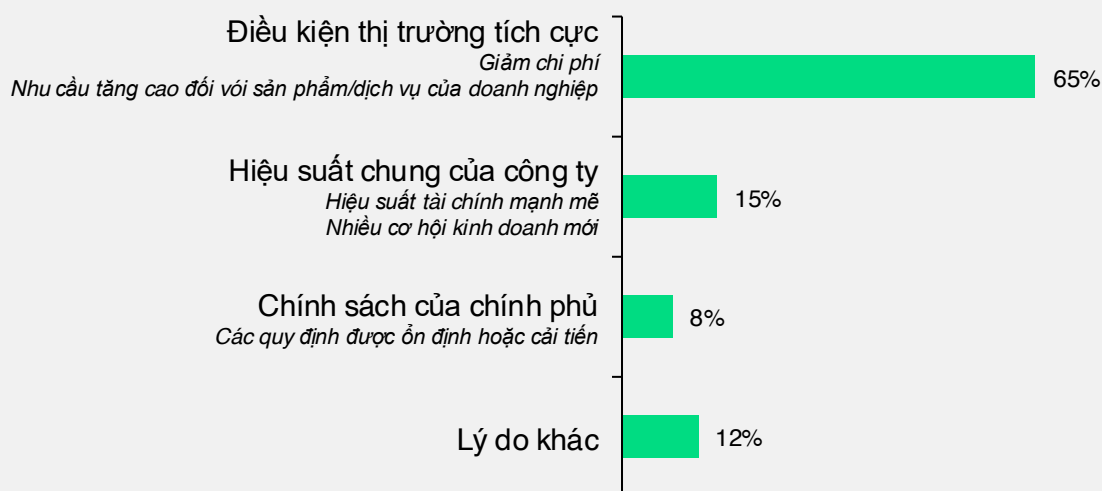
n = 228

Mặc dù yếu tố dẫn đến đánh giá tích cực vẫn không thay đổi, đã xuất hiện những lo ngại mới kể từ quý trước

Một số doanh nghiệp cho rằng siêu bão Yagi là nguyên nhân chính cho những đánh giá tiêu cực trong Quý III năm 2024. Tuy nhiên, tác động của bão lên tâm lý kinh doanh lại thấp hơn dự kiến, với hầu hết những lo ngại vẫn tập trung vào các thách thức địa chính trị và khó khăn trong việc vận hành.

Lý do đánh giá tích cực

(mẫu: người trả lời “Tốt” hoặc “Xuất sắc” trong các câu hỏi mở)

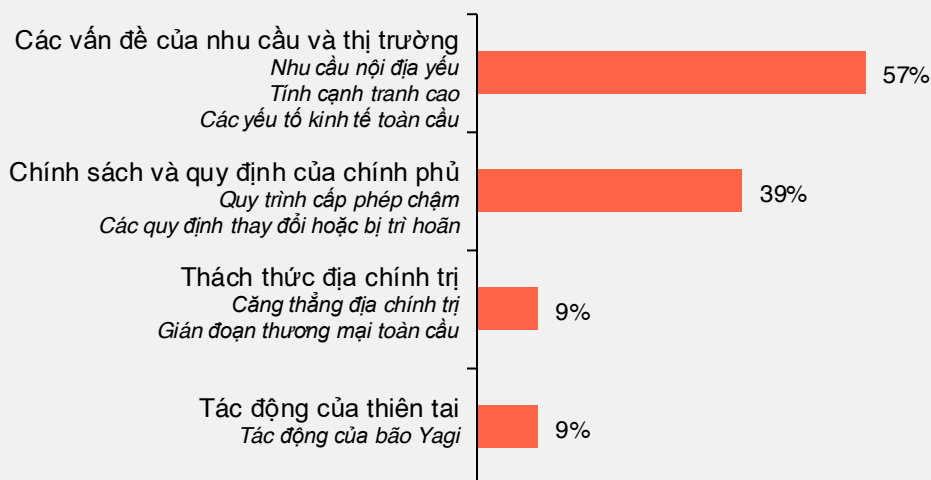


Câu hỏi: Ông/Bà có thể chia sẻ những yếu tố hoặc sự kiện nào đã ảnh hưởng đến nhận định của Ông/Bà hay không?

n = 26

Lý do đánh giá tiêu cực

(mẫu: người trả lời “Tệ” hoặc “Rất tệ” trong các câu hỏi mở)



Câu hỏi: Ông/Bà có thể chia sẻ những yếu tố hoặc sự kiện nào đã ảnh hưởng đến nhận định của Ông/Bà hay không?

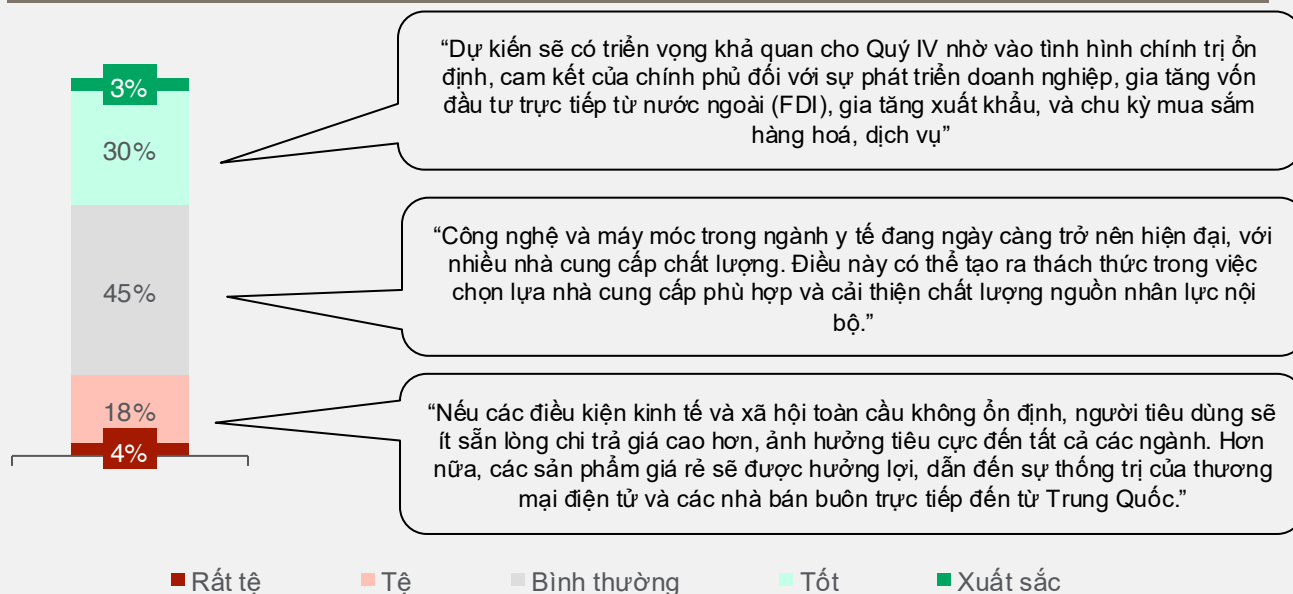
n = 46

(*) Vì một số câu trả lời đề cập đến nhiều yếu tố nên tổng tỷ trọng có thể lớn hơn 100%

Mặc dù các doanh nghiệp vẫn thận trọng, với 45% số người được hỏi có quan điểm trung lập, nhưng đã có sự gia tăng trong triển vọng tích cực

Dù các yếu tố nội địa cho thấy tín hiệu khả quan, nhiều doanh nghiệp vẫn lo ngại về những căng thẳng và bất ổn toàn cầu, điều có thể gây tác động tiêu cực lên nhiều ngành công nghiệp.

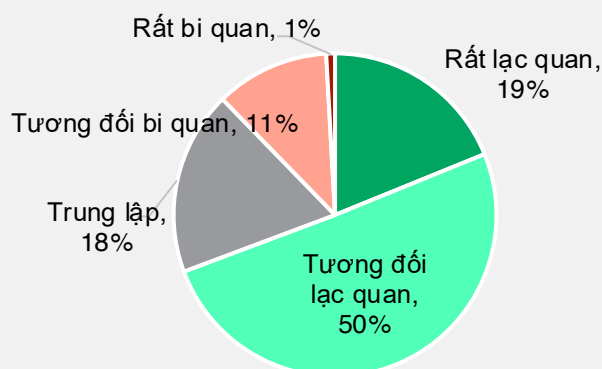
Triển vọng kinh doanh Quý IV năm 2024



Câu hỏi: Ông/Bà cảm thấy thế nào về triển vọng kinh doanh của doanh nghiệp mình trong Quý IV năm 2024?

n = 228

Triển vọng 5 năm tới



Câu hỏi: Xét trong bối cảnh kinh tế và môi trường kinh doanh hiện tại, công ty của Ông/Bà lạc quan như thế nào về triển vọng tại Việt Nam trong 5 năm tới?

n = 228

Triển vọng 5 năm tới cũng ghi nhận một mức tăng nhẹ về mức độ lạc quan của các doanh nghiệp

02 |

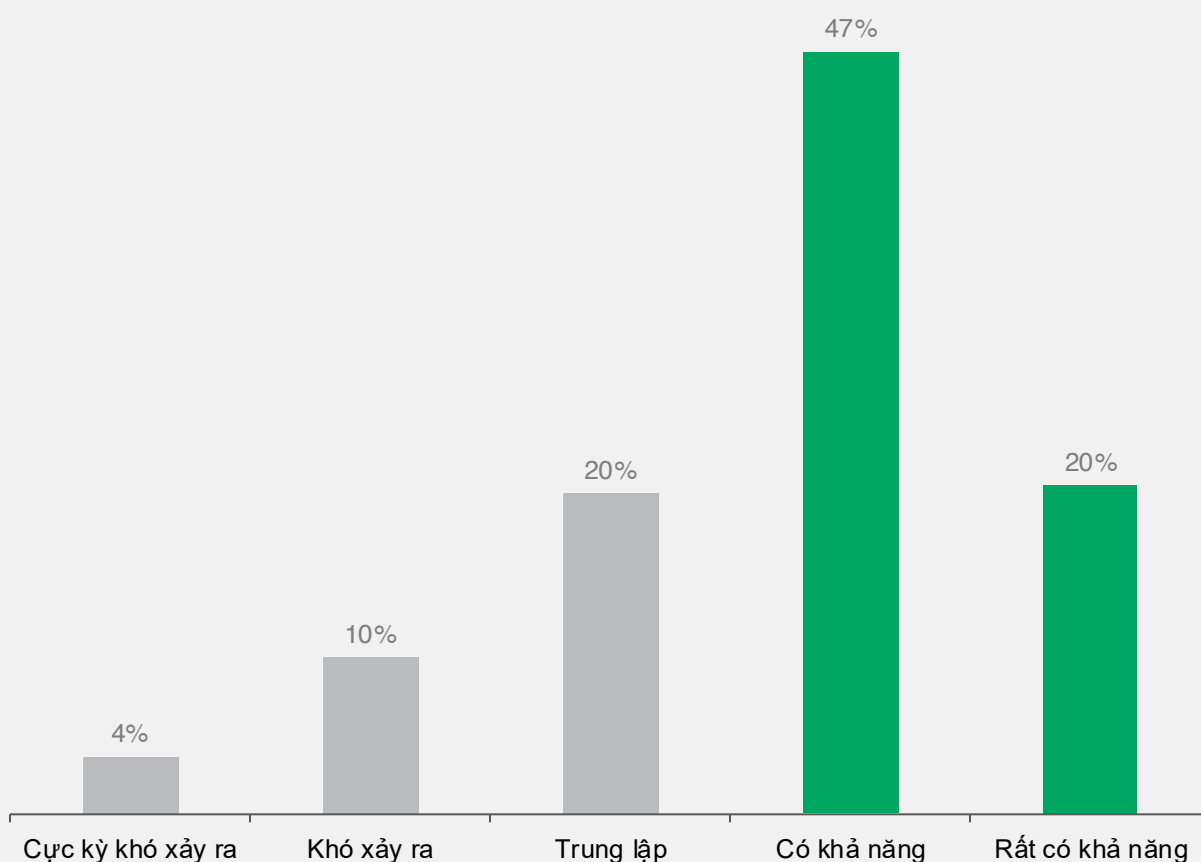
Việt Nam với vai trò là điểm đến đầu tư



Sự hào hứng của doanh nghiệp đã phần nào tăng lên so với quý trước, giúp Việt Nam khẳng định vị thế là một điểm đến đầu tư hấp dẫn

Gần 70% lãnh đạo doanh nghiệp châu Âu tại Việt Nam sẽ giới thiệu quốc gia này như một điểm đến đầu tư lý tưởng. Tâm lý tích cực này tiếp tục củng cố niềm tin của doanh nghiệp vào sự phát triển kinh tế của đất nước, mặc dù phải đối mặt với một năm đầy thách thức.

Khả năng giới thiệu Việt Nam là điểm đến đầu tư



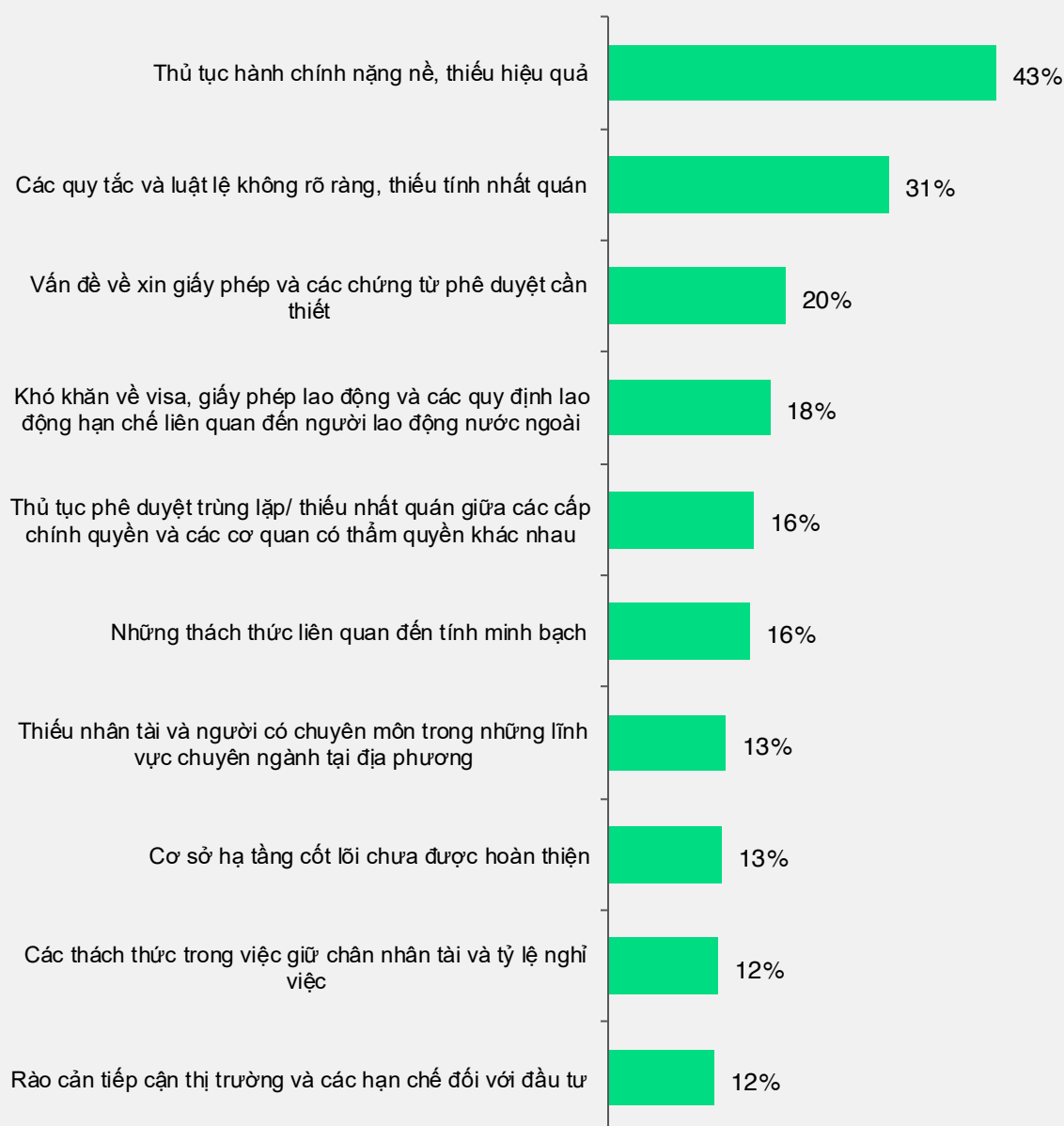
Câu hỏi: Ông/bà có khả năng giới thiệu Việt Nam như một điểm đến đầu tư cho các doanh nghiệp nước ngoài khác đến mức độ nào?

n = 228

Hoạt động kinh doanh đang phải đối mặt với các quy trình hành chính rườm rà cùng những quy định và hướng dẫn không rõ ràng

Các rào cản vận hành gây cản trở đáng kể đến hiệu quả kinh doanh, chủ yếu xoay quanh các khó khăn hành chính, quy trình quản lý không đồng nhất và trùng lặp, cũng như các quy tắc và quy định không rõ ràng. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp còn phải đối mặt với tình trạng thiếu hụt nhân tài và thách thức về cơ sở hạ tầng kém chất lượng.

10 trở ngại hàng đầu trong kinh doanh



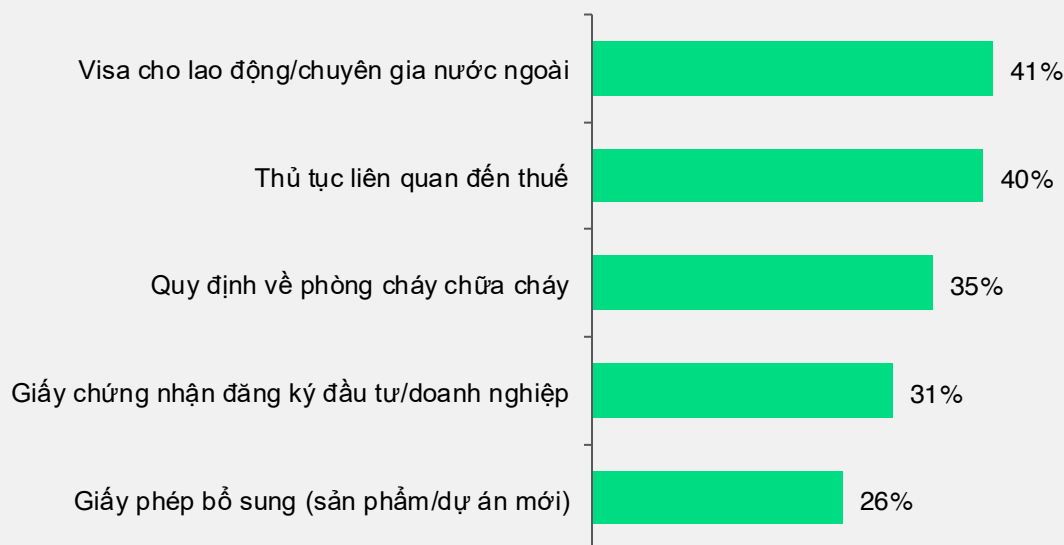
Câu hỏi: Ba trở ngại lớn nhất mà công ty của Ông/Bà gặp phải trong quá trình kinh doanh tại Việt Nam là gì?

n = 228

Thủ tục visa là một vấn đề gây khó khăn cho cả người lao động nước ngoài lẫn các doanh nghiệp

Bên cạnh việc xin visa cho các chuyên gia nước ngoài, các thủ tục liên quan đến thuế và các quy định về phòng cháy chữa cháy gần đây cũng đã gia tăng gánh nặng hành chính mà các công ty phải đối mặt.

5 thủ tục hành chính thiếu hiệu quả và còn nhiều thách thức

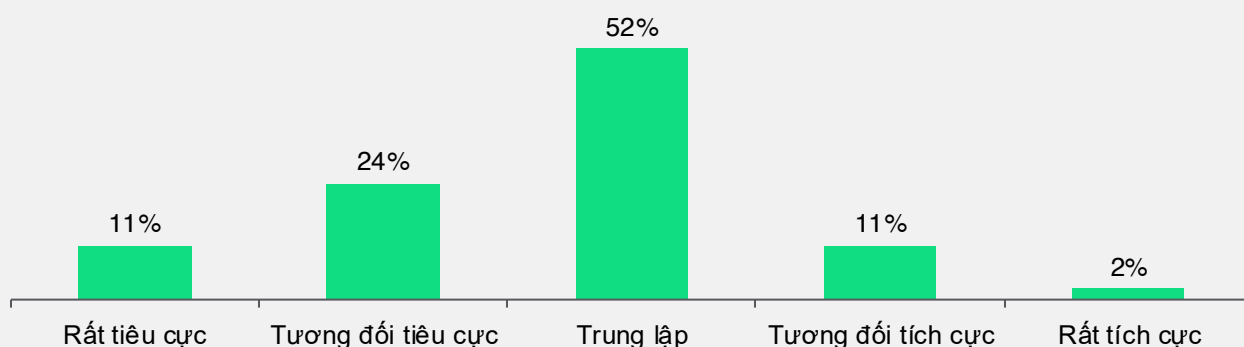


Câu hỏi: Ông/Bà đã gặp gánh nặng hành chính và thiếu hiệu quả trong những thủ tục nào?

n = 98

Khoảng một phần ba (35%) số người được hỏi cho biết đã có trải nghiệm không tích cực với thủ tục visa.

Trải nghiệm với thủ tục visa



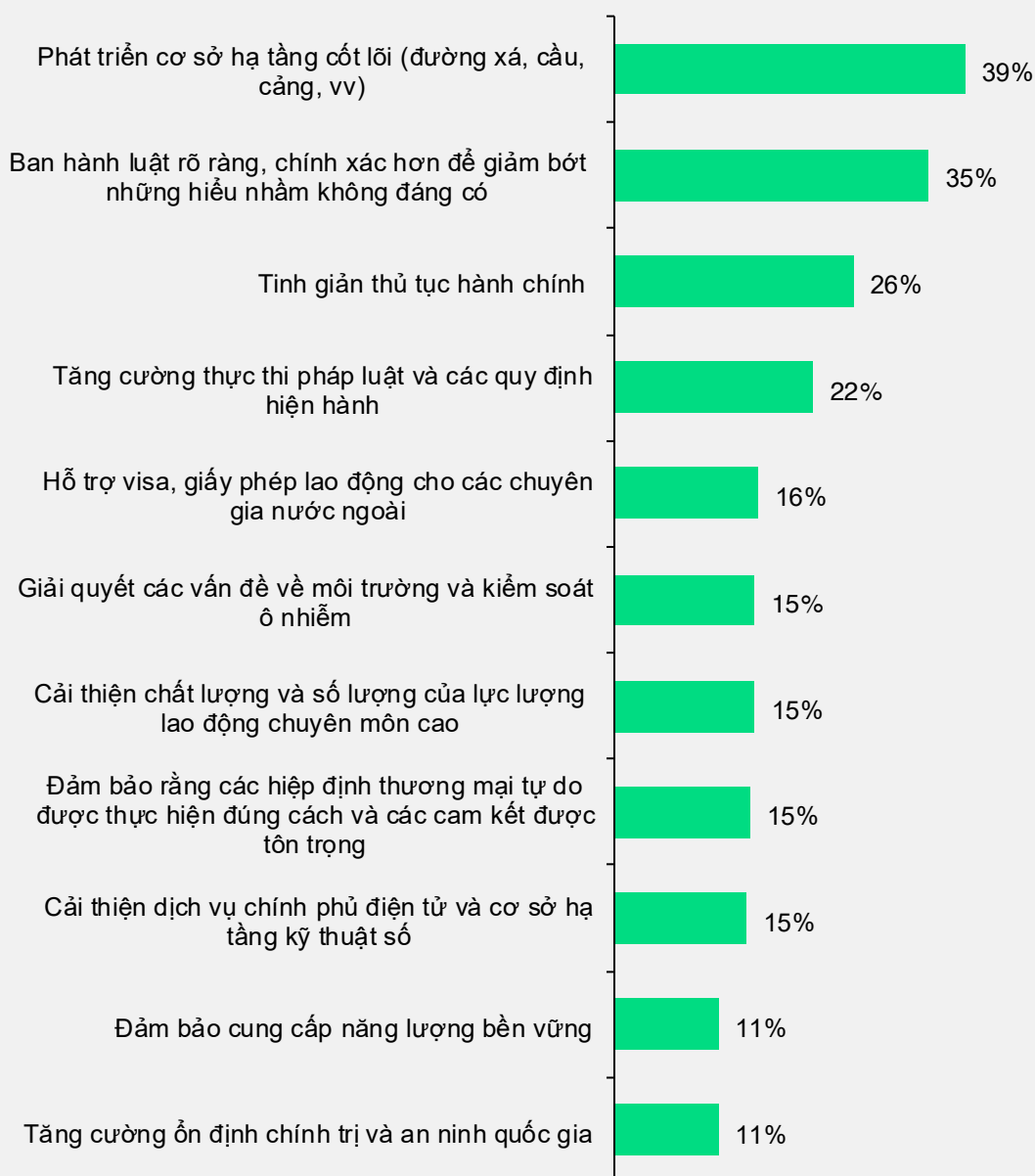
Câu hỏi: Ông/Bà sẽ đánh giá trải nghiệm tổng thể của công ty mình với thủ tục visa tại Việt Nam như thế nào?

n = 228

Cần cải thiện nhiều yếu tố khác nhau để thu hút vốn đầu tư trực tiếp từ nước ngoài (FDI) hiệu quả hơn và đảm bảo cam kết của doanh nghiệp

Các đáp viên cho rằng cần chú trọng cải thiện cơ sở hạ tầng cốt lõi, tăng cường tính rõ ràng và chính xác trong các quy định pháp lý, cũng như nâng cao tính hành chính và hiệu quả thực thi pháp luật.

Những yếu tố cải thiện khả năng thu hút vốn đầu tư nước ngoài (FDI)



Câu hỏi: Điều gì quan trọng nhất để Việt Nam nâng cao khả năng thu hút FDI?

n = 228

03 | Cơ chế mua bán điện trực tiếp DPPA



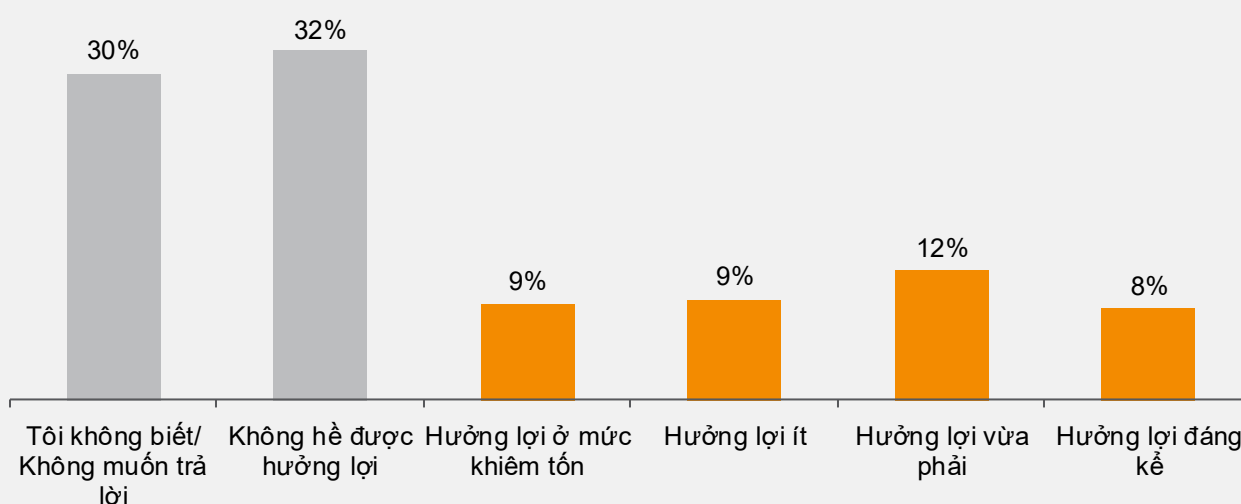
DPPA và những tác động tích cực đang trên đà gia tăng: Gần 40% doanh nghiệp đã hoặc đang mong đợi được hưởng lợi từ thỏa thuận này với nhiều mức độ khác nhau

Nghị định về Thỏa thuận Mua Điện Trực Tiếp (DPPA) cho phép các nhà sản xuất năng lượng tái tạo (REG), bao gồm năng lượng gió, năng lượng mặt trời, thủy điện nhỏ, sinh khối, địa nhiệt, hệ thống sóng biển, cũng như bất kỳ hình thức nhà máy năng lượng tái tạo nào khác, được phép bán điện trực tiếp cho các khách hàng tiêu thụ điện lớn (LEC). Nghị định dự kiến hai cấu trúc mua:

- Đường dây điện tư nhân:** Các nhà sản xuất năng lượng tái tạo (REG) có thể phát triển các đường dây điện độc lập và bán trực tiếp cho các khách hàng tiêu thụ điện lớn (LEC), không phụ thuộc vào lưới điện quốc gia do Tập đoàn Điện lực Việt Nam (EVN) quản lý.
- Lưới điện quốc gia:** Các REG có thể sử dụng lưới điện quốc gia hiện có để bán điện cho LEC thông qua ba thỏa thuận mua điện: 1) REG bán toàn bộ điện sản xuất vào Thị trường Điện lực Bán buôn Việt Nam; 2) LEC ký hợp đồng mua bán điện với một Tổng công ty điện lực thuộc EVN; và 3) REG và LEC ký hợp đồng tương lai để giao dịch điện.

Nguồn: Bộ Công Thương và Tập đoàn Điện lực Việt Nam

Lợi ích từ DPPA



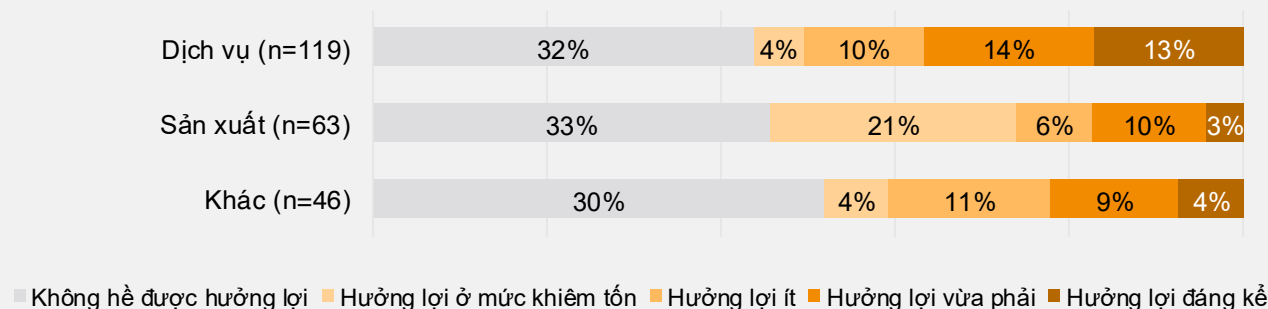
Câu hỏi: Công ty của Ông/Bà đã hoặc dự kiến sẽ hưởng lợi như thế nào từ Thỏa thuận Mua Điện Trực Tiếp (DPPA)?

n = 228

DPPA được cho là sẽ mang lại lợi ích lớn nhất đối với nhóm ngành dịch vụ và các doanh nghiệp quy mô lớn

Khoảng 1 trong 4 nhà cung cấp dịch vụ và các công ty có 100 nhân viên trở lên dự đoán rằng DPPA sẽ mang lại lợi ích cho họ ở mức độ vừa phải hoặc đáng kể.

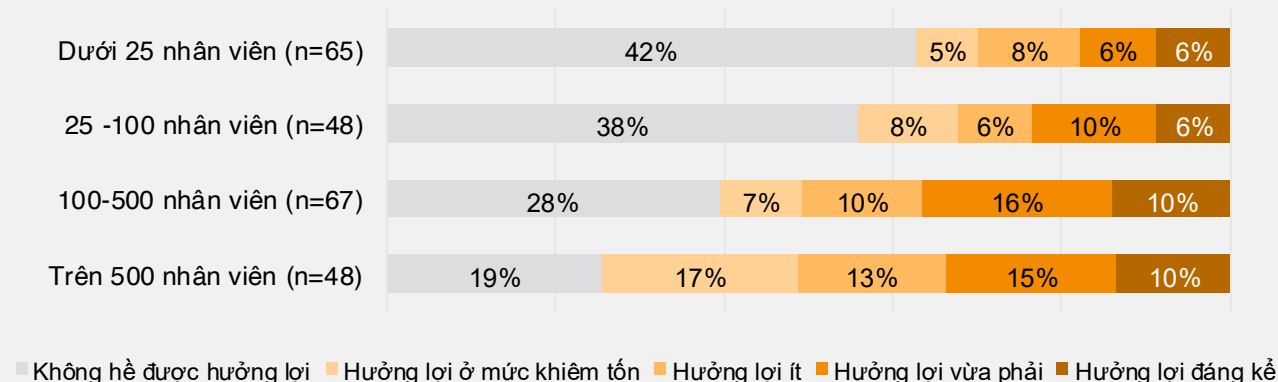
Lợi ích của DPPA theo ngành



Câu hỏi: Công ty của Ông/Bà đã hoặc dự kiến sẽ hưởng lợi như thế nào từ Thỏa thuận Mua Điện Trực Tiếp (DPPA)?

n= 228

Lợi ích của DPPA theo quy mô doanh nghiệp

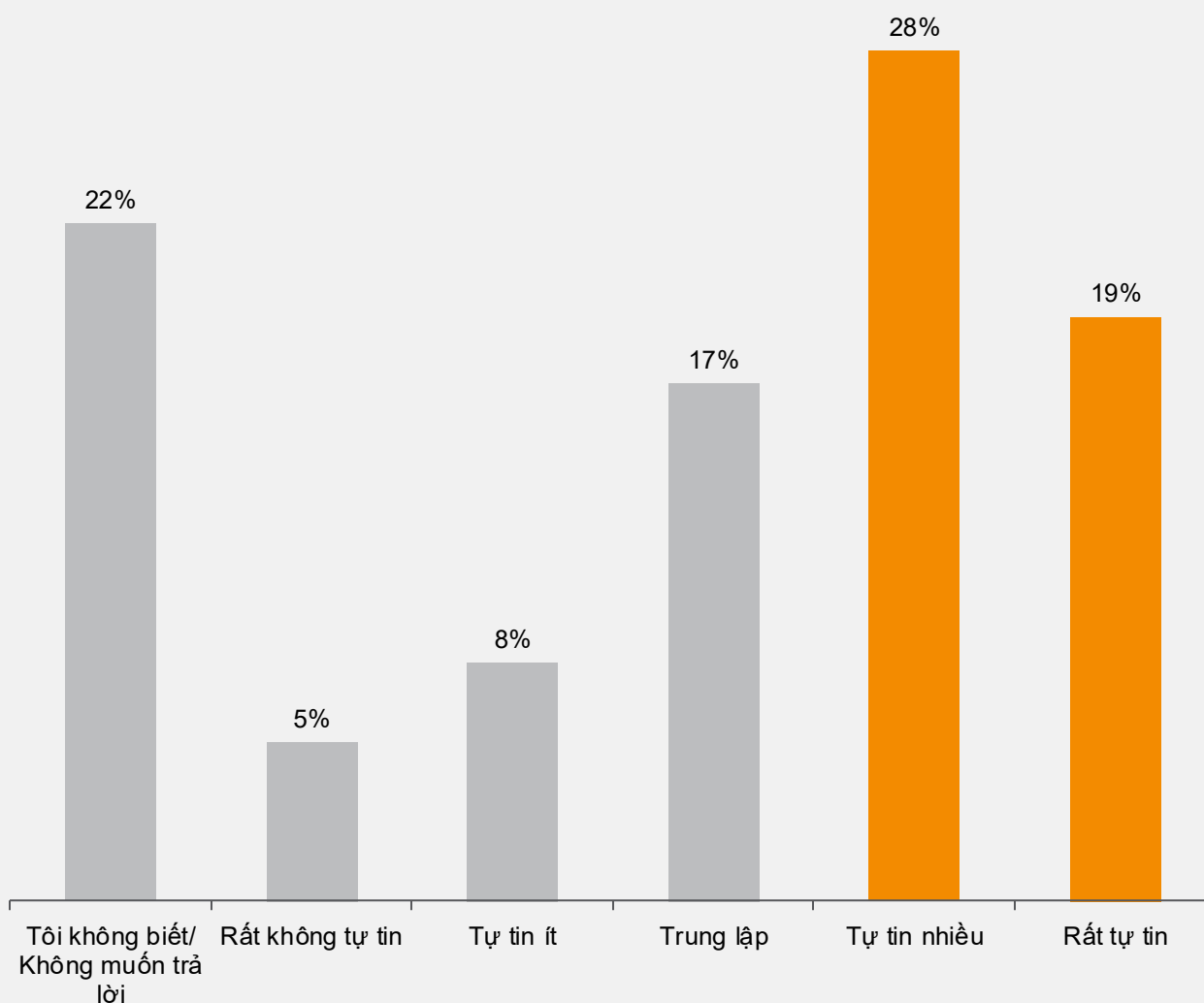


Câu hỏi: Công ty của Ông/Bà đã hoặc dự kiến sẽ hưởng lợi như thế nào từ Thỏa thuận Mua Điện Trực Tiếp (DPPA)?

n= 228

Khoảng một nửa số doanh nghiệp châu Âu tại Việt Nam tự tin về khả năng chuyển đổi hoàn toàn sang năng lượng tái tạo vào năm 2050

Khả năng chuyển đổi sang năng lượng tái tạo vào năm 2050



Câu hỏi: Ông/Bà tự tin đến mức nào về khả năng chuyển đổi sang năng lượng tái tạo của doanh nghiệp mình cho đến năm 2050?

n = 228

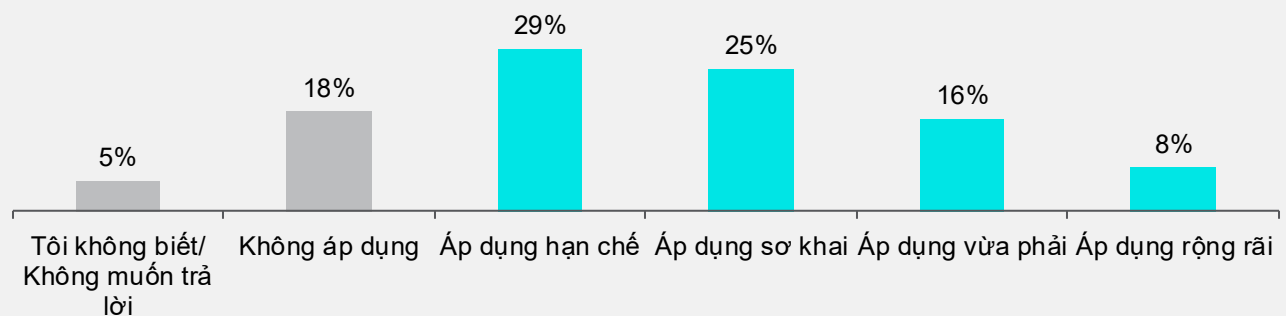
04 | Thời sự



1. Áp dụng Trí tuệ nhân tạo/ Máy học (AI/ML)

Gần 50% các công ty đã áp dụng trí tuệ nhân tạo (AI) và máy học (ML) trong hoạt động vận hành của họ, nhưng phần lớn vẫn đang ở giai đoạn đầu.

Áp dụng Trí tuệ nhân tạo/ Máy học (AI/ML)



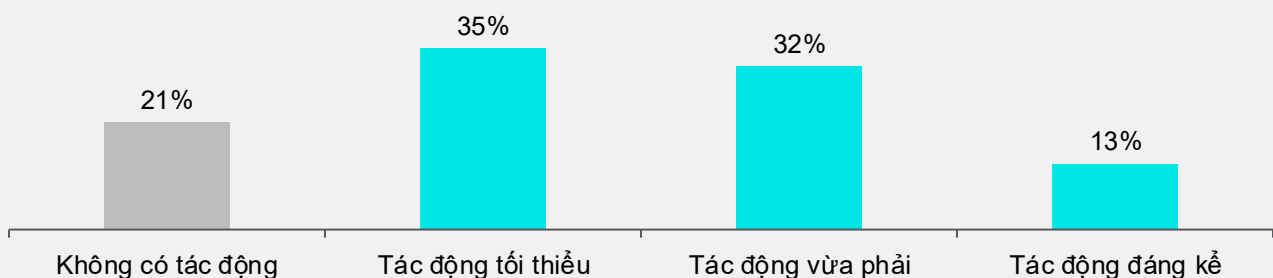
Câu hỏi: Công ty của Ông/Bà đã áp dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo hoặc máy học (AI/ML) (ví dụ: GPT) trong hoạt động của mình ở mức độ nào?

n = 228

2. Tác động của việc giá vé máy bay tăng cao

Hơn 40% cho biết họ đã trở nên chọn lọc hơn trong việc lập kế hoạch cho các chuyến công tác, lựa chọn phương tiện di chuyển thay thế, cũng như giảm bớt hoặc thậm chí hủy bỏ kế hoạch do chi phí cao.

Tác động của giá vé máy bay nội địa tăng cao



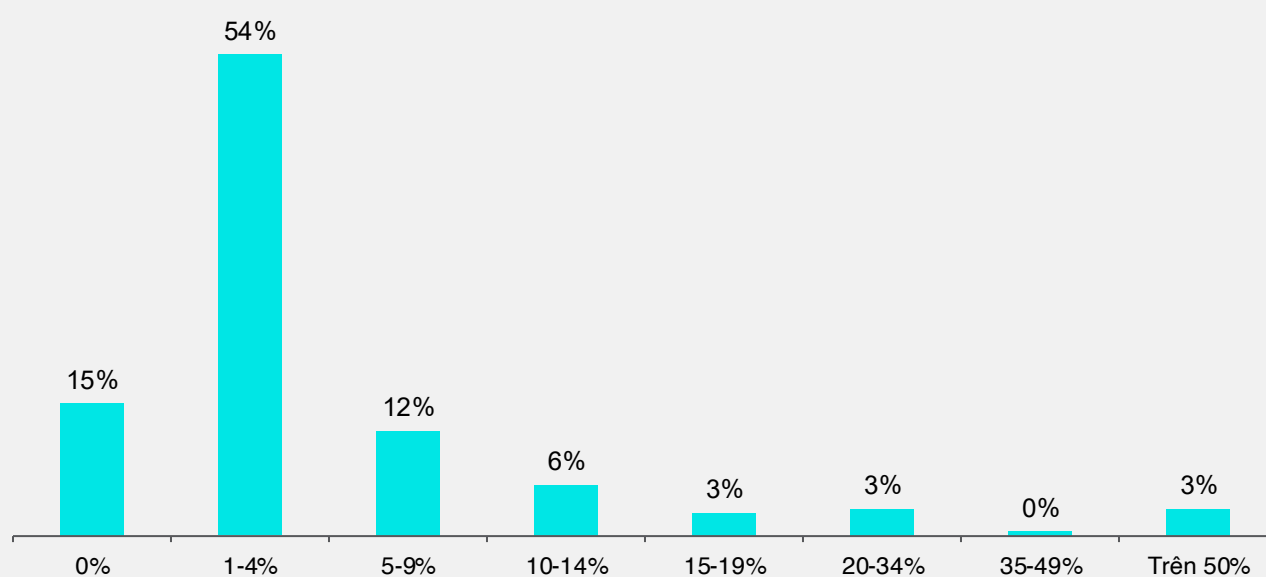
Câu hỏi: Tăng giá vé máy bay nội địa năm nay đã ảnh hưởng đến các chuyến công tác của Ông/Bà tại Việt Nam như thế nào?

n = 228

3. Tuyển dụng lao động nước ngoài

Hai phần ba doanh nghiệp (66%) có từ 1-9% chuyên gia nước ngoài trong đội ngũ lao động của họ, trong khi rất ít doanh nghiệp (6%) có hơn 20% nhân viên không phải người địa phương.

Tỷ lệ lao động/chuyên gia nước ngoài trong công ty



Câu hỏi: Tỷ lệ lao động nước ngoài trong tổ chức của Ông/Bà là bao nhiêu?

n = 228

Rào cản trong việc tuyển dụng lao động địa phương tại Việt Nam:

- Thiếu kỹ năng và/hoặc kinh nghiệm cho công việc
- Nguồn lực đào tạo tốn kém
- Tỷ lệ nghỉ việc cao

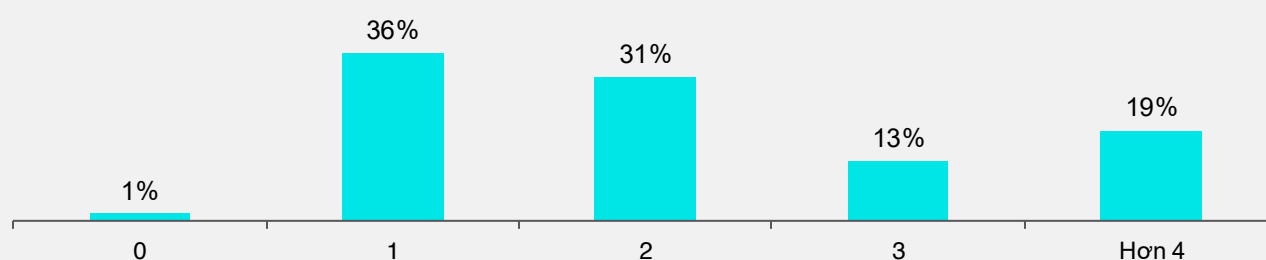
Rào cản trong việc tuyển dụng chuyên gia nước ngoài:

- Khó khăn trong việc xin visa, giấy phép lao động và các quy định lao động hạn chế
- Chi phí cao
- Vấn đề trong việc xin các giấy phép, chứng nhận và phê duyệt cần thiết

4. Kế hoạch mở rộng ở thị trường Việt Nam

Gần 80% các công ty duy trì từ 1-3 văn phòng hoặc đơn vị sản xuất tại Việt Nam. Trong số các doanh nghiệp chia sẻ về kế hoạch mở rộng, hơn một nửa hiện đang có dự định mở rộng hoạt động.

Số lượng văn phòng hoặc nhà máy tại Việt Nam

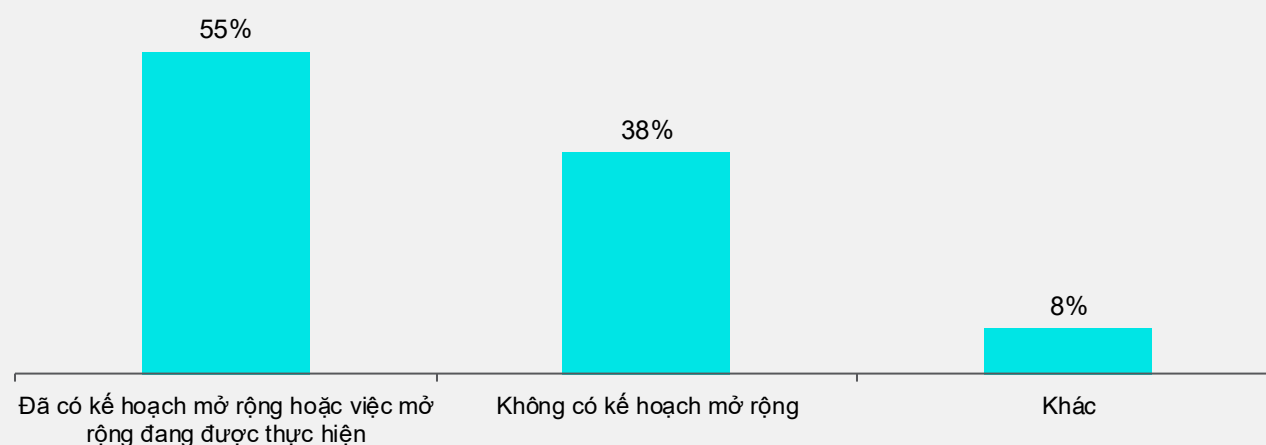


Câu hỏi: Công ty của Ông/Bà có bao nhiêu văn phòng (bao gồm nhưng không giới hạn các văn phòng đại diện hoặc văn phòng hoạt động, showroom, v.v.) hoặc nhà máy tại Việt Nam?

n = 228

Nhiều công ty có kế hoạch thiết lập các cơ sở sản xuất ở miền Bắc và/hoặc mở văn phòng mới tại các thành phố trọng điểm như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng và Cần Thơ.

Kế hoạch mở rộng



Câu hỏi: (Tùy chọn) Ông/Bà có thể chia sẻ bất kỳ kế hoạch nào mà công ty Ông/Bà dự định mở thêm văn phòng hoặc nhà máy mới tại Việt Nam trong tương lai không?

n = 64

05 | Phương pháp luận



Phương pháp luận



Mục đích

Mục đích của cuộc khảo sát này là thu thập ý kiến của các lãnh đạo doanh nghiệp châu Âu về tình hình kinh doanh của họ, phản ánh môi trường kinh doanh tại Việt Nam và giúp xác định bất kỳ thay đổi tiềm ẩn nào trong môi trường kinh tế.



Nghiên cứu và thu thập dữ liệu

Cuộc khảo sát được thực hiện thông qua bảng câu hỏi trực tuyến, được thiết kế và quản lý bởi nền tảng quản lý dữ liệu và khảo sát của YouGov.

Cuộc khảo sát được gửi qua email hàng quý tới các lãnh đạo doanh nghiệp từ hơn 1.400 thành viên của EuroCham.

Những người được hỏi thường đại diện cho ban lãnh đạo cấp cao của các công ty châu Âu và các công ty Việt Nam có mối liên hệ kinh doanh chặt chẽ với châu Âu, chẳng hạn như các nhà cung cấp hoặc nhà phân phối. Bên cạnh đó, cũng có một số ít là người châu Âu hiện đang làm việc tại các doanh nghiệp ngoài châu Âu tại Việt Nam.



Kết quả

Trong số những người được mời, có 228 người đã hoàn thành bảng câu hỏi đầy đủ ở vòng này. Con số này thể hiện tỷ lệ phản hồi là 8,7%, được coi là cao vừa phải trong một cuộc khảo sát giữa các giám đốc điều hành doanh nghiệp hàng đầu.

Liên hệ với chúng tôi

Hiệp hội Doanh nghiệp Châu Âu tại Việt Nam (EuroCham)

marketing@eurochamvn.org

www.eurochamvn.org

+84 93 400 8024

Tầng 5, toà nhà Deutsches Haus
33 Lê Duẩn, Quận 1, TP.HCM

Decision Lab

decision@decisionlab.co

www.decisionlab.co

+84 28 7101 0199

Tầng 3 – The Sentry Connect, toà nhà Sonatus
15 Lê Thánh Tôn, Quận 1
TP.HCM

Decision Lab là đối tác độc quyền của YouGov tại Việt Nam.