

EuroCham

Chỉ số Niềm tin Kinh doanh

Quý 2, 2025

Decision Lab



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
---	----



Tác động của EVFTA đến doanh nghiệp	15
-------------------------------------	----



Thời sự	20
---------	----



Phương pháp nghiên cứu	25
------------------------	----

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.

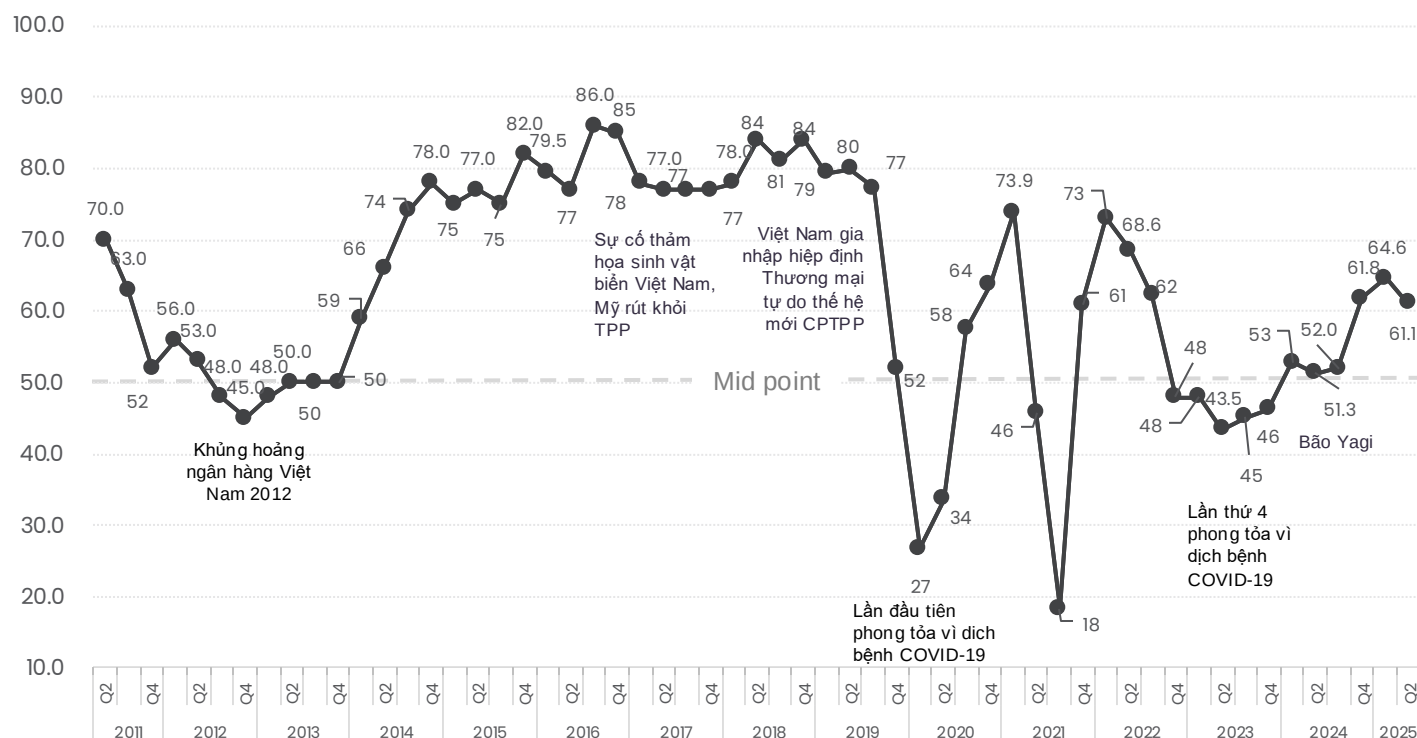
01 |

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

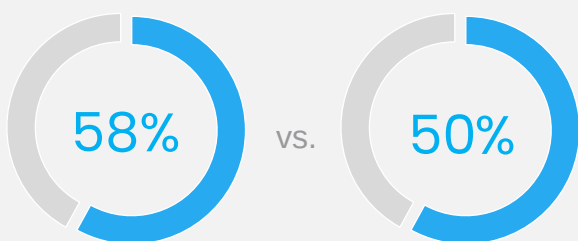


Chỉ số BCI giảm nhẹ xuống mức 61.1, phản ánh tâm lý lạc quan nhưng vẫn cẩn trọng trước biến động toàn cầu

Triển vọng kinh doanh tại Việt Nam trong Quý 2 có dấu hiệu chững lại khi các doanh nghiệp thận trọng hơn. Dù niềm tin vẫn ổn định, nhưng những bất ổn trong và ngoài nước tiếp tục khiến doanh nghiệp phải xem xét và điều chỉnh lại kế hoạch.



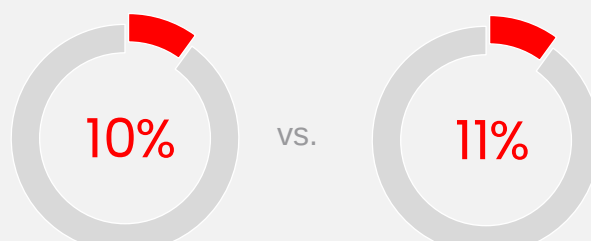
“Nền kinh tế có nhiều khả năng sẽ ổn định và cải thiện trong quý tới”



Quý 1
năm 2025

Quý 2
năm 2025

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



Quý 1
năm 2025

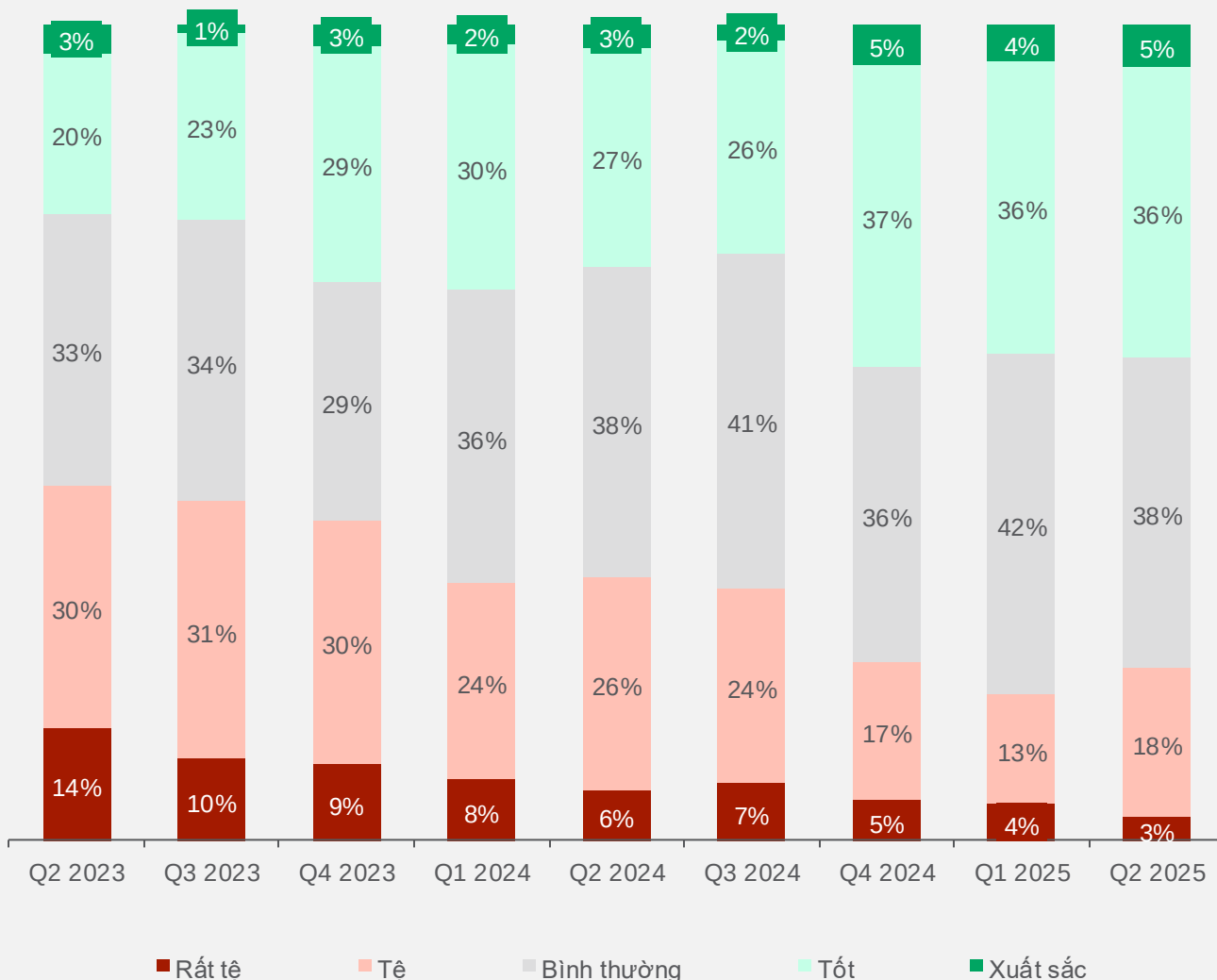
Quý 2
năm 2025

Tỷ lệ doanh nghiệp đánh giá kinh tế duy trì ổn định và cải thiện đã giảm (-8 điểm), trong khi tỷ lệ doanh nghiệp dự báo tình hình khó khăn gia tăng nhẹ (+1 điểm), phản ánh tâm lý thận trọng và xu hướng quan sát thêm trước các diễn biến trong và ngoài nước.

Tâm lý kinh doanh trong Quý 2 2025 vẫn duy trì ổn định, tuy nhiên sự gia tăng nhẹ trong tỷ lệ đánh giá tiêu cực cho thấy những lo ngại đang có chiều hướng gia tăng

Mức độ trung lập tiếp tục chiếm tỷ trọng cao nhất, mặc dù đã giảm nhẹ (-4 điểm) so với quý trước, trong khi tỷ lệ đánh giá tiêu cực ghi nhận tăng trưởng (+5 điểm). Mức độ lạc quan giữ ổn định, phản ánh việc một bộ phận doanh nghiệp vẫn duy trì sự tự tin, trong khi một số khác bắt đầu thận trọng hơn trước các diễn biến thị trường.

Đánh giá tình trạng doanh nghiệp hiện tại từ Quý 1 2023 đến Quý 1 2025



Câu hỏi: Ông/Bà đánh giá thế nào về tình hình kinh doanh hiện tại của Quý Doanh nghiệp trong Quý 2 năm 2025?

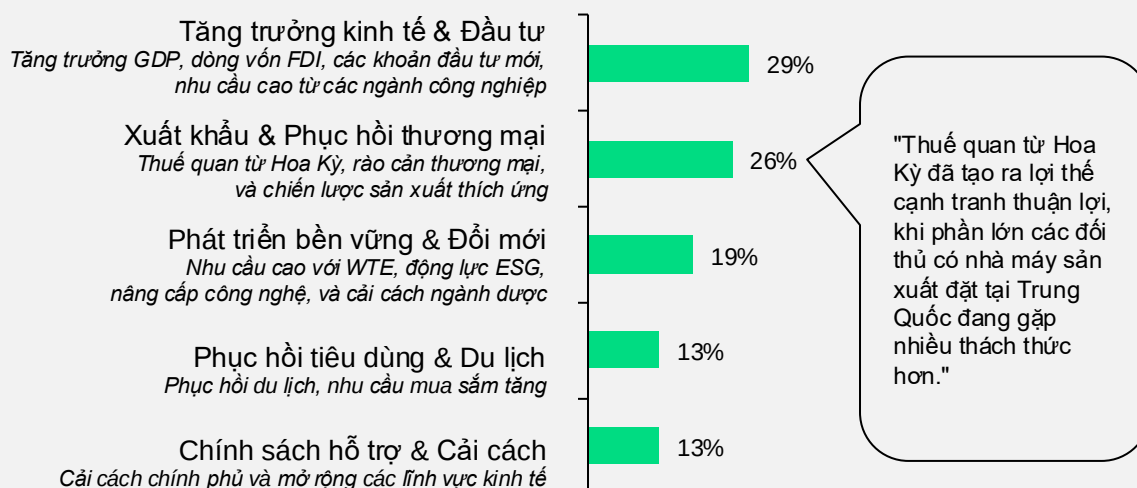
n = 176

Cả các yếu tố nội tại trong nước và những bất ổn từ bên ngoài đều đang tác động đến tâm lý kinh doanh, phản ánh sự đan xen giữa sự lạc quan và nỗi lo ngại đang tồn tại

Niềm tin của doanh nghiệp vẫn được duy trì nhờ vào đà tăng trưởng kinh tế, khả năng phục hồi xuất khẩu và động lực từ các cam kết phát triển bền vững. Tuy nhiên, thuế quan từ Hoa Kỳ là yếu tố gây áp lực đáng kể từ bên ngoài, góp phần gia tăng căng thẳng thương mại toàn cầu và tiếp tục là rào cản đối với niềm tin của doanh nghiệp.

Lý do đánh giá tích cực

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



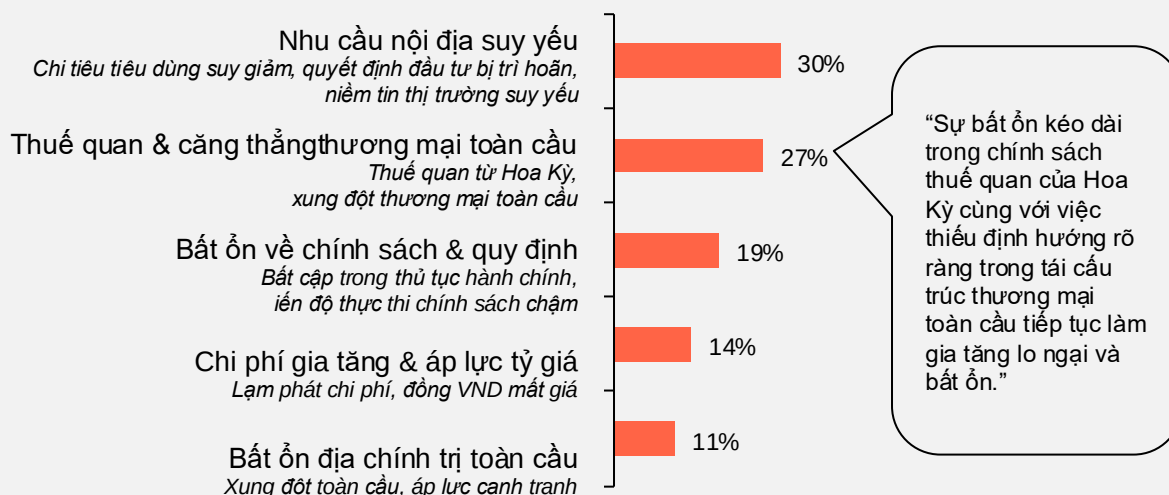
Câu hỏi: Ông/Bà đánh giá thế nào về tình hình kinh doanh hiện tại của Quý Doanh nghiệp trong Quý 2 năm 2025?

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=31

Lý do đánh giá tiêu cực

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



Câu hỏi: Ông/Bà đánh giá thế nào về tình hình kinh doanh hiện tại của Quý Doanh nghiệp trong Quý 2 năm 2025?

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?

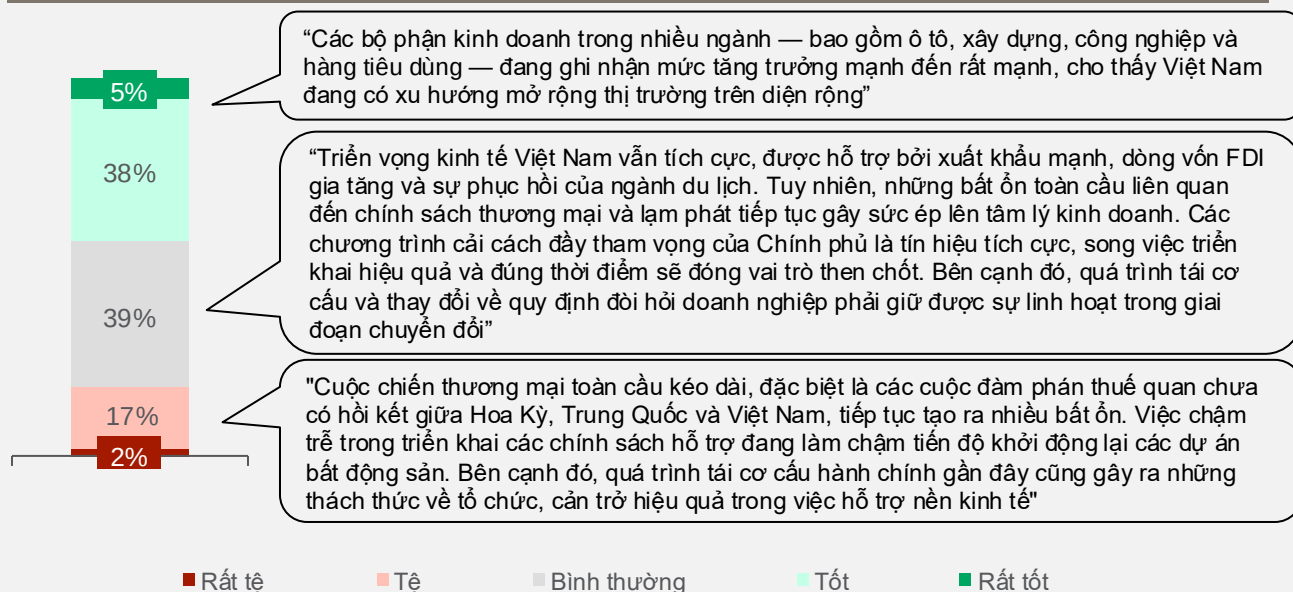
n=28

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

Mặc dù tỷ lệ trung lập vẫn ở mức cao (39%), nhưng triển vọng tích cực vẫn dẫn đầu khi có 43% doanh nghiệp đánh giá ở mức "Tốt" hoặc "Rất tốt"

Mặc dù đà tăng trưởng vẫn đang tiếp diễn bởi nhu cầu ổn định, FDI và du lịch phục hồi, doanh nghiệp vẫn đối mặt với thách thức ngắn hạn từ căng thẳng thương mại, biến động thuế quan Mỹ và điều chỉnh chính sách trong nước. Triển vọng kinh doanh nhìn chung vẫn thận trọng khi doanh nghiệp tiếp tục ứng phó với các yếu tố bất ổn từ cả các tác nhân bên ngoài và nội tại.

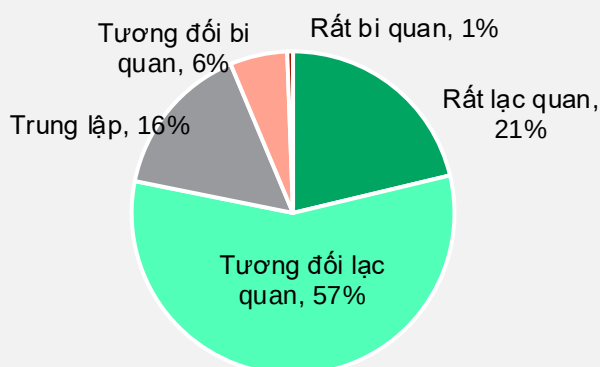
Triển vọng kinh doanh Quý 3 năm 2025



Câu hỏi: Ông/Bà cảm thấy thế nào về triển vọng kinh doanh của doanh nghiệp mình trong Quý 3 năm 2025?

n = 176

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 = 176

Niềm tin dài hạn vẫn tích cực, với 78% doanh nghiệp kỳ vọng có cơ hội tăng trưởng. So với quý trước, tỷ lệ “tương đối lạc quan” đã tăng (+7 điểm), trong khi tỷ lệ “rất bi quan” giảm (–2 điểm), phản ánh niềm tin bền bỉ kể cả khi xảy ra những bất ổn trong ngắn hạn

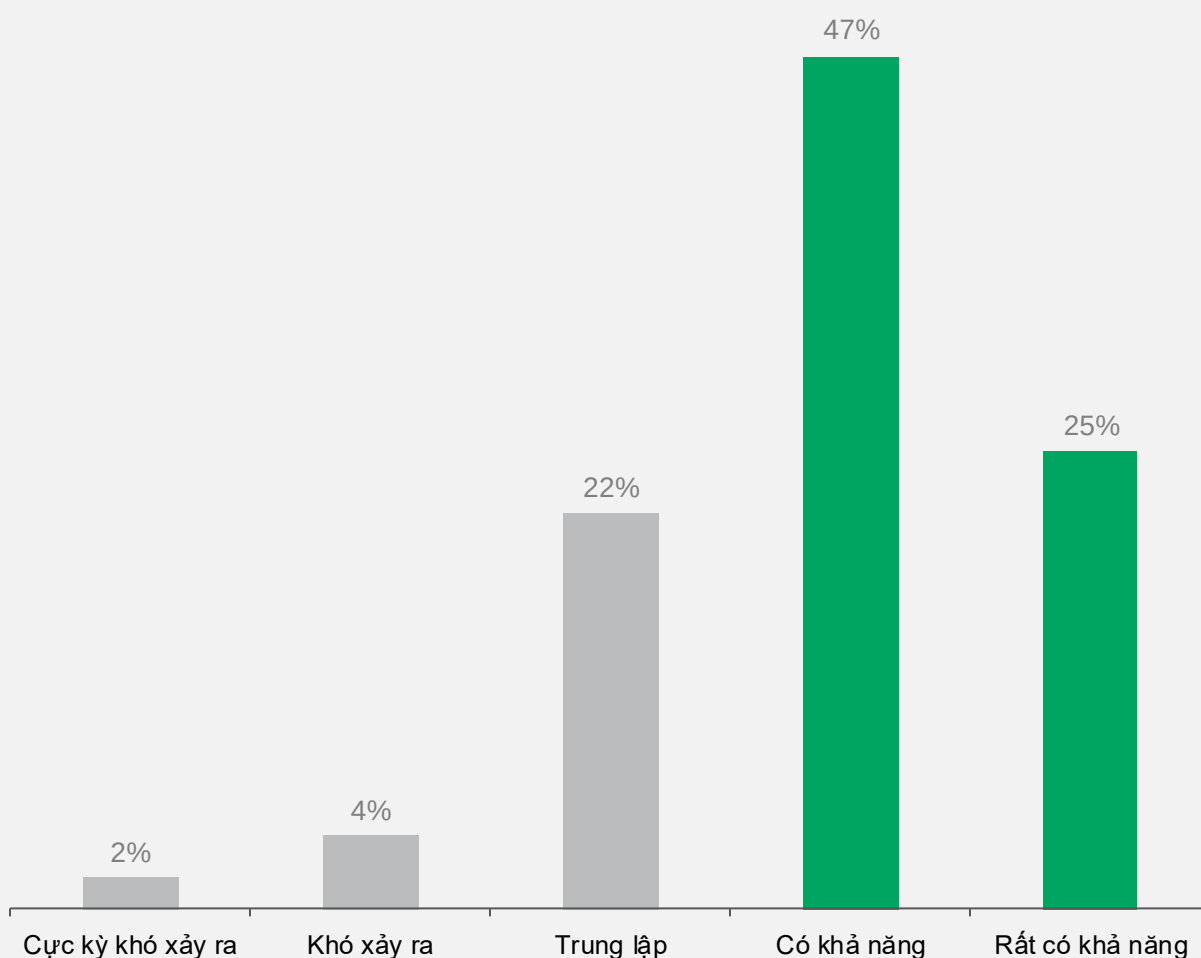
02 | Việt Nam với vai trò là điểm đến đầu tư



Việt Nam vẫn là điểm đến đầu tư được đánh giá cao, bất chấp những thách thức hiện tại

Tỷ lệ doanh nghiệp sẵn sàng giới thiệu Việt Nam là điểm đến đầu tư đã tăng lên 72%, tăng 4 điểm phần trăm so với quý trước — phản ánh niềm tin dài hạn tích cực vào môi trường đầu tư. Dù vậy, một số doanh nghiệp vẫn duy trì sự thận trọng trước những bất ổn toàn cầu và tiến trình cải cách chính sách trong nước.

Khả năng giới thiệu Việt Nam là điểm đến đầu tư



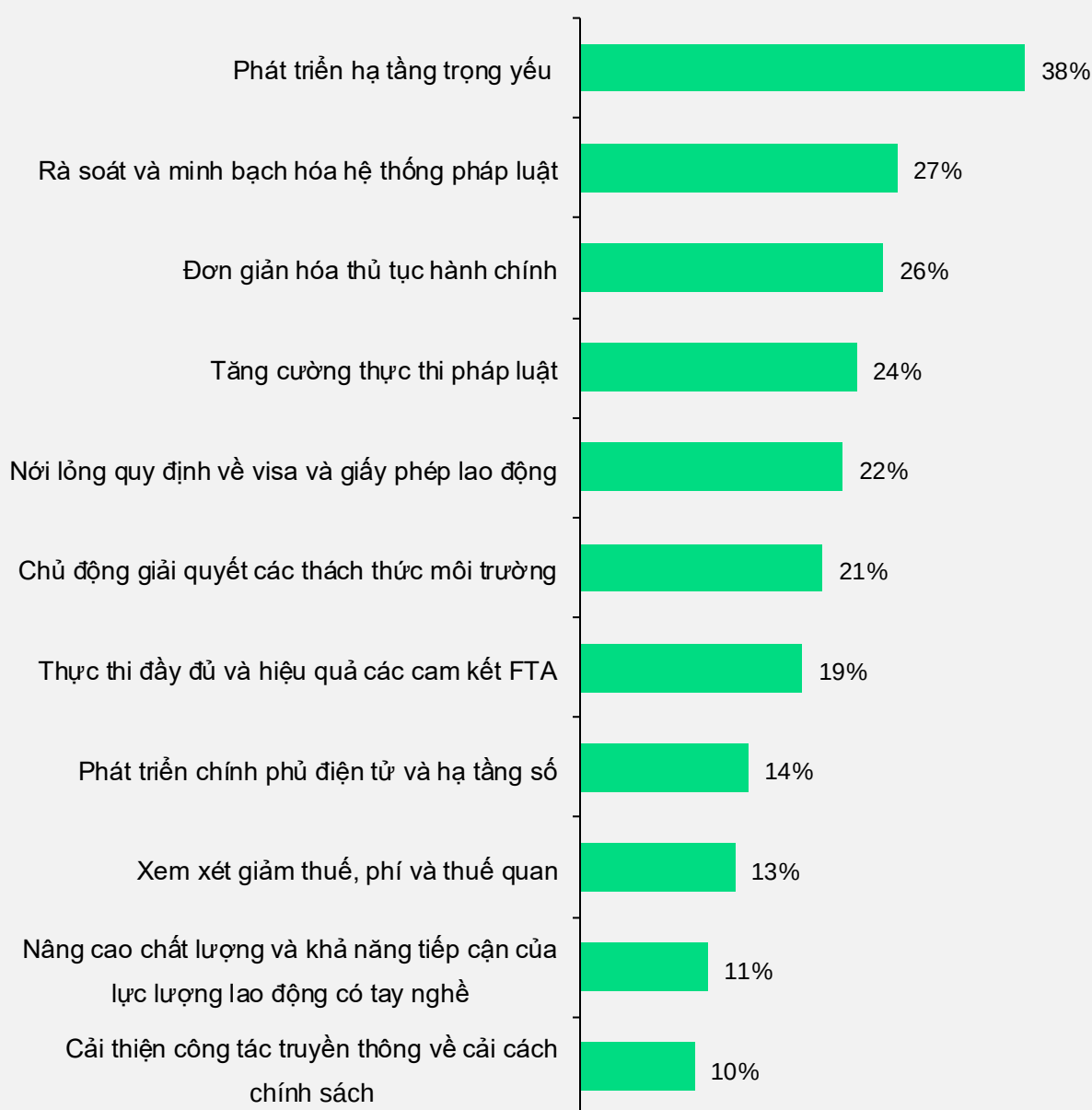
Câu hỏi: Ông/bà có khả năng giới thiệu Việt Nam như một điểm đến đầu tư cho các doanh nghiệp nước ngoài khác đến mức độ nào?

n = 176

Phát triển hạ tầng được xem là động lực then chốt nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh và thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vào Việt Nam

Bên cạnh nâng cấp hạ tầng, nhà đầu tư nước ngoài cho rằng việc cải thiện tính minh bạch pháp lý, đơn giản hóa thủ tục, tăng cường thực thi pháp luật và nới lỏng các quy định về thị thực, giấy phép lao động là những yếu tố hàng đầu nhằm nâng cao sức cạnh tranh của Việt Nam đối với việc thu hút FDI.

Các yếu tố cần cải thiện để tăng khả năng thu hút đầu tư FDI



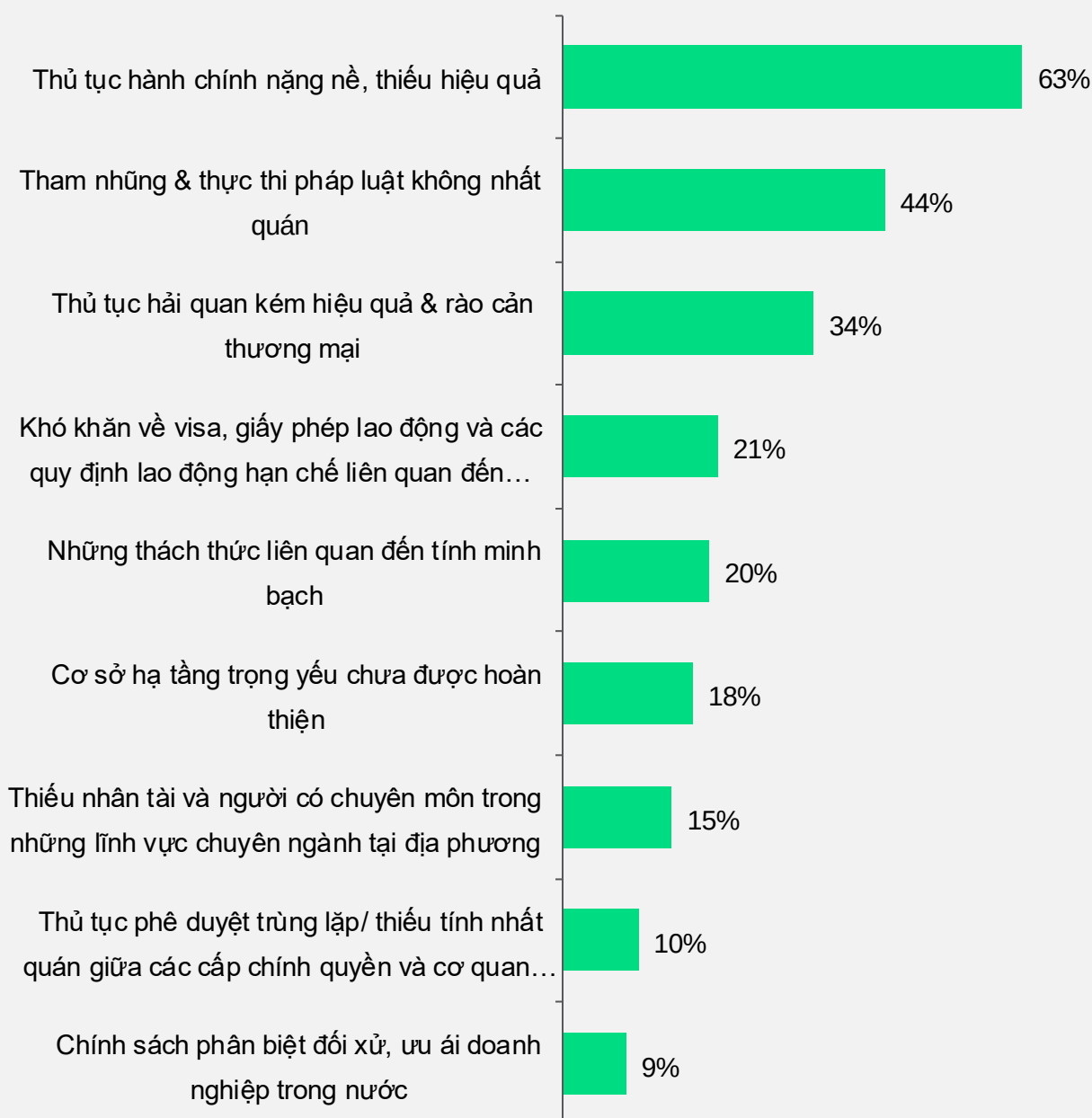
Câu hỏi: Ba yếu tố quan trọng nhất mà Việt Nam cần cải thiện để thu hút thêm đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) là gì?

n = 176

Trong khi đó, thách thức lớn nhất đối với doanh nghiệp vẫn là gánh nặng hành chính và sự kém hiệu quả trong thủ tục hành chính

Tại Việt Nam, gánh nặng hành chính vẫn là trở ngại chủ yếu, song các vấn đề cấu trúc — như việc thực thi không nhất quán, thủ tục hải quan rườm rà và môi trường pháp lý thiếu ổn định — tiếp tục ảnh hưởng đến khả năng lập kế hoạch dài hạn của doanh nghiệp. Đồng thời, những thách thức về nhân lực chất lượng cao và cơ sở hạ tầng đang làm gia tăng mức độ phức tạp trong hoạt động kinh doanh.

10 trở ngại hàng đầu trong kinh doanh



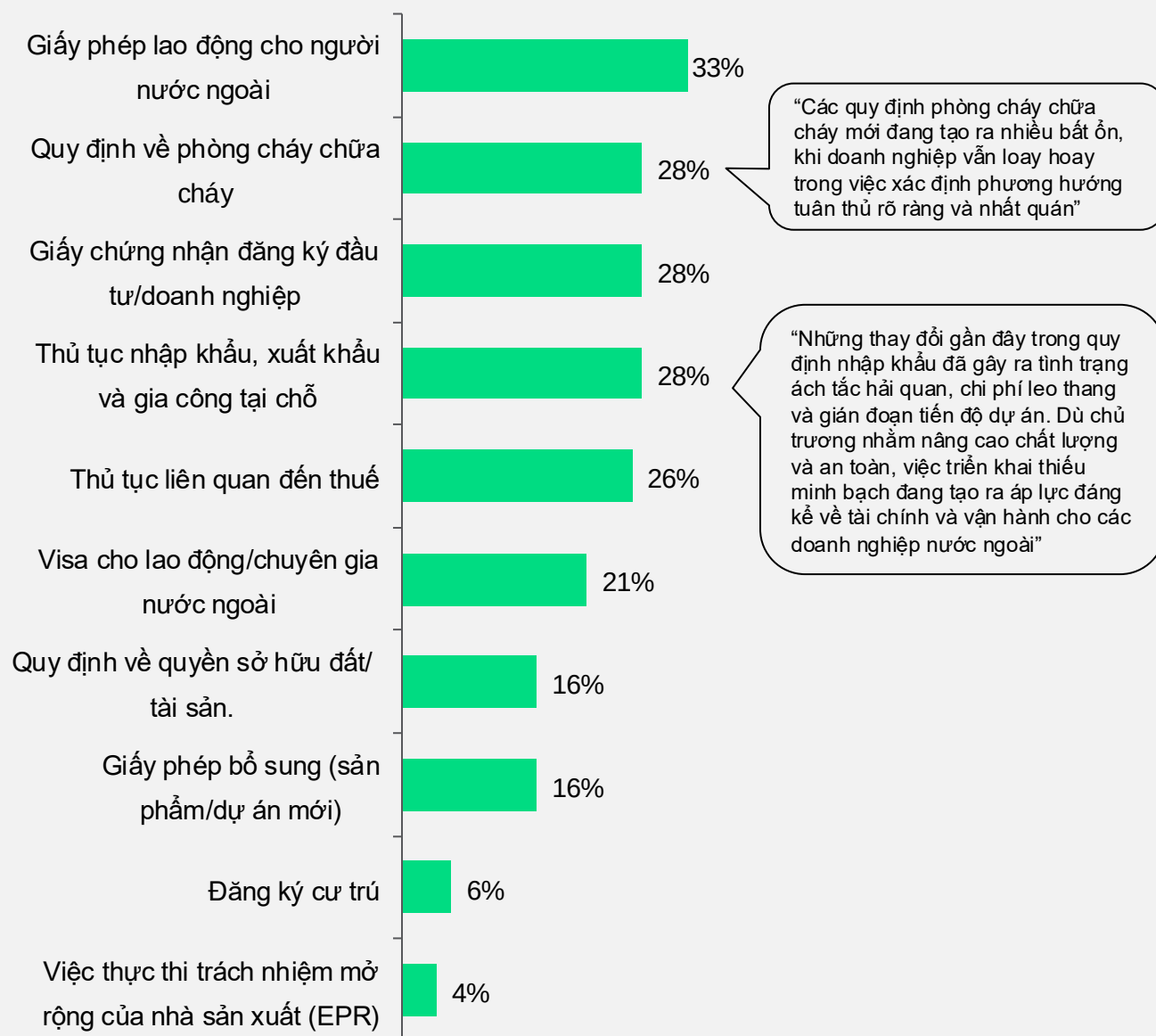
Câu hỏi: Đây là ba rào cản lớn nhất ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động và vận hành của công ty Ông/Bà tại Việt Nam? Vui lòng chọn tối đa 3 lựa chọn.

n = 185

Giấy phép lao động cho người nước ngoài tiếp tục là thủ tục hành chính nhiều doanh nghiệp gặp vướng mắc nhất

Bên cạnh giấy phép lao động cho người nước ngoài, các quy định về phòng cháy chữa cháy, đăng ký đầu tư và hoạt động xuất nhập khẩu là những thủ tục được doanh nghiệp phản ánh nhiều nhất. Song song đó, các vấn đề liên quan đến thuế, thị thực và quyền sở hữu đất tiếp tục làm gia tăng độ phức tạp trong hoạt động kinh doanh

10 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 = 176

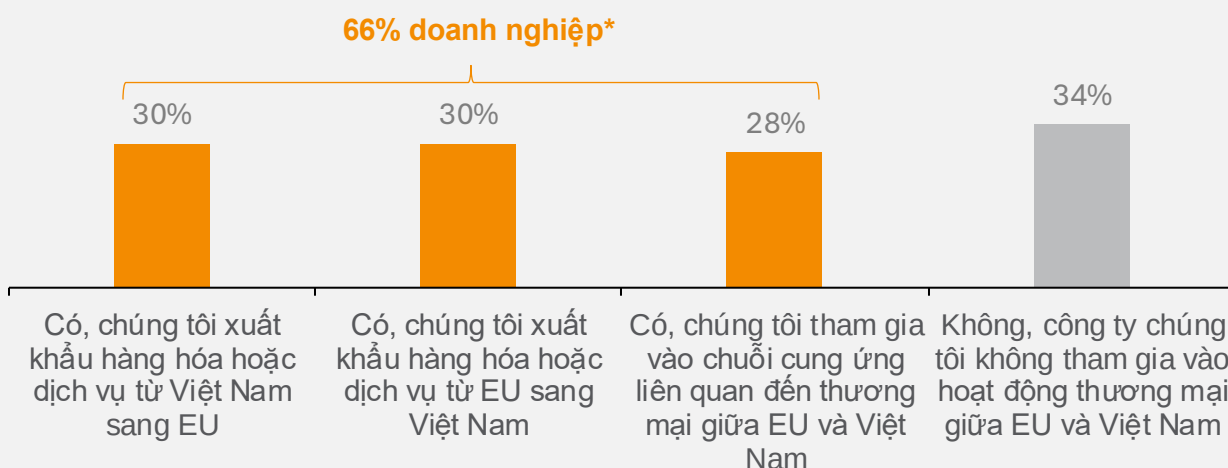
03 | Tác động của EVFTA đối với doanh nghiệp





Mối liên kết thương mại EU-Việt Nam mạnh mẽ: 2/3 (66%) doanh nghiệp hiện đang trực tiếp xuất khẩu sang EU hoặc hoạt động trong chuỗi cung ứng liên quan (như hậu cần, kho bãi, phân phối) liên quan đến thương mại EU-Việt Nam

Mối liên kết thương mại EU-Việt Nam



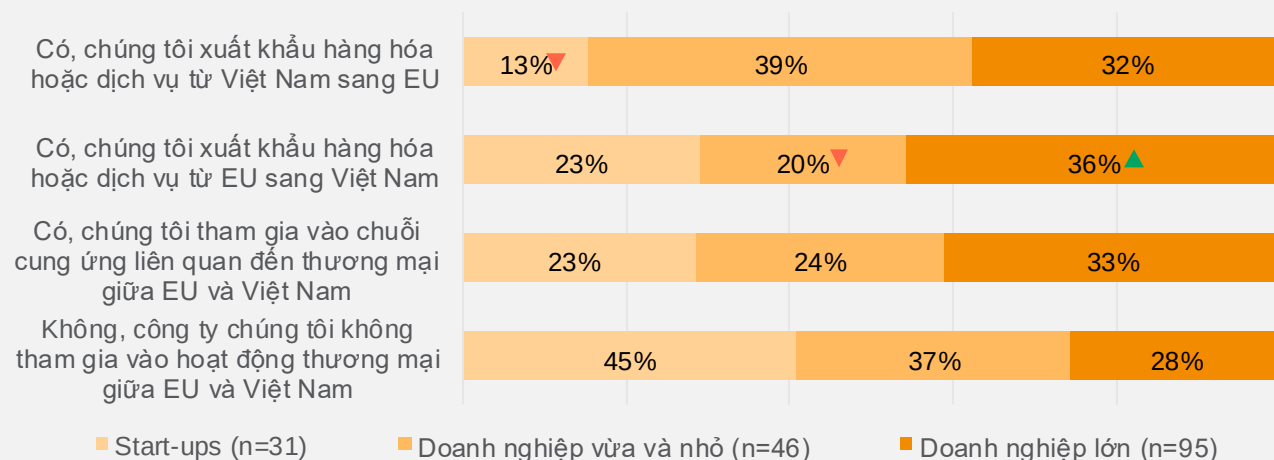
Câu hỏi: Doanh nghiệp của Ông/Bà có tham gia vào hoạt động thương mại giữa EU và Việt Nam không?

n = 176

(*) Do một số doanh nghiệp lựa chọn nhiều yếu tố, tổng tỷ lệ phần trăm có thể vượt quá 66%

Các doanh nghiệp quy mô lớn thể hiện mức độ tham gia cao hơn vào hoạt động thương mại EU – Việt Nam, đặc biệt là thông qua việc xuất khẩu hàng hóa hoặc dịch vụ từ EU sang Việt Nam

Mức độ tham gia vào thương mại EU – Việt Nam theo quy mô doanh nghiệp



Câu hỏi: Ông/Bà có thể phân loại quy mô doanh nghiệp của mình như thế nào?

n = 176

Câu hỏi: Doanh nghiệp của Ông/Bà có tham gia vào hoạt động thương mại giữa EU và Việt Nam không?

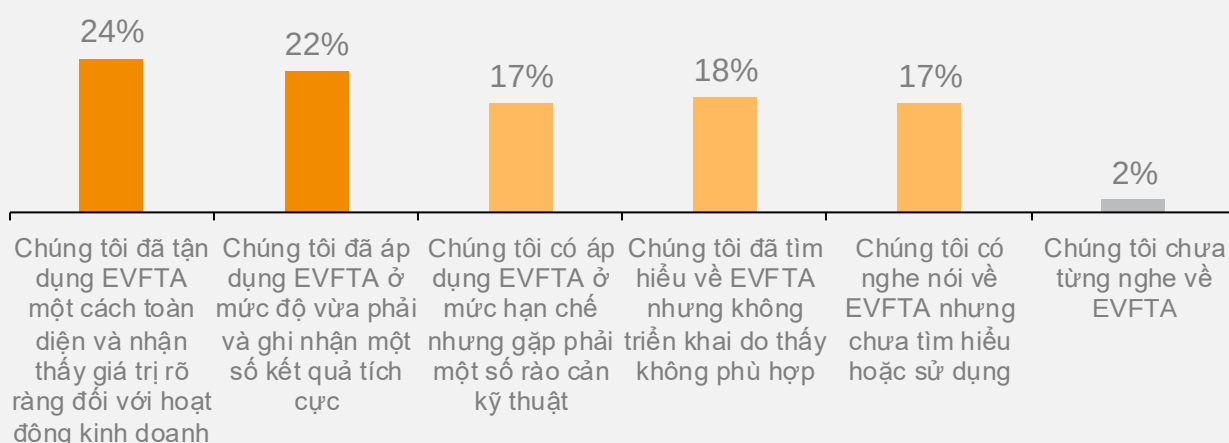


Việc thực thi EVFTA ngày càng trở nên quan trọng với các doanh nghiệp tại Việt Nam, với gần toàn bộ người tham gia khảo sát (98%) cho biết họ có nhận thức về hiệp định, và gần một nửa (46%) đã tận dụng các điều khoản của hiệp định ở mức độ vừa đến cao

Hiệp định Thương mại Tự do Liên minh châu Âu và Việt Nam (EVFTA) chính thức có hiệu lực từ ngày 1 tháng 8 năm 2020, đánh dấu một bước ngoặt trong quan hệ thương mại EU-Việt Nam. Hiệp định tập trung vào ba lĩnh vực trọng yếu:

- Cắt giảm thuế quan:** EVFTA loại bỏ gần như toàn bộ thuế quan giữa hai bên. Khoảng 65% kim ngạch xuất khẩu của EU sang Việt Nam đã được xóa bỏ thuế ngay khi hiệp định có hiệu lực, phần còn lại sẽ được loại bỏ dần trong vòng 10 năm. Về phía Việt Nam, khoảng 71% kim ngạch xuất khẩu sang EU cũng được miễn thuế ngay lập tức.
- Thuế nhập khẩu:** Việc xóa bỏ thuế nhập khẩu sẽ được thực hiện theo lộ trình kéo dài đến năm 2027 đối với EU và đến năm 2030 đối với Việt Nam. Điều này được kỳ vọng sẽ mang lại lợi ích kép cho doanh nghiệp và người tiêu dùng khi giá thành thấp hơn và khả năng cạnh tranh cao hơn.
- Cải thiện điều kiện thâm nhập thị trường cho các nhà cung cấp dịch vụ đến từ EU:** Việt Nam cam kết mở cửa thị trường toàn diện hơn so với các cam kết tại WTO, đặc biệt là đối với các nhà cung cấp dịch vụ đến từ EU. Nhiều ngành và phân ngành dịch vụ sẽ được mở rộng tiếp cận. Ngoài ra, hiệp định còn bao gồm điều khoản “Đối xử tối huệ quốc” nhằm đảm bảo EU nhận được điều kiện ưu đãi nhất có thể.

Mức độ quen thuộc của doanh nghiệp với EVFTA

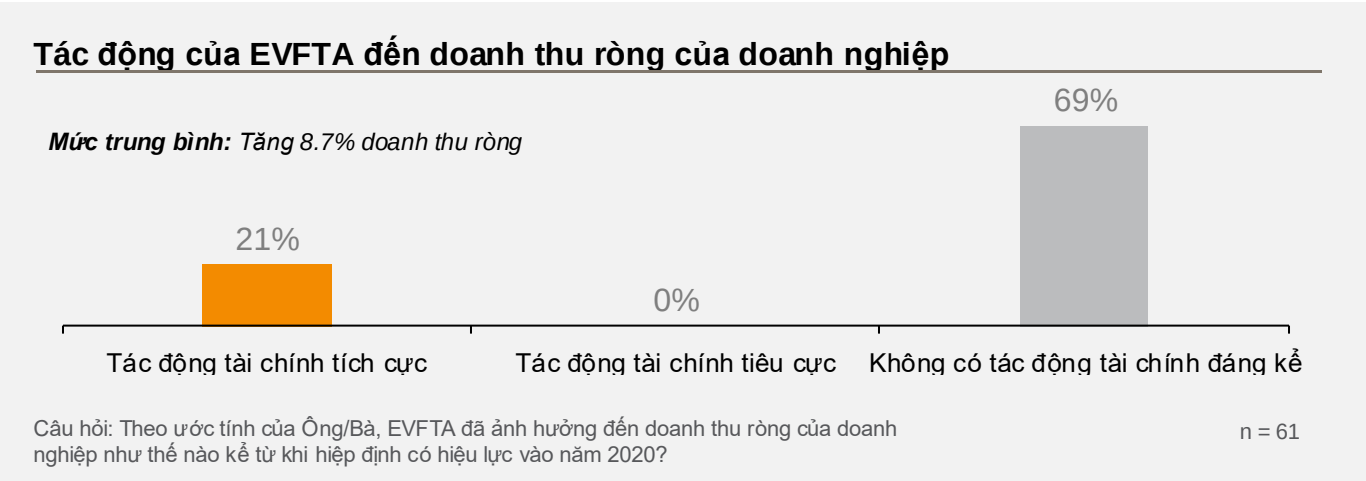
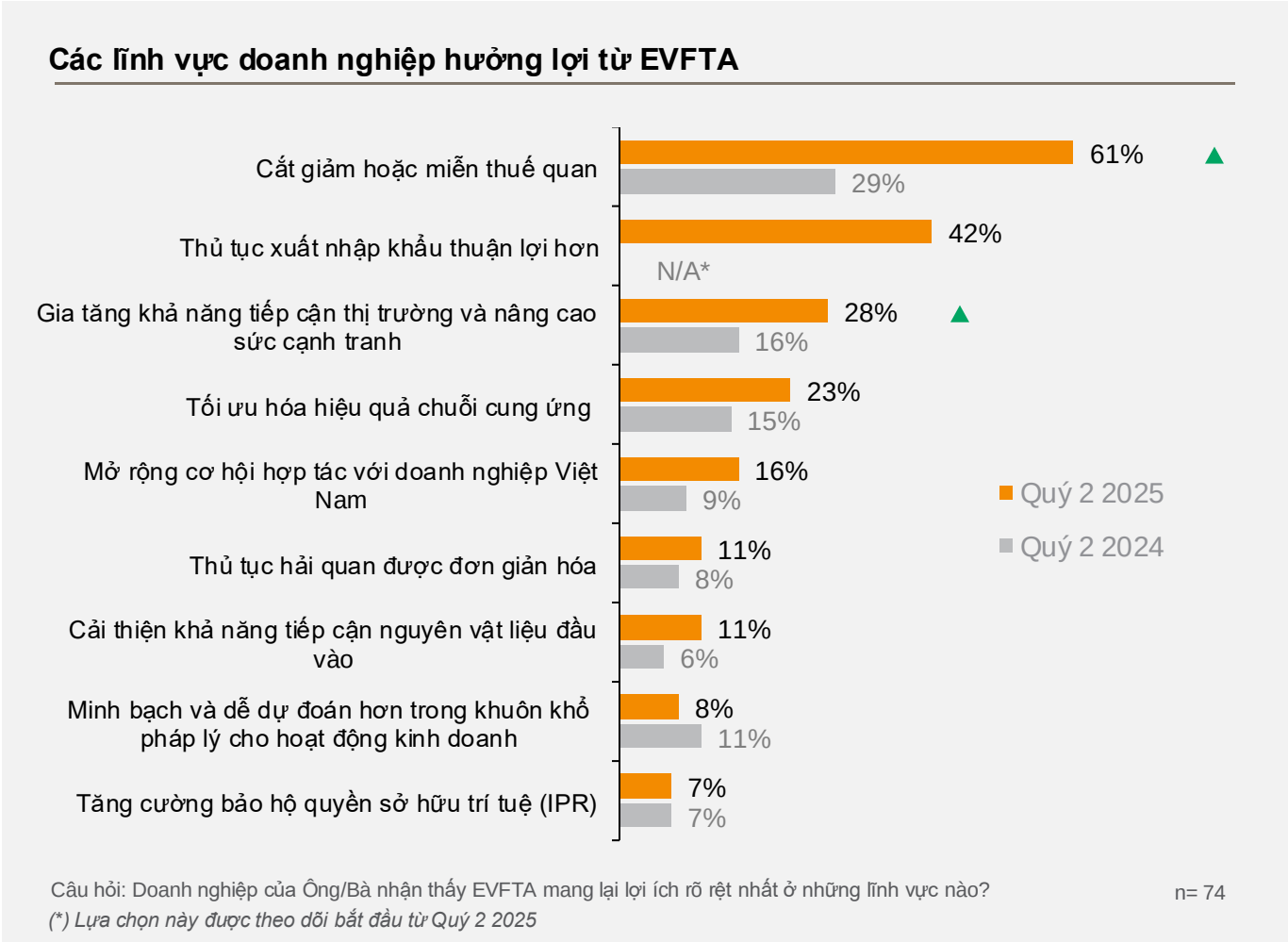


Câu hỏi: Mức độ quen thuộc của doanh nghiệp Ông/Bà với Hiệp định Thương mại Tự do EU – Việt Nam (EVFTA) như thế nào?

n= 117

Nhìn chung, xu hướng ghi nhận các lợi ích mà EVFTA mang lại cho doanh nghiệp đã gia tăng trên nhiều lĩnh vực so với năm trước

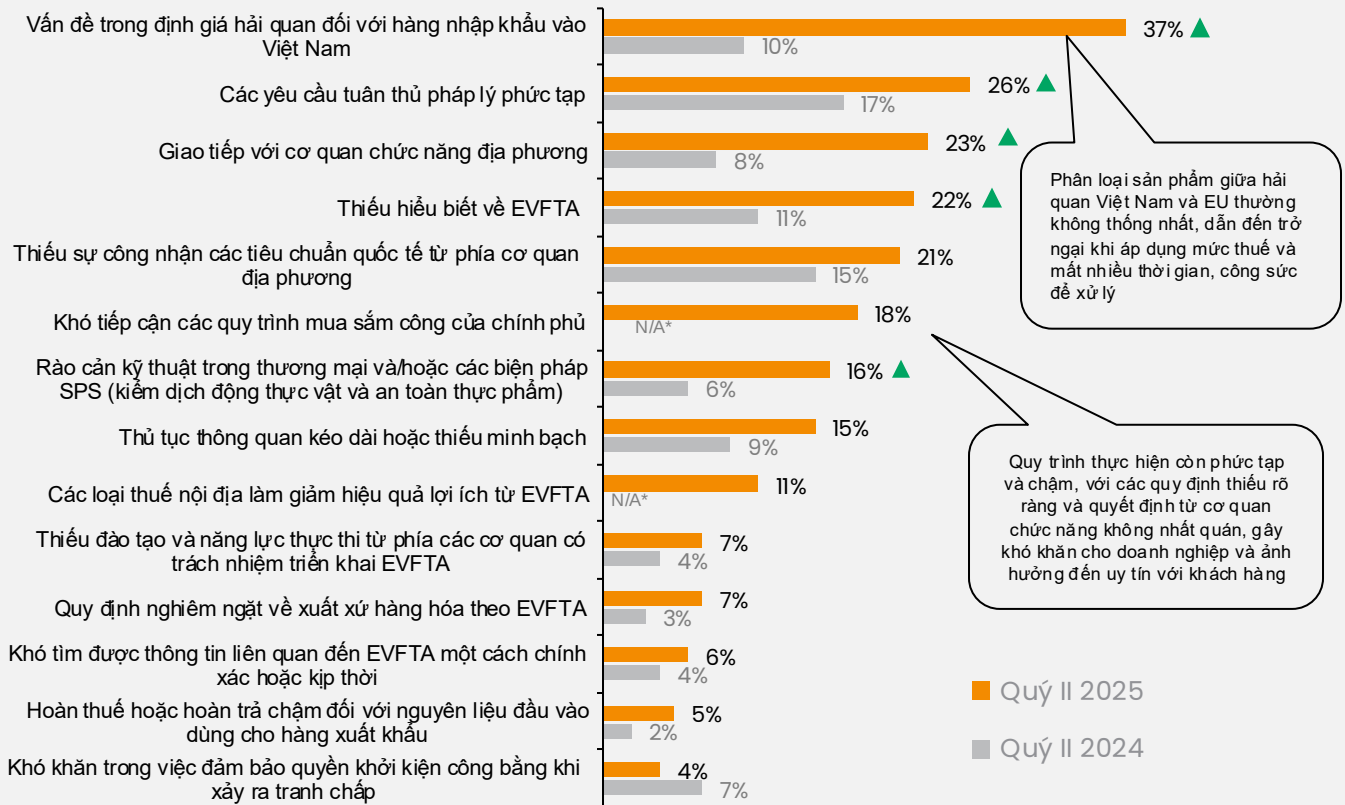
Trong đó, miễn giảm thuế quan là lĩnh vực có sự cải thiện rõ nét nhất, với tỷ lệ doanh nghiệp nhận thấy lợi ích tăng từ 29% trong Quý 2 2024 lên 61% trong Quý 2 2025.



Tuy nhiên, các doanh nghiệp ngày càng gặp nhiều thách thức trong việc tận dụng tối đa các lợi ích từ EVFTA

Những rào cản chính bao gồm: vấn đề định giá hải quan đối với hàng nhập khẩu vào Việt Nam, khung pháp lý phức tạp và khó khăn trong quá trình làm việc với cơ quan chức năng địa phương

Những rào cản cản trở việc tận dụng hiệu quả EVFTA



Câu hỏi: Doanh nghiệp của Ông/Bà hiện đang gặp những rào cản nào trong việc tận dụng EVFTA?

n = 95

(*) Lựa chọn này được theo dõi bắt đầu từ Quý 2 năm 2025

Đề xuất cải thiện việc hỗ trợ doanh nghiệp từ EVFTA



Câu hỏi: Trong thời gian tới, Ông/Bà cho rằng EVFTA có thể hỗ trợ doanh nghiệp phát triển và vận hành hiệu quả hơn bằng cách nào?

n = 13

04 | Thời sự

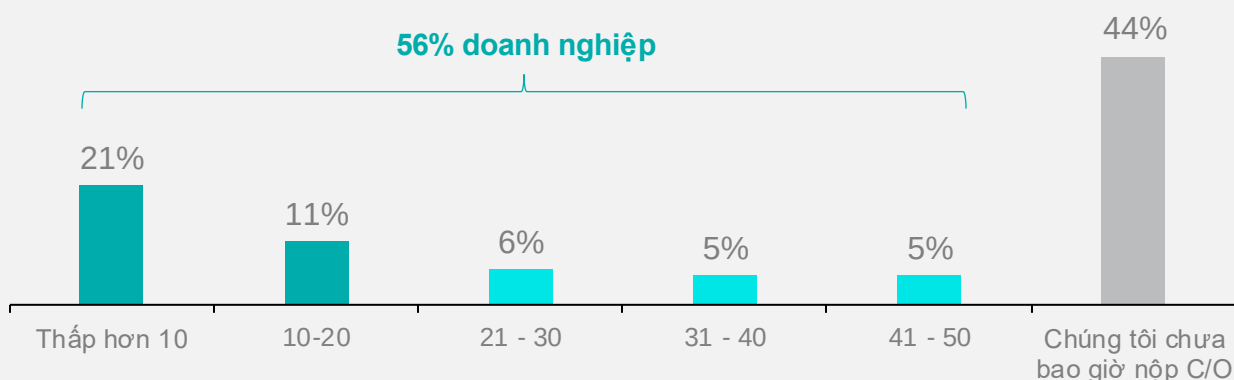


Decision Lab

Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa (C/O)

Hơn **một nửa số doanh nghiệp** (56%) cho biết họ nộp Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa (C/O) hàng tháng. Trong đó, các doanh nghiệp quy mô lớn có xu hướng thực hiện hoạt động này thường xuyên hơn đáng kể so với các doanh nghiệp khởi nghiệp và doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs).

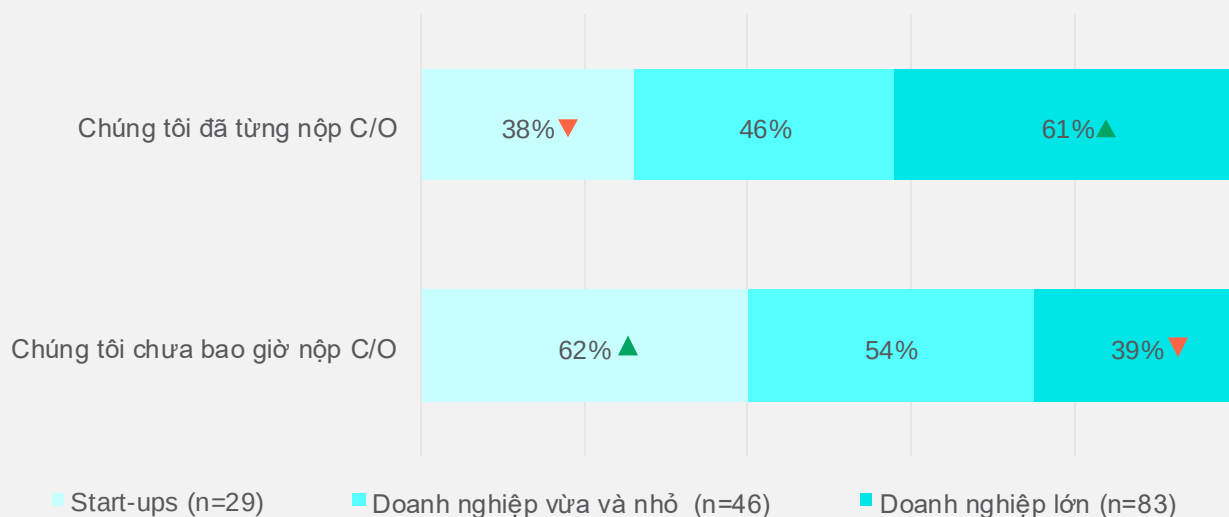
Số lượng hồ sơ C/O được nộp hàng tháng



Câu hỏi: Trung bình mỗi tháng, doanh nghiệp của Ông/Bà nộp bao nhiêu hồ sơ xin Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa (C/O)?

n = 176

Tình trạng nộp hồ sơ C/O theo quy mô doanh nghiệp



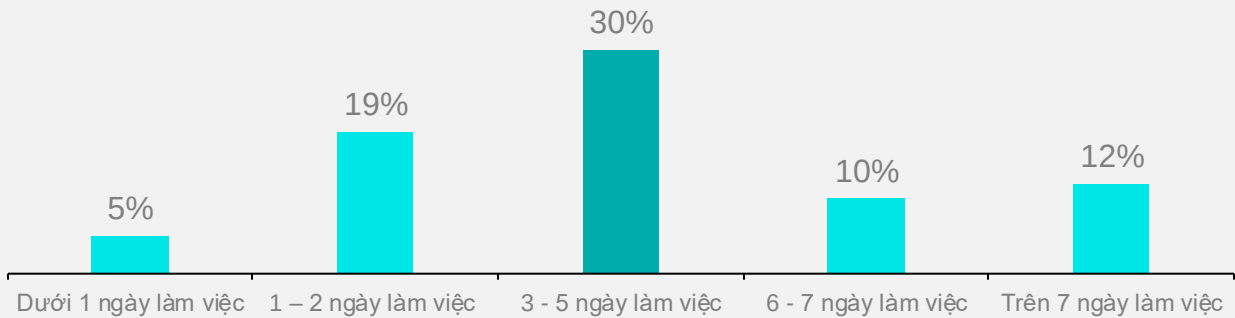
Câu hỏi: Ông/Bà có thể phân loại quy mô doanh nghiệp của mình như thế nào?

Câu hỏi: Trung bình mỗi tháng, doanh nghiệp của Ông/Bà nộp bao nhiêu hồ sơ xin C/O?

n = 176

Thời gian xử lý trung bình để doanh nghiệp nhận được Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa (C/O) khoảng 3 đến 5 ngày làm việc

Thời gian xử lý C/O

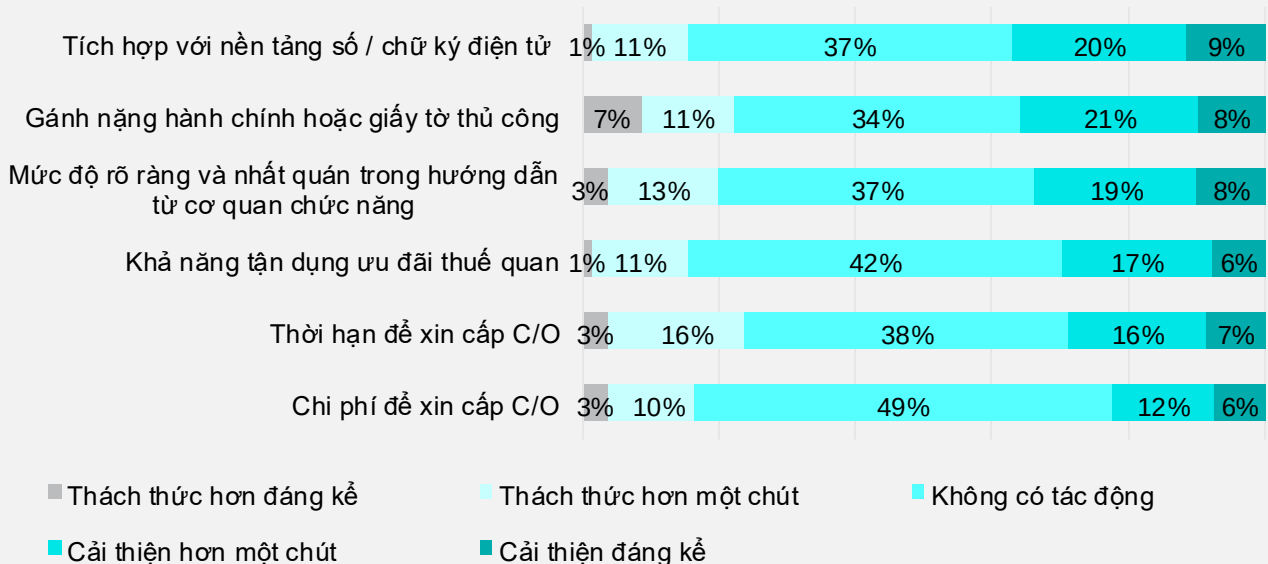


Câu hỏi: Trung bình, doanh nghiệp của Ông/Bà mất bao lâu để hoàn tất thủ tục và nhận được Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa (C/O)?

n = 97

Việc chuyển đổi hoàn toàn sang hệ thống Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa (C/O) điện tử được kỳ vọng sẽ mang lại cải thiện rõ rệt nhất trong việc **tích hợp với các nền tảng số và sử dụng chữ ký điện tử**. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cũng kỳ vọng quá trình này sẽ giúp **giảm gánh nặng hành chính, tinh giản thủ tục giấy tờ**, đồng thời **nâng cao tính minh bạch và nhất quán** trong hướng dẫn từ các cơ quan chức năng.

Tác động của việc chuyển đổi hoàn toàn sang hệ thống C/O điện tử



Câu hỏi: Kể từ ngày 5/5/2025, Bộ Công Thương đã chính thức tiếp nhận việc cấp Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa (C/O) và có kế hoạch chuyển đổi hoàn toàn sang hệ thống C/O điện tử. Việc chuyển đổi này đã, hoặc dự kiến sẽ tác động như thế nào đến hoạt động xuất khẩu của doanh nghiệp Ông/Bà?

n = 97

Diễn biến thương mại toàn cầu

Những diễn biến căng thẳng thương mại toàn cầu đang trở nên ngày càng bi quan, khi các doanh nghiệp đánh giá tình hình ngày càng thách thức hơn ở nhiều khía cạnh so với quý trước

Tác động của căng thẳng thương mại toàn cầu



Quý 2 2025 (n=176)

■ Thách thức hơn đáng kể ■ Thách thức hơn một chút ■ Không có tác động ■ Cải thiện hơn một chút ■ Cải thiện đáng kể

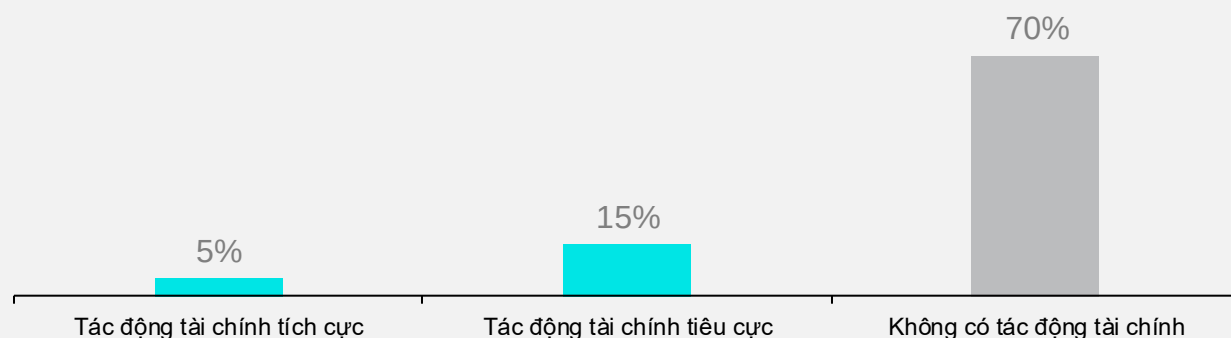
Quý 1 2025 (n=156)

■ Thách thức hơn đáng kể ■ Thách thức hơn một chút ■ Không có tác động ■ Cải thiện hơn một chút ■ Cải thiện đáng kể

Câu hỏi: Trước những thay đổi địa chính trị và kinh tế gần đây, căng thẳng thương mại toàn cầu đã ảnh hưởng như thế nào đến các khía cạnh hoạt động kinh doanh của Quý Doanh nghiệp tại Việt Nam?

Mặc dù căng thẳng thuế quan và thương mại vẫn là mối lo ngại chính đối với doanh nghiệp (61%), phần lớn công ty vẫn chưa ghi nhận tác động tài chính cụ thể. Trong khi đó, các rào cản pháp lý, rủi ro về nhu cầu trong nước và áp lực chi phí tiếp tục làm gia tăng độ phức tạp trong vận hành

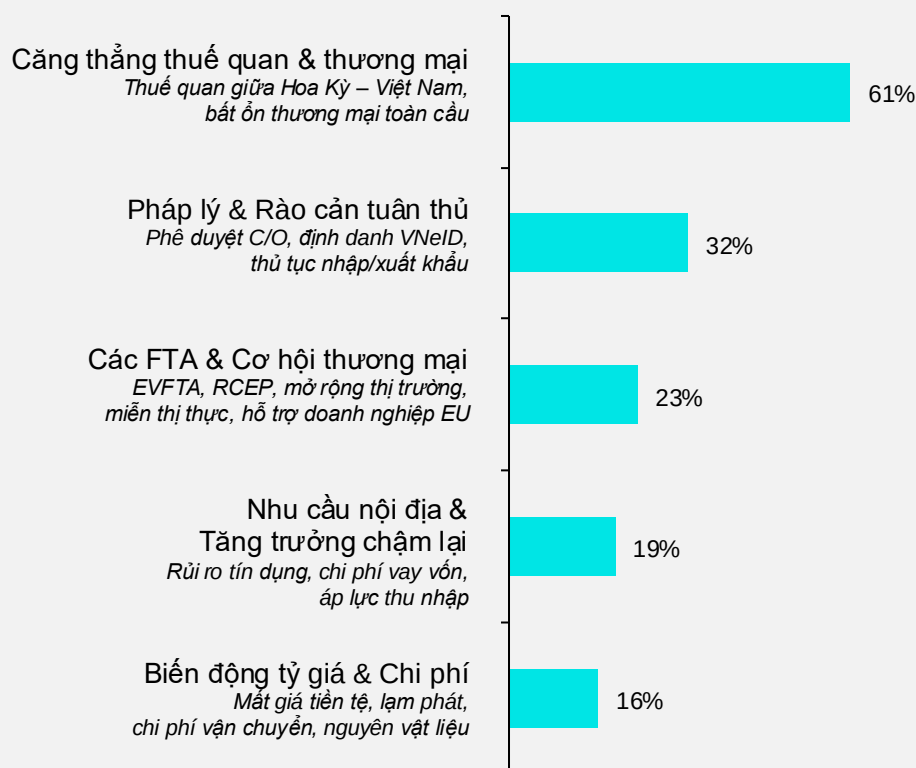
Tác động tài chính từ căng thẳng thương mại toàn cầu



Câu hỏi: Ước tính tác động tài chính từ các gián đoạn liên quan đến thuế quan (ví dụ: bị phạt, từ chối hàng, đàm phán lại giá, đơn hàng mới/ bị trì hoãn/ bị hủy /bị mất) đối với công ty của Ông/Bà trong 6 tháng đầu năm 2025 là bao nhiêu?

n = 176

Diễn biến thương mại toàn cầu



Câu hỏi: Xét trong bối cảnh những thay đổi gần đây và sắp tới trong thương mại toàn cầu (ví dụ: dịch chuyển liên minh thương mại, các FTA mới, diễn biến thuế quan), Ông/Bà dự đoán những yếu tố bên ngoài nào sẽ ảnh hưởng lớn nhất đến hoạt động của công ty tại Việt Nam trong 12–18 tháng tới?

n=31

(*) Do một số doanh nghiệp lựa chọn nhiều yếu tố, tổng tỷ lệ phần trăm có thể vượt quá 100%

05 |

Phương pháp nghiên cứu



Phương pháp nghiên cứu



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. Khảo sát quý này (Quý 2 2025) được thực hiện từ ngày 27 tháng 5 đến ngày 16 tháng 6 năm 2025.

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 176 người đã hoàn thành bảng câu hỏi đầy đủ ở vòng này. Con số này thể hiện tỷ lệ phản hồi là 7,5%, được coi là cao vừa phải trong một cuộc khảo sát giữa các lãnh đạo 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

(+ 84-28) 3827 2715

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.