

EuroCham

Chỉ số Niềm tin Kinh doanh

Quý II, 2024



Decision Lab



Nội dung

Giới thiệu 03



BCI, kinh tế vĩ mô và triển vọng kinh doanh 04



Việt Nam với vai trò là điểm đến đầu tư 10



Triển khai Hiệp định EVFTA 14



Thời sự 18



Phương pháp nghiên cứu 24

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 có thể để 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 là 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

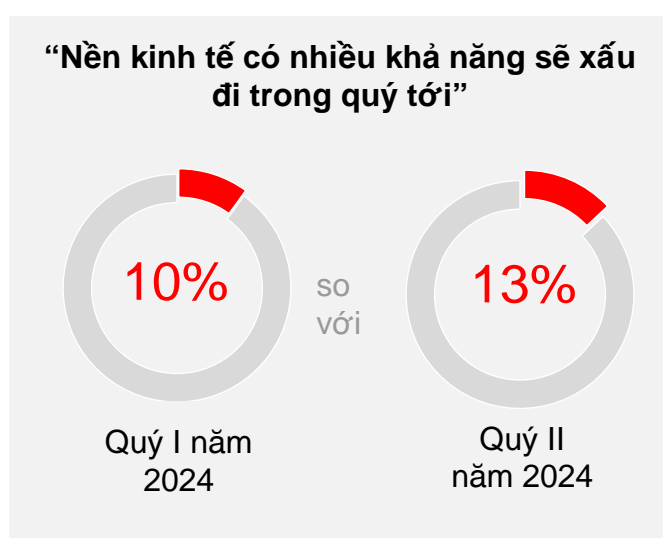
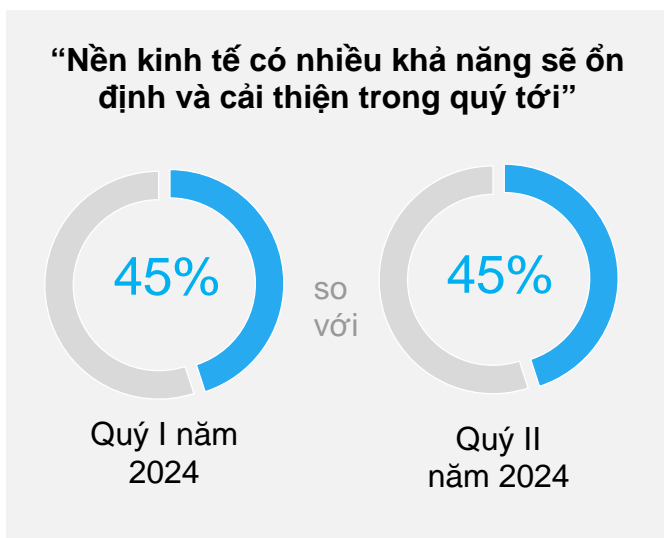
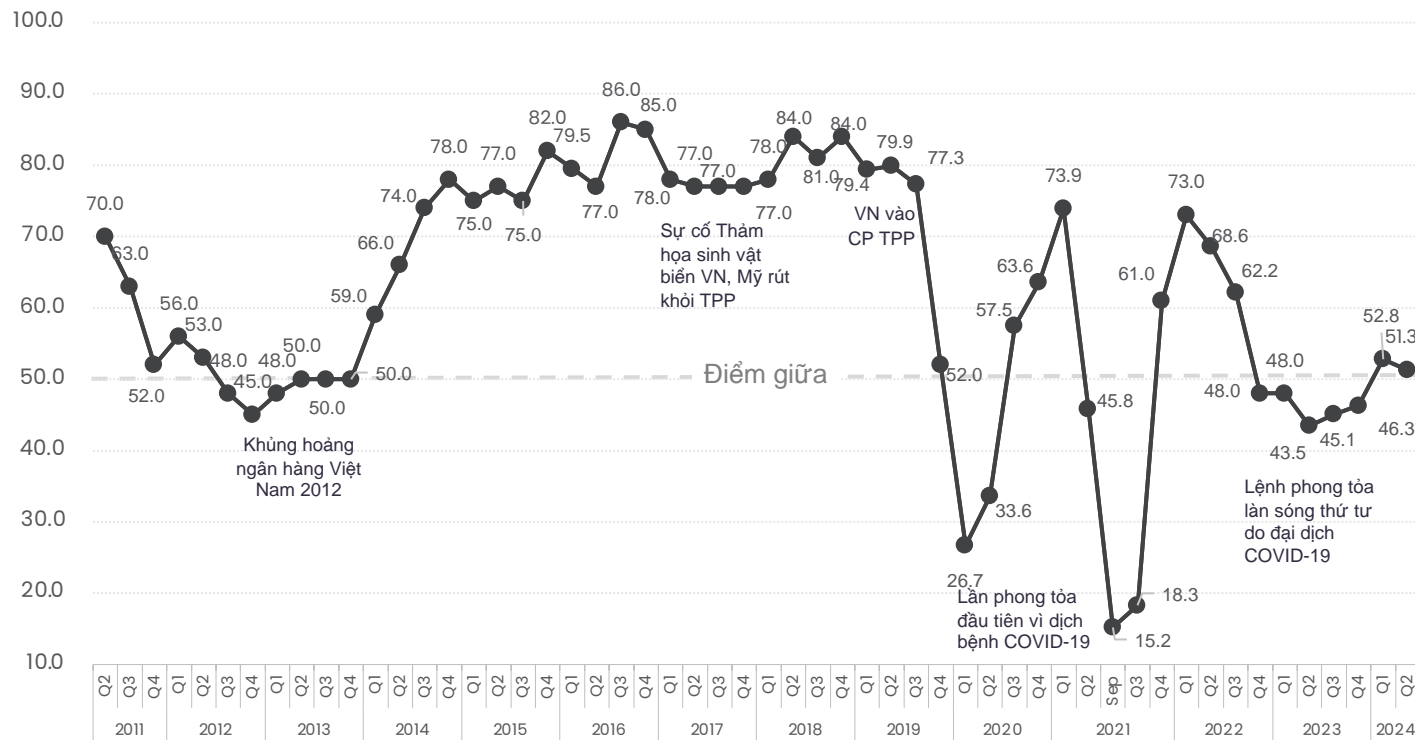
Sức ảnh hưởng của EuroCham được củng cố bởi mạng lưới rộng lớn gồm 20 Tiểu ban Ngành chuyên môn. Các tiểu ban này cung cấp những phân tích chuyên sâu, định hướng các đề xuất chính sách và thúc đẩy đối thoại theo từng ngành cụ thể. Điều này đảm bảo rằng những quan điểm đa dạng của các thành viên được 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 tại Việt Nam đang điều chỉnh nhìn nhận triển vọng kinh doanh, với Chỉ số Niềm tin Kinh doanh (BCI) giảm xuống 51,3

Mặc dù có sự giảm nhẹ, chỉ số vẫn duy trì ở mức tích cực. Tình trạng lạc quan thận trọng này phù hợp với mức tăng trưởng GDP mạnh mẽ của Việt Nam trong quý đầu tiên, cho thấy sự điều chỉnh kỳ vọng trong bối cảnh kinh tế đầy hứa hẹn.

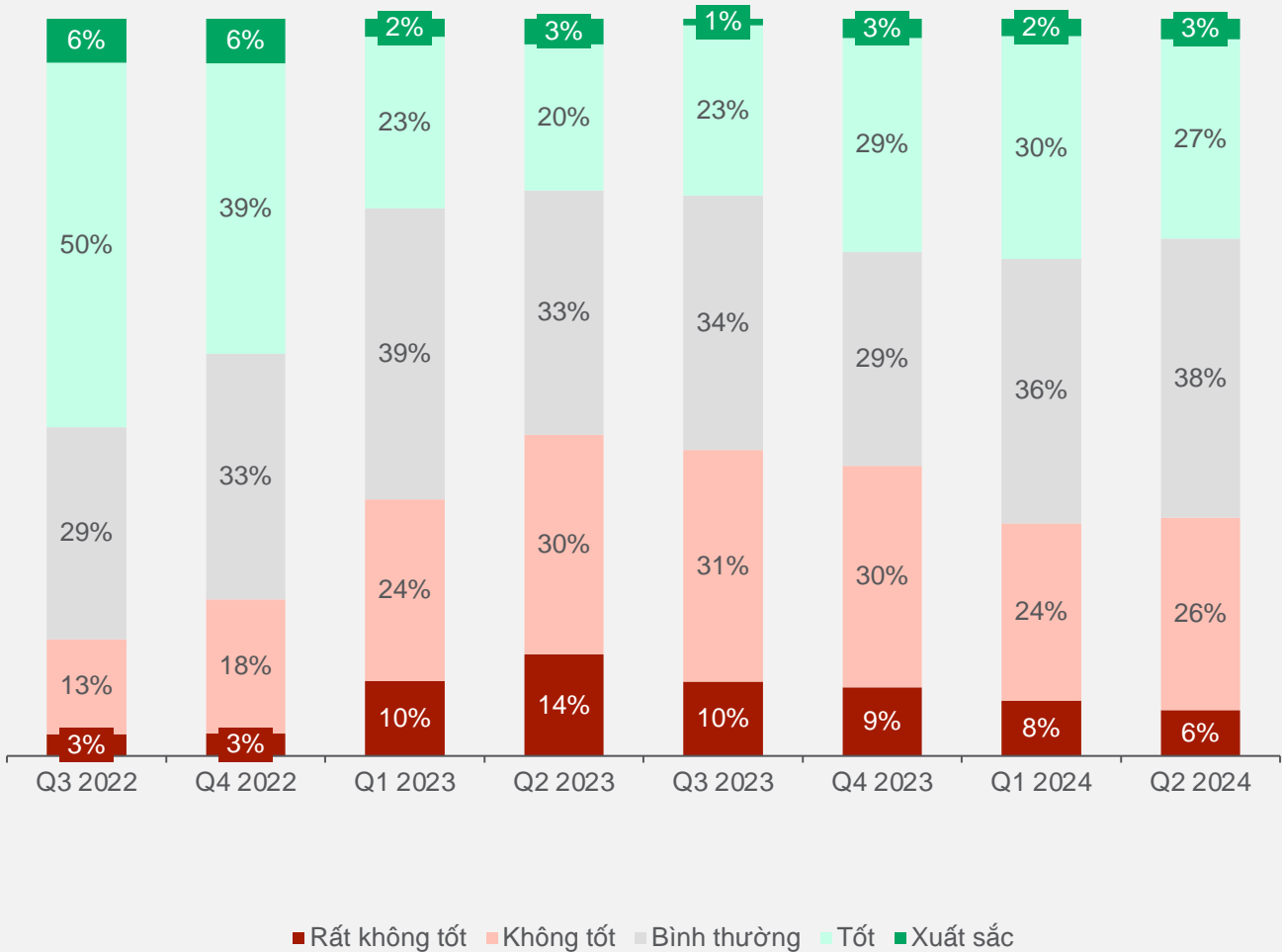


Triển vọng tích cực về ổn định kinh tế nhìn chung vẫn được duy trì. Tuy nhiên, có một sự gia tăng nhẹ (3%) trong số những người dự đoán khả năng kinh tế sẽ xấu đi trong quý tới.

Nhìn chung, đánh giá về tình hình hiện tại không có gì thay đổi nhiều so với quý 1 năm 2024

Sau nhiều kì tăng trưởng ổn định, tình trạng chững lại cho thấy đà tăng trưởng hiện tại có dấu hiệu chậm lại và doanh nghiệp đang cẩn trọng hơn. Số lượng đánh giá tích cực giảm 2%, được chuyển sang đánh giá trung lập hơn.

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



Câu hỏi: Ông/ Bà đánh giá thế nào về tình hình kinh doanh hiện tại của doanh nghiệp Ông/Bà?

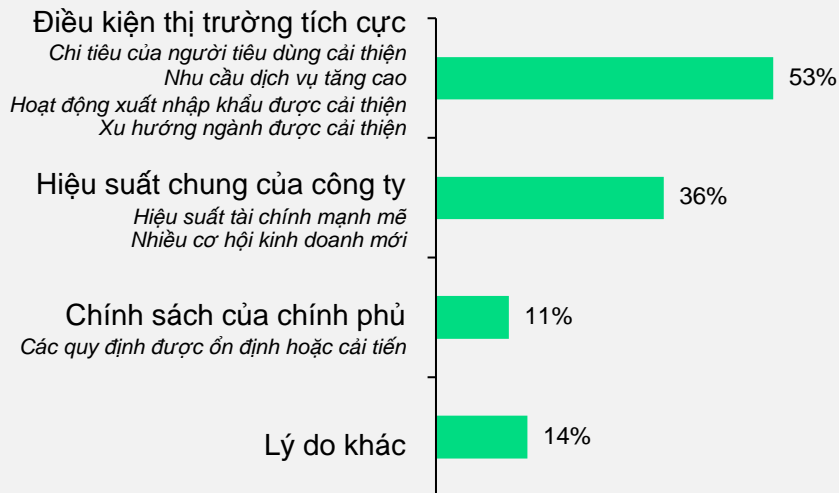
n = 212

Nhu cầu của người tiêu dùng đang có nhiều mâu thuẫn

Sự phục hồi kinh tế Việt Nam vẫn còn nhiều yếu tố bất định. Mức chi tiêu và hoạt động kinh doanh có dấu hiệu tích cực nhưng diễn biến không đồng nhất ở các ngành. Thông tin mâu thuẫn và tình hình chưa ổn định khiến doanh nghiệp cẩn trọng trong hoạt động kinh doanh.

Lý do đánh giá tích cực

(mẫu: người trả lời "Tốt" hoặc "Xuất sắc" trả lời câu hỏi mở)

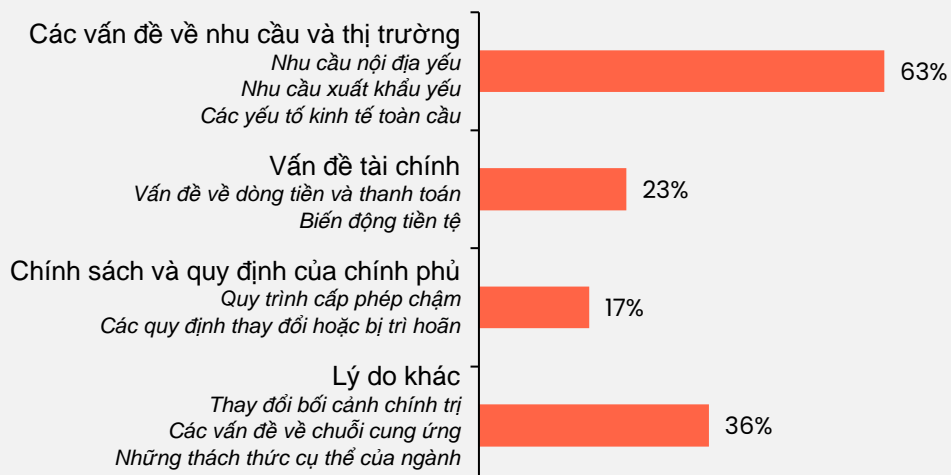


Câu hỏi: Ông/Bà có thể chia sẻ những yếu tố hoặc sự kiện nào đã ảnh hưởng đến nhận định của Ông/Bà không?

n = 49

Lý do đánh giá tiêu cực

(mẫu: người trả lời "Không tốt" hoặc "Rất không tốt" trả lời 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 không?

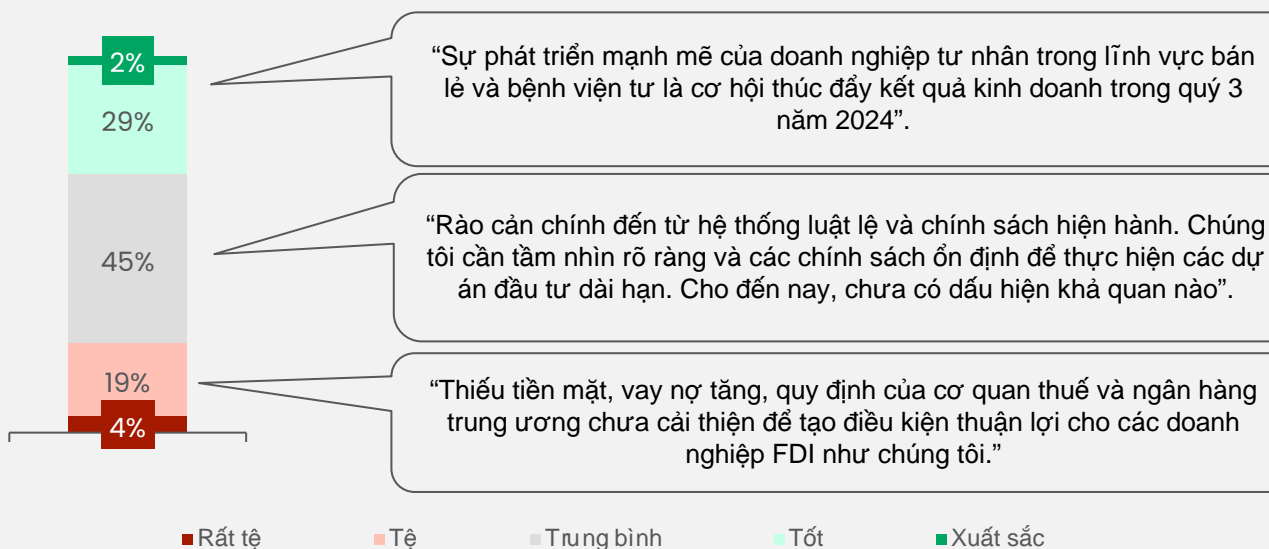
n = 34

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

Các doanh nghiệp đang trở lại với tâm lý thận trọng, với gần một nửa lãnh đạo doanh nghiệp được khảo sát (45%) không có ý kiến rõ ràng về tình hình kinh doanh trong quý tới

Nhiều doanh nghiệp đang gặp khó khăn do thủ tục hành chính rườm rà, cả ở cấp chính quyền trung ương và trong việc xin giấy phép ở địa phương.

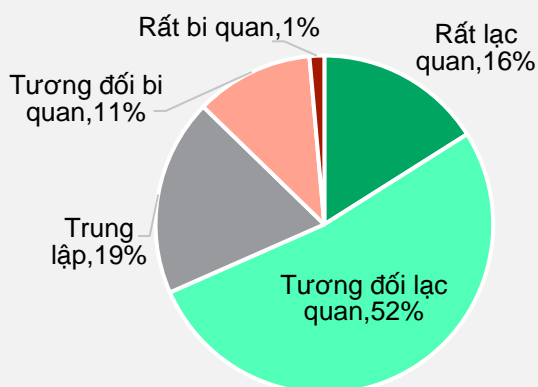
Triển vọng kinh doanh quý 3 năm 2024



Hỏi: Bạn cảm thấy thế nào về triển vọng kinh doanh của doanh nghiệp mình trong Quý 3 năm 2024?

n = 212

Triển vọng 5 năm tới



Hỏi: Xét đến môi trường kinh tế và kinh doanh hiện tại, công ty của ông lạc quan như thế nào về tương lai tại Việt Nam trong 5 năm tới?

n = 212

Bất chấp triển vọng thận trọng của trong ngắn hạn, gần 70% số lãnh đạo doanh nghiệp được khảo sát bày tỏ sự lạc quan trong 5 năm tới.

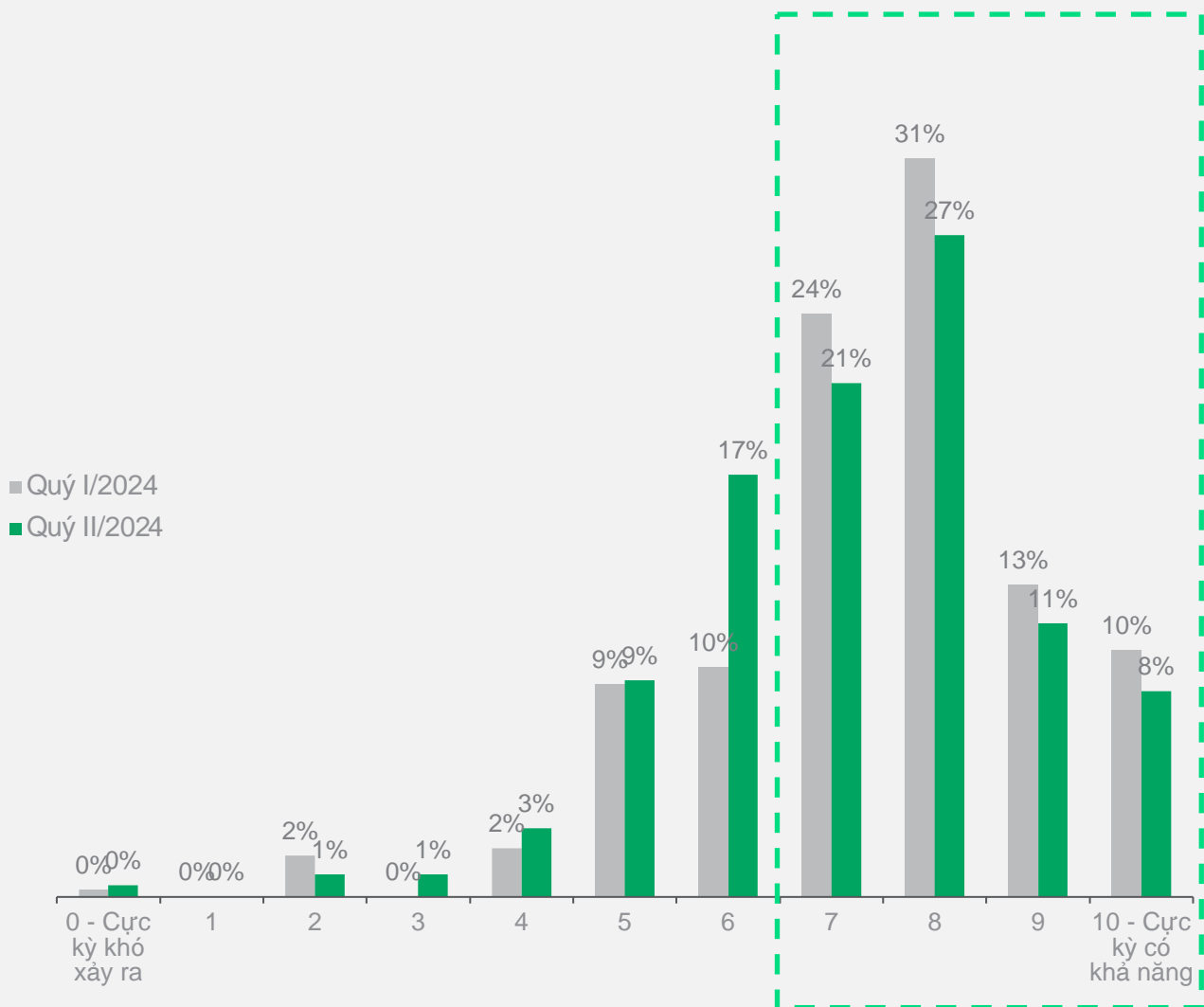
02 | Việt Nam với vai trò là điểm đến đầu tư



Tuy sự hào hứng của doanh nghiệp có phần giảm nhẹ, nhưng Việt Nam vẫn là một điểm đến đầu tư hấp dẫn

Phần lớn các lãnh đạo doanh nghiệp (gần 70%) khuyến nghị Việt Nam là điểm đến đầu tư. Điều này cho thấy sự tin nhiệm của các doanh nghiệp nước ngoài vào môi trường kinh doanh. Tâm lý tích cực này của các doanh nghiệp có thể là động lực mạnh mẽ cho các nhà đầu tư mới từ nước ngoài cân nhắc đầu tư vào Việt Nam.

Khả năng giới thiệu Việt Nam là điểm đến đầu tư



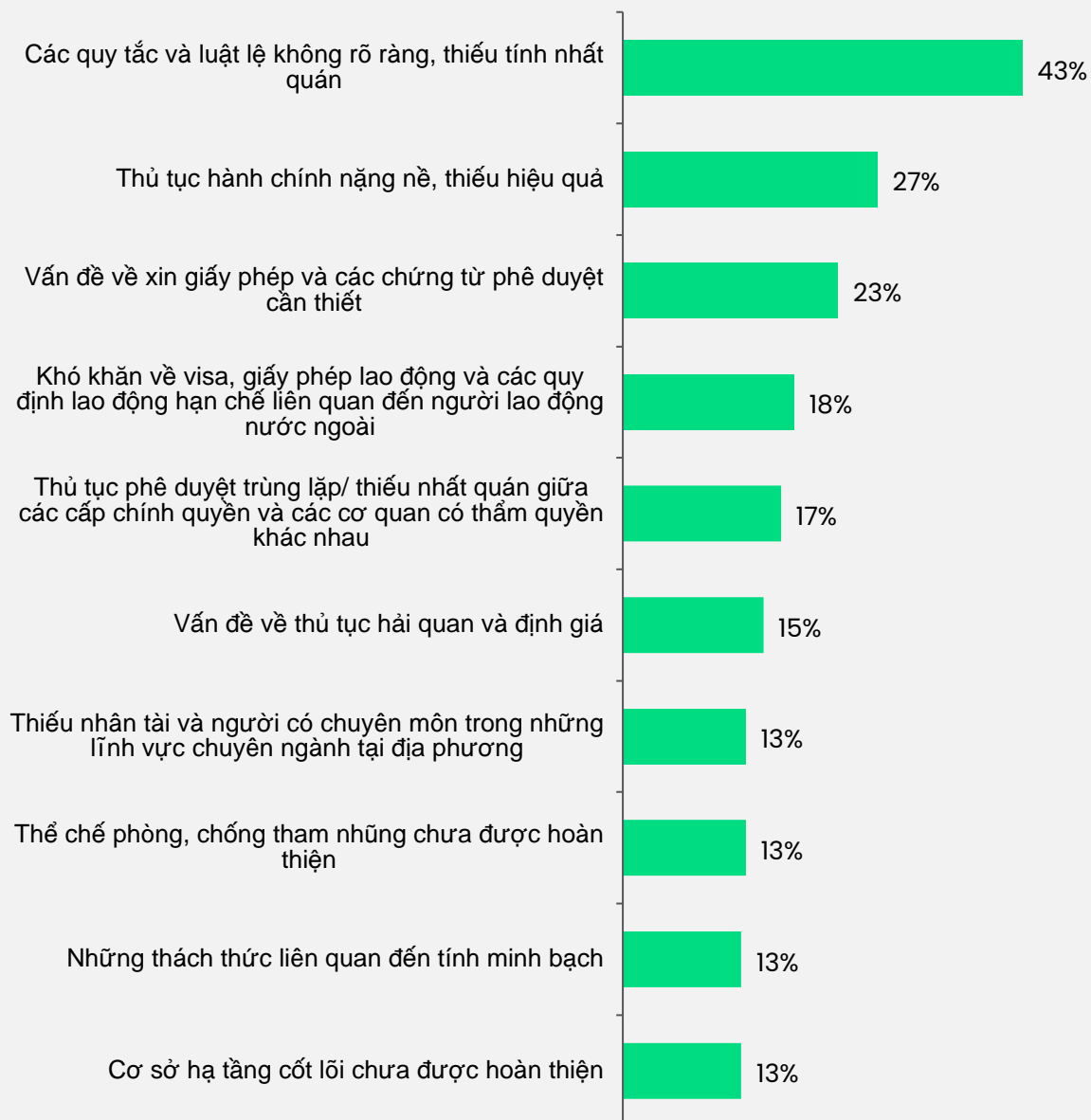
Câu hỏi: Trên thang điểm từ 0 đến 10, bạn có khả năng giới thiệu Việt Nam là điểm đến đầu tư cho các doanh nghiệp nước ngoài khác không? Với 0 là "Cực kỳ khó xảy ra" và 10 là "Cực kỳ có khả năng"

n = 212

Khung pháp lý hiện hành và thủ tục hành chính rườm rà được cho là những trở ngại lớn cho hoạt động kinh doanh hiệu quả

Năm trở ngại đáng kể nhất đối với hiệu quả kinh doanh đều liên quan đến vấn đề thủ tục hành chính trùng lặp, rườm rà, không nhất quán. Bên cạnh đó, khoảng cách năng lực và cơ sở hạ tầng thiếu thốn cũng làm tăng thêm những trở ngại mà doanh nghiệp phải đối mặt trong việc cải thiện hiệu suất.

10 trở ngại hàng đầu trong kinh doanh



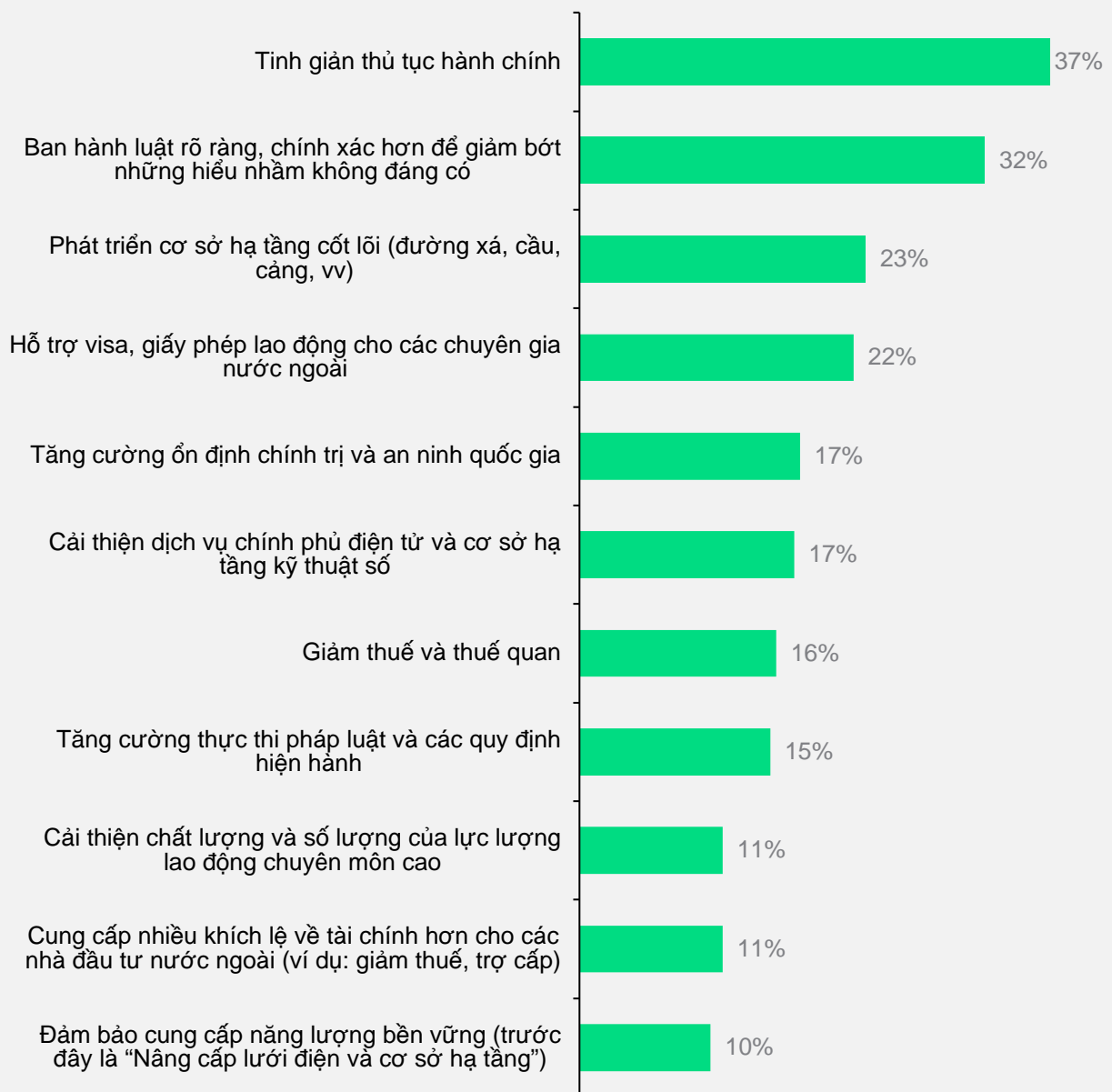
Câu hỏi: Ba trở ngại pháp lý quan trọng nhất đối với công ty của Ông/Bà khi kinh doanh tại Việt Nam là gì?

n = 212

Bảo đảm tăng trưởng dài hạn và thu hút vốn đầu tư nước ngoài: Tinh giản bộ máy hành chính, ban hành luật, chính sách rõ ràng và ưu tiên đầu tư cơ sở hạ tầng

Để khắc phục những rào cản hoạt động đã được xác định trước đó, cứ 3 doanh nghiệp thì có 1 doanh nghiệp bày tỏ rằng họ sẽ được hưởng lợi nhiều nhất từ việc tinh giản thủ tục hành chính và ban hành luật chính xác hơn.

Các yếu tố nâng cao khả năng thu hút FDI



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

n = 212

03 | Triển khai Hiệp định EVFTA



Hiệp định Thương mại tự do EU-Việt Nam (EVFTA) đã cho thấy sự thay đổi đáng chú ý trong quan hệ EU-Việt Nam. Hiệp định được lập nên để thay đổi ba khía cạnh chính:

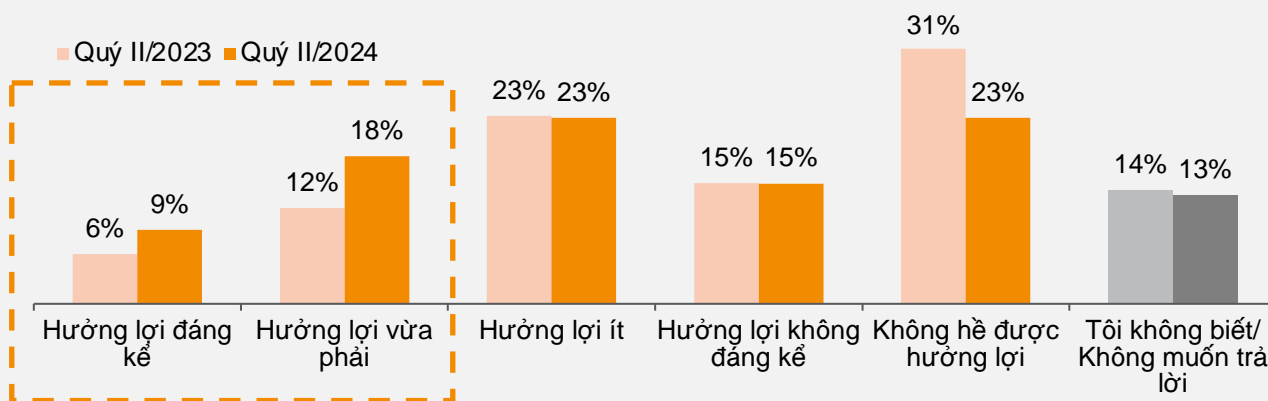
- 1. Giảm thuế quan:** EVFTA sẽ loại bỏ gần như toàn bộ thuế quan giữa EU và Việt Nam. Hiệp định đã loại bỏ thuế quan lên 65% giá trị hàng xuất khẩu của EU kể từ thời điểm hiệp định có hiệu lực, và các loại thuế còn lại sẽ được loại bỏ dần trong thập kỷ tiếp theo. Trong khi đó, 71% hàng xuất khẩu Việt Nam sang EU sẽ được miễn thuế sau khi EVFTA có hiệu lực. Tỷ lệ này dự kiến sẽ tăng lên hơn 99% trong 7 năm tới.
- 2. Thuế hải quan:** Thuế hải quan sẽ gần như được xóa bỏ trong thời gian chuyển tiếp 7 năm đối với hàng hóa Việt Nam và 10 năm đối với hàng hóa EU. Điều này được thiết lập nhằm mang lại lợi ích cho cả doanh nghiệp và người tiêu dùng khi mà giá cả sẽ thấp hơn và khả năng cạnh tranh sẽ cao hơn.
- 3. Khả năng tiếp cận thị trường dành cho các nhà cung cấp dịch vụ EU:** Trong EVFTA, Việt Nam tiến xa hơn Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) về việc nâng cao khả năng tiếp cận thị trường cho các nhà cung cấp dịch vụ EU. Hiệp định bổ sung thêm các (tiểu) ngành dự kiến sẽ được mở cửa, mang lại cho EU khả năng tiếp cận tốt nhất có thể vào thị trường Việt Nam. FTA cũng có đề cập về điều khoản 'Quốc gia được ưu ái nhất'.

Nguồn: Báo cáo [EuroCham EVFTA 2019](#)



EVFTA mang lại tác động ngày càng tăng: Số lượng doanh nghiệp được hưởng lợi từ trung bình đến đáng kể từ hiệp định đã tăng hơn 10 điểm phần trăm so với cùng kỳ năm trước, với 27% doanh nghiệp báo cáo tác động tích cực trong năm nay so với 18% của năm ngoái.

Lợi ích từ EVFTA

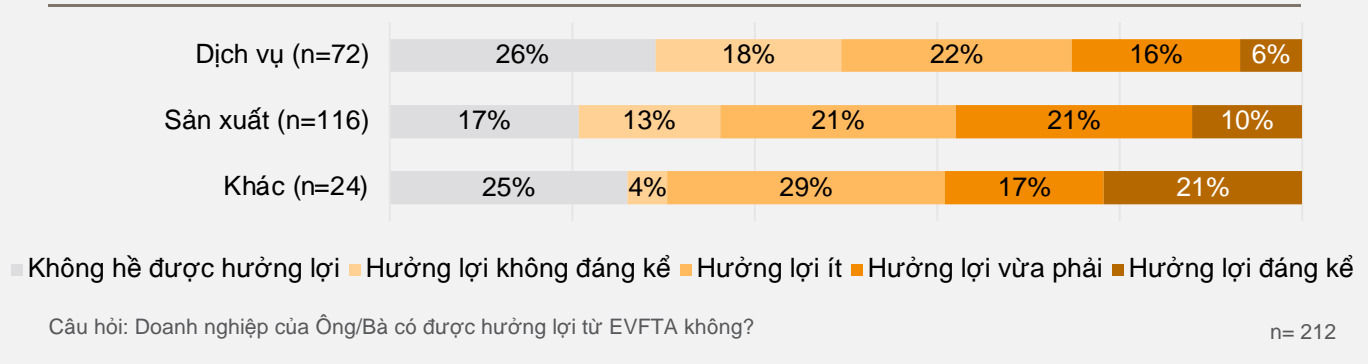


Câu hỏi: Doanh nghiệp của Ông/Bà có được hưởng lợi từ EVFTA không?

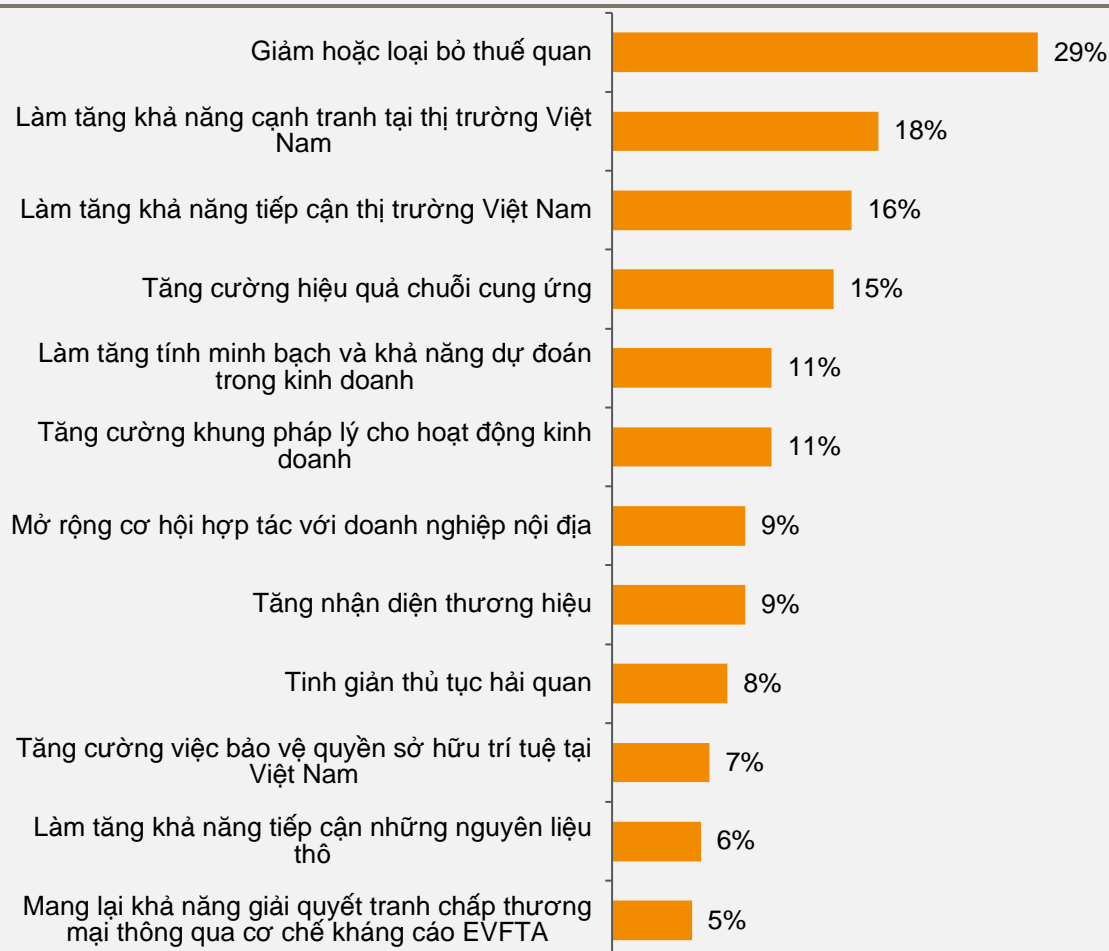
n = 212

Hiệp định EVFTA đang từng bước thực hiện mục tiêu cốt lõi của mình: Gần 1 trong 3 doanh nghiệp đồng ý rằng các rào cản thương mại, đặc biệt là thuế quan, đang được cắt giảm như dự định

Lợi ích EVFTA theo ngành



Những cách EVFTA mang lại lợi ích cho doanh nghiệp



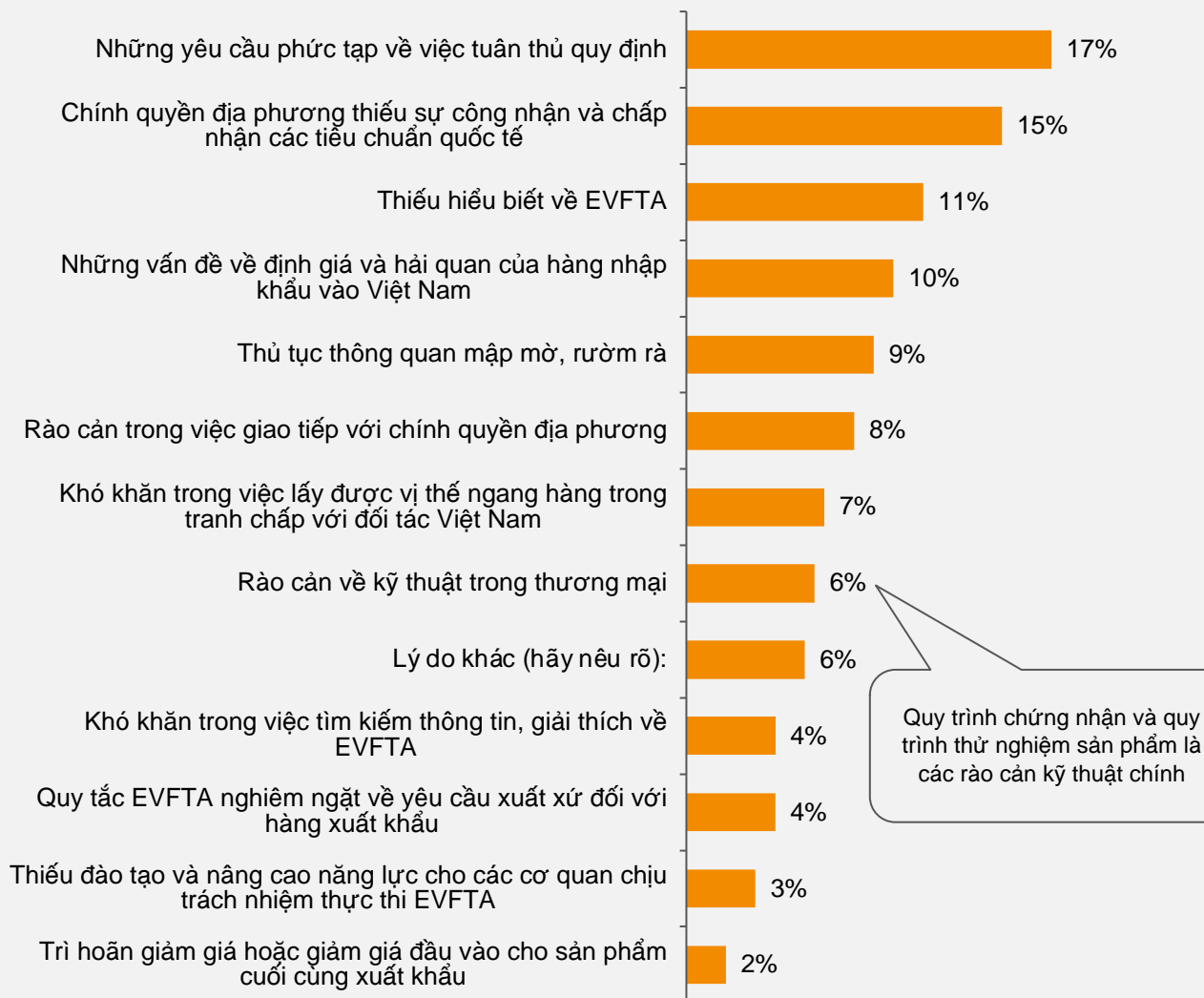
Câu hỏi: Doanh nghiệp của Ông/Bà đang được hưởng lợi như thế nào từ Hiệp định EVFTA?

n= 212

Vẫn còn những điểm cần cải thiện trong cách hiệp định được triển khai

Các thủ tục phức tạp và sự hạn chế trong việc công nhận các tiêu chuẩn quốc tế của chính quyền địa phương có thể mang lại rào cản cho các doanh nghiệp trong việc tận dụng tiềm năng của EVFTA.

Rào cản chính để được hưởng lợi từ EVFTA



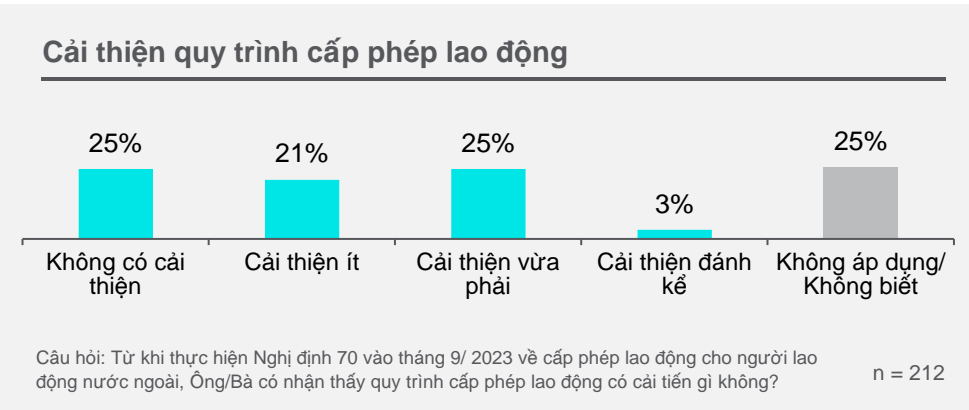
Câu hỏi: Đây là những rào cản chính hạn chế khả năng tận dụng các cơ hội của EVFTA của công ty Ông/Bà?

n = 212

04 | Thời sự



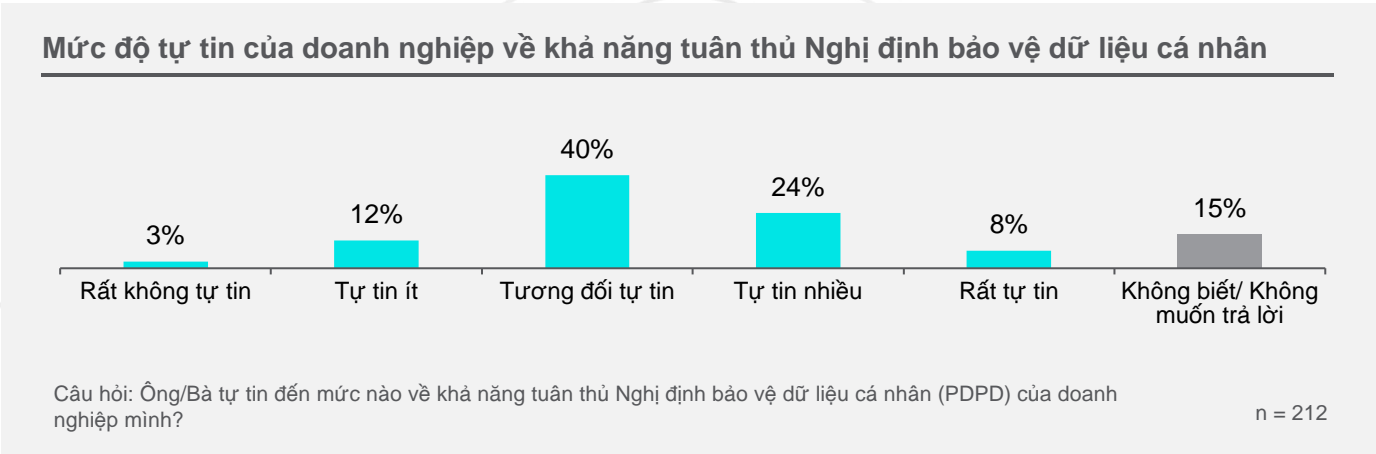
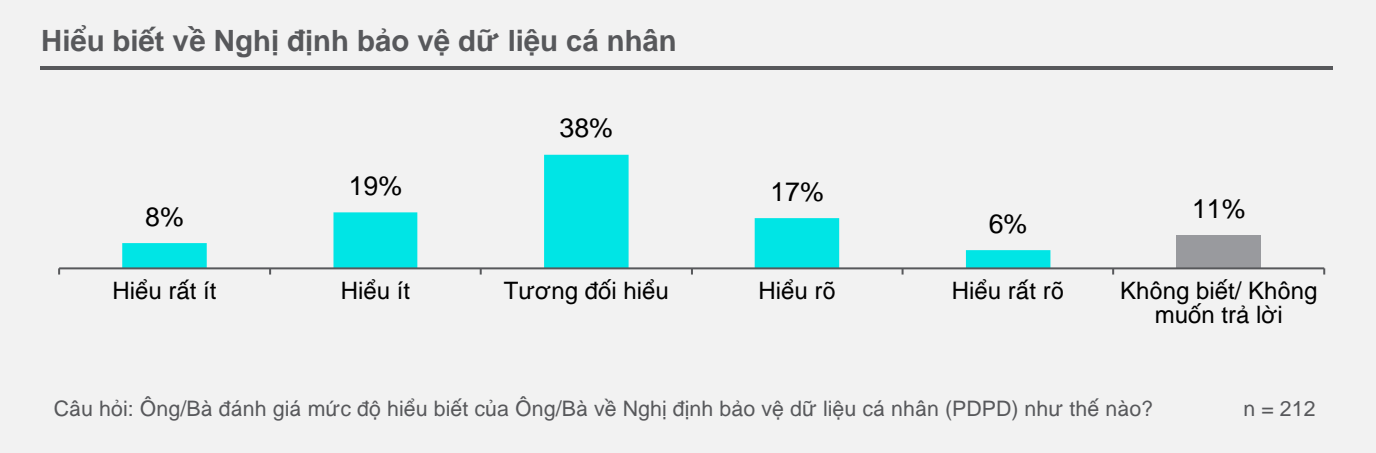
1. Giấy phép lao động



Khoảng một nửa số doanh nghiệp châu Âu tại Việt Nam nhận thấy có một số cải tiến trong quy trình cấp giấy phép lao động, nhưng chỉ một số ít cho rằng đã có sự cải thiện đáng kể

2. Nghị định bảo vệ dữ liệu cá nhân

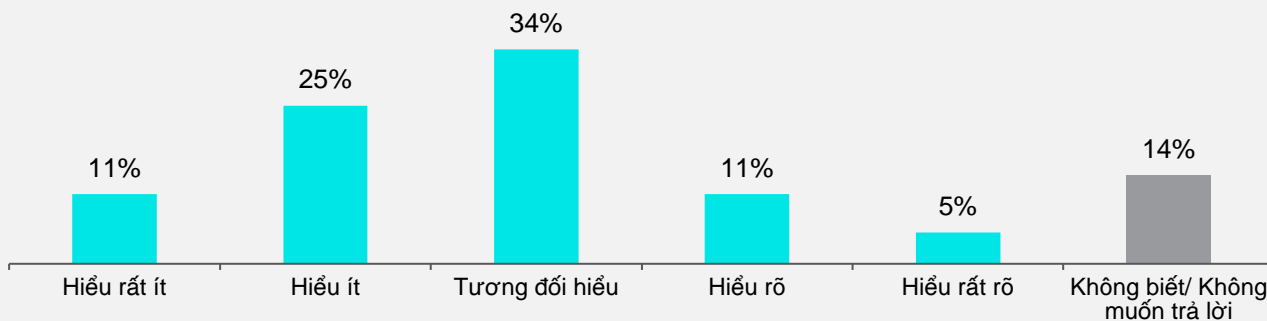
Mức độ hiểu biết còn hạn chế về Nghị định Bảo vệ dữ liệu cá nhân khiến nhiều doanh nghiệp chỉ tự tin ở mức trung bình về khả năng tuân thủ. Do đó, việc đào tạo và nâng cao nhận thức là vô cùng cần thiết để hạn chế các rủi ro pháp lý tiềm ẩn.



3. Các thỏa thuận Xanh Châu Âu

Hiểu biết hạn chế về các quy định quan trọng trong Thỏa thuận Xanh của EU (chưa đến 20% nắm bắt các quy định như EUDR, CSDDD và CBAM) tạo ra những thách thức về tuân thủ cho doanh nghiệp. Gần một phần tư (24%) cho biết mức độ tự tin thấp trong việc đáp ứng các yêu cầu này.

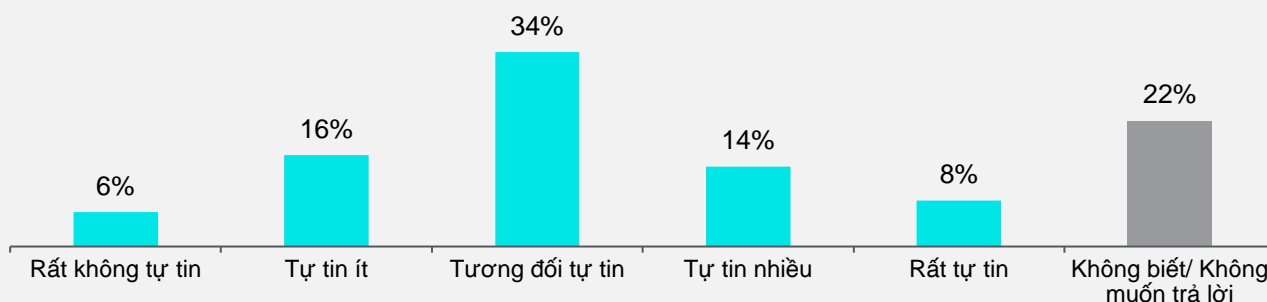
Hiểu biết về Thỏa thuận Xanh EU



Câu hỏi: Ông/Bà đánh giá mức độ hiểu biết của Ông/Bà về các Thỏa thuận Xanh châu Âu như thế nào?

n = 212

Mức độ tự tin của doanh nghiệp về khả năng tuân thủ Thỏa thuận Xanh EU



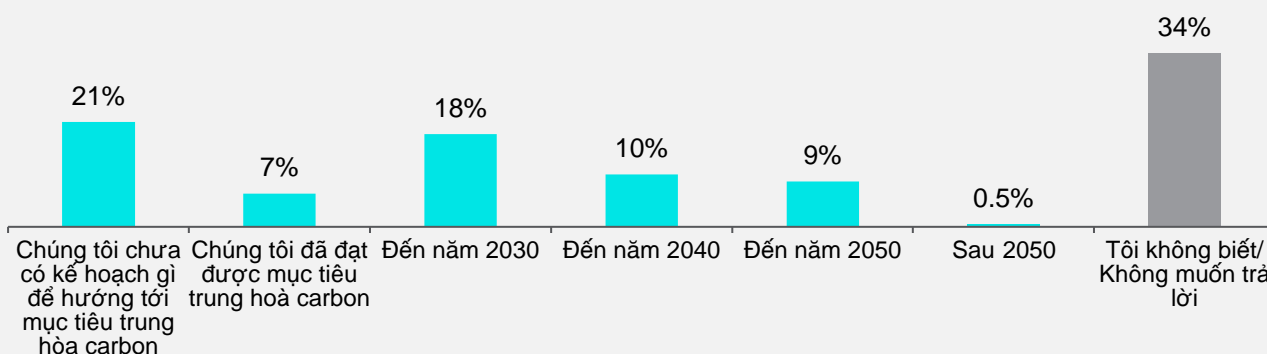
Câu hỏi: Ông/Bà tự tin đến mức nào về khả năng tuân thủ các Thỏa thuận Xanh châu Âu của doanh nghiệp mình?

n = 212

4. Mục tiêu trung hòa carbon

Hơn 50% doanh nghiệp cũng cho biết họ không biết hoặc hiện không có kế hoạch đạt mục tiêu trung hòa carbon. Chính sách và quy định của Chính phủ được coi là trở ngại lớn nhất đối với doanh nghiệp. Việc tiếp cận năng lượng sạch và thiếu nhu cầu thị trường cũng là những thách thức đáng kể.

Mục tiêu trung hòa carbon



Câu hỏi: Doanh nghiệp của Ông/Bà đặt mục tiêu đạt được mức trung hòa carbon ở Việt Nam khi nào?

n = 212

Những thách thức chính để hướng tới trung hòa carbon

- **Hành vi của khách hàng:** Khách hàng không sẵn lòng trả thêm phí cho các hoạt động trung hòa lượng carbon và thiếu động lực khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư.
- **Chính sách & Quy định của Chính phủ:**
 - Thiếu quy định và thực thi đầy đủ cho các mục tiêu trung hòa carbon.
 - Các chính sách và quy trình không rõ ràng tạo ra sự nhầm lẫn và cản trở tiến độ.
 - Tập trung vào nhiên liệu hóa thạch (than, LNG) và hạn chế hỗ trợ cho năng lượng tái tạo.
- **Cơ sở hạ tầng năng lượng:**
 - Khả năng tiếp cận các nguồn năng lượng sạch (năng lượng tái tạo) và thông tin về nguồn năng lượng còn hạn chế.
 - Sự phụ thuộc vào lưới điện Việt Nam chủ yếu dựa vào các nhà máy nhiệt điện than.
 - Thiếu cơ sở hạ tầng cho các trạm sạc xe điện.
- **Quản lý chất thải:**
 - Khó khăn trong việc tái chế rác thải do cơ sở hạ tầng và nhận thức còn hạn chế.
 - Thiếu tính tuần hoàn trong thực hành quản lý chất thải.
- **Tài chính:** Khả năng tiếp cận tài chính cho các dự án trung hòa carbon còn hạn chế.
- **Nhận thức của nhân viên:** Nhân viên thiếu động lực và kiến thức về mục tiêu trung hòa carbon.
- **Đo lường & Báo cáo:** Khó khăn trong việc đo lường và báo cáo lượng khí thải carbon do khung pháp lý không rõ ràng.
- **Chuỗi cung ứng:** Các nhà cung cấp không đáp ứng các tiêu chuẩn về tính trung hòa carbon hoặc thiếu dữ liệu về lượng khí thải của họ.
- **Giao thông công cộng:** Cơ sở hạ tầng giao thông công cộng kém không khuyến khích các lựa chọn đi lại có hàm lượng carbon thấp.

Câu hỏi: Vui lòng mô tả những thách thức hoặc rào cản chính mà doanh nghiệp Ông/Bà gặp phải trong quá trình hướng tới mục tiêu trung hòa carbon.

n = 212

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 của 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 bằng bảng câu hỏi trực tuyến, được viết kịch bản 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 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 212 người đã hoàn thành bảng câu hỏi đầy đủ ở vòng này. Con số này thể hiện tỷ lệ phản hồi là 9,5%, 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.