

Khảo sát doanh nghiệp tại ASEAN | Các dữ liệu chính



Việt Nam

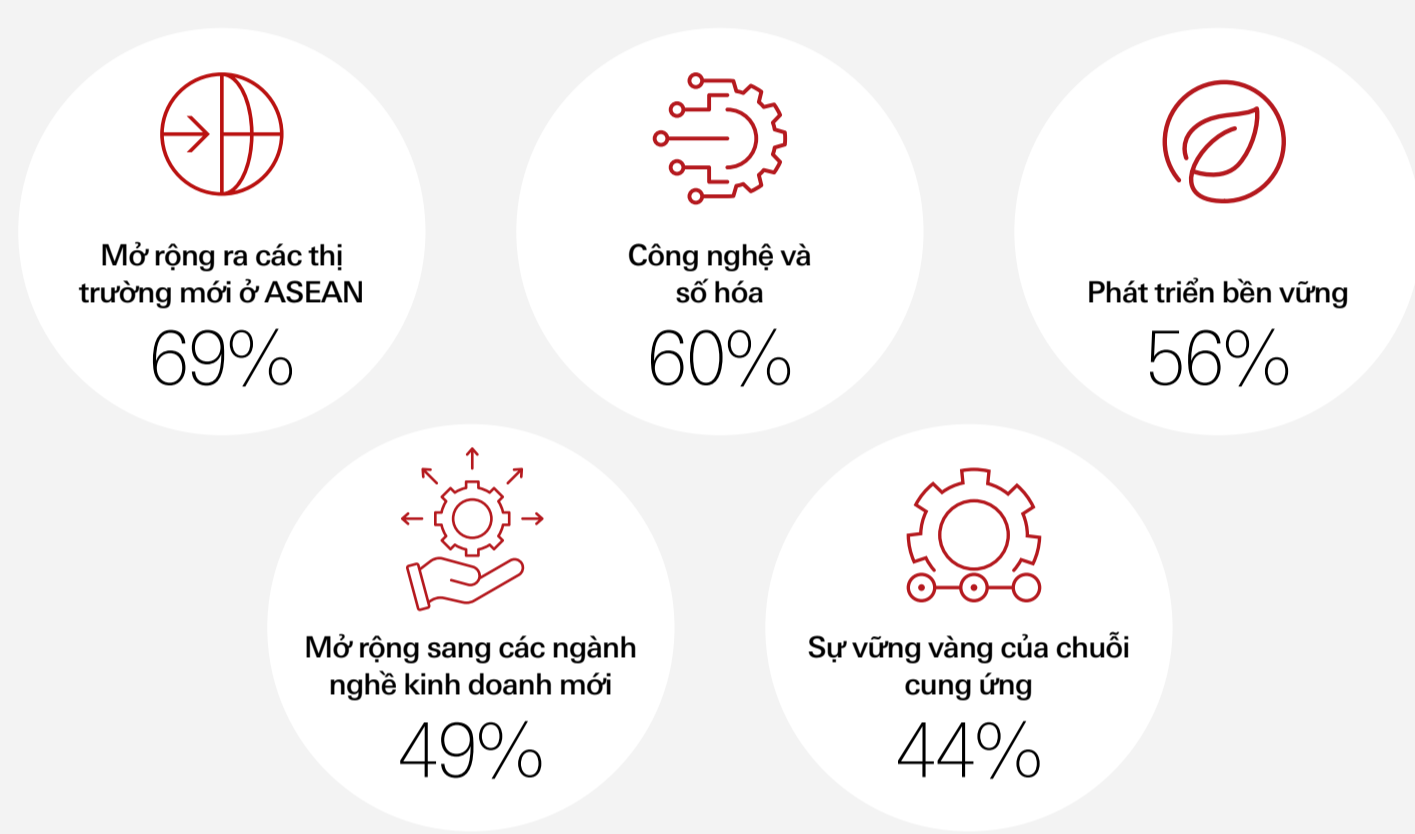
Khoảng 9 trên 10 doanh nghiệp tại Việt Nam có kế hoạch đầu tư nhiều hơn vào các thị trường ASEAN, theo kết quả khảo sát của HSBC thực hiện với những người có vai trò quyết định về tài chính doanh nghiệp tại 6 nền kinh tế lớn nhất khu vực. Ở hầu hết các thị trường ASEAN, hơn phân nửa người tham gia khảo sát bày tỏ mong muốn chọn Việt Nam là thị trường mới để mở rộng kinh doanh.

Khảo sát cũng chỉ ra năng lực công nghệ trong nước và thách thức về chuỗi cung ứng là những rào cản hàng đầu cho các doanh nghiệp tại Việt Nam khi tìm cách mở rộng ra thị trường ASEAN mới, nhấn mạnh sự cần thiết phải lập kế hoạch cẩn thận và tìm kiếm tư vấn chuyên môn khi đầu tư ra nước ngoài.

Phát triển sản phẩm là ưu tiên hàng đầu của các doanh nghiệp tại Việt Nam, sau đó là mở rộng ra ASEAN. 94% người được hỏi kỳ vọng hoạt động thương mại của họ trong nội khối ASEAN tăng trong năm 2024, với 27% kỳ vọng mức tăng cao hơn 30%.

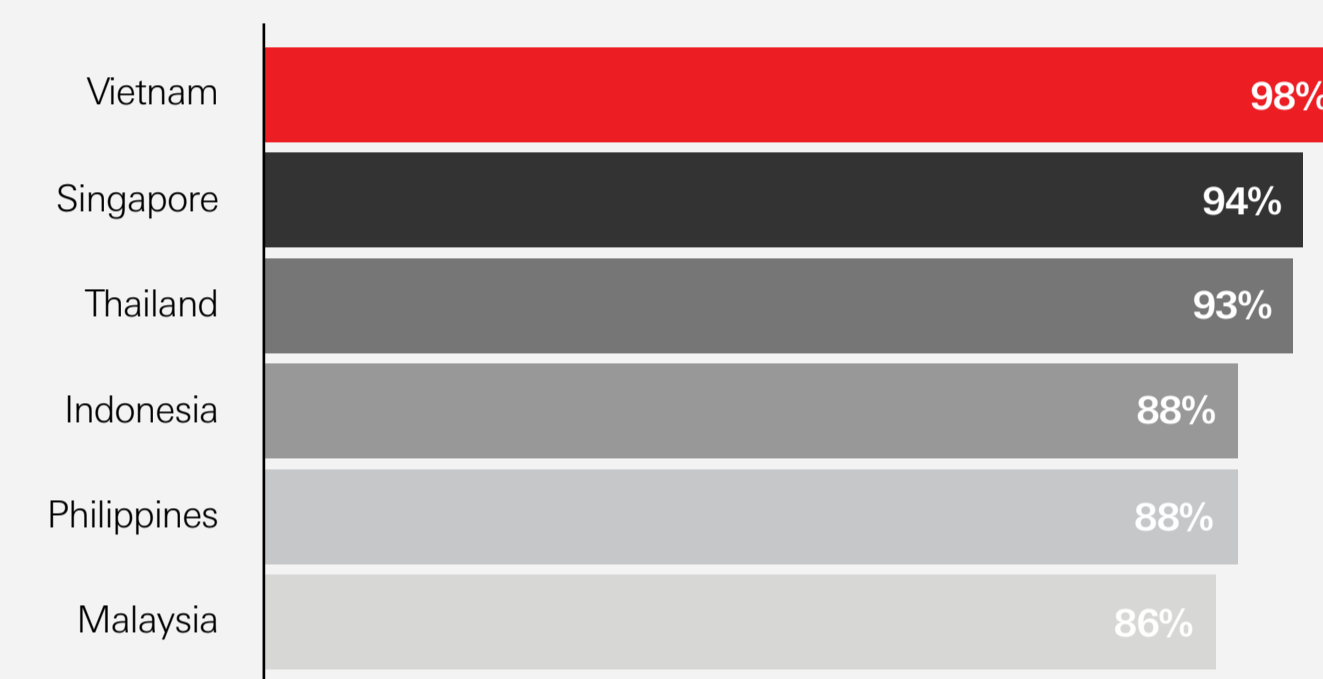
Doanh nghiệp có kế hoạch đầu tư vào mở rộng thị trường mới ở ASEAN, công nghệ và số hóa

Các lĩnh vực dự kiến đầu tư tại ASEAN



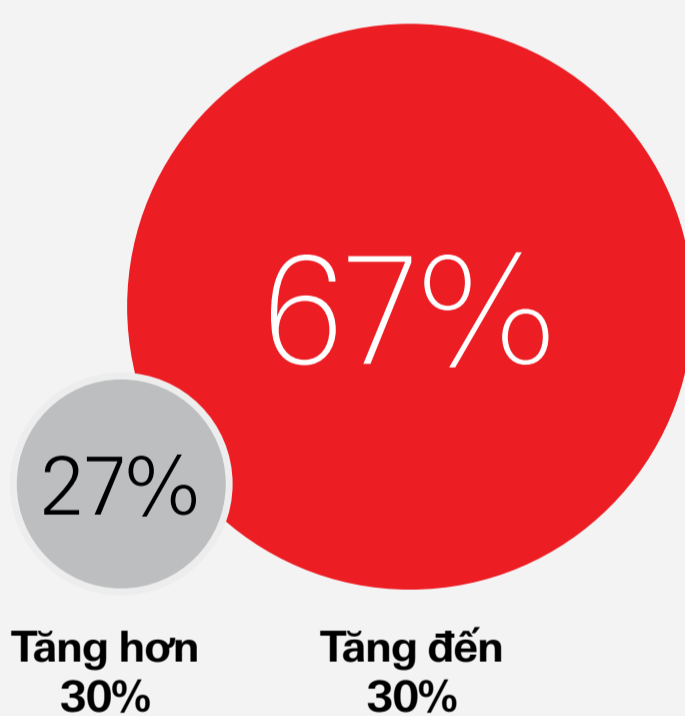
Các thị trường ASEAN đều tự tin vào tăng trưởng kinh doanh

Tỷ lệ doanh nghiệp Việt Nam rất tự tin về khả năng phát triển kinh doanh tại từng thị trường



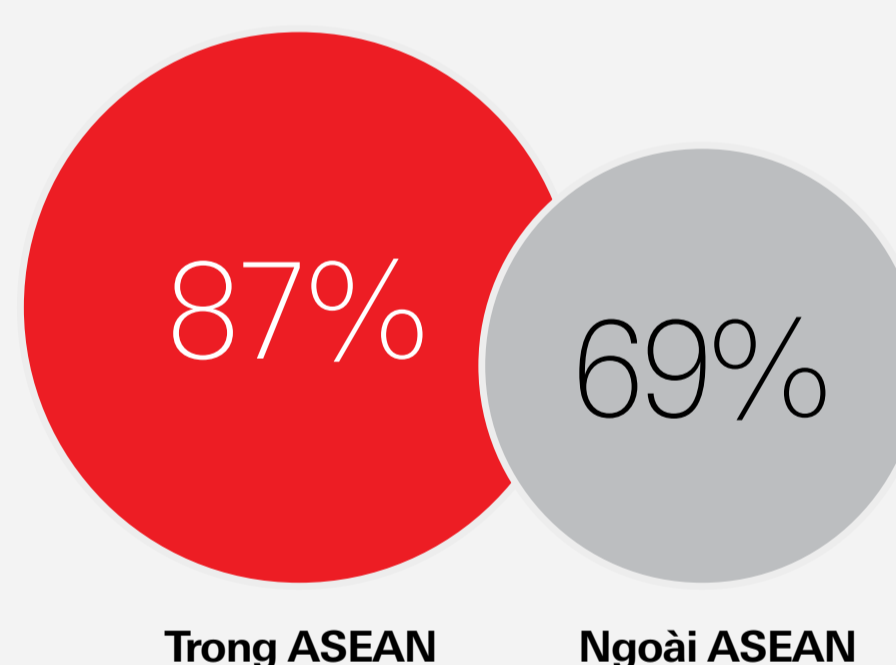
Thương mại nội khối ASEAN được kỳ vọng sẽ khởi sắc

Doanh nghiệp kỳ vọng hoạt động thương mại của mình với các nước ASEAN sẽ thay đổi như thế nào trong năm 2024?



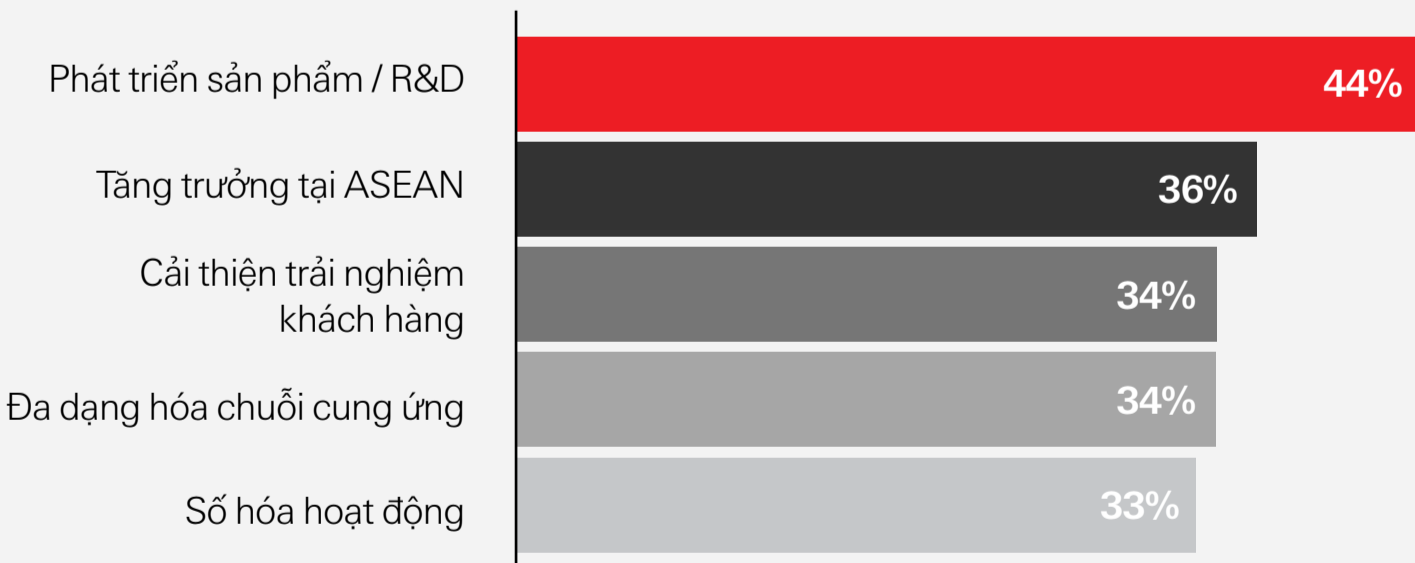
Doanh nghiệp có ý định đầu tư vào các thị trường ASEAN nhiều hơn ngoại khối

Kế hoạch đầu tư thêm trong năm 2024



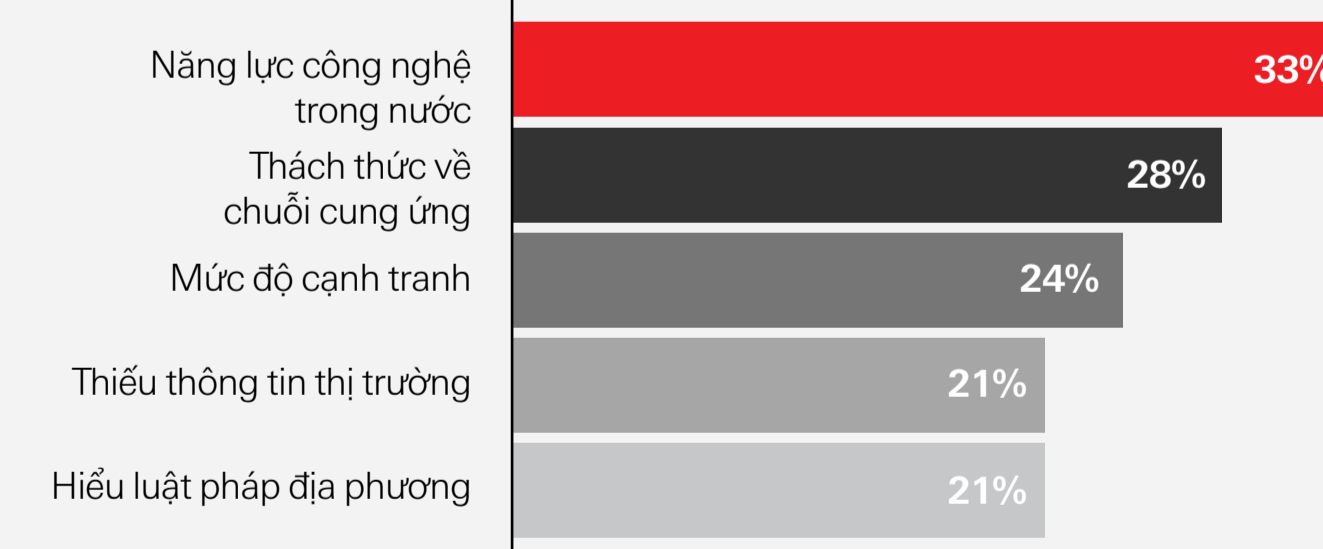
Doanh nghiệp ưu tiên phát triển sản phẩm và tăng trưởng trong khu vực

Top 5 các ưu tiên mang tính chiến lược



Năng lực công nghệ trong nước và thách thức về chuỗi cung ứng cản trở hoạt động mở rộng kinh doanh tại ASEAN

Các rào cản lớn nhất trong quá trình mở rộng ra các thị trường ASEAN



Khảo sát tổng hợp 600 câu trả lời từ các doanh nghiệp với doanh thu hàng năm ít nhất 150 triệu USD. Số lượng người tham gia chia đều cho 6 thị trường ASEAN lớn nhất: Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore, Thái Lan và Việt Nam. Dữ liệu biểu đồ đề cập đến các công ty hoạt động tại Việt Nam.

HSBC tại Việt Nam

HSBC 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, hai chi nhánh tại Bình Dương và Đà Nẵng. HSBC hiện là một trong những ngân hàng nước ngoài lớn nhất tại Việt Nam xét về vốn, danh mục sản phẩm, và số lượng khách hàng. Với hiểu biết sâu sắc về thị trường Việt Nam, chúng tôi hỗ trợ các khách hàng doanh nghiệp hoạt động kinh doanh trong nước và tiến ra thị trường quốc tế, với đầy đủ các dịch vụ tài chính ngân hàng bao gồm: Dịch vụ Quản lý Tài sản và Tài chính Cá nhân, Dịch vụ Ngân hàng Doanh Nghiệp, Dịch vụ Giải pháp Thanh toán Toàn cầu, Dịch vụ Thanh toán Quốc tế và Tài trợ thương mại, Ngoại hối, Thị trường vốn và Dịch vụ Chứng Khoán.



Phát hành bởi Ngân hàng TNHH Một thành viên HSBC Việt Nam.

HSBC tại ASEAN

Với hơn 135 năm hoạt động tại ASEAN và mạng lưới rộng lớn tại khu vực, châu Á và toàn cầu, HSBC mang đến cho khách hàng những hiểu biết sâu sắc về các thị trường tại đây, tư vấn chuyên môn và kết nối quốc tế. Mạng lưới ASEAN của HSBC chiếm hơn 93% GDP của ASEAN và thương mại quốc tế, với hơn 15.000 nhân viên tại 200 văn phòng, phục vụ 2,5 triệu khách hàng cá nhân và 30.000 doanh nghiệp.