TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Doanh nghiệp Việt trước bài toán thích ứng trong cuộc đua thị trường toàn cầu

06:36 07/06/2026

Trong bối cảnh thương mại toàn cầu liên tục biến động, doanh nghiệp Việt Nam đang đứng trước sức ép lớn về khả năng thích ứng với xu hướng tiêu dùng, yêu cầu thị trường và các rủi ro mới phát sinh trong môi trường kinh doanh số. Những "độ vênh" giữa sản xuất và nhu cầu thị trường, giữa tốc độ chuyển đổi công nghệ và năng lực quản trị, hay giữa chính sách hỗ trợ và khả năng tiếp cận của doanh nghiệp đang trở thành rào cản đáng chú ý đối với năng lực cạnh tranh của khu vực kinh tế trong nước.

Thị trường đổi nhịp nhanh, doanh nghiệp chịu áp lực thích ứng

Theo số liệu của Cục Thống kê (Bộ Tài chính), kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong những tháng đầu năm 2026 đạt hơn 215 tỷ USD, tăng gần 20% so với cùng kỳ năm trước. Dù vậy, khu vực doanh nghiệp trong nước mới chỉ đóng góp hơn 20% tổng kim ngạch xuất khẩu, trong khi phần lớn vẫn thuộc về khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (FDI).

Điều này cho thấy doanh nghiệp nội địa vẫn gặp nhiều khó khăn trong việc mở rộng thị phần và tận dụng các cơ hội từ thương mại quốc tế. Một trong những nguyên nhân lớn đến từ việc thị trường thay đổi nhanh hơn khả năng thích ứng của nhiều doanh nghiệp.



Xu hướng tiêu dùng thay đổi nhanh tạo sức ép lên doanh nghiệp xuất khẩu

Trong ngành thủy sản, đặc biệt là lĩnh vực tôm xuất khẩu, sự lệch pha giữa sản xuất và nhu cầu tiêu dùng đang bộc lộ rõ nét. Nhiều hộ nuôi chuyển sang nuôi tôm cỡ lớn nhằm tối ưu giá trị sản phẩm, trong khi các thị trường nhập khẩu lớn lại có xu hướng tăng nhu cầu đối với tôm cỡ nhỏ để phục vụ phân khúc tiêu dùng tiết kiệm.

Sự chênh lệch này khiến doanh nghiệp gặp khó trong việc xây dựng cơ cấu sản phẩm phù hợp, ảnh hưởng đến khả năng ký kết đơn hàng cũng như kế hoạch thu mua nguyên liệu. Áp lực còn gia tăng khi giá thức ăn chăn nuôi và chi phí đầu vào tăng cao, trong khi giá tôm nguyên liệu tại nhiều khu vực có xu hướng giảm so với đầu năm.

Không chỉ ngành thủy sản, nhiều lĩnh vực khác cũng đang đối mặt với nguy cơ “sản xuất một hướng, thị trường đi một hướng”. Khi nhu cầu tiêu dùng toàn cầu thay đổi nhanh chóng, doanh nghiệp không thể tiếp tục phụ thuộc vào kinh nghiệm cũ hoặc những tín hiệu thị trường của các năm trước.

Gian lận công nghệ cao và bài toán bảo vệ doanh nghiệp

Bên cạnh áp lực thị trường, doanh nghiệp Việt Nam còn phải đối mặt với các rủi ro mới phát sinh từ môi trường kinh doanh số. Các hình thức lừa đảo thương mại, giả mạo đối tác và gian lận công nghệ cao đang xuất hiện ngày càng nhiều, đặc biệt trong bối cảnh giao dịch trực tuyến xuyên biên giới phát triển

mạnh.

Theo các chuyên gia quốc tế, doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam là nhóm dễ bị tổn thương nhất do phụ thuộc lớn vào giao dịch trực tuyến, trao đổi qua email và nền tảng số. Nhiều đối tượng lừa đảo sử dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI) để tạo email giả mạo, sao chép website hoặc giả danh đối tác nhằm chiếm đoạt tiền thanh toán.

Những thủ đoạn này ngày càng tinh vi khi kẻ gian có thể sử dụng dữ liệu bị rò rỉ để xây dựng các kịch bản giao dịch rất thuyết phục, khiến doanh nghiệp khó nhận diện rủi ro bằng các biện pháp xác minh thông thường.

Trong bối cảnh đó, doanh nghiệp được khuyến nghị cần xây dựng hệ thống xác minh nhiều lớp, kiểm tra thông tin đối tác qua các nguồn độc lập và tăng cường sử dụng các công cụ bảo đảm thanh toán như thư tín dụng (L/C), dịch vụ ký quỹ hoặc xác nhận giao dịch hai chiều.

Ngoài rủi ro công nghệ, một “độ vênh” khác cũng đang ảnh hưởng lớn tới doanh nghiệp nội địa là khả năng tiếp cận chính sách hỗ trợ còn hạn chế. Dù Việt Nam đã tham gia hàng loạt hiệp định thương mại tự do (FTA) với nhiều thị trường lớn trên thế giới, tỷ lệ doanh nghiệp thực sự hiểu và tận dụng hiệu quả các ưu đãi từ FTA vẫn chưa cao.

Theo khảo sát của Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), chỉ khoảng hơn 1/4 doanh nghiệp biết đến các chương trình hỗ trợ liên quan đến FTA tại địa phương. Trong số đó, nhiều doanh nghiệp cho rằng việc tiếp cận thông tin, thủ tục và hướng dẫn thực thi vẫn còn khó khăn.

Đây được xem là một nghịch lý khi cơ hội mở rộng thị trường là rất lớn nhưng nhiều doanh nghiệp lại chưa đủ nguồn lực và năng lực để tận dụng. Việc thiếu thông tin về quy tắc xuất xứ, tiêu chuẩn kỹ thuật hay các yêu cầu thị trường khiến doanh nghiệp dễ mất lợi thế cạnh tranh ngay trên những thị trường có ưu đãi thuế quan.

Theo các chuyên gia, trong bối cảnh thương mại toàn cầu bước vào giai đoạn cạnh tranh bằng tốc độ thích ứng, doanh nghiệp cần chuyển mạnh từ tư duy phản ứng sang chủ động dự báo xu hướng thị trường, đầu tư công nghệ và nâng cao năng lực quản trị rủi ro.

Song song với đó, các cơ quan quản lý và hiệp hội ngành hàng cần đẩy mạnh hoạt động tư vấn, hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận thông tin thị trường, tiêu chuẩn kỹ thuật và chính sách thương mại quốc tế một cách thực chất hơn.

Nếu không nhanh chóng thu hẹp các “độ vênh” giữa sản xuất và nhu cầu, giữa công nghệ và quản trị hay giữa chính sách và khả năng tiếp cận, doanh nghiệp Việt Nam có thể đánh mất cơ hội trong cuộc cạnh tranh ngày càng khốc liệt của thị trường toàn cầu.

Ngược lại, nếu xử lý tốt những khoảng cách này, doanh nghiệp không chỉ giữ được đơn hàng và thị phần mà còn có cơ hội nâng cao vị thế trong chuỗi cung ứng quốc tế, tạo nền tảng tăng trưởng bền vững trong giai đoạn tới.

Nam Sơn *(t/h)*