

ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ (ITPC)



Thị trường Thái Lan

Tháng 01/2020

THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG

MỤC LỤC

TRỤ SỞ

Trung tâm Xúc tiến
Thương mại và Đầu tư
Thành phố Hồ Chí Minh
ĐC: 51 Đinh Tiên Hoàng,
Quận 1, Tp.HCM
92 Nguyễn Huệ,
Quận 1, Tp.HCM
Tel: (028) 3823 6738
Fax: (028) 3824 2391
Email: itpc@itpc.gov.vn
Website: www.itpc.gov.vn

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

Số 10/GP - XBTT -
STTTT, ngày 14/9/2018
của Sở Thông tin Truyền
thông Tp.HCM



05 TỔNG QUAN VỀ QUỐC GIA THÁI LAN

12 NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG THÁI LAN

24 HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ THÁI LAN

40 HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ THÁI LAN

46 MỘT SỐ ĐỊA CHỈ CẦN THIẾT

Nội dung của báo cáo này dùng cho doanh nghiệp tham khảo, thông tin có thể thay đổi bởi các yếu tố khách quan của thị trường hoặc những thay đổi chính sách từ các cơ quan chức năng Thái Lan và quốc tế.

Doanh nghiệp cần tiến hành thẩm định trước khi triển khai dự án kinh doanh hoặc các thỏa thuận thương mại khác.

Vui lòng liên hệ với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư khi cần sự hỗ trợ. Để tải bản đầy đủ, doanh nghiệp truy cập website www.itpc.gov.vn/exporters.

Bản báo cáo có sử dụng thông tin và số liệu đã công bố của các tổ chức



BỘ CÔNG THƯƠNG



Ministry of Commerce



THE WORLD BANK
IBRD • IDA | WORLD BANK GROUP



WORLD TRADE ORGANIZATION

Và một số đối tác khác.
Xin chân thành cảm ơn.

THỊ TRƯỜNG THÁI LAN



TỔNG QUAN VỀ QUỐC GIA THÁI LAN

VỊ TRÍ ĐỊA LÝ – VĂN HÓA – XÃ HỘI THÁI LAN



Tên đầy đủ: Vương quốc Thái Lan (Kingdom of Thailand)

Thủ đô: Bangkok

Thể chế: Quân chủ lập hiến.

- Nguyên thủ quốc gia là Vua: về danh nghĩa Vua là người đứng đầu nhà nước, Tổng Tư lệnh quân đội và là người bảo trợ Phật giáo.
- Quốc hội: Theo Hiến pháp ngày 24/8/2007, Quốc hội Thái Lan là Quốc hội lưỡng viện. Hạ viện (cơ quan lập pháp) gồm 480 ghế và Thượng viện gồm 150 ghế.
- Chính phủ: Bao gồm 36 thành viên gồm 3 Phó Thủ tướng, 21 Bộ trưởng và 11 Thứ trưởng. Ngoài ra còn có một số Ủy ban của Chính phủ được lập ra để phối hợp thực hiện các chính sách chung.

Vị trí địa lý: Nằm ở trung tâm khu vực Đông Nam Á. Là đất nước có khí hậu nhiệt đới, Thái Lan bao gồm các hệ sinh thái đa dạng, bao gồm các khu vực đồi núi ở biên giới phía bắc, những cánh đồng lúa màu mỡ ở đồng bằng trung tâm, cao nguyên rộng lớn ở phía đông bắc và bờ biển gồ ghề dọc theo bán đảo hẹp ở phía nam.

Diện tích: Tổng cộng: 513.120 km²

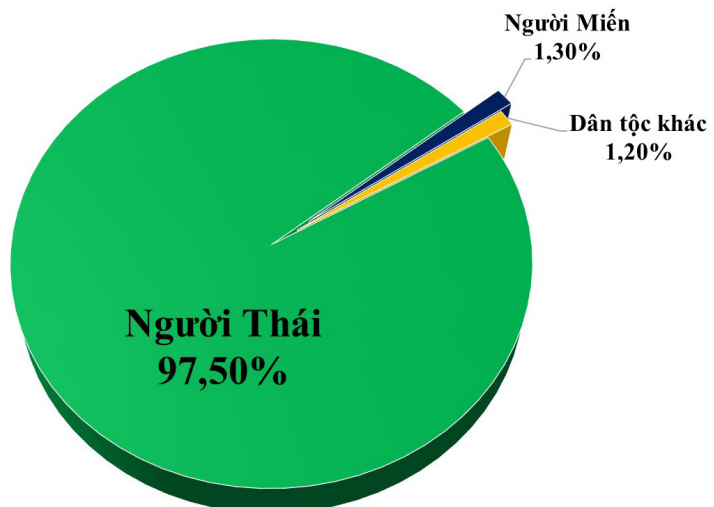
- Đất liền: 510.890 km²
- Nước, sông ngòi: 2.230 km²

Dân số: 68.977.400 người (tính đến tháng 7/2020). Xếp hạng thứ 20 trên thế giới.

Tiền tệ: Baht Thái (THB; 1 THB = 0,032 USD)

Khoáng sản: Thiếc, cao su, khí đốt tự nhiên, vonfram, tantalum, gỗ, chì, cá, thạch cao, than non, fluorit, đất trồng trọt.

Cơ cấu dân tộc của Thái Lan



NGÔN NGỮ

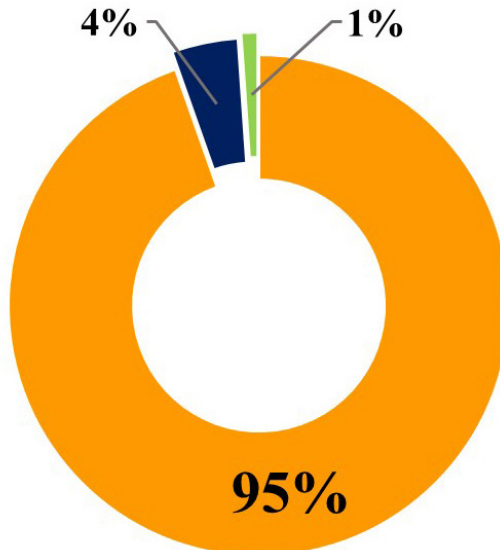
Hầu hết các tiếng nói ở Thái Lan thuộc một trong bốn ngữ hệ chính: Tai, Mon-Khmer, Nam Đảo và Hán-Tạng. Ngoài ra, tiếng Anh cũng được sử dụng rộng rãi cho các mục đích thương mại và dịch chính thức khác, và đồng thời là một môn học bắt buộc từ cấp bậc tiểu học. Ngôn ngữ chính thức của Thái Lan là tiếng Thái, được xây dựng từ tiếng nói miền trung Thái Lan.

TÔN GIÁO

Đại đa số người dân ở Thái Lan là tín đồ của Phật giáo. Truyền thống Phật giáo (Nguyên thủy) từ Sri Lanka đã thâm nhập vào đất nước Thái Lan từ xưa, và cũng là tôn giáo chung cho các dân tộc ở Myanmar, Lào, Campuchia, miền nam Trung Quốc và miền nam Việt Nam. Cộng đồng các nhà sư (sangha) là nhân tố trung tâm của truyền thống này. Ở Thái Lan, hầu hết mọi khu vực dân cư đều có ít nhất một tu viện (gọi là wat), nơi có các tu sĩ mặc y phục màu vàng và là nơi diễn ra các nghi lễ chung.

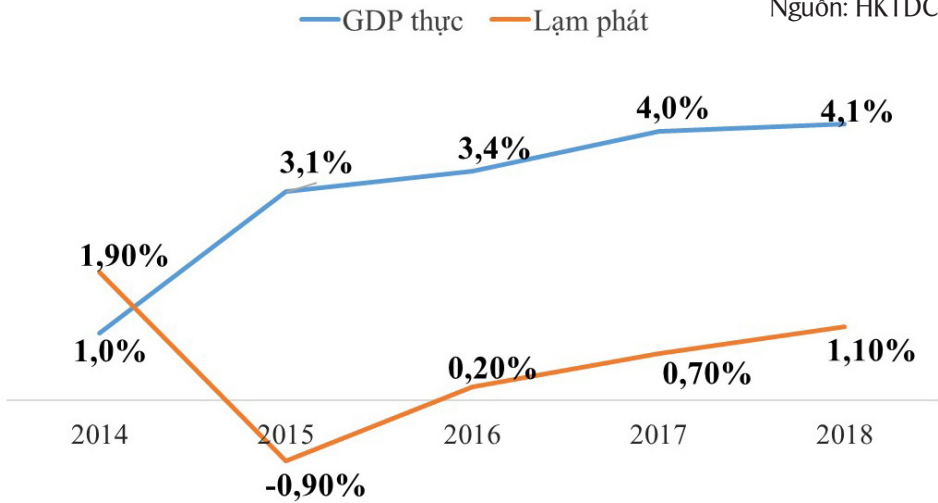
Như một lẽ tất nhiên, cuộc sống và các sự kiện quan trọng của người Thái luôn gắn bó mật thiết với chùa. Phật không có mặt trong các tiệm trang sức vàng, bạc, đá quý vì không thể mua bán mà được thỉnh từ trong chùa.

■ Đạo Phật ■ Đạo Hồi ■ Đạo Thiên Chúa cùng các tôn giáo khác



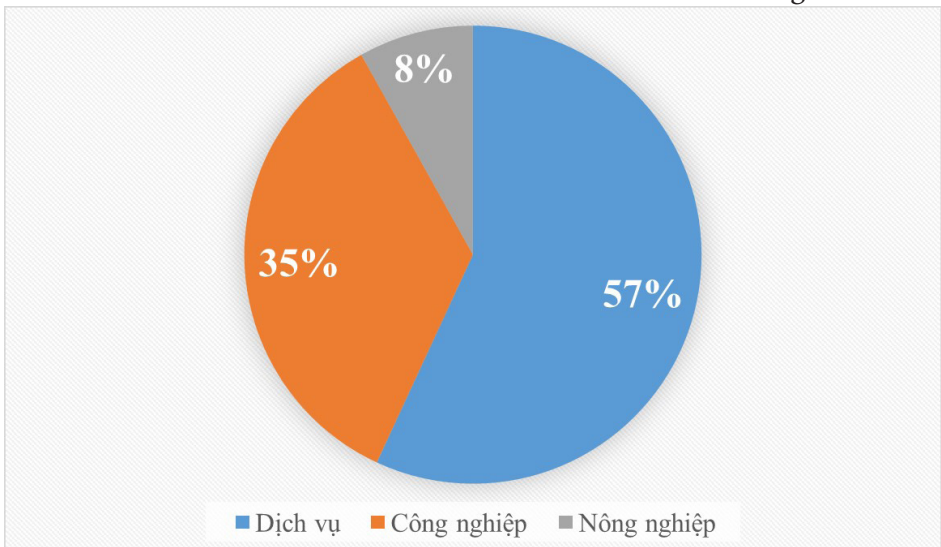
GDP thực và mức lạm phát (tỷ lệ % qua các năm)

Nguồn: HKTDC



GDP theo ngành (năm 2018)

Nguồn: HKTDC



CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI NỔI BẬT

Thái Lan là thành viên WTO kể từ ngày 1 tháng 1 năm 1995.

Kể từ năm 2015, nhiều mức thuế giữa các quốc gia thành viên ASEAN đã được gỡ bỏ, khi ASEAN hướng tới hải quan thống nhất. Thuế quan hạ thấp đã đem lại những thuận lợi trong khu vực, ví dụ như là sự bùng nổ thương mại giữa các nước nội khối trong những năm gần đây, đặc biệt là khi Malaysia, Singapore, Việt Nam, Campuchia và Myanmar đều là đối tác xuất khẩu lớn của Thái Lan.

Mặc dù Thái Lan đã bãi bỏ hầu hết các mức thuế, nhưng điều này chủ yếu mang lại lợi ích cho các nhà đầu tư khu vực (thành viên ASEAN) và một số quốc gia khác có chung hiệp định thương mại tự do (FTA). Do đó, mức thuế cao trong nhiều lĩnh vực cùng hàng rào phi thuế quan (yêu cầu cấp phép và yêu cầu nhập khẩu) quá nặng nề vẫn là một trở ngại cho việc tiếp cận thị trường. Sự kiểm soát giá và thuế tiêu thụ đặc biệt, thường dựa trên cấu trúc thuế cực kỳ phức tạp, cũng tác động tiêu cực đến thương mại trong một số lĩnh vực. Thái Lan không phải là bên ký kết Hiệp định mua sắm của Chính phủ WTO (GPA) mặc dù nước này có tư cách quan sát viên trong Ủy ban GPA.

Vào tháng 5 năm 2017, Thái Lan bãi bỏ Đạo luật Hải quan cũ năm 1926 và Đạo luật Hải quan mới BE 2560 (2017) đã có hiệu lực từ ngày 13 tháng 11 năm 2017, báo trước một kỷ nguyên mới về hải quan và kiểm soát thuế tiêu thụ đặc biệt ở Thái Lan. Mục đích của đạo luật mới là hiện đại hóa luật hải quan của Thái Lan, giảm bớt các thủ tục hải quan một cách đáng kể, đẩy mạnh sự minh bạch và biến Cục Hải quan Thái Lan từ việc trở thành một cơ quan quản lý thành cơ quan hỗ trợ thương mại một cách hiệu quả. Tính mơ hồ trong bộ luật hiện tại đã được xóa bỏ để đưa luật pháp đến gần hơn với các thông lệ quốc tế và phù hợp hơn với các FTA của Thái Lan. Thái Lan là thành viên của Tổ chức Hải quan Thế giới kể từ ngày 4/2/1972.

Thái Lan có các hiệp ước đầu tư song phương (BIT) với Argentina, Bahrain, Bangladesh, Liên minh kinh tế Bỉ-Luxembourg (BLEU), Bulgaria, Campuchia, Canada, Trung Quốc đại lục, Croatia, Cộng hòa Séc, Ai Cập, Phần Lan, Đức, Hồng Kông, Hungary, Indonesia, Israel, Jordan, Triều Tiên, Hàn Quốc, Lào, Myanmar, Hà Lan, Peru, Philippines, Ba Lan, Romania, Slovenia, Sri Lanka, Thụy Điển, Thụy Sĩ, Đài Loan, Thổ Nhĩ Kỳ, Các Tiểu vương quốc Ả Rập Thống nhất, Vương quốc Anh và Việt Nam. Ngoài ra còn có bản ký kết với ba quốc gia khác, nhưng chưa có hiệu lực.

Thái Lan có hai hiệp định thuế với 61 quốc gia.

Sự cải thiện về thứ hạng của Thái Lan trong Bảng xếp hạng cạnh tranh thế giới gần đây nhất của Viện Phát triển Quản lý Quốc tế (IMD) đã được Hội đồng đầu tư Thái Lan ca ngợi như sự chứng thực cho chính sách Thái Lan 4.0 của chính phủ và những cải tiến trong lĩnh vực đào tạo, công nghệ và khung pháp lý. Theo số liệu được công bố gần đây, tổng đầu tư nước ngoài vào các dự án được phê duyệt đã tăng 41% lên 74,9 tỷ baht so với cùng kỳ năm 2018.

Môi trường kinh doanh của Thái Lan vẫn tích cực chào đón đầu tư nước ngoài, thế nhưng luật pháp địa phương lại hỗ trợ cho các công ty trong nước về nhiều mặt. Tất cả các doanh nghiệp hoạt động tại Thái Lan phải đăng ký và xin giấy phép kinh doanh nước ngoài tại Bộ Thương mại. Các công ty sản xuất cũng phải đăng ký với Bộ Công nghiệp và Bộ Lao động và Phúc lợi xã hội. Có một rủi ro là chi tiêu của chính phủ có thể lấn át các nhà đầu tư tư nhân và nước ngoài.

Đạo luật kinh doanh nước ngoài (FBA) năm 1999 là bộ luật chính thức đối với các hoạt động kinh doanh nước ngoài. Mặc dù có một số cải cách, các hạn chế về quyền sở hữu công ty vẫn được áp dụng, công dân nước ngoài chỉ có thể sở hữu 49% công ty, còn lại đa số là thuộc về người Thái.

Một số loại hoạt động kinh doanh chỉ được dành riêng cho công dân Thái Lan theo FBA. Nói chung, đầu tư nước ngoài vào các lĩnh vực này không thể chiếm hơn 50% vốn cổ phần trừ khi được cho phép. Tuy nhiên vẫn có một số quyền miễn trừ, chẳng hạn như khi hội tụ đủ các điều kiện sau: 1. Được tổng giám đốc Bộ Phát triển Kinh doanh phê duyệt; 2. Nhận được sự chấp thuận của Ủy ban Kinh doanh Nước ngoài và 3. Xin giấy phép kinh doanh nước ngoài thành công.

Sở hữu nước ngoài đối với dịch vụ viễn thông không dây hoặc di động; dịch vụ ngân hàng, kế toán và kiểm toán; tư vấn thuế; nông lâm nghiệp; vận chuyển; du lịch bị giới hạn ở mức 49%; lĩnh vực khai thác, quản lý dầu khí và chất thải và cung cấp nước bị giới hạn ở mức 75%.

Theo Luật Đất đai, Đạo luật Chung cư và Đạo luật Cho thuê Tài sản, người nước ngoài không được phép sở hữu đất ở Thái Lan – ngoại trừ các khu công nghiệp thuộc chính phủ hoặc Khu Kinh tế Đặc biệt (SEZs). Ngoài ra, một khoản đầu tư nước ngoài vượt quá 40 triệu baht sẽ cho phép nhà đầu tư sở hữu 1.600 m² đất vào mục đích sử dụng dưới sự cho phép của Bộ Nội vụ. Thay vì mua đất, nhiều doanh nghiệp nước ngoài ký hợp đồng thuê dài hạn và sau đó xây dựng các tòa nhà trên khu đất thuê.

Theo Đạo luật nhà chung cư năm 2008, quyền sở hữu nước ngoài trong một tòa nhà chung cư không thể vượt quá 49%. Tài sản có thể bị tịch thu theo luật pháp Thái Lan, nhưng cơ này khá thấp.

Đạo luật Lao động Nước ngoài nghiêm cấm công dân nước ngoài làm việc trong 39 ngành nghề, nghề nghiệp bao gồm công nhân, thợ kim hoàn, nông dân, kế toán, kiểm toán viên, kỹ sư, kiến trúc sư... Ngoài ra, các công ty cần phải có một số vốn tối thiểu khi thanh toán trả lương để đủ điều kiện sử dụng số lượng cụ thể các công dân nước ngoài tại Thái Lan. Ngoài ra còn có các điều kiện khác như công ty phải có ít nhất năm mươi nhân viên địa phương trên một người nước ngoài.

Các doanh nghiệp hoàn toàn thuộc sở hữu nước ngoài và được thành lập tại Thái Lan dưới sự cho phép của Ủy ban Đầu tư Thái Lan, được phép sử dụng công dân nước ngoài với điều kiện có tỷ lệ 4 người địa phương trên 1 công dân nước ngoài làm việc.



Cắt băng khai mạc tuần hàng Việt Nam tại Thái Lan

Thái Lan có Chiến lược Xúc tiến Đầu tư Bảy năm (2015-2021) nhằm mục đích thúc đẩy đầu tư có giá trị vào Thái Lan để vượt qua bẫy thu nhập trung bình và đạt được tăng trưởng bền vững theo mô hình kinh tế vừa đủ (sufficiency economy). Sáu chính sách xúc tiến đầu tư chính bao gồm hỗ trợ cho các đặc khu kinh tế, đặc biệt là ở các khu vực biên giới và các khu vực phía nam Thái Lan để hỗ trợ tăng cường an ninh cho khu vực.

NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG THÁI LAN



Trong bốn thập kỷ qua, Thái Lan đã đạt được những tiến bộ rõ rệt trong phát triển kinh tế và xã hội, chuyển mình từ một nước thu nhập thấp sang một nước thu nhập cao trong vòng chưa đầy một thế hệ. Với kết quả như vậy, Thái Lan đã trở thành một câu chuyện phát triển thành công được nhắc tới rất nhiều, với sự tăng trưởng mạnh mẽ và giảm nghèo ấn tượng.

Nền kinh tế Thái Lan tăng trưởng với tốc độ trung bình hàng năm là 7,5% trong những năm bùng nổ 1960 đến 1996 và 5% sau cuộc khủng hoảng tài chính châu Á giai đoạn 1999-2005, tạo ra việc làm giúp hàng triệu người thoát khỏi cảnh đói nghèo. Việc đạt được nhiều khía cạnh của phúc lợi cũng rất ấn tượng: ngày càng nhiều trẻ em được đi học nhiều hơn và hầu như mọi người đều được bảo hiểm y tế trong khi các hình thức an sinh xã hội khác được mở rộng. Tình trạng nghèo đói đã giảm đáng kể trong 30 năm qua từ 67% vào năm 1986 xuống còn 7,8% trong năm 2017 (số liệu dựa trên chuẩn nghèo của tầng lớp thu nhập trung bình cao là 5,5 đô la/ngày).

Đất nước Thái Lan trong tương lai sẽ đi theo mô hình kinh tế mang tên “Thái Lan 4.0”, nhằm mục đích giải phóng Thái Lan khỏi một số thách thức kinh tế và giúp đất nước thoát khỏi cạm bẫy thu nhập trung bình. Mô hình kinh tế này tập trung vào bốn

mục tiêu: thịnh vượng kinh tế, phúc lợi xã hội, nâng cao giá trị con người và bảo vệ môi trường. Để đạt được sự thịnh vượng kinh tế, các động lực chính sẽ là sự đổi mới, công nghệ và sáng tạo. Chính phủ Thái Lan đặt mục tiêu tăng chi phí nghiên cứu và phát triển lên 1,5% GDP, tăng tốc độ tăng trưởng kinh tế lên mức không dưới 5% trong vòng 5 năm và tăng thu nhập quốc dân trên đầu người từ 5.470 USD năm 2014 lên 15.000 USD vào năm 2032.

Để thúc đẩy sự thịnh vượng xã hội, mô hình Thái Lan 4.0 tập trung vào việc khuyến khích tất cả các thành viên trong xã hội phát huy hết tiềm năng của họ, làm tiêu giảm chênh lệch xã hội và bất bình đẳng thu nhập. Mô hình kinh tế cũng nhằm mục đích phát triển nguồn nhân lực bằng cách chuyển đổi lao động sinh lãi thành lực lượng lao động lành nghề.

NHỮNG NGUYÊN TẮC CƠ BẢN CỦA VĂN HÓA KINH DOANH

Văn hóa kinh doanh Thái Lan mang một số đặc điểm văn hóa làm việc như các quốc gia khác ở Đông Nam Á. Tuy nhiên, văn hóa kinh doanh ở nước này lại chịu sự ảnh hưởng từ phương Tây ít hơn. Một số đặc điểm văn hóa kinh doanh tương đồng với các nước láng giềng bao gồm chủ nghĩa tập thể, tính lịch sự, sự tôn trọng “danh dự” và hệ thống phân cấp mạnh mẽ. Văn hóa kinh doanh Thái cũng được định hình bởi khái niệm 'sanuk', tức là sự cố gắng hài lòng với bất cứ điều gì đã làm và tận dụng tối đa mọi tình huống có sẵn. 'Mai Pen Rai' ("đừng bận tâm") là một thành ngữ của người Thái tượng trưng cho tiêu điểm trong cuộc sống và cách tiếp cận kinh doanh của người dân xứ sở chùa vàng. Mặc dù người Thái làm việc rất hiệu quả và chăm chỉ, họ luôn hài lòng với những gì họ đang có.

Hệ thống phân cấp áp dụng trong không chỉ môi trường làm việc mà cả xã hội Thái Lan. Địa vị cá nhân (độ tuổi, trình độ học vấn, thâm niên, cấp bậc trong công ty) luôn được xem xét trong các tương tác xã hội và kinh doanh. Do đó, người Thái có thể sẽ hỏi người nước ngoài những câu hỏi mang tính cá nhân để hiểu rõ hơn về vị thế của đối tác, đảm bảo việc ứng xử sao cho phù hợp. Mức độ tôn trọng cao nhất được dành cho Nhà vua và cộng đồng tu viện. Người Thái không có xu hướng thách thức cấu trúc phân cấp và do đó không đặt câu hỏi về các quyết định đến từ quản lý cấp cao. Họ phải biết quan sát chuỗi thẩm quyền, vốn được xác định rõ ràng trong các công ty. Chuỗi dài này cũng khiến quá trình ra quyết định trong công ty đó khá chậm.

Mối quan hệ cá nhân là chìa khóa cho một thỏa thuận thành công ở Thái Lan và mức độ gần gũi với các chuyên gia Thái Lan sẽ được ưu tiên hơn là lời đề nghị. Quản lý

cấp cao thường là thành viên trong gia đình, đặc biệt là trong các tập đoàn vừa và nhỏ, vì vậy điều quan trọng là phải làm quen với họ. Khái niệm “danh dự” cũng rất quan trọng trong các tương tác kinh doanh, khi mọi người tìm cách duy trì danh tiếng của họ, doanh nghiệp của họ cũng như những người khác. Người nước ngoài nên né tránh những tình huống gây xấu hổ hoặc đặt đối tác Thái Lan vào thế khó.

GẶP MẶT LẦN ĐẦU TIÊN

Các cuộc hẹn cho cuộc họp kinh doanh chính thức nên được tiến hành trước bằng một lời mời bằng văn bản kèm theo một cuộc gọi điện thoại. Một điều đáng lưu ý nữa là nên xác nhận lại cuộc hẹn trước cuộc gặp mặt một ngày. Do việc đi lại giữa các thành phố lớn của Thái Lan là khó khăn, các chuyên gia nước ngoài không nên lên lịch nhiều hơn hai cuộc họp mỗi ngày. Hơn nữa, cũng nên lên lịch các cuộc họp từ tháng 11 đến tháng 3 (nếu có thể), vì hầu hết các doanh nhân Thái Lan đều nghỉ lễ vào tháng 4 và tháng 5 vốn có nhiều ngày lễ Phật giáo. Người Thái, đặc biệt là những người chưa đi du học, có xu hướng không thành thạo tiếng Anh, do đó, nên kiểm tra xem một phiên dịch viên là có cần thiết hay không.

QUẢN LÝ THỜI GIAN

Sự đúng giờ được đánh giá cao và người nước ngoài được mong đợi là phải đến đúng giờ tại các cuộc họp và các dịp họp mặt xã hội. Do đó, nên kiểm tra tình hình giao thông ở các thành phố lớn, đặc biệt là ở Bangkok, vì kẹt xe thường xuyên và công trường thi công có thể gây ra sự chậm trễ nghiêm trọng. Mặc dù yêu cầu đúng giờ là vậy, các cuộc họp không phải lúc nào cũng bắt đầu ngay. Hơn nữa, các cuộc họp hiếm khi được tính thời gian và có xu hướng chạy quá giờ, bởi vì hình thức được đánh giá quan trọng hơn nội dung.

LỜI CHÀO VÀ CHỨC VỤ

Wai là hình thức chào hỏi phổ biến nhất ở Thái Lan cho cả nam và nữ, áp dụng cho tất cả các cuộc gặp gỡ trong công việc và xã hội. Cử chỉ của Wai được thực hiện bằng cách đặt hai lòng bàn tay vào nhau, đưa chúng lên mặt với các đầu ngón tay đặt ngang tầm mắt và hơi cúi đầu xuống. Wai mang một ý nghĩa rất trang trọng và vị trí đặt tầm tay cũng có một ý nghĩa rất lớn. Người ta không mong chờ các đối tác kinh doanh nước ngoài sẽ bắt đầu thế chào Wai, nhưng lại xem đó là một sự xúc phạm khi không đáp trả

lại bằng Wai. Nếu không thấy chào Wai, một cái bắt tay với đàn ông và gật đầu nhẹ với phụ nữ là đủ. Ngoài ra, một chuyên gia Thái Lan có thể chỉ cần chia tay ra thay vì chào Wai. Cử chỉ Wai sẽ được thực hiện trước một người có địa vị ngang bằng hoặc lớn hơn. Cấp dưới nên là người chào Wai đầu tiên.

Người Thái thường gọi nhau bằng tên và chức vị của họ, trong khi phần họ được dành riêng cho những dịp rất trang trọng hoặc bằng văn bản. Tên của người Thái được đặt sau từ Khun, trừ khi họ mang một danh hiệu học thuật, chẳng hạn như tiến sĩ. Khun được sử dụng cho nam và nữ, đã kết hôn hoặc độc thân. Khi được giới thiệu hoặc khi chào hỏi ai đó, đàn ông nên nói câu “Sawatdee-krap” và phụ nữ nên nói “Sawatdee-ka”. Mọi người được giới thiệu theo thứ tự thâm niên. Ví dụ, một cô thư ký sẽ được giới thiệu trước tiên rồi mới tới sếp lớn của cô này.



Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc gặp Thủ tướng Thái Lan Prayut Chan-o-cha.

QUÀ TẶNG

Việc tặng quà là phổ biến và mang tính phương tây hóa nhiều hơn, ít hình thức hơn so với các nơi khác ở Đông Á và Đông Nam Á. Mang một món quà từ đất nước của

khách mời là một điều rất đáng khích lệ. Quà tặng có thể cho, ví dụ như trái cây, đồ ngọt hoặc đồ ăn nhẹ, là được khuyến nghị, vì bạn phải phân phát quà tặng của mình cho tất cả mọi người có mặt trong cuộc họp. Các mặt hàng nhỏ khác như sách và bút cũng có thể cho đi. Quà tặng nên được trao và nhận bằng tay phải và cử chỉ Wai (đặt hai tay ra phía trước, như thể đang cầu nguyện, và cúi đầu đến điểm mà mũi bạn chạm vào ngón tay cái). Quà tặng thường không được mở ra trước mặt người tặng.

QUY ĐỊNH TRANG PHỤC



Hội thảo kết nối giữa doanh nghiệp TPHCM với hệ thống phân phối Central group Việt Nam

Mặc dù trang phục kinh doanh không cần quá trang trọng, nhưng việc mặc một bộ trang phục phù hợp sẽ khiến cho đối tác kinh doanh Thái Lan tôn trọng bạn hơn. Bộ comple gam tối truyền thống với áo sơ mi và cà vạt là rất phù hợp cho nam giới. Áo khoác không cần bắt buộc nhưng mặc vào thì cũng rất tốt, đặc biệt là cho các cuộc họp với các đối tác cao cấp. Quần dài hoặc váy che đầu gối cùng với áo hoặc áo sơ mi là rất phù hợp cho phụ nữ. Nên tránh trang phục bó sát và áo không tay. Giày cần phải được cởi ra khi bước vào một số văn phòng và hầu hết các gia đình, và do đó, bạn nên mang loại giày dễ mang vào và tháo ra. Trong các sự kiện giải trí kinh doanh, bộ trang phục thông minh vẫn được người ta chấp nhận.

DANH THIẾP

Các chuyên gia Thái Lan rất coi trọng danh thiếp, vì chúng được xem là “danh dự” của một người và đại diện cho địa vị của họ. Tầm thiếp thường được trao đổi trong cuộc họp đầu tiên và nên đưa và nhận thẻ bằng tay phải (hoặc cả hai tay). Danh thiếp nên làm bằng chất lượng cao và được in bằng tiếng Thái và tiếng Anh ở hai bên mặt. Chức vị học thuật cũng có thể được ghi ra ở trên thẻ. Bảng cấp, đặc biệt là từ các trường đại học được quốc tế công nhận, mang lại sự tôn trọng và người Thái có thể đưa những thứ này vào danh thiếp của họ. Điều quan trọng là hãy kiểm tra danh thiếp cẩn thận trước khi lưu trữ nó. Tầm thiếp nên được lưu trữ trong một ví đựng hoặc để lại trên bàn trong cuộc họp và không được bỏ vào túi sau.

CÁC CUỘC HỌP

Vì cuộc họp đầu tiên thường phục vụ cho mục đích thiết lập mối quan hệ, các quyết định quan trọng chỉ được đưa ra trong các cuộc họp tiếp theo. Cuộc nói chuyện nhỏ thường sẽ diễn ra trước các cuộc họp và việc trực tiếp đi sâu vào đàm phán bị xem là thô lỗ.

Địa vị, mối thâm giao và quyền lực có xu hướng quan trọng hơn nội dung trong các cuộc đàm phán. Người Thái tôn trọng các doanh nhân nước ngoài có mối kết giao mạnh mẽ tại nước này và sẽ sẵn sàng chấp nhận lời đề nghị của họ. Mặc dù Thái Lan là đất nước có tinh thần doanh nghiệp, các quyết định lại được đưa ra khá chậm và phải diễn ra sau một vài cuộc họp với nhiều đối tác cao cấp. Vì vậy, điều quan trọng là bạn phải kiên nhẫn. Chiến thuật áp lực là cần phải tránh đi. Việc lên kế hoạch thường mang tính ngắn hạn, do đó, bạn nên nhấn mạnh những lợi ích trước mắt khi đưa ra đề nghị.

Người Thái không thích giao tiếp trực tiếp và dường như không công khai nói “không” với những lời đề nghị nào đó, như hầu hết các nền văn hóa Đông Á khác. Họ có xu hướng đưa ra những câu trả lời mơ hồ để giữ thái độ lịch sự và mong muốn người nước ngoài cũng phải tinh tế, đặc biệt là khi họ hỏi đáp bằng một câu trả lời phủ định. Sự tôn trọng “danh dự” là điều tối quan trọng đối với các chuyên gia Thái Lan, khi mọi người tìm cách duy trì danh tiếng của họ, những đối tác kinh doanh của họ và những người khác. Các cuộc trò chuyện nhạy cảm hoặc khó khăn thường được bắt đầu từ các quản lý cấp cao. Người Thái là những người biết lắng nghe và hiếm khi cắt ngang lời nói của ai đó. Người nước ngoài cũng nên tránh ngắt lời người Thái khi đang nói. Khoảnh khắc im lặng thường rất phổ biến vì các câu trả lời sẽ được xem xét cẩn trọng và người nước ngoài không nên tỏ ra quá vội vàng nếu muốn nhận được câu trả lời. Điều quan trọng đối với

người nước ngoài là không cho tay vào túi khi nói chuyện với ai đó. Vẫy tay trong khi nói chuyện là điều nên tránh, vì điều này mang lại cho người Thái ấn tượng rằng người đó đang tức giận.

Giao tế kinh doanh diễn ra khá phổ biến, vì chúng được coi là một khía cạnh quan trọng của việc xây dựng các mối quan hệ. Kinh doanh có thể hoặc không được đem ra để thảo luận. Điều quan trọng là để cho các đối tác Thái Lan giải quyết vấn đề đầu tiên. Người nước ngoài cũng nên chờ lượt ăn uống của mình cho đến khi người cao tuổi nhất/cao cấp nhất quanh bàn được phục vụ xong. Vị trí danh dự nhất là ở giữa bàn, còn vị khách danh dự sẽ ngồi ở cạnh bàn cách cửa ở khoảng cách xa nhất.

NHỮNG ĐIỀU CẦN TRÁNH

Bất kỳ nhận xét tiêu cực về đất nước Thái Lan hay Nhà vua là tuyệt đối nên tránh. Nếu bạn xúc phạm đất nước và Nhà vua, bạn gần như chắc chắn sẽ từ bỏ mọi cơ hội xây dựng mối quan hệ tốt đẹp với người Thái và thậm chí có thể dẫn đến vấn đề pháp lý. Bạn nên chắc chắn rằng bạn đối xử với tất cả các hình ảnh của hoàng gia với sự tôn trọng.

Bất kỳ hình ảnh của một vị Phật cũng nên được đối xử với sự tôn trọng cực độ. Không hướng lòng bàn chân của bạn hướng vào một vị Phật hoặc chạm hoặc làm mờ bất kỳ hình ảnh hoặc bức tượng của một vị Phật hoặc nhà sư nào.

Trong Phật giáo Thái Lan, đầu được xem là linh thiêng. Ví dụ, chùi chân vào đồ vật qua đầu ai đó có thể gây ra sự xúc phạm nghiêm trọng. Tương tự, bàn chân được coi là bẩn. Bàn chân không nên được sử dụng để chỉ vào đồ vật và không nên được đặt gần bất kỳ đối tượng nào có liên quan đến đầu.

Không chùi bất cứ thứ gì bằng tay trái của bạn và không bao giờ chỉ ai đó bằng một ngón tay.

GIỜ LÀM VIỆC

Giờ làm việc thông thường là 8 giờ sáng đến 5 giờ chiều, từ thứ Hai đến thứ Sáu.

Các ngân hàng mở cửa từ 9h30 sáng đến 3h30 chiều, từ thứ Hai đến thứ Sáu. Các quầy đổi ngoại tệ thường mở cửa từ 7 giờ sáng đến 8 giờ tối. Các ngân hàng trong các cửa hàng bách hóa sẽ hoạt động từ 10 giờ sáng đến 8 giờ tối. Ở một số địa điểm nhất định sẽ có máy chuyển đổi tiền tệ, hoạt động 24/24.

Các văn phòng chính phủ thường mở cửa từ 8h30 sáng đến giữa trưa và 1h chiều đến 4h30 chiều, từ thứ Hai đến thứ Sáu.

Các ngày lễ

| | |
|----------------------------------|---|
| Ngày tết | 1 tháng 1 |
| Ngày hội Makha | Tháng 2 |
| Ngày hội Chakri | 6 tháng 4 |
| Ngày hội Songkran | 13-15 tháng 4 (12-6-17 một số nơi khác) |
| Ngày Quốc tế Lao động | 1 tháng 5 |
| Ngày lễ đăng quang | 5 tháng 5 |
| Ngày cày bừa | 9 tháng 5 |
| Ngày hội Visakha | Tháng 5 |
| Ngày hội Asarnha | Tháng 6 |
| Ngày lễ Phật giáo | Tháng 7 |
| Sinh nhật Hoàng hậu | 12 tháng 8 |
| Ngày lễ tưởng niệm Chulalongkorn | 23 tháng 10 |
| Sinh nhật Vua | 5 tháng 12 |
| Ngày hiến pháp | 10 tháng 12 |
| Đêm giao thừa | 31 tháng 12 |

CHIA SẺ KINH NGHIỆM SẢN PHẨM VIỆT THÂM NHẬP VÀO THỊ TRƯỜNG THÁI LAN

Theo nhận định của bà Nguyễn Huỳnh Trang, Phó Giám đốc Sở Công thương TPHCM, cho biết sản phẩm và phong tục tập quán tiêu dùng của Thái Lan khá giống Việt Nam, nhưng trên thực tế, nước này không phải là một thị trường dễ tính, đồng thời có rất nhiều quy định, quy chuẩn đòi hỏi các tiêu chuẩn chất lượng cao mà các doanh nghiệp phải đáp ứng để được cấp phép. Trong khi đó, doanh nghiệp Việt Nam có lợi thế về chủng loại sản phẩm phong phú nhưng bản thân doanh nghiệp chưa chú trọng tới việc xây dựng thương hiệu, mẫu mã, kiểu dáng sản phẩm, thông tin trên bao bì... về cơ bản chưa đáp ứng nhu cầu, thị hiếu của người Thái Lan, do vậy cho đến nay việc đưa hàng hoá Việt Nam thâm nhập vào thị trường này gặp nhiều khó khăn.



Doanh nghiệp Việt Nam tìm hiểu sản phẩm và trao đổi về cơ hội hợp tác với đối tác Thái Lan

Bên cạnh những khó khăn về rào cản chất lượng thì chúng ta cũng có một số thuận lợi, đó là quan hệ về chính trị, kinh tế của hai nước liên tục được cải thiện. Nếu các doanh nghiệp Việt Nam mạnh dạn hơn nữa trong việc đầu tư về nhiều mặt: chất lượng, cải tiến bao bì, mẫu mã, đẩy mạnh việc xúc tiến, quảng bá thương hiệu để tìm kiếm các đối tác, thì hàng Việt vẫn có cơ hội tiếp cận với thị trường Thái Lan với 69 triệu dân, từ đó xuất khẩu sang các thị trường lân cận.

Với thị trường có cơ cấu sản phẩm tương đồng như Thái Lan, muốn thâm nhập và khai thác hiệu quả, không còn cách nào khác, doanh nghiệp Việt phải không ngừng đầu tư công nghệ, thiết bị để nâng cao hiệu quả sản xuất, hoàn thiện chất lượng và hạ giảm

giá thành ở mức thấp nhất. Hàng hóa của Thái Lan có giá bán rất cạnh tranh, nếu hàng Việt không có giá bán tốt thì sẽ rất khó thâm nhập. Cùng với việc tìm hiểu kỹ về thị trường, về dung lượng thị trường, thị hiếu người tiêu dùng, doanh nghiệp Việt Nam phải có chiến lược phù hợp như phát triển sản phẩm mới, tạo ra các giá trị khác biệt và có chiến lược thâm nhập hiệu quả, dài hạn thì mới có cơ hội để thành công.

CHIA SẺ KINH NGHIỆM THỰC TẾ CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM KHI XÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG THÁI LAN

Mang đến "Tuần hàng Việt Nam tại Thái Lan 2019" đặc sản bánh đậu xanh hương vị trái cây (diễn ra từ ngày 18 đến 22-9), ông Nguyễn Đức Trung, Trưởng phòng Kinh doanh Công ty cổ phần Hoàng Giang (Hải Dương) chia sẻ: Trước khi tiếp thị sản phẩm tại thị trường Thái Lan, doanh nghiệp đã nghiên cứu kỹ thị hiếu tiêu dùng, quy định về nhập khẩu hàng hóa..., từ đó hoàn thiện sản phẩm cả về bao bì, mẫu mã và chất lượng. Hiện tại, đơn vị đã đầu tư quy trình sản xuất theo hướng khép kín, quy chuẩn ISO 22.000:2017, đang hướng đến tiêu chuẩn cao hơn để đưa sản phẩm vào các thị trường "khó tính".

Ông Nguyễn Huỳnh Phú Lâm, Tổng Giám đốc Công ty cổ phần Hạt điều Hải Bình (tỉnh Gia Lai) cho biết: "Sau thời gian đàm phán, chúng tôi đã xuất đơn hàng đầu tiên qua hệ thống siêu thị của Central Group tại Thái Lan. Lượng xuất khẩu ban đầu dù chỉ hơn 1 tấn hàng, nhưng điều đáng mừng là sản phẩm của Hải Bình đã xuất hiện trên kệ toàn bộ chuỗi siêu thị Tops (Tập đoàn Central Group) ở Thái Lan. Nhờ vậy, hạt điều Hải Bình đã dần khẳng định được thương hiệu, giúp công ty thâm nhập vào các chuỗi siêu thị khác...".

Cùng như hạt điều Hải Bình, phở VIFON được đánh giá là một sản phẩm Việt thành công trong hành trình chinh phục người tiêu dùng Thái. Sản phẩm VIFON đã có mặt ở chuỗi siêu thị Tops. Bà Bùi Phương Mai, Chủ tịch Hội đồng quản trị Công ty cổ phần Kỹ nghệ thực phẩm Việt Nam (VIFON) khẳng định, tham gia các hội nghị kết nối, các tuần hàng Việt là cơ hội tốt để nhà sản xuất Việt Nam gặp gỡ trực tiếp đối tác. Tại đây, hai bên đã cùng trao đổi về nhu cầu của người mua, người bán, từ đó có những điều chỉnh nhằm đáp ứng nhu cầu của thị trường.

Theo bà Nguyễn Thị Phương, Phó Tổng Giám đốc Tập đoàn Central Group Việt Nam, để hàng hóa Việt có thể tiếp cận, xuất khẩu vào hệ thống phân phối của tập đoàn này, thời gian qua, Central Group Việt Nam đã phối hợp với Bộ Công Thương triển khai nghiên cứu thị trường, lựa chọn những doanh nghiệp có mặt hàng phù hợp với thị trường Thái Lan. Đồng thời, tổ chức tập huấn nhằm nâng cao năng lực, chất lượng hàng hóa của doanh nghiệp và hỗ trợ phát triển sản phẩm riêng cho thị trường Thái Lan. Nhờ vậy, các sản phẩm ngày càng đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Bà Nguyễn Khánh Ngọc, Phó Vụ trưởng Vụ Thị trường châu Âu - châu Mỹ (Bộ Công Thương) thông tin, 8 tháng năm 2019, kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam - Thái Lan đạt hơn 11,8 tỷ USD, trong đó xuất khẩu của Việt Nam sang Thái Lan chỉ bằng 1/2 nhập khẩu của Việt Nam từ Thái Lan. Vì vậy, các doanh nghiệp Việt cần nỗ lực thúc đẩy tăng trưởng xuất khẩu để giảm thâm hụt cán cân thương mại...

Bà Lê Việt Nga, Phó Vụ trưởng Vụ Thị trường trong nước (Bộ Công Thương) cho biết, thông qua hệ thống siêu thị Big C (từ năm 2017 đến nay), bình quân mỗi năm Tập đoàn Central Group xuất khẩu 46 triệu USD hàng hóa Việt Nam trở lên, con số này đang tiếp tục tăng. Tuy nhiên, hàng hóa Việt Nam xuất khẩu trực tiếp qua các mạng lưới phân phối vẫn chiếm tỷ lệ thấp. Giá thành cao, chưa nắm rõ quy trình và tiêu chí xuất khẩu sản phẩm vào hệ thống phân phối của nước sở tại, chưa có sự kết nối đủ mạnh để đáp ứng các đơn hàng lớn... đang được xem là những trở ngại. Vì vậy, doanh nghiệp cần nâng cao hơn nữa năng lực cạnh tranh cho sản phẩm, hàng hóa nhằm đưa hàng Việt vào hệ thống phân phối nước ngoài ổn định và bền vững.

Tiếp cận thị trường Thái Lan trở thành bàn đạp cho nông sản, thực phẩm chế biến... Việt Nam vươn ra khu vực.

Số liệu từ Bộ Công Thương cho thấy, Thái Lan hiện là đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam trong ASEAN. Trong 7 tháng đầu năm 2019, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa 2 nước đạt 10,2 tỉ USD, tăng 6,6% so với cùng kỳ năm 2018. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Thái Lan đạt xấp xỉ 3,2 tỉ USD. Kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Thái Lan đạt 7 tỉ USD, tăng 9,2%.

Bà Nguyễn Khánh Ngọc, Phó Vụ Trưởng thị trường châu Âu và châu Mỹ, Bộ Công Thương, cho biết, các sản phẩm Việt Nam đã thâm nhập tốt vào thị trường này phần lớn là thực phẩm như phở, mì, trà, cà phê, đồ ăn nhẹ, trái cây tươi và gia vị. Khảo sát tại các hệ thống siêu thị lớn ở Thái Lan như Tops, Central Food Hall... dễ thấy, các mặt hàng của Việt Nam như cà phê tiện dụng của King Coffee; trái cây sấy khô của Vinamit; mì ăn liền và phở Vifon, hạt điều Hải Bình, mứt của Le Fruit, cà phê xay của thương hiệu Sense Asia... đã bắt đầu có chỗ đứng.

Bà Bùi Phương Mai, Chủ tịch Hội đồng Quản trị Vifon, cho biết, sản phẩm của Công ty đã vào được chuỗi siêu thị cao cấp Tops của Central Group và một số kênh bán lẻ khác. Theo thống kê của hệ thống Central Group Thái Lan, mỗi ngày hệ thống siêu thị Tops bán gần 200 sản phẩm Vifon tại một cửa hàng. Đây là một kết quả rất khả quan cho thấy doanh nghiệp Việt hoàn toàn có thể chinh phục được người tiêu dùng nếu nắm được thị hiếu khách hàng.

Bà Jariya Chirathivat, Phó Chủ tịch Điều hành, Phát triển kinh doanh Tập đoàn Central Group, Thái Lan, cho biết, lợi thế tương đồng về mặt thị trường giữa 2 nước cũng chính là thách thức, đòi hỏi doanh nghiệp vừa phải có những đặc trưng riêng, vừa phải phù hợp

với thị hiếu người Thái. Để đưa được hàng Việt vào hệ thống siêu thị Thái Lan, ngoài việc mặt hàng phù hợp, doanh nghiệp cũng phải đầu tư thêm trong công tác đóng gói, thiết kế bao bì...



Siêu thị Rimping tại Chiangmai, Thailand.

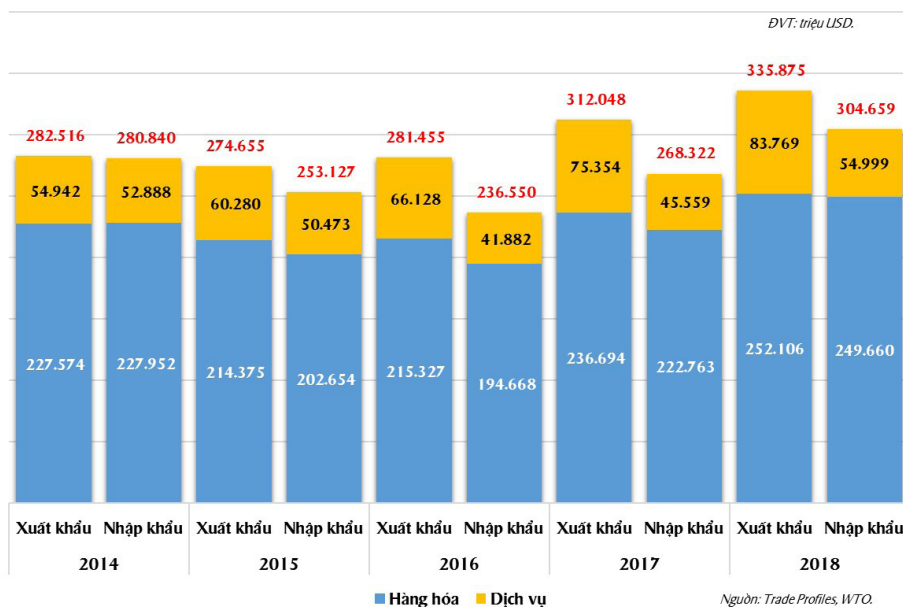
“Thái Lan là quốc gia du lịch, nếu làm tốt công tác thị trường, hàng Việt sẽ không chỉ tiếp cận được người dân mà còn có cơ hội thông qua khách du lịch, đến với những thị trường tiềm năng khác”, bà Ngọc nhận xét.

HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ THÁI LAN

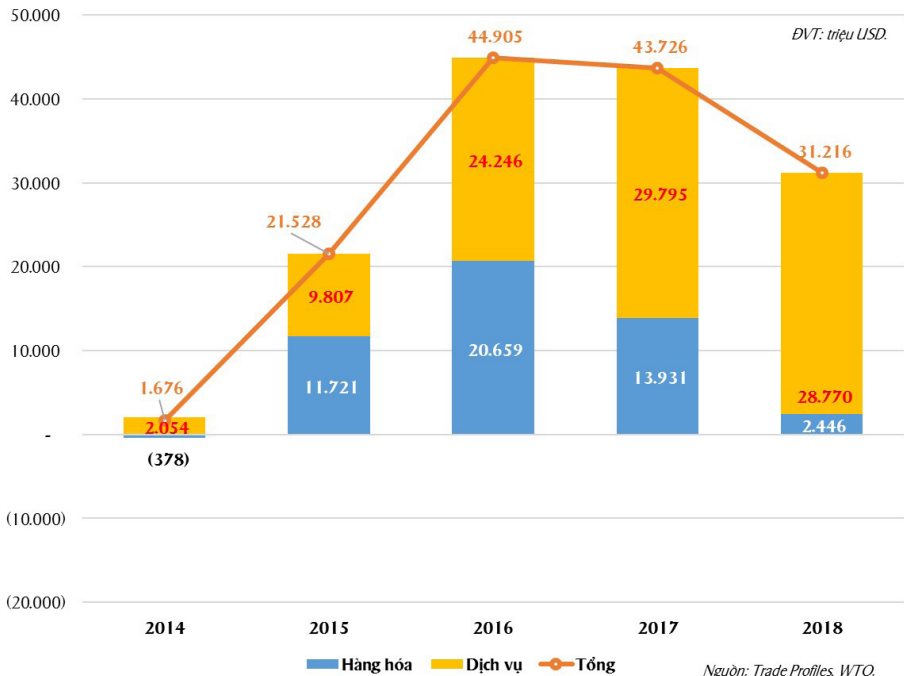
TỔNG QUAN

Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) trong ấn phẩm thường niên Trade Profiles 2019 ghi nhận về thứ hạng thương mại toàn cầu trong năm 2018 thì Thái Lan đứng thứ 24 về xuất khẩu và đứng thứ 21 về nhập khẩu hàng hóa trên thế giới. Theo đó, giá trị xuất khẩu hàng hóa của Thái Lan năm 2018 đạt 252,106 tỉ USD và nhập khẩu đạt 249,660 tỉ USD, thặng dư 2,446 tỉ USD. Trong đó, xuất nhập khẩu của quốc gia này tập trung vào các nhóm hàng sản phẩm chế tạo (chiếm tỷ trọng 73,9% đối với xuất khẩu và 69,8% đối với nhập khẩu), tiếp sau là nhóm hàng nông sản (chiếm 18,4% đối với xuất khẩu và 8,1% đối với nhập khẩu), sản phẩm dầu thô và khoáng sản (chiếm 5% đối với xuất khẩu và 18,2% đối với nhập khẩu) ...

Kim ngạch xuất nhập khẩu của Thái Lan giai đoạn 2014 – 2018



Cán cân thương mại của Thái Lan giai đoạn 2014 - 2018

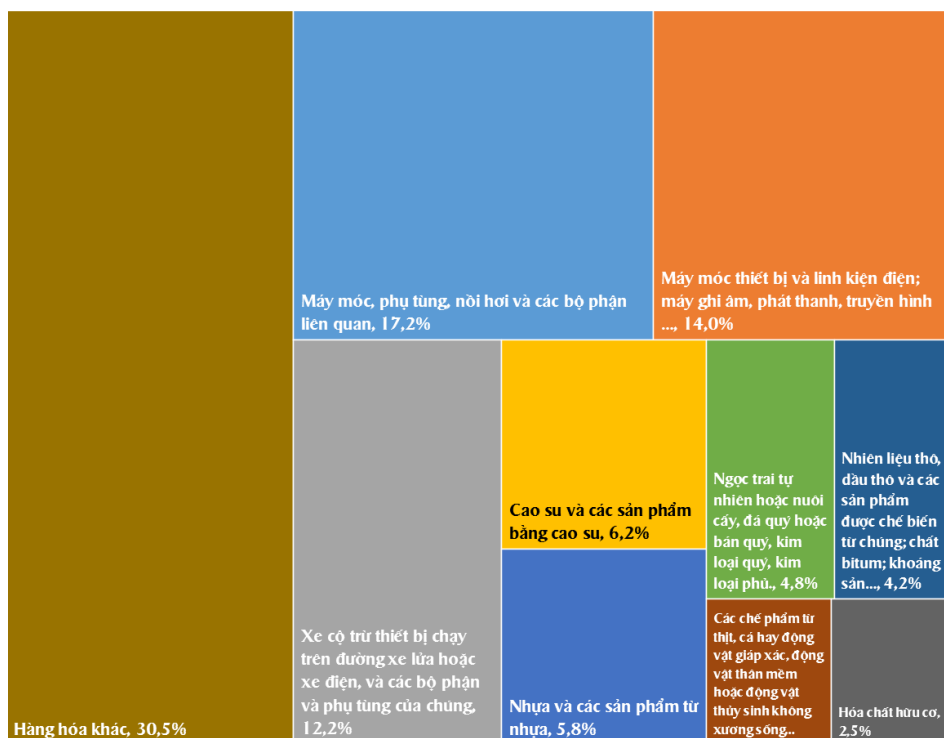


Năm 2018, theo dữ liệu của trademap.org, một số mặt hàng xuất nhập khẩu chủ yếu của Thái Lan được thể hiện cụ thể trong biểu đồ dưới đây.



Khu vực triển lãm gian hàng Việt Nam tại Thái Lan

Những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Thái Lan năm 2018

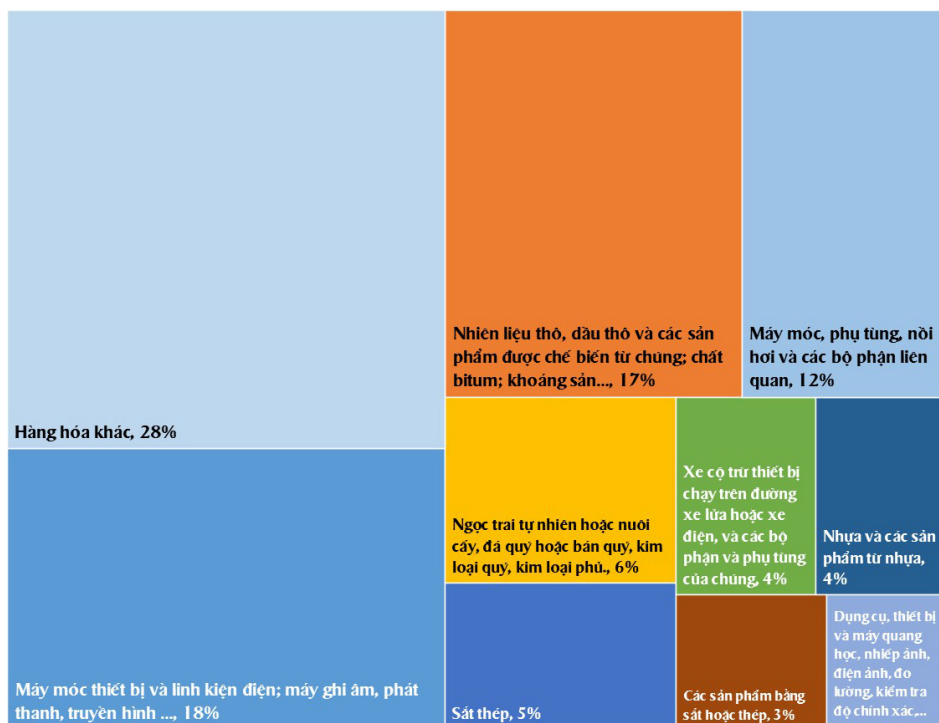


Theo WTO, đối tác xuất khẩu hàng hóa chính của Thái Lan trong năm 2018 bao gồm: Trung Quốc chiếm 12%; tiếp theo là Hoa Kỳ chiếm 11,2%; Liên minh châu Âu (EU-28): 10%; Nhật Bản chiếm 9,9%; Việt Nam: 5,1%... Ở chiều ngược lại, Thái Lan chủ yếu nhập khẩu hàng hóa có xuất xứ từ Trung Quốc, chiếm 20,1%; Nhật Bản: 14,2%; Liên minh châu Âu (EU-28): 8,9%; Hoa Kỳ: 6,1%, tiếp theo là các hàng hóa có xuất xứ Malaysia chiếm 5,4%...

Về xuất nhập khẩu dịch vụ, WTO ghi nhận Thái Lan đứng thứ 19 về xuất khẩu và thứ 28 về nhập khẩu thương mại dịch vụ trên thế giới. Trong đó, các dịch vụ chủ yếu của Thái Lan bao gồm: giao thông vận tải, du lịch, dịch vụ liên quan đến hàng hóa và dịch vụ thương mại khác...

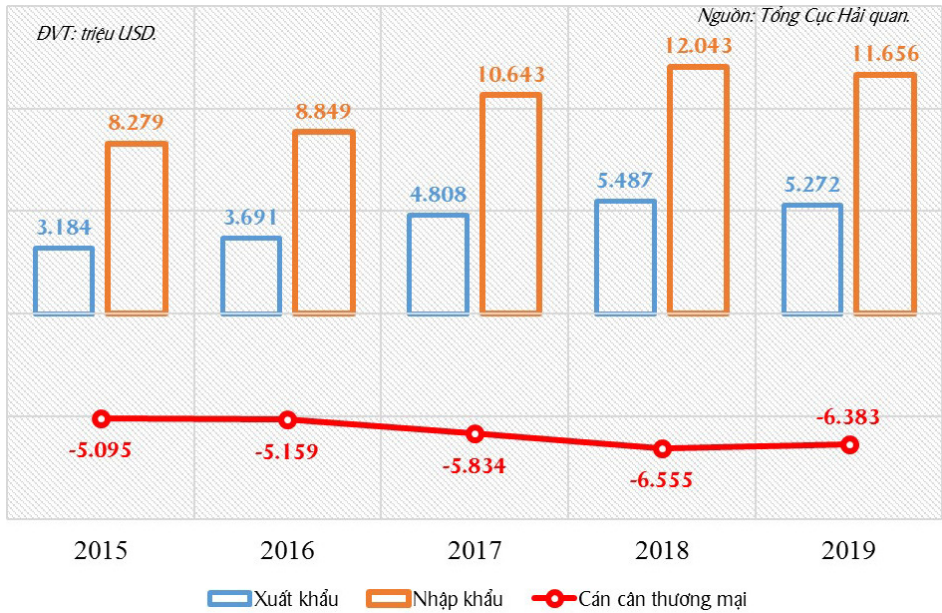
Theo thống kê trên trademap.org (Trung tâm thương mại quốc tế - ITC), Việt Nam là đối tác nhập khẩu hàng hóa lớn thứ 04 của Thái Lan và là đối tác xuất khẩu hàng hóa lớn thứ 14 vào Thái Lan trong năm 2018. Như vậy, Thái Lan là đối tác thương mại rất quan trọng của Việt Nam.

Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Thái Lan năm 2018

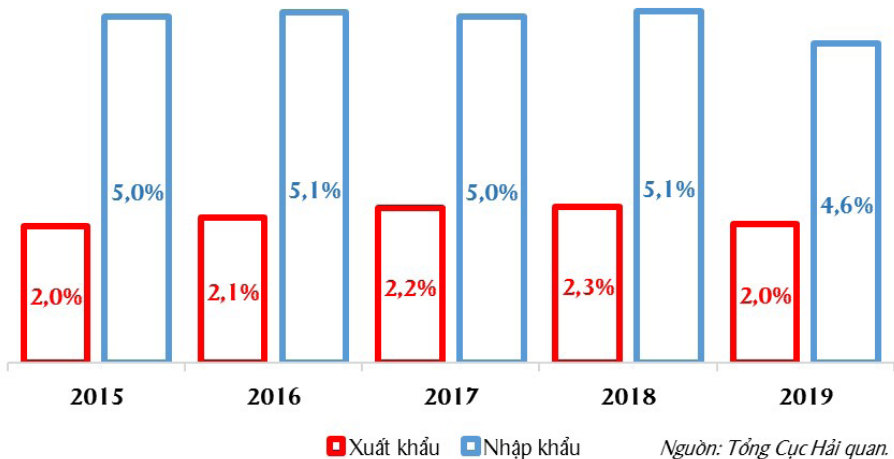


Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, trong các năm qua Thái Lan luôn là đối tác thương mại hàng đầu của Việt Nam. Tính riêng trong năm 2019 (số liệu sơ bộ), tổng trị giá xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Thái Lan đạt 16,928 tỉ USD, giảm 3,4% so với kết quả thực hiện trong năm 2018. Trong đó, xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường Thái Lan đạt 5,272 tỉ USD, giảm 3,9% so với năm 2018, chiếm 2,0% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang tất cả các đối tác thương mại trong năm 2019. Ở chiều ngược lại, nhập khẩu hàng hóa có xuất xứ từ Thái Lan vào Việt Nam đạt 11,656 tỉ USD, giảm 3,2% so với năm 2018, chiếm 4,6% tổng trị giá nhập khẩu của cả nước trong năm 2019.

Kim ngạch xuất nhập khẩu và cán cân thương mại Việt Nam - Thái Lan giai đoạn 2015 - 2019



Tỉ trọng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với Thái Lan so với kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam (2015 - 2019)



Số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan ghi nhận Việt Nam thâm hụt cán cân thương mại trong trao đổi hàng hóa với Thái Lan trong cả giai đoạn 2015 - 2019. Mức thâm hụt thương mại không ngừng nới rộng từ năm 2015 đến năm 2018, cụ thể: Việt Nam nhập siêu từ Thái Lan năm 2015 là 5,095 tỉ USD, tới năm 2018 thâm hụt lên tới 6,555 tỉ USD. Năm 2019, mức thâm hụt giảm nhẹ về mức 6,383 tỉ USD.

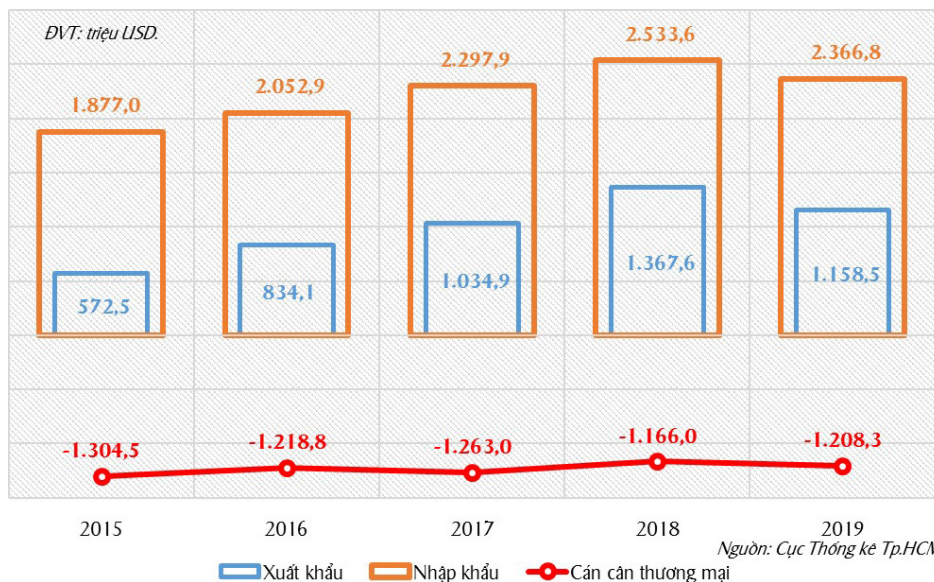
Xuất khẩu từ Việt Nam sang thị trường Thái Lan trong năm 2019 chủ yếu chú trọng vào các nhóm hàng: điện thoại các loại và linh kiện đạt hơn 1,180 tỉ USD, giảm 16,2%; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 457,3 triệu USD, tăng 0,3%; máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác: 404,6 triệu USD, tăng 7,7%; phương tiện vận tải và phụ tùng đạt 396,1 triệu USD, tăng 4,3%; dầu thô đạt 336 triệu USD, giảm 35,9%; hàng thủy sản: 293,5 triệu USD, tăng 0,5%; sắt thép các loại: 229,6 triệu USD, giảm 0,3%... so với năm 2018.

Các mặt hàng chính có xuất xứ từ Thái Lan được các doanh nghiệp Việt Nam chủ yếu nhập khẩu trong năm 2019 bao gồm: Ô tô nguyên chiếc các loại: 1,527 tỉ USD, tăng 38,7%; máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác: 1,012 tỉ USD, tăng 4,5%; hàng điện gia dụng và linh kiện: 913,8 triệu USD, giảm 3,4%; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện: 908,7 triệu USD, tăng 36,9%; chất dẻo nguyên liệu: 820,4 triệu USD, giảm 15,8%; linh kiện, phụ tùng ô tô: 645,2 triệu USD, tăng 4,0%; hàng rau quả: 486,7 triệu USD, giảm 28,5%...so với năm 2018.

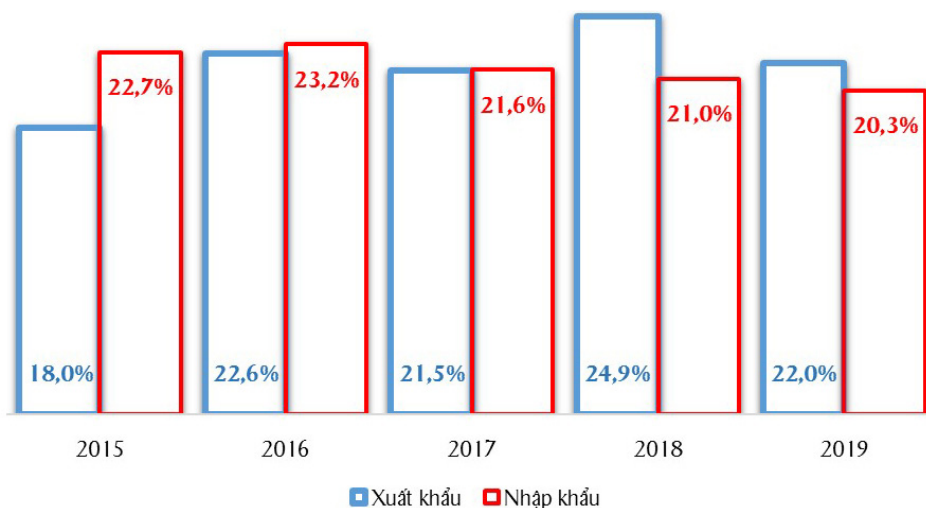
HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA TP. HỒ CHÍ MINH VÀ THÁI LAN

Theo thống kê của Cục Thống kê thành phố Hồ Chí Minh, thành phố Hồ Chí Minh nhập siêu từ Thái Lan trong cả giai đoạn từ 2015 – 2019. Năm 2015, nhập siêu 1,304 tỉ USD; năm 2016: gần 1,219 tỉ USD, đến năm 2018, thành phố Hồ Chí Minh nhập siêu từ thị trường này là 1,166 tỉ USD. Năm 2019, thành phố nhập siêu từ Thái Lan 1,208 tỉ USD, chiếm 18,9% tổng thâm hụt thương mại của Việt Nam với Thái Lan trong năm 2019. Giá trị kim ngạch xuất khẩu sang Thái Lan của thành phố Hồ Chí Minh trong năm 2019 đạt gần 1,159 tỉ USD, giảm 15,3% so với năm 2018, chiếm 22% tổng giá trị xuất khẩu của cả nước vào thị trường này. Trong khi đó, kim ngạch nhập khẩu từ Thái Lan của thành phố là gần 2,367 tỉ USD, giảm 6,58%, chiếm 20,3% tổng kim ngạch nhập khẩu của cả nước từ Thái Lan.

Kim ngạch xuất nhập khẩu và cán cân thương mại Thành phố Hồ Chí Minh – Thái Lan giai đoạn 2015 - 2019

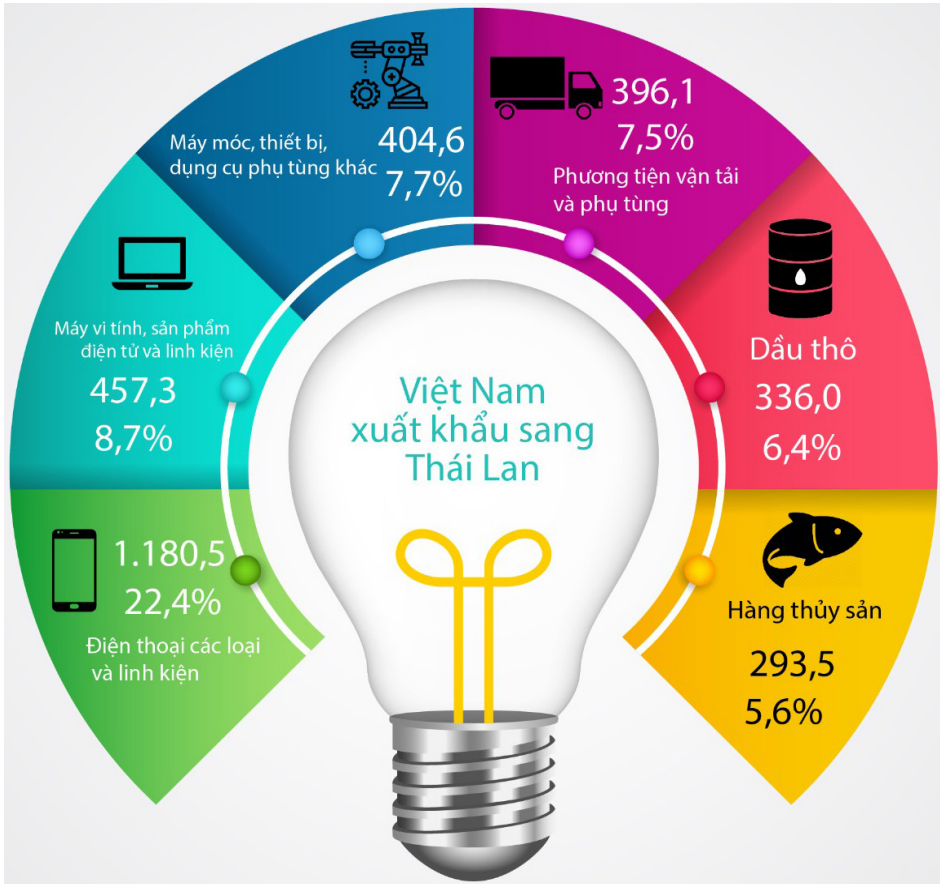


Tỉ trọng xuất nhập khẩu của Tp. HCM với Thái Lan so với tổng giá trị xuất nhập khẩu của cả nước với Thái Lan



MỘT SỐ SẢN PHẨM XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM SANG THÁI LAN

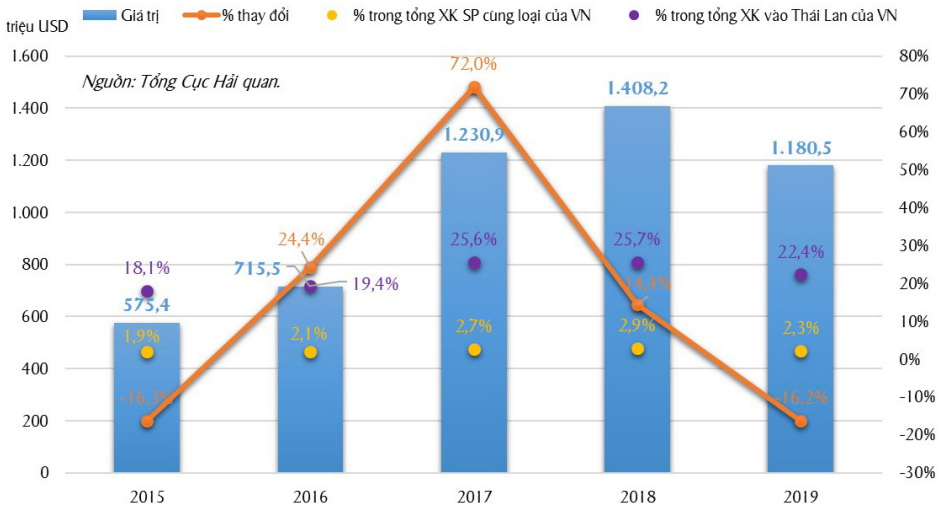
Một số sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Thái Lan năm 2019 (triệu USD)



Đứng đầu trong số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Thái Lan trong năm 2019 là điện thoại các loại và linh kiện. Trong giai đoạn 2015 – 2019, tăng trưởng xuất khẩu mặt hàng này vào thị trường Thái Lan ghi nhận giá trị âm vào năm 2015 với mức giảm 16,3%. Năm 2016 quay đầu tăng trưởng dương với mức tăng 24,4%, đạt 715,5 triệu USD. Giá trị xuất khẩu năm 2017 đạt 1,231 tỉ USD, tăng 72% so với năm 2016; năm 2018 đạt hơn 1,408 tỉ USD, tăng 14,4% so với năm trước. Kết thúc năm 2019, theo thống kê sơ bộ của Tổng Cục Hải quan, xuất khẩu điện thoại các loại

và linh kiện sang Thái Lan của Việt Nam đạt hơn 1,180 tỉ USD, chiếm 22,4% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang Thái Lan; cơ cấu của thị trường Thái Lan trong tổng giá trị xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam ra thị trường thế giới là 2,3%.

Kim ngạch xuất khẩu điện thoại các loại và linh kiện của Việt Nam sang Thái Lan

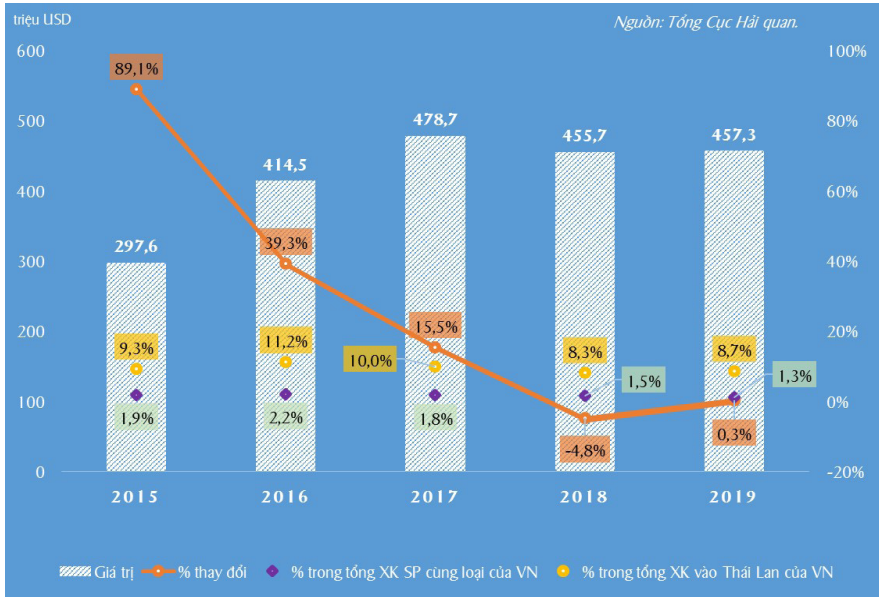


Tiếp theo là máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện duy trì tăng trưởng dương liên tục trong cả giai đoạn 2015 - 2017. Năm 2017, giá trị xuất khẩu mặt hàng này vào Thái Lan đạt 478,7 triệu USD. Năm 2018, đạt 455,7 triệu USD, giảm 4,8% so với năm 2017. Kết thúc năm 2019, xuất khẩu máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt giá trị 457,3 triệu USD, tăng 0,3% so với năm 2018; chiếm 8,7% trong tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam vào Thái Lan. Thị trường Thái Lan chiếm 1,3% tổng giá trị xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam ra thế giới.

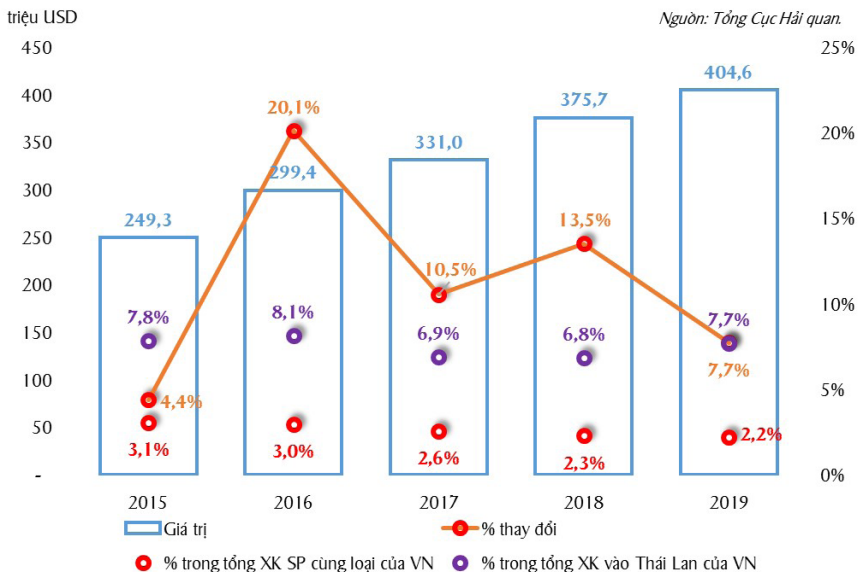


Sản phẩm Việt Nam tại siêu thị Thái Lan

Kim ngạch xuất khẩu máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện của Việt Nam sang Thái Lan



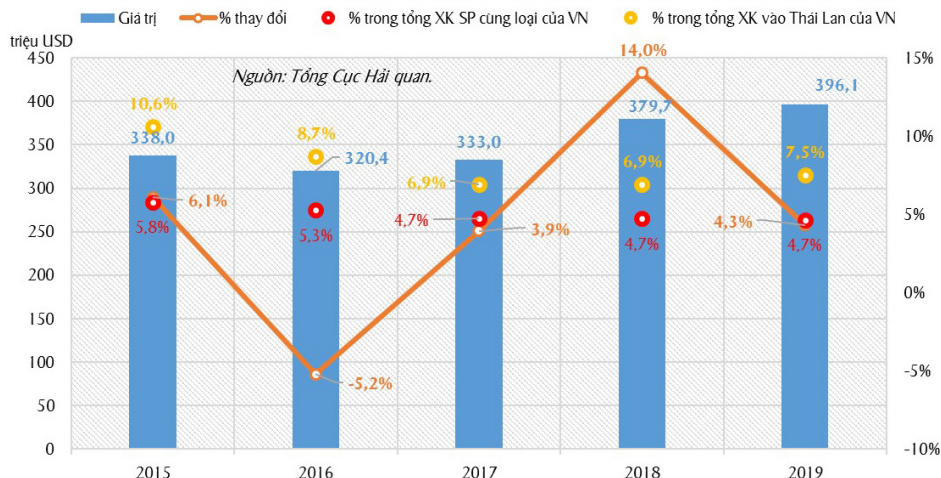
Kim ngạch xuất khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác của Việt Nam sang Thái Lan



Xếp ở vị trí thứ ba là máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác, xuất khẩu mặt hàng này sang thị trường Thái Lan liên tục tăng trưởng trong giai đoạn 2015 - 2019. Năm 2015, giá trị xuất khẩu đạt 249,3 triệu USD, tới năm 2019 đạt 404,6 triệu USD, chiếm 7,7% trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu vào Thái Lan của Việt Nam năm 2019. Trong cơ cấu xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam ra thế giới, thị trường Thái Lan chiếm khoảng 2,2%.

Xếp ở vị trí thứ 4 trong số mặt hàng mà Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang Thái Lan là phương tiện vận tải và phụ tùng: Giai đoạn 2015 – 2019, giá trị xuất khẩu mặt hàng này vào Thái Lan ghi nhận một năm tăng trưởng âm duy nhất (năm 2016 giảm 5,2% so với năm 2015), các năm còn lại đều tăng trưởng dương, qua đó giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này từ đạt 338 triệu USD vào năm 2015 lên 396,1 triệu USD năm 2019; chiếm 7,5% trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu vào Thái Lan của Việt Nam trong năm 2019. Trong cơ cấu xuất khẩu mặt hàng này ra thế giới của Việt Nam năm 2019, thị trường Thái Lan chiếm 4,7%.

Kim ngạch xuất khẩu phương tiện vận tải và phụ tùng của Việt Nam sang Thái Lan



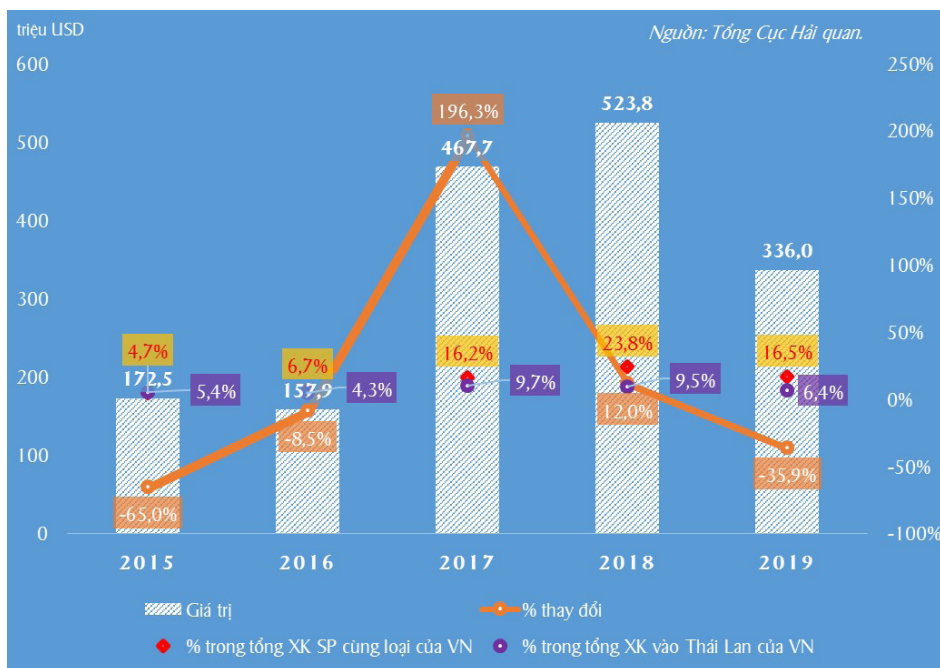
Vị trí thứ 5 mà Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang Thái Lan là mặt hàng dầu thô. Giá trị xuất khẩu dầu thô của Việt Nam vào Thái Lan tăng trưởng không ổn định trong giai đoạn 2015 - 2019. Năm 2015 giảm 65%, đạt 172,5 triệu USD; năm 2016, giảm 8,5%, đạt 157,9 triệu USD. Bước sang năm 2017, xuất khẩu mặt hàng này sang Thái Lan tăng 196,3%, đạt 467,7 triệu USD. Năm 2018, đạt 523,8 triệu USD, tăng

12% so với năm 2017. Năm 2019 đạt 336 triệu USD, giảm 35,9% so với năm 2018. Thị trường Thái Lan chiếm 16,5% tổng giá trị xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam ra toàn cầu trong năm 2019; cùng năm này, mặt hàng dầu thô chiếm 6,4% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam vào Thái Lan.

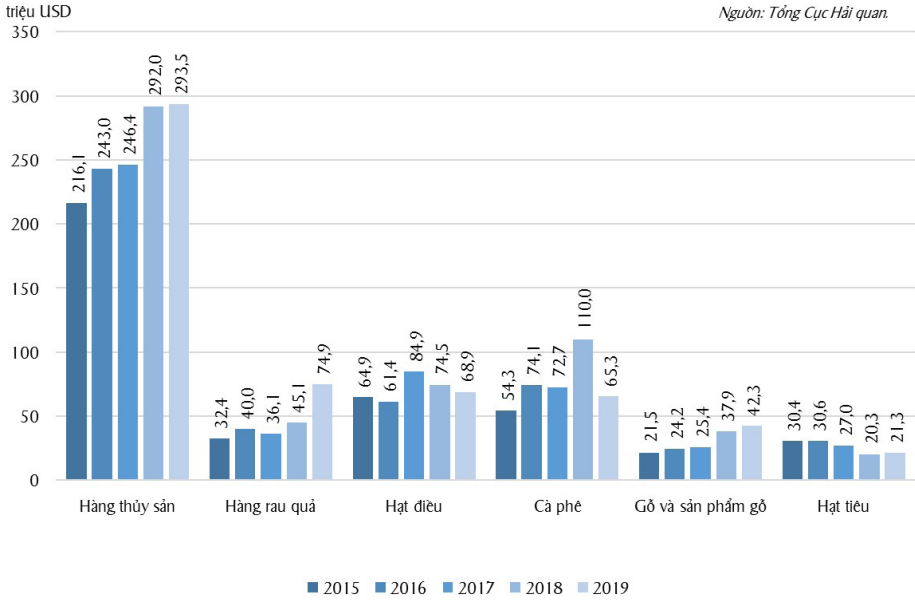


Buổi kết giữa doanh nghiệp Việt Nam với hệ thống phân phối Central Group Việt Nam - Thái Lan do ITPC tổ chức

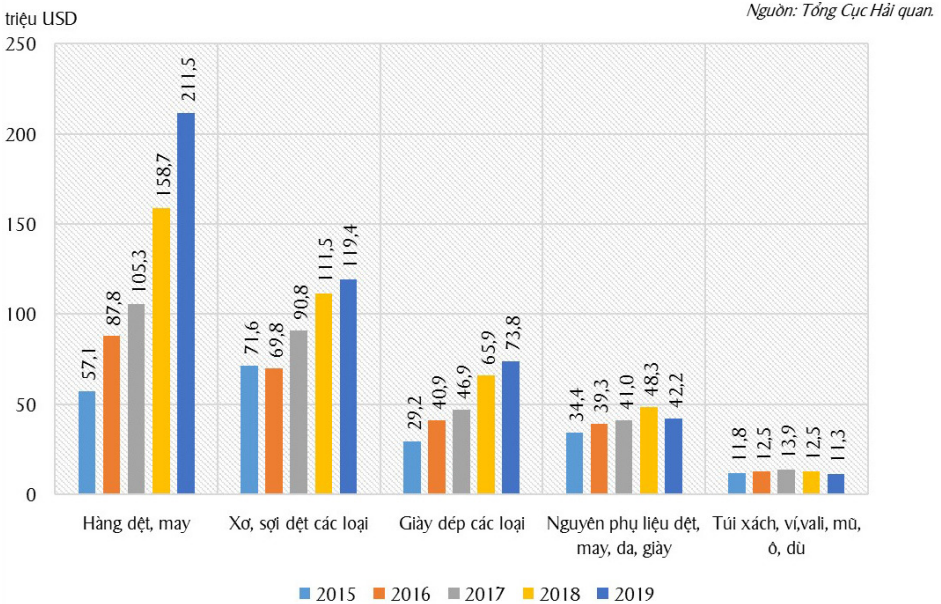
Kim ngạch xuất khẩu dầu thô của Việt Nam sang Thái Lan



Kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng nông, lâm, thủy sản của Việt Nam sang Thái Lan



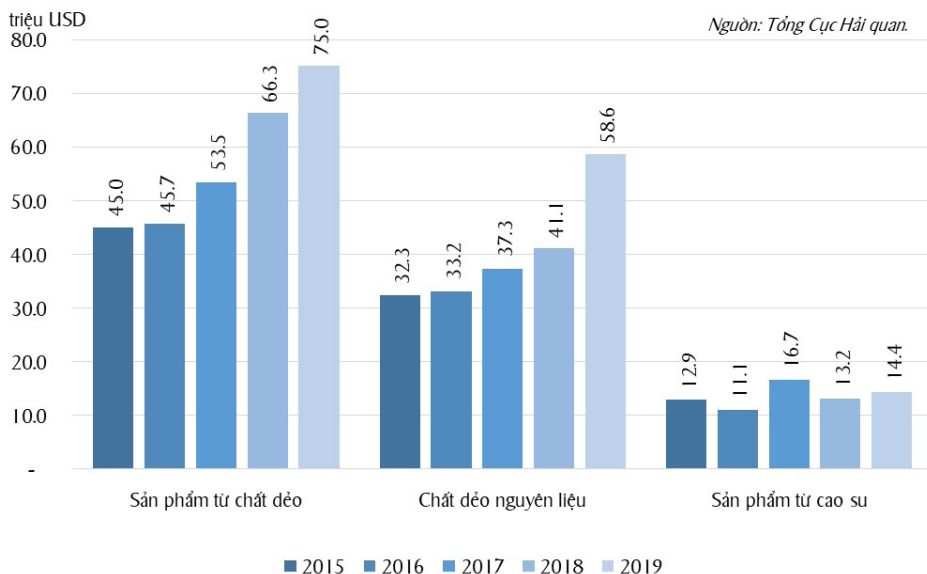
Kim ngạch xuất khẩu ngành xơ, sợi dệt; giày dép các loại... của Việt Nam sang Thái Lan





Hệ thống siêu thị BigC thuộc Central Group Thái Lan tại Việt Nam

Kim ngạch xuất khẩu nhóm ngành cao su, chất dẻo của Việt Nam sang Thái Lan



MỘT SỐ SẢN PHẨM NHẬP KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM SANG THÁI LAN

Một số sản phẩm nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ Thái Lan năm 2019 (triệu USD)



Năm 2019, đứng ở vị trí thứ nhất về kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Thái Lan là ô tô nguyên chiếc các loại. Đây là năm thứ 2 liên tiếp mặt hàng này đứng ở vị trí thứ nhất trong giỏ hàng hóa nhập khẩu có giá trị lớn nhất của Việt Nam từ Thái Lan sau một giai đoạn duy trì tốc độ tăng trưởng dương liên tục ở mức cao. Giá trị kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này của Việt Nam từ Thái Lan năm 2014 đạt 243 triệu USD, tăng 71,2% so với năm 2013. Tiếp sau đó, ghi nhận tốc độ tăng trưởng 81,2% vào năm 2015; 46,5% trong năm 2016; năm 2017: tăng 9,2%, 2018 tăng 56,3% và 2019 tăng

38,7% so với năm liền kề trước đó. Kim ngạch nhập khẩu ô tô nguyên chiếc các loại năm 2019 từ Thái Lan đạt 1,527 tỉ USD. Giá trị nhập khẩu mặt hàng này chiếm 13,1% trong tổng giá trị nhập khẩu từ Thái Lan của Việt Nam, tăng 4,0 điểm % so với năm 2018. Nhập khẩu ô tô nguyên chiếc các loại từ Thái Lan chiếm tới 48,3% tổng giá trị nhập khẩu cùng loại mặt hàng này của Việt Nam từ thế giới trong năm 2019.

Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác xếp thứ 2 về giá trị trong giỏ hàng hóa nhập khẩu từ Thái Lan của Việt Nam năm 2019 với 1,012 tỉ USD, tăng 4,5% so với năm 2018 và chiếm 2,8% trong tổng giá trị nhập khẩu cùng loại của Việt Nam trong năm 2019. Mặt hàng này chiếm 8,7% trong tổng giá trị nhập khẩu từ Thái Lan của Việt Nam trong năm 2019.

Hàng điện gia dụng và linh kiện là mặt hàng đứng ở vị trí thứ 3 trong giỏ hàng hóa nhập khẩu từ Thái Lan của Việt Nam trong năm 2019 với 913,8 triệu USD, giảm 3,4% so với năm 2018; chiếm 7,8% tổng giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ Thái Lan và chiếm tới 45,9% tổng giá trị nhập khẩu mặt hàng này của Việt Nam từ thế giới.

Việt Nam nhập khẩu máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện của Thái Lan chiếm khoảng 1,8% tổng giá trị nhập khẩu mặt hàng cùng loại năm 2019. Năm 2019, giá trị mà Việt Nam nhập khẩu từ Thái Lan là 908,7 triệu USD, tăng 36,9 % so với năm 2018. Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện chiếm khoảng 7,8% trong tổng giá trị mà Việt Nam nhập khẩu từ Thái Lan trong năm 2019.

Tiếp theo là chất dẻo nguyên liệu đứng ở vị trí thứ 5 với giá trị đạt 820,4 triệu USD, giảm 15,8% so với năm 2018. Theo đó, tỉ trọng trong tổng giá trị nhập khẩu từ Thái Lan của Việt Nam trong năm 2019 chiếm 7,0%. Trong cơ cấu nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam, giá trị nhập khẩu mặt hàng này từ Thái Lan chiếm 9,1% tổng kim ngạch nhập khẩu cùng loại từ thế giới trong năm 2019.

HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ THÁI LAN



Khách tham quan khu gian hàng Việt Nam tại triển lãm Thái Lan

Thái Lan là một trong những quốc gia có quan hệ hợp tác đầu tư với Việt Nam từ rất sớm, ngay sau khi Việt Nam thực hiện chính sách mở cửa thu hút đầu tư nước ngoài.

Giai đoạn 1992 – 1993:

Thái Lan bắt đầu đầu tư vào Việt Nam từ năm 1992. Tuy nhiên thời kỳ 1992-1993 thu hút FDI từ Thái Lan vào Việt Nam rất khiêm tốn, đạt 7 dự án với tổng vốn đầu tư 52,77 triệu USD.

Giai đoạn 1994 – 1996:

Năm 1995 Việt Nam trở thành thành viên ASEAN và đánh dấu một bước ngoặt quan trọng trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam cũng như quá trình phát triển của Hiệp hội. Trong giai đoạn này có sự bứt phá về các dự án FDI từ các nước ASEAN nói chung và từ Thái Lan nói riêng. Trong 3 năm, có 125 dự án đầu tư vào Việt Nam từ các nước ASEAN với tổng vốn đầu tư đạt khoảng 6,2 tỷ USD, thì Thái Lan đã có đến 30 dự án đầu tư với tổng vốn đầu tư đạt 579,9 triệu USD.

Giai đoạn 1997 – 2005:

Năm 1997, khủng hoảng tài chính bắt đầu nổ ra tại Thái Lan và ảnh hưởng đến 1 số nước trong khu vực và đã ảnh hưởng khá nặng nề tới tình hình thu hút FDI của các nước ASEAN nói chung và của Thái Lan vào Việt Nam. Kết quả thu hút FDI đi xuống khá nhanh. Trong vòng 8 năm từ 1997 đến 2005, Việt Nam chỉ thu hút được 72 dự án FDI của Thái Lan với tổng vốn đầu tư đăng ký 426,97 triệu USD. Năm 1997, chỉ có 9 dự án đầu tư vào Việt Nam với tổng vốn đầu tư 39,7 triệu USD, giảm hơn một nửa so với cùng kỳ năm 1996; Các năm từ 2001 đến 2005, tình hình thu hút FDI từ Thái Lan đã khả quan hơn song vẫn rất thấp so với giai đoạn trước.

Giai đoạn từ 2006 – 2008:

Đây là giai đoạn đỉnh cao của FDI tại Việt Nam. Giai đoạn này FDI của Thái Lan vào Việt Nam cũng tăng mạnh. Trong 3 năm từ 2006 – 2008 nếu như các nước ASEAN đầu tư vào Việt Nam với tổng vốn đầu tư đạt 23,3 tỷ USD, riêng Thái Lan đã đầu tư gần 5 tỷ USD.

Trong giai đoạn này, các dự án chủ yếu tập trung vào lĩnh vực công nghiệp chế biến chế tạo 48 dự án và 4,81 tỷ USD tổng vốn đăng ký) chiếm 98,5% tổng vốn đăng ký của Thái Lan trong giai đoạn này. Ngoài ra, các dự án khác đầu tư trong lĩnh vực xây dựng, cấp nước, vận tải kho bãi...

Giai đoạn từ 2009 – nay

Sau thời kỳ đỉnh điểm của FDI năm 2007 – 2008 thì cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới bắt nguồn từ khủng hoảng tài chính của Hoa Kỳ đã ảnh hưởng tới nền kinh tế thế giới cũng như tình hình thu hút FDI của Việt Nam. Năm 2009, đầu tư của Thái Lan vào Việt Nam đã giảm mạnh, 26 dự án với tổng vốn đầu tư khoảng 90 triệu USD (bằng 2% so với cùng kỳ năm 2008). Năm 2010, tình hình có tiến triển tốt hơn với 26 dự án và 326 triệu USD tổng vốn đầu tư. Từ năm 2013, với nhiều biện pháp cải thiện môi trường đầu tư chung cho cả nước nên tình hình thu hút FDI khả quan hơn. Năm 2013 là năm có kết quả thu hút FDI từ Thái Lan khá cao trong giai đoạn này với 47 dự án và 597 triệu USD tổng vốn đầu tư. Theo số liệu thống kê của Cục Đầu tư nước ngoài (Bộ Kế hoạch – Đầu tư), kết thúc năm 2019, Thái Lan là nhà đầu tư trực tiếp nước ngoài lớn thứ 09 trong số 132 quốc gia và lãnh thổ đầu tư tại Việt Nam, với 560 dự án còn hiệu lực, với tổng vốn đăng ký gần 10,901 tỉ USD. Các dự án có mức bình quân 1 dự án đạt 19,47 triệu USD/dự án, cao hơn so với bình quân đầu tư 1 dự án nước ngoài đầu tư tại Việt Nam là 11,76 triệu USD/dự án.

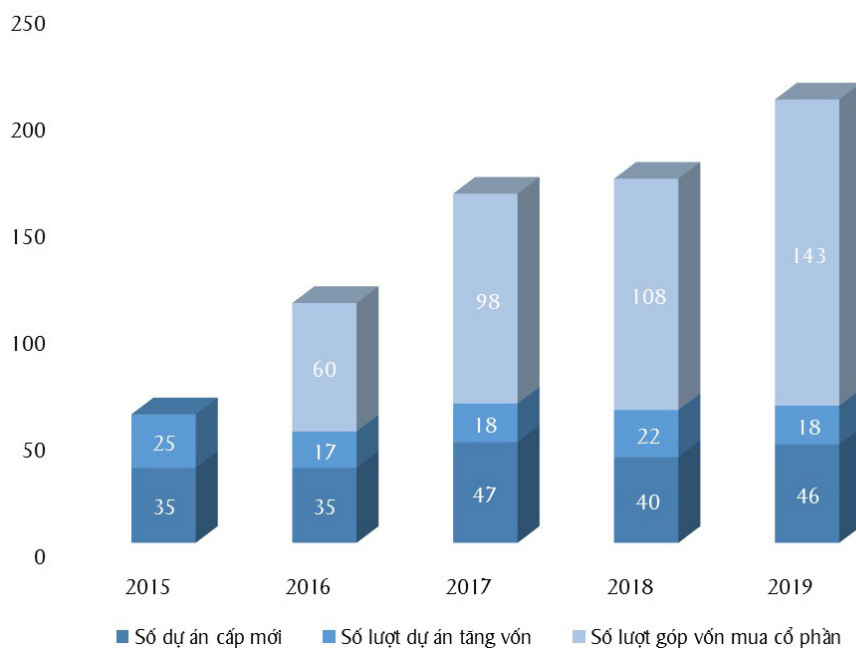
Tổng số vốn đầu tư đăng ký của Thái Lan lũy kế đến hết năm 2019 chiếm 3,0% trên tổng số vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài đăng ký tại Việt Nam. Nếu chỉ tính riêng năm 2019, thì Thái Lan xếp thứ 09 trong số các quốc gia có tổng vốn đầu tư nước ngoài vào Việt Nam với 46 lượt dự án cấp mới, với giá trị vốn đăng ký

đạt 562,35 triệu USD; 18 dự án đăng ký tăng vốn với số vốn đăng ký tăng thêm đạt 85,14 triệu USD; số lượt vốn góp mua cổ phần là 143 lượt với giá trị 220,73 triệu USD; qua đó đưa tổng số vốn FDI của các nhà đầu tư Thái Lan tại Việt Nam trong năm 2019 đạt 868,22 triệu USD.

Số dự án cấp mới + Số lượt dự án tăng vốn + Số lượt góp vốn mua cổ phần của Thái Lan vào Việt Nam

DỰ ÁN

Nguồn: Cục Đầu tư nước ngoài - Bộ KH-ĐT.

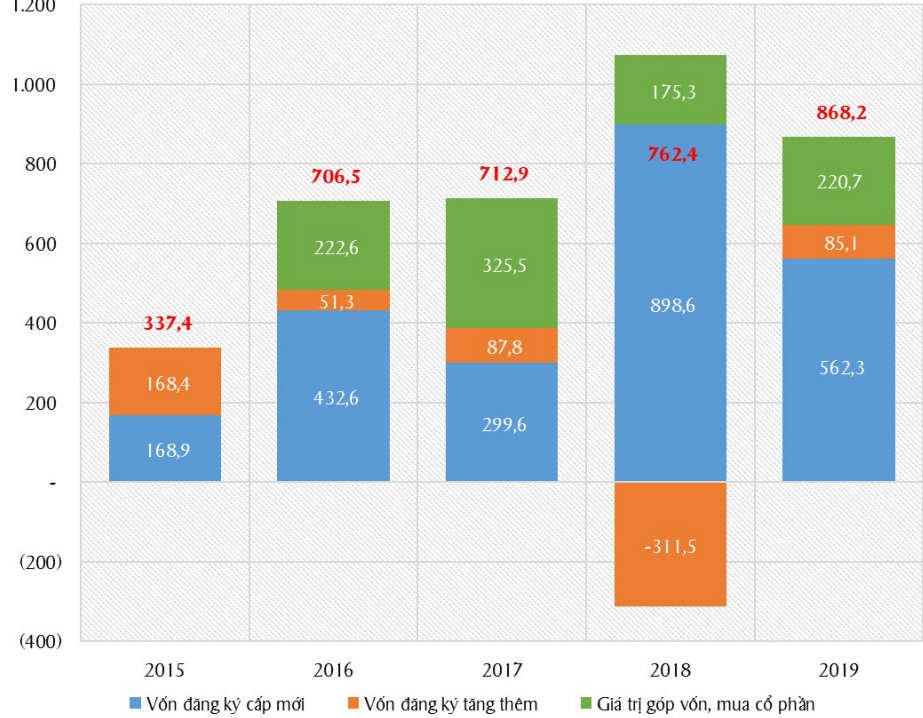


Dự án tổ hợp hoá dầu miền Nam quy mô vốn đầu tư lên tới 3,77 tỷ USD; dự án kinh doanh sản xuất ô tô, xe máy tại Vĩnh Phúc quy mô vốn đầu tư đạt 410 triệu USD; hay dự án Công ty Honda Việt Nam tại Khu Công nghiệp tỉnh Hà Nam quy mô vốn đầu tư 120 triệu USD. Ngoài ra một số dự án sản xuất giấy cũng có quy mô đầu tư vài trăm triệu USD như dự án Cty TNHH Giấy KraftVina tại tỉnh Bình Dương hay dự án Unicharm-Diana tại tỉnh Bắc Ninh.

Vốn đăng ký cấp mới + Vốn đăng ký tăng thêm + Giá trị góp vốn, mua cổ phần của Thái Lan vào Việt Nam

triệu USD
1.200

Nguồn: Cục Đầu tư nước ngoài - Bộ KH-ĐT.



Lĩnh vực bán buôn, bán lẻ cũng thu hút quan tâm của các nhà đầu tư đến từ Thái Lan. Dự án Công ty TNHH MM Mega market tại TP Hồ Chí Minh là dự án tiêu biểu với quy mô vốn 36 triệu USD.

Tháng 5/2018, Tổng công ty cổ phần Bia - Rượu - Nước Giải khát Sài Gòn (Sabeco, mã chứng khoán SAB) được tỷ phú Thái Charoen Sirivadhanabhakdi mua lại thông qua Vietnam Beverage - công ty con của Thai Beverage. Công ty này đã chi ra số tiền xấp xỉ 5 tỷ USD cho 53,59% cổ phần Sabeco để chính thức trở thành cổ đông chi phối hoạt động doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, tháng 6/2018, Tập đoàn SCG (Thái Lan) đã ký thỏa thuận mua lại 29% cổ phần của Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam (Petro Vietnam) trong dự án Tổ hợp Hóa dầu miền Nam (Long Son Petrochemical Complex – LSP), tăng vốn sở hữu từ 71% lên 100%. Tháng 8/2018 tập đoàn Thái Lan đã vay 3,2 tỷ USD của 06 tổ chức tài chính để thực hiện dự án này. Dự án Tổ hợp Hoá dầu miền Nam tọa lạc tại tỉnh Bà Rịa Vũng Tàu, cách TP HCM 100 km. Dự án này có tổng vốn đầu tư hơn 5,4 tỷ USD. Công suất sản phẩm olefin của dự án có thể lên tới 1,6 triệu tấn một năm và được thiết kế để sản xuất đa dạng các sản phẩm hoá dầu như Polyethylene mật độ cao (HDPE), Polyethylene mật độ thấp tuyến tính và Polypropylene (PP).

Nhìn chung, các nhà đầu tư Thái Lan với đặc điểm gần gũi về mặt địa lý và văn hoá nên không gặp nhiều khó khăn trong việc đầu tư vào Việt Nam so với các nhà đầu tư Châu Âu hay Châu Mỹ. Tuy nhiên, do trình độ phát triển kinh tế của Thái Lan hơn Việt Nam không nhiều nên khả năng tài chính của các nhà đầu tư có những hạn chế nhất định nên nhìn chung, chỉ có khoảng xấp xỉ 50% vốn đăng ký các dự án Thái Lan đã được thực hiện.

Trong năm 2019, quan hệ giữa Việt Nam và Thái Lan được tăng cường, mở rộng trên nhiều lĩnh vực từ chính trị, kinh tế, văn hóa, giao lưu nhân dân từ cấp độ trung ương đến địa phương. Kết quả nổi bật trong quan hệ 2 nước Việt Nam - Thái Lan năm 2019 đó là hai nước đã nhất trí nâng cấp quan hệ từ “đối tác chiến lược” lên quan hệ “đối tác chiến lược tăng cường” trong cuộc họp tháng 1 năm 2019 Ủy ban hỗn hợp về Hợp tác song phương Việt Nam - Thái Lan lần thứ 3 tại Bangkok.

Ông Tanee Sangrat - Đại sứ đặc mệnh toàn quyền Vương quốc Thái Lan tại Việt Nam cho biết: “Việc nhất trí nâng cấp quan hệ từ quan hệ đối tác chiến lược lên quan hệ đối tác chiến lược tăng cường, có nghĩa là chúng ta đã mở rộng, tăng cường quan hệ sâu sắc hơn. Chúng ta là những nước có thể dựa vào nhau, có thể phát triển cơ hội cùng nhau. Tôi nghĩ rằng, bên cạnh việc tăng cường lên quan hệ đối tác chiến lược tăng cường, nội dung trong quan hệ đó chúng ta có thể tăng cường quan hệ hợp tác trong lĩnh vực tài chính, ngân hàng hơn nữa. Phía Việt Nam đã ra luật thúc đẩy đầu tư trong lĩnh vực tài chính, ngân hàng tại Việt Nam. Bên cạnh đó cũng có những sự kết nối, gắn kết về các

hoạt động giữa Việt Nam và Thái Lan cũng như các nước trong khu vực. Tôi nghĩ rằng có thể phát triển hơn nữa”.

Quan hệ chính trị tốt đẹp được duy trì thông qua các chuyến thăm viếng lẫn nhau giữa lãnh đạo cấp cao hai nước là nền tảng để quan hệ kinh tế phát triển mạnh mẽ. Thái Lan tiếp tục là đối tác thương mại số một của Việt Nam tại ASEAN. Hai bên nhất trí phấn đấu nâng kim ngạch thương mại hai chiều đạt mục tiêu 20 tỷ USD vào năm 2020 và hướng đến cán cân thương mại cân bằng, bền vững hơn.

Theo Đại sứ Tanee Sangrat: “Hợp tác về kinh tế gắn kết khá chặt chẽ với hợp tác về chính trị. Đặc biệt, quan hệ giữa Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc và Thủ tướng Prayut Chan-o-cha có mối quan hệ rất gần gũi. Đây là 1 phần giúp thúc đẩy, tạo động lực cho quan hệ đối tác chiến lược Thái Lan - Việt Nam. Hiện nay, không chỉ có các công ty công ty lâu đời và lớn của Thái Lan đầu tư tại Việt Nam mà còn có nhiều công ty mới sang Việt Nam làm ăn. Thái Lan đầu tư tại Việt Nam đạt khoảng 10.8 tỷ đô. Đầu tư vẫn tiếp tục tăng”.

Đại sứ đánh giá, trong năm 2019, có rất nhiều hoạt động kết nối thương mại, đầu tư thu hút được sự chú ý của các nhà đầu tư, doanh nghiệp cũng như người dân 2 nước. Có thể kể đến như Hội nghị Xúc tiến thương mại Thái Lan – Việt Nam quốc tế mở rộng tại tỉnh Udon Thani, Hội nghị 9 tỉnh 3 nước Thái Lan – Lào – Việt Nam có sử dụng đường 8 và đường 12 lần thứ 12 (AOPTC) ...với mục đích kết nối các doanh nghiệp Việt Nam, doanh nghiệp Thái Lan và doanh nghiệp kiều bào từ Thái Lan và các nước trên thế giới nhằm tạo cơ hội giao thương, hợp tác xúc tiến đầu tư – thương mại, giới thiệu môi trường đầu tư, kinh doanh tại Việt Nam.

Bên cạnh các tuyến đường vận chuyển bằng đường bộ và đường biển, năm 2019 chứng kiến nhiều lễ khai trương đường bay thẳng kết nối giữa các địa phương của 2 nước. Như đường bay Hà Nội- Chiangmai, Đà Nẵng- Chiangmai, Cam Ranh (Khánh Hòa) - Bangkok (Thái Lan) ...góp phần tăng cường giao lưu, kết nối nhân dân hai nước. Trong năm 2019, số lượng người dân Thái Lan và Việt Nam đến qua lại 2 nước tăng cao. Năm 2019, người Việt Nam đến Thái đạt hơn 1 triệu. Năm nay, con số này sẽ tăng hơn nữa. Trong khi đó, số lượng người Thái đến Việt Nam trong năm 2019 tăng 50% ..

CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ CẦN THIẾT

➤ **Đại sứ quán Việt Nam tại Thái Lan**

Địa chỉ: 83/1 Wireless Road, Lumpini, Pathumwan, Bangkok 10330
Điện thoại: +66-2-515836/7/8; +66-2-2517202; +66-2-2513552
Fax: +66-2-2517203
Email: vnemb.th@mofa.gov.vn
Website: <http://www.vietnamembassy-thailand.org>

➤ **Tổng Lãnh sự quán Việt Nam tại Khon Khèn (Thái Lan)**

Địa chỉ: 65/6 Chatapadung Road, Muang Ditric, Khon Kaen 40000
Điện thoại: +66-43-242190/+66-43-336049
Fax: +66-43-241154
Email: konkaen.th@mofa.gov.vn

➤ **Thương vụ Việt Nam tại Thái Lan**

Địa chỉ: 83/1 Wireless Road, Lumpini, Pathumwan, Bangkok 10330
Điện thoại: +66-2-650-845425
Fax: +66-2-225-26950
Email: th@moit.gov.vn
Tham tán Thương mại: Trần Thị Thanh Mỹ
Điện thoại: +66-0-2251 3352 (Ext. 118)
Email: th@moit.gov.vn; mytt@moit.gov.vn

➤ **Đại sứ quán Thái Lan tại Việt Nam**

Địa chỉ: 26 Phan Bội Châu, Hà Nội, Việt Nam.
Điện thoại: +84-024-38235092/4
Fax: +84-024-38235088
Email: thaiemhn@netnam.org.vn

➤ **Tổng lãnh sự quán Thái Lan tại thành phố Hồ Chí Minh**

Địa chỉ: 77 Trần Quốc Thảo, Quận 3, thành phố Hồ Chí Minh
Điện thoại: +84-028-39327637/8
Fax: +84-028-39326002
E-mail: thaihom@mfa.go.th
Facebook : <https://www.facebook.com/RTCG.HCMC>

➤ **Hiệp hội doanh nghiệp Thái Lan tại TP.HCM**

Địa chỉ: Lầu 2, số 55 Nguyễn Văn Giai, P. Đa Kao, Q.1, Thành phố Hồ Chí Minh.

Điện thoại: (84-28) 3620 9985

Email: thaiassociation@tbavietnam.org

Website: <http://tbavietnam.org/>

TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ TP.HCM - ITPC

Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng, Phường Đa Kao, Quận 1, Tp.HCM

92 Nguyễn Huệ, Phường Bến Nghé, Quận 1, Tp.HCM

ĐT: (028) 3823 6738 - 3910 1309

Fax: (028) 3824 2391

Email: itpc@itpc.gov.vn; info@itpc.gov.vn

Website: www.itpc.gov.vn

