



**TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

**Thị trường
các nước
ASEAN**

THỊ TRƯỜNG THÁI LAN
Thành phố Hồ Chí Minh 2025

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,
P. Tân Định, TP.HCM
92 - 96 Nguyễn Huệ,
P. Sài Gòn, TP.HCM
Tel: (028) 3823 6738
Fax: (028) 3824 2391
Email: itpc@itpc.gov.vn
Website: www.itpc.
hochiminhcity.gov.vn

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

Số 53/GP - XBBT -
STTTT, ngày 27/12/2024
của Sở Thông tin
Truyền thông Tp.HCM



- 05 TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG THÁI LAN**
- 09 NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG THÁI LAN**
- 32 HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ THÁI LAN**
- 46 HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ THÁI LAN**
- 48 NHỮNG THUẬN LỢI VÀ KHÓ KHĂN CỦA HÀNG VIỆT TẠI THỊ TRƯỜNG THÁI LAN**
- 51 CÁC HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ CỦA ITPC TẠI THỊ TRƯỜNG THÁI LAN ĐỂ HỖ TRỢ CHO DOANH NGHIỆP VIỆT XÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG**
- 53 CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN LẠC CẦN THIẾT**
- 54 CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI THÁI LAN**

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 thoả thuận thương mại khác.

Vui lòng liên hệ với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố khi cần sự hỗ trợ. Để tải bản chi tiết, doanh nghiệp truy cập website <http://itpc.hochiminhcity.gov.vn>.

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



Thai Chamber of Commerce and Industry in Vietnam



THE WORLD BANK
IBRD • IDA | WORLD BANK GROUP



International
Trade
Centre



**WORLD TRADE
ORGANIZATION**

Cùng một số đối tác khác. Xin chân thành cảm ơn,
Đặc biệt chúng tôi cảm ơn sự hợp tác của
Tổng Lãnh sự quán Thái Lan tại Thành phố
Hồ Chí Minh trong quá trình thực hiện ấn phẩm này.

THỊ TRƯỜNG THÁI LAN



TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG THÁI LAN



VỊ TRÍ ĐỊA LÝ – VĂN HÓA – XÃ HỘI

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

Thủ đô: Bangkok

Quốc khánh Thái Lan: ngày 05 tháng 12 năm 1927.

Vị trí địa lý: Thái Lan nằm ở trung tâm khu vực Đông Nam Á, là đất nước có khí hậu nhiệt đới. Thái Lan có 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 dọc theo bán đảo hẹp ở phía nam.

Diện tích: Tổng diện tích 513.120 km²

- Diện tích đất: 510.890 km²
- Diện tích nước: 2.230 km²

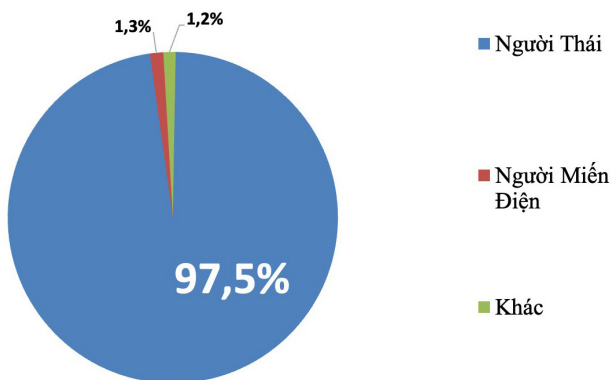


Dân số: 69.920.998 (số liệu cập nhật năm 2024)

Tài nguyên thiên nhiên: Thiếc, cao su, khí đốt tự nhiên, vonfram, tantali, gỗ, chì, cá, thạch cao, than non, fluorit, đất canh tác

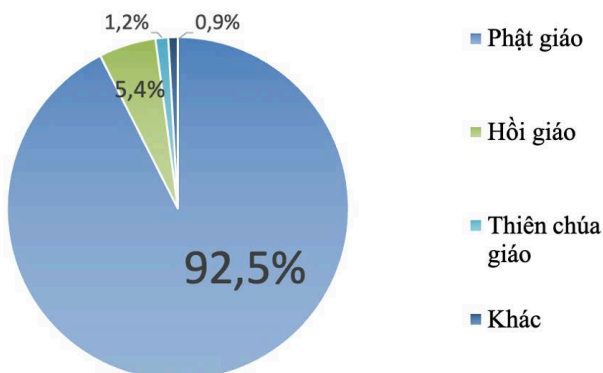
Dân tộc: Người Thái 97,5%, người Miến Điện 1,3%, các dân tộc khác 1,2%, không xác định <0,1% (ước tính năm 2019).

**Cơ cấu dân tộc
(Số liệu năm 2019)**



Tôn giáo: Phật giáo 92,5%, Hồi giáo 5,4%, Thiên chúa giáo 1,2%, các dân tộc khác 0,9% (bao gồm Nho giáo, Ấn Độ giáo, Do Thái giáo, Sikh giáo và Đạo giáo) (số liệu ước tính năm 2021)

**Cơ cấu tôn giáo
(Số liệu ước tính năm 2021)**



Ngôn ngữ: Tiếng Thái là ngôn ngữ quốc gia, tiếng Anh là ngôn ngữ được sử dụng nói nhiều thứ hai và đặc biệt phổ biến trong cộng đồng doanh nghiệp ở Bangkok. Có 4 ngôn ngữ tiếng Thái riêng biệt ở Thái Lan, trong đó tiếng Trung của người Thái là ngôn ngữ đầu tiên của 75% dân số. Nhiều người Thái gốc Hoa cũng nói tiếng địa phương của Trung Quốc.

Tiền tệ: Đồng Baht Thái Lan (THB) là đơn vị tiền tệ chính thức của Thái Lan. Tiền tệ này được quản lý bởi Ngân hàng Trung ương Thái Lan và được sử dụng rộng rãi trong tất cả các giao dịch tài chính, mua sắm và dịch vụ.



TỔNG QUAN NỀN KINH TẾ

Thái Lan là một quốc gia có thu nhập trung bình cao và là nền kinh tế lớn thứ hai trong ASEAN sau Indonesia. Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) năm 2022 của Thái Lan là 526 tỷ đô la. Theo Hội đồng Phát triển Kinh tế và Xã hội Quốc gia Thái Lan (NESDC), nền kinh tế Thái Lan năm 2022 tăng trưởng 2,6%, Thái Lan có sự phục hồi kinh tế dần dần sau đại dịch Covid-19 nhưng vẫn còn chậm so với các nền kinh tế lớn khác trong ASEAN. Từ năm 2013 đến năm 2022, nền kinh tế Thái Lan tăng trưởng trung bình hàng năm 1,9% theo giá trị thực, chủ yếu nhờ sự gia tăng tiêu dùng tư nhân và đầu tư. Tuy nhiên, những trở ngại từ đại dịch Covid-19 đã ảnh hưởng nghiêm trọng đến xuất khẩu

hàng hóa và dịch vụ của quốc gia này, đặc biệt là trong lĩnh vực du lịch, vốn đóng góp gần một phần năm GDP của đất nước. Thái Lan là một cường quốc sản xuất ô tô tại ASEAN, đồng thời là một nhà sản xuất và xuất khẩu quan trọng của một số sản phẩm nông nghiệp, bao gồm cả gạo.

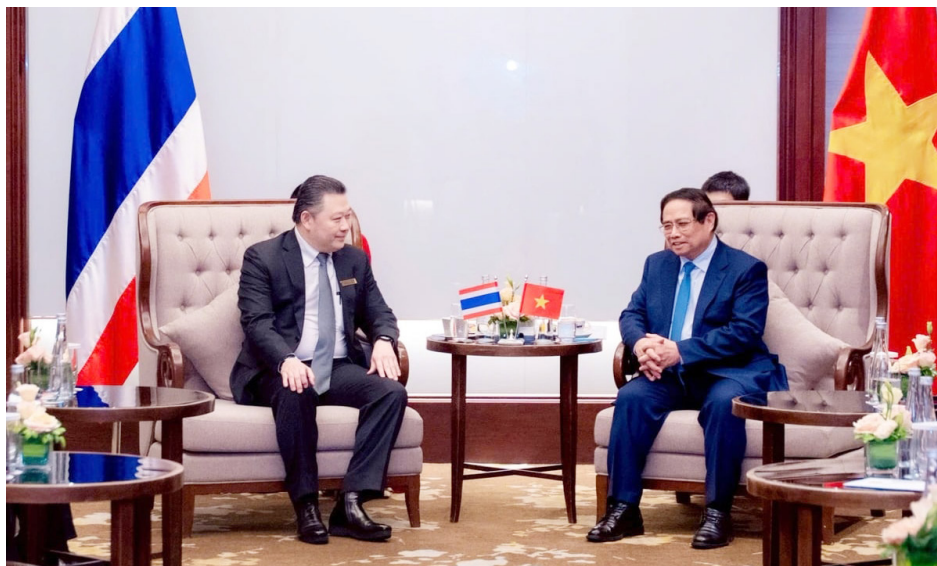
Trong nỗ lực hiện thực hóa mục tiêu trở thành quốc gia có thu nhập trung bình cao trong vòng chưa đầy một thế hệ, chính phủ Thái Lan đã công bố Chiến lược Quốc gia 20 năm (2018-2037) bao gồm nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, củng cố nguồn nhân lực và đạt được sự phát triển và tăng trưởng thân thiện với môi trường. Vào tháng 7 năm 2023, chính phủ Thái Lan đã thành lập Cục Biến đổi Khí hậu và Môi trường để giám sát các sứ mệnh và hoạt động của đất nước liên quan đến biến đổi khí hậu. Mục tiêu của Cục là đạt mức phát thải ròng bằng 0 vào năm 2065.

Tăng trưởng GDP và mức lạm phát

(Nguồn: IMF, World Economic Outlook Database)



NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG THÁI LAN



Thủ tướng Phạm Minh Chính làm việc với ông Soopakij Chearavanont, Chủ tịch Tập đoàn Charoen Pokphand.

THÁCH THỨC THỊ TRƯỜNG

Các ngành công nghiệp Thái Lan phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt từ các nhà cung cấp hàng hóa, dịch vụ trong nước và quốc tế. Các tập đoàn lớn của Thái Lan là các doanh nghiệp gia đình trải qua nhiều thế hệ và hiện nay thường được điều hành bởi các nhà lãnh đạo doanh nghiệp thế hệ thứ ba.

Người tiêu dùng Thái Lan rất quan tâm đến giá cả vì thế mà người tiêu dùng Thái Lan ưa chuộng dùng hàng nội địa và hàng nhập khẩu giá rẻ.

➤ Dưới đây là những rào cản phi thuế quan chính mà doanh nghiệp cần lưu ý:

I. Yêu cầu về tiêu chuẩn và chứng nhận

Tiêu chuẩn chất lượng và an toàn: Thái Lan có quy định nghiêm ngặt về chất lượng và an toàn cho nhiều loại sản phẩm, bao gồm thực phẩm, dược phẩm, mỹ phẩm và sản

phẩm tiêu dùng. Doanh nghiệp xuất khẩu vào thị trường Thái Lan cần đảm bảo rằng sản phẩm của họ đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng, an toàn của Thái Lan và thường phải có chứng nhận từ các cơ quan kiểm định như Bộ Y tế hoặc Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm. Đối với mặt hàng thực phẩm, giấy phép nhập khẩu thực phẩm từ FDA Thái Lan là bắt buộc. Ngoài ra, các sản phẩm phải đáp ứng tiêu chuẩn về nhãn mác và các biện pháp kiểm soát chất lượng. Các yêu cầu cụ thể khác nhau tùy theo loại sản phẩm, ví dụ như chứng nhận kiểm dịch thực vật đối với thực phẩm tươi sống hoặc tiêu chuẩn của Viện Tiêu chuẩn Công nghiệp Thái Lan (TISI) đối với hàng phi thực phẩm. Tất cả các sản phẩm đều cần có C/O mẫu D.



Phó Thủ tướng, Bộ trưởng Ngoại giao Bùi Thanh Sơn gặp Bộ trưởng Ngoại giao Thái Lan Maris Sangiampongsa.

Để nhập khẩu thực phẩm, doanh nghiệp cần cung cấp các chứng từ quan trọng như:

- Chứng nhận sản xuất được phê duyệt;
- Bảng thông số kỹ thuật sản phẩm;
- Bảng liệt kê 100% nguyên liệu thành phần, hình ảnh bao bì sản phẩm;
- Giấy chứng nhận phân tích (COA) về thành phần dinh dưỡng từ phòng thí nghiệm đạt chuẩn ISO 17025.

Chứng nhận sản phẩm hữu cơ: Đối với các sản phẩm thực phẩm hữu cơ, doanh nghiệp xuất khẩu cần có chứng nhận hữu cơ phù hợp theo quy định của Thái Lan để được phép xuất khẩu.

2. Quy định về bảo vệ môi trường

Quy định về môi trường: Thái Lan có quy định nghiêm ngặt về bảo vệ môi trường, bao gồm các quy định liên quan đến bao bì và chất thải. Doanh nghiệp cần tuân thủ các quy định về đóng gói và xử lý chất thải để không vi phạm các quy định môi trường của Thái Lan.

Bao bì cho sản phẩm xuất khẩu vào thị trường Thái Lan cần tuân thủ quy định về nhãn mác và hướng đến phát triển xanh, chứng nhận kiểm dịch thực vật đối với thực phẩm tươi sống hoặc tiêu chuẩn của Viện Tiêu chuẩn công nghiệp Thái Lan (TISI) đối với hàng phi thực phẩm...

3. Thủ tục hành chính và chi phí

Thủ tục hải quan: Quy trình nhập khẩu vào Thái Lan đòi hỏi sự chuẩn bị kỹ lưỡng. Doanh nghiệp xuất khẩu vào Thái Lan cần đảm bảo rằng tất cả các tài liệu cần thiết được chuẩn bị đầy đủ và đúng quy định để tránh các vấn đề tại hải quan. Quy trình nhập khẩu vào Thái Lan bao gồm các bước chính như:

- Tạo tài khoản trên hệ thống hải quan trực tuyến;
- Xác minh sự tuân thủ của sản phẩm;
- Khai báo và kiểm tra;
- Thanh toán thuế;
- Cuối cùng là kiểm tra, thông quan hàng hóa.

Chi phí: Các chi phí liên quan đến việc tuân thủ các quy định và giấy phép có thể tăng lên tùy vào từng trường hợp, điều này làm ảnh hưởng đến giá thành sản phẩm xuất khẩu. Để vượt qua những rào cản này, doanh nghiệp xuất khẩu cần nắm rõ các quy định và chuẩn bị kỹ lưỡng trước khi đưa sản phẩm vào thị trường Thái Lan. Việc hợp tác với các đại lý địa phương hoặc tư vấn pháp lý có thể giúp giảm thiểu các rủi ro và đảm bảo rằng quá trình xuất khẩu diễn ra thuận lợi.

4. Rào cản văn hóa và ngôn ngữ

Khác biệt văn hóa: Sự khác biệt về văn hóa có thể ảnh hưởng đến cách sản phẩm được đón nhận và hiểu trong thị trường Thái Lan. Doanh nghiệp cần tìm hiểu và thích ứng với thói quen tiêu dùng và sở thích của người Thái.

Rào cản ngôn ngữ: Doanh nghiệp cần đảm bảo rằng thông tin về sản phẩm và các tài liệu liên quan được dịch chính xác và đầy đủ. Tốt nhất là nội dung trên bao bì cần điều chỉnh sang song ngữ Việt - Thái, thiết kế đơn giản nhưng tinh tế hơn và bổ sung các chứng nhận hữu cơ quốc tế. Bởi vì người tiêu dùng Thái Lan rất ưa chuộng những sản phẩm có thành phần tự nhiên, đóng gói bắt mắt, thân thiện với môi trường.

CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG

Ngành công nghiệp thực phẩm và đồ uống của Thái Lan đóng góp đáng kể vào nền kinh tế đất nước. Quốc gia này đặt mục tiêu trở thành một trong mười nước xuất khẩu thực phẩm chế biến hàng đầu thế giới vào năm 2027. Kể từ khi đại dịch bùng phát vào năm 2020, Thái Lan đã nhanh chóng áp dụng chuyển đổi số trong cả khu vực công và tư nhân. Sự chuyển đổi này được thúc đẩy bởi sự hỗ trợ của chính phủ nhằm mục đích đưa Thái Lan trở thành một trung tâm CNTT-TT khu vực. Kết quả là, thị trường CNTT-TT tại Thái Lan đã phát triển, điều này được thúc đẩy bởi việc áp dụng công nghệ trong nhiều ngành, sự gia tăng sử dụng điện thoại thông minh và internet, cùng với sự bùng nổ của lĩnh vực thương mại điện tử. Sự tăng trưởng này đã tạo ra một môi trường cạnh tranh với các công ty trong nước và quốc tế như Huawei, ZTE, Intel, Ericsson, Cisco, Samsung và HPE đang tranh giành thị phần tại Thái Lan.

YÊU CẦU CHỨNG TỬ VÀ CÁC QUY ĐỊNH NHẬP KHẨU

Giấy phép nhập khẩu vào Thái Lan là bắt buộc đối với việc nhập khẩu nguyên liệu thô, dầu mỏ, máy móc công nghiệp, hàng dệt may, dược phẩm, súng và đạn dược và các mặt hàng nông sản. Trong một số trường hợp, việc nhập khẩu một số mặt hàng không yêu cầu giấy phép sẽ phải chịu thêm phí và yêu cầu chứng nhận xuất xứ. Ngoài ra, một số sản phẩm phải chịu sự kiểm soát nhập khẩu theo nhiều luật khác nhau. Thái Lan áp đặt yêu cầu mua hàng trong nước đối với các nhà nhập khẩu một số sản phẩm chịu hạn ngạch thuế quan (TRQ), bao gồm đậu nành và bột đậu nành. Thái Lan cũng áp đặt yêu cầu mua hàng trong nước đối với các nhà nhập khẩu lúa mì làm thức ăn chăn nuôi, vốn không chịu TRQ.

Có 2 loại giấy chứng nhận nhập khẩu mà doanh nghiệp cần thỏa mãn là giấy chứng nhận xuất xứ và giấy chứng nhận đặc biệt.

- **Giấy chứng nhận xuất xứ:** phải được cấp bởi cơ quan có thẩm quyền. Trong một số trường hợp, nếu 2 nước có ký Hiệp định Thương mại Tự do, hàng hóa khi có giấy chứng nhận xuất xứ sẽ được hưởng một mức thuế ưu đãi.
- **Giấy chứng nhận đặc biệt:** Theo những quy định về y tế công cộng của Thái Lan thì hàng hóa vào thị trường Thái Lan còn phải có giấy chứng nhận đặc biệt nhằm đảm bảo chất lượng sản phẩm. Quy định cụ thể như sau: Đối với các loại hạt, thực vật và động vật cần phải có giấy chứng nhận kiểm dịch được cấp bởi cơ quan chức năng của nước xuất xứ.

Những nhà xuất khẩu sản phẩm dược và thuốc phải được cấp Giấy chứng nhận tự do bán sản phẩm trước khi đưa sản phẩm này vào Thái Lan và chịu sự kiểm soát chặt chẽ.

Thực phẩm đông lạnh trước khi nhập khẩu phải đăng ký với Ủy ban Thực phẩm và Dược phẩm, Bộ Y tế Công cộng. Khi tiến hành thủ tục đăng ký, nhà nhập khẩu phải nộp 2 mẫu hàng cho mỗi loại hàng hóa, những thông tin chính xác về thành phần tính theo tỷ lệ phần trăm, kèm theo 6 nhãn mác sản phẩm.

Chất Dulcin, axit cyclamic, hợp chất của 2 chất này và những thực phẩm có chứa bất kỳ một trong những chất này đều bị cấm nhập khẩu vào Thái Lan.

➤ **Một số sản phẩm phải chịu sự kiểm soát nhập khẩu vào thị trường Thái Lan**



- Việc nhập khẩu thực phẩm chế biến, thiết bị y tế, dược phẩm, vitamin và mỹ phẩm cần phải có giấy phép của Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm, Bộ Y tế.
- Việc nhập khẩu oxit vonfram, quặng thiếc và thiếc kim loại với số lượng vượt quá 02 kg cần phải có sự cho phép của Cục Tài nguyên Khoáng sản, Bộ Công nghiệp.
- Việc nhập khẩu vũ khí, đạn dược hoặc thiết bị nổ cần phải có giấy phép của Bộ Nội vụ.
- Việc nhập khẩu đồ cổ hoặc tác phẩm nghệ thuật, dù đã đăng ký hay chưa, đều phải được Cục Mỹ thuật, Bộ Giáo dục và Đào tạo cấp phép.

Thủ tục thông quan chung cho cả hàng nhập khẩu và xuất khẩu tại Thái Lan là yêu cầu phải nộp tờ khai hải quan xuất khẩu hoặc tờ khai nhập khẩu. Tờ khai này phải kèm

theo các chứng từ vận chuyển tiêu chuẩn, bao gồm hóa đơn thương mại, danh sách đóng gói, vận đơn đường biển/vận đơn hàng không và thư tín dụng. Một số sản phẩm có thể yêu cầu giấy phép hoặc ủy quyền xuất nhập khẩu từ các cơ quan có thẩm quyền. Các sản phẩm này bao gồm:

- Thực phẩm (đã qua chế biến hoặc chưa qua chế biến);
- Dược phẩm;
- Thiết bị y tế;
- Sản phẩm chăm sóc sức khỏe;
- Mỹ phẩm;
- Chất độc hại;
- Động vật và một số sản phẩm nông nghiệp.

Thái Lan đã bãi bỏ yêu cầu về chứng nhận xuất xứ đối với hàng nhập khẩu công nghệ thông tin theo Hiệp định Công nghệ Thông tin của WTO. Việc sử dụng dịch vụ giao nhận hàng hóa để xử lý thủ tục thông quan xuất nhập khẩu tại Thái Lan được khuyến khích mạnh mẽ.

➤ Kiểm soát và thủ tục hải quan tại Thái Lan



Thủ tục hải quan đối với hàng hóa nhập khẩu vào Thái Lan cũng giống như ở hầu hết các quốc gia khác. Nhà nhập khẩu được yêu cầu nộp tờ khai nhập cảnh cùng với các

tài liệu cần thiết khác, bao gồm vận đơn, hóa đơn và danh sách đóng gói thông qua hệ thống Hải quan điện tử.

Thuế hải quan phải nộp khi tàu chở hàng nhập khẩu cập cảng và hàng hóa có thể được lưu trữ tại kho ngoại quan của Hải quan trong tối đa 45 ngày mà không cần nộp tờ khai nhập khẩu và 60 ngày trong trường hợp nộp tờ khai nhập khẩu. Phí cập cảng và lưu kho phải được thanh toán trước khi hàng hóa được giải phóng.

Thông thường, giá trị hàng nhập khẩu được tính dựa trên giá gốc, bảo hiểm và cước phí vận chuyển (CIF), trong khi hàng xuất khẩu được tính dựa trên giá FOB.

Thái Lan đã thực hiện Hiệp định Trị giá của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Cơ sở chính cho trị giá hải quan là trị giá giao dịch, là giá thực tế đã trả hoặc phải trả cho hàng hóa khi bán để xuất khẩu, có thể điều chỉnh một số yếu tố được coi là một phần của trị giá cho mục đích hải quan hoặc có thể được khấu trừ vào giá trị hàng nhập khẩu (ví dụ: chi phí vận chuyển sau khi nhập khẩu, thuế và các loại thuế liên quan đến việc nhập khẩu).

Các yếu tố có thể cần được bổ sung bao gồm tiền bản quyền và phí cấp phép liên quan đến hàng hóa và được thanh toán như một điều kiện bán hàng, tiền thu được từ việc bán lại sau đó tại quốc gia nhập khẩu và giá trị hàng hóa hoặc dịch vụ do người mua cung cấp, chẳng hạn như phí thiết kế hoặc phát triển liên quan đến hàng hóa nhập khẩu. Nếu giá khai báo rõ ràng là thấp hoặc không phản ánh giá trị thực của hàng hóa, Hải quan Thái Lan có thể sẽ tranh chấp điều tra lại giá khai báo.

CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI

Thái Lan là thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) kể từ ngày 1 tháng 1 năm 1995. Kể từ năm 2015, nhiều loại thuế quan giữa các quốc gia thành viên ASEAN đã được bãi bỏ khi khối thương mại này tiến tới thống nhất hải quan (các thành viên khác là Brunei, Campuchia, Indonesia, Lào, Myanmar, Philippines, Singapore, Malaysia và Việt Nam). Nhờ việc tự do hóa thương mại hơn nữa theo Hiệp định Thương mại Hàng hóa ASEAN (ATIGA), hơn 98% thuế nhập khẩu đối với thương mại nội khối ASEAN đã được xóa bỏ vào năm 2019.

Mặc dù Thái Lan đã bãi bỏ hầu hết các loại thuế quan, nhưng điều này chủ yếu mang lại lợi ích cho các nhà đầu tư trong khu vực (các thành viên ASEAN) và một số quốc gia khác mà Thái Lan có các hiệp định thương mại tự do (FTA). Các rào cản phi thuế quan như yêu cầu cấp phép và các quy định nhập khẩu phức tạp vẫn là rào cản đối với việc tiếp cận thị trường. Ví dụ, Thái Lan áp dụng các yêu cầu cấp phép nhập khẩu đối với các sản phẩm như dầu mỏ, một số loại thuốc, dược phẩm và các mặt hàng nông sản.

Năm 2022, mức thuế suất tối huệ quốc (MFN) trung bình của Thái Lan đối với các sản phẩm nông nghiệp là 26,6%, trong khi mức thuế đối với các sản phẩm phi nông nghiệp là 7,1%. Mức thuế suất Tối huệ quốc (MFN) trung bình của Thái Lan là 11,5% vào năm 2021. Thuế suất MFN áp dụng trung bình của Thái Lan là 31,2% đối với các sản phẩm nông nghiệp và 8,4% đối với các sản phẩm phi nông nghiệp vào năm 2021. Thái Lan đã cam kết 75,2% số dòng thuế trong Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), với mức thuế suất trung bình theo WTO là 28,0%.

➤ Thuế nhập khẩu

Thái Lan áp dụng biểu thuế suất hai cột theo mã HS. Những mặt hàng nhập khẩu từ các nước ASEAN được hưởng mức thuế ưu đãi. Hầu hết hàng hóa nhập khẩu đều phải chịu thuế, mức thuế nhập khẩu này được tính dựa trên giá của hàng hoá hoặc một mức thuế đặc biệt được ấn định trước đối với hàng hoá đó. Thông thường, nhà cung cấp hoặc nhà sản xuất sẽ là người lập hoá đơn khai báo về trị giá và số lượng của hàng hóa để tính thuế. Tuy nhiên, cơ quan hải quan có quyền định giá lại trị giá của hàng hoá đó để đánh thuế, nếu trong trường hợp họ nghi ngờ người khai đã khai thấp hơn mức giá thực tế trên thị trường.

Các mức thuế suất thuế nhập khẩu hiện đang được Thái Lan áp dụng như sau:

- Thiết bị y tế và phân bón: 0%
- Nguyên vật liệu thô và thiết bị điện: 1%
- Tư liệu sản xuất và nguyên liệu đầu vào cho sản xuất: 5%
- Bán thành phẩm, hàng hóa trung gian: 10%
- Sản phẩm hoàn chỉnh: 20%
- Những mặt hàng “cần được bảo vệ đặc biệt”: 30%

Bên cạnh đó Thái Lan cũng dành những ưu tiên cho việc đầu tư thông qua miễn hoặc giảm thuế nhập khẩu từ 50% đến 100% đối với các loại máy móc thiết bị cho từng địa phương và từng dự án (khu vực đầu tư). Việc nhập khẩu những nguyên vật liệu thô hoặc vật liệu đặc biệt sử dụng cho mục đích xuất khẩu trong khoảng thời gian 5 năm được miễn thuế nhập khẩu, điều này cũng phụ thuộc vào từng địa phương của dự án đầu tư.

Thêm vào đó, nhằm khuyến khích các nhà đầu tư, các nguyên vật liệu thô và vật liệu đặc biệt có thể được giảm 75% thuế nhập khẩu nếu những nguyên liệu này được dùng cho việc sản xuất những mặt hàng phục vụ sản xuất trong nước trong vòng 5 năm và nếu như chủ đầu tư có nhà máy sản xuất ngay tại Thái Lan.

Hàng hoá nhập khẩu thường phải chịu hai loại thuế, đó là thuế nhập khẩu và thuế giá trị gia tăng (VAT). Thuế nhập khẩu được tính toán dựa trên việc lấy thuế suất thuế

nhập khẩu nhân trị giá CIF của hàng hoá (giá bao gồm trị giá hàng, phí bảo hiểm và cước phí vận chuyển). Thuế VAT sau đó sẽ được tính toán dựa trên toàn bộ trị giá CIF và thuế nhập khẩu hàng hóa. Hàng hoá nhập khẩu với mục đích tái xuất khẩu thông thường sẽ được miễn thuế nhập khẩu và thuế VAT.

➤ **Thuế giá trị gia tăng**



Thuế giá trị gia tăng (VAT) được áp dụng đối với mọi hàng hoá và dịch vụ trên mọi phạm vi hoạt động liên quan đến việc sản xuất hàng hóa, đối với hàng nhập khẩu có thể được hoàn thuế VAT. Hầu hết các dịch vụ đều phải chịu thuế VAT ngoại trừ một số dịch vụ như bán sản phẩm nông nghiệp. Sách và các loại báo chí được miễn thuế VAT. Mức thuế giá trị gia tăng hiện tại ở Thái Lan là 7%.

➤ **Thuế Tiêu thụ Đặc biệt**

Ngoài thuế nhập khẩu do Cục Hải quan quản lý, một số mặt hàng nhập khẩu cũng phải chịu thuế tiêu thụ đặc biệt. Thuế tiêu thụ đặc biệt là một hình thức thuế tiêu thụ được áp dụng đối với việc bán một số loại dịch vụ và hàng hóa nhất định (dù được sản xuất trong nước hay nhập khẩu) được coi là hàng xa xỉ. Nghĩa vụ thuế phát sinh đối với

hàng hóa sản xuất trong nước khi rời khỏi nhà máy và tại thời điểm nhập khẩu đối với hàng nhập khẩu.

Vào tháng 2 năm 2023, chính phủ Thái Lan đã công bố kế hoạch ba giai đoạn nhằm cấm hoàn toàn việc nhập khẩu rác thải nhựa vào năm 2025. Giai đoạn đầu tiên bắt đầu vào năm 2023, theo đó chỉ 14 nhà sản xuất trong khu thương mại tự do của nước này sử dụng phế liệu làm nguyên liệu thô được phép nhập khẩu rác thải nhựa, với tổng khối lượng nhập khẩu được giới hạn ở mức 372.000 tấn. Từ năm 2024, theo giai đoạn hai của kế hoạch, các nhà sản xuất này sẽ phải cắt giảm một nửa khối lượng nhập khẩu, trước khi lệnh cấm hoàn toàn có hiệu lực vào năm 2025.

Nguồn: WTO – Đánh giá Chính sách Thương mại và Bộ Thương mại Hoa Kỳ

CÁC QUY ĐỊNH VỀ NHÃN MẮC VÀ ĐÁNH DẤU



ITPC phối hợp tổ chức Hội thảo “Thách thức, cơ hội và tiềm năng khi xuất khẩu vào thị trường Thái Lan” năm 2025.

Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm Thái Lan (FDA) và Bộ Y tế Công cộng (MOPH) yêu cầu dán nhãn tất cả các sản phẩm thực phẩm chế biến, chăm sóc sức khỏe và mỹ phẩm, dù nhập khẩu hay sản xuất trong nước.

Đối với thực phẩm nhập khẩu, nhãn Thái Lan phải được dán ở những nơi cần thiết trước khi nhập khẩu và được dán lên từng sản phẩm trước khi đưa ra thị trường. Việc

không dán nhãn trước khi nhập khẩu sẽ dẫn đến việc FDA Thái Lan thu giữ sản phẩm. FDA Thái Lan chỉ yêu cầu nhãn đã được phê duyệt trước đối với thực phẩm được kiểm soát đặc biệt. Nhà nhập khẩu thực phẩm được kiểm soát đặc biệt phải yêu cầu giấy phép sử dụng nhãn đã được phê duyệt trước bằng cách nộp Mẫu Sor Bor 3/1 cùng với công thức, phương pháp sản xuất, kết quả phân tích chất lượng thực phẩm hoặc các tài liệu khác liên quan đến tiêu chuẩn thực phẩm và ghi nhãn thông qua hệ thống nộp hồ sơ điện tử của FDA Thái Lan. Sau khi được phê duyệt, FDA Thái Lan sẽ cấp số sê-ri thực phẩm và giấy phép dán nhãn. Thông tin chi tiết về đơn xin giấy phép dán nhãn thực phẩm có sẵn bằng tiếng Thái trên trang web Công báo Hoàng gia Thái Lan.

➤ **Nhãn sản phẩm thực phẩm nhập khẩu vào Thái Lan phải hiển thị các thông tin chính sau:**

- Tên thực phẩm.
- Số sê-ri thực phẩm.
- Tên và địa chỉ nhà sản xuất, đóng gói hoặc nhà nhập khẩu.
- Thành phần thực phẩm tính theo đơn vị mét.
- Tỷ lệ % theo trọng lượng của các thành phần chính.
- Văn bản cảnh báo chất gây dị ứng.
- Tên nhóm chức năng của phụ gia thực phẩm cùng với tên gọi cụ thể của hệ thống mã số quốc tế.
- Văn bản công bố của chất tạo hương liệu.
- Hiển thị "nên sử dụng trước" hoặc "ngày hết hạn".
- Cảnh báo (nếu có).
- Hướng dẫn bảo quản (nếu có).
- Hướng dẫn nấu nướng (nếu có).
- Hướng dẫn sử dụng và nội dung thiết yếu của thực phẩm dành cho trẻ sơ sinh và trẻ nhỏ.
- Nội dung bổ sung được quy định trong phụ lục.
- Nội dung được quy định trong thông báo.
- Chi tiết hơn về từng mặt hàng được liệt kê có trong Thông báo của Bộ Y tế Công cộng.

Nhãn đồ uống có còn phải ghi rõ tên, địa chỉ và tỷ lệ % nồng độ cồn của nhà nhập khẩu/phân phối. Ngoài ra, sản phẩm phải có cảnh báo sức khỏe, được in bằng tiếng Thái, trên nhãn hoặc trên nhãn dán, với nội dung cụ thể được chính phủ phê duyệt. Ngoài ra còn có các yêu cầu quy định liên quan đến nhãn mỹ phẩm. Các đại lý hoặc nhà nhập khẩu địa phương có thể hỗ trợ đăng ký sản phẩm và đảm bảo đáp ứng các yêu cầu về nhãn mác.

QUY ĐỊNH VỀ AN TOÀN THỰC PHẨM, KIỂM DỊCH

Chính phủ Thái Lan yêu cầu chứng nhận bắt buộc đối với 129 sản phẩm trong 18 lĩnh vực, bao gồm:

1. Thực phẩm;
2. Vật liệu xây dựng và dân dụng;
3. Hàng tiêu dùng;
4. Thiết bị điện và phụ kiện;
5. Thép;
6. Điện lực;
7. Nhựa;
8. Hóa chất;
9. Gốm sứ;
10. Đèn chiếu sáng;
11. Bê tông;
12. Thiết bị y tế;
13. Cao su;
14. các sản phẩm cao su;
15. Sơn để phủ bề mặt;
16. kỹ thuật cơ khí;
17. Dầu khí;
18. Phương tiện giao thông.

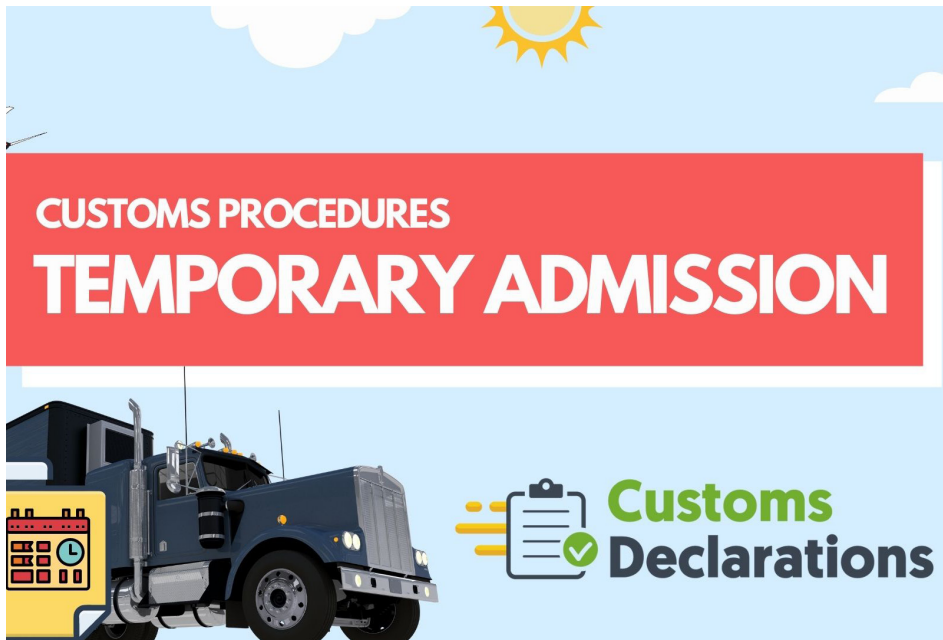
Việc chứng nhận các sản phẩm khác là trên cơ sở tự nguyện. Các sản phẩm công nghiệp được chứng nhận TISI thường được coi là có tiêu chuẩn cao và chất lượng tốt. Thái Lan là thành viên của Cộng đồng Kinh tế ASEAN, do đó các Thỏa thuận Công nhận Lẫn nhau (MRA) có hiệu lực đối với các tiêu chuẩn bắt buộc của một số sản phẩm điện được giao dịch giữa Brunei, Campuchia, Indonesia, Lào, Malaysia, Myanmar, Philippines, Singapore, Thái Lan và Việt Nam. Các sản phẩm đủ điều kiện cho MRA phải đáp ứng các tiêu chuẩn của Ủy ban Kỹ thuật Điện Quốc tế (IEC) hoặc các tiêu chuẩn tương đương.

HÀNG HÓA NHẬP KHẨU TẠM THỜI

Thái Lan là thành viên của Tổ chức Hải quan Thế giới (WTO), Thái Lan sử dụng Sổ ATA để tạo điều kiện miễn thuế cho hàng hóa tạm nhập khẩu phục vụ triển lãm, hội nghị, đào tạo, hội thảo và hội nghị quốc tế. Hàng hóa nhập khẩu được sử dụng để phân phối miễn phí (như áo phông, mũ, khăn quàng cổ và bút) hoặc để trao đổi giữa những người

tham dự các cuộc họp quốc tế (liên quan đến phát triển kinh tế, xã hội và/hoặc công nghệ) được miễn thuế. Hàng hóa phải có logo hoặc biểu tượng liên quan đến cuộc họp và giá trị hàng hóa phải tương đối rẻ. Hiện tại, Hải quan Thái Lan miễn thuế đối với hàng hóa triển lãm chỉ được sử dụng tại địa điểm triển lãm, để sửa chữa thiết bị chuyên nghiệp, mẫu sản phẩm và thiết bị khoa học/công nghệ. Nếu hàng hóa không được tái xuất trong vòng 6 tháng, thuế và phí sẽ được áp dụng. Việc nhập cảnh hàng hóa tạm nhập khẩu và vật liệu triển lãm có thể được xử lý bởi các công ty giao nhận vận tải để thông quan và thực hiện các thủ tục cần thiết khác.

HÀNG HÓA NHẬP KHẨU TẠM THỜI



Thái Lan là thành viên của Tổ chức Hải quan Thế giới (WTO), Thái Lan sử dụng Sổ ATA để tạo điều kiện miễn thuế cho hàng hóa tạm nhập khẩu phục vụ triển lãm, hội nghị, đào tạo, hội thảo và hội nghị quốc tế. Hàng hóa nhập khẩu được sử dụng để phân phối miễn phí (như áo phông, mũ, khăn quàng cổ và bút) hoặc để trao đổi giữa những người tham dự các cuộc họp quốc tế (liên quan đến phát triển kinh tế, xã hội và/hoặc công nghệ) được miễn thuế. Hàng hóa phải có logo hoặc biểu tượng liên quan đến cuộc họp và giá trị hàng hóa phải tương đối rẻ. Hiện tại, Hải quan Thái Lan miễn thuế đối với hàng

hóa triển lãm chỉ được sử dụng tại địa điểm triển lãm, để sửa chữa thiết bị chuyên nghiệp, mẫu sản phẩm và thiết bị khoa học/công nghệ. Nếu hàng hóa không được tái xuất trong vòng 6 tháng, thuế và phí sẽ được áp dụng. Việc nhập cảnh hàng hóa tạm nhập khẩu và vật liệu triển lãm có thể được xử lý bởi các công ty giao nhận vận tải để thông quan và thực hiện các thủ tục cần thiết khác.

HÀNG HÓA CẤM VÀ HẠN CHẾ NHẬP KHẨU

Nhập khẩu xe máy và phụ tùng đã qua sử dụng, tủ lạnh gia dụng sử dụng khí clo-flo-cacbon (CFC), thiết bị y tế tân trang, máy chơi game và thiết bị ngoại vi máy tính đều bị cấm. Các mặt hàng sau đây bị cấm nhập khẩu vào và xuất khẩu khỏi Thái Lan, bao gồm:

- Thuốc lá;
- Thạch tín/chất photpho sunfua;
- Chất hoá học ethylene dichloride;
- Chất thải có chứa chất hoá học tali và phế liệu.

XU HƯỚNG TIÊU DÙNG CỦA NGƯỜI THÁI LAN



Năm 2024, theo khảo sát mới nhất của PwC, hơn một nửa (54%) người tiêu dùng Thái Lan lo ngại rằng biến động kinh tế vĩ mô sẽ ảnh hưởng đến triển vọng của đất nước. Điều này khiến người tiêu dùng Thái Lan lựa chọn chi tiêu nhiều hơn cho các mặt hàng thiết yếu. Mạng xã hội đã nổi lên là kênh mua sắm được người Thái ưa chuộng nhất, mặc dù lo ngại về rò rỉ dữ liệu cá nhân vẫn còn.

Theo khảo sát, 54% người tiêu dùng Thái Lan cho biết biến động kinh tế vĩ mô sẽ tác động đáng kể đến đất nước trong 12 tháng tới, vượt qua các yếu tố khác như lạm phát (53%) và rủi ro an ninh mạng (41%).

Mối quan tâm hàng đầu của người tiêu dùng Thái Lan

54%

Biến động kinh tế vĩ mô

Người tiêu dùng lo ngại về tác động của biến động kinh tế vĩ mô đến đất nước trong 12 tháng tới

53%

Lạm phát

Lo ngại về lạm phát và tác động của nó đến chi phí sinh hoạt

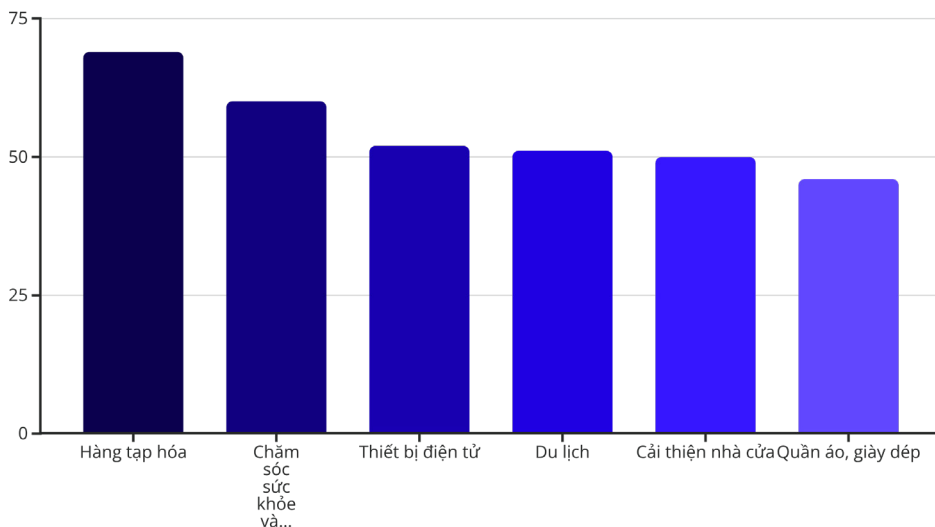
41%

Rủi ro an ninh mạng

Quan ngại về các vấn đề an ninh mạng và rò rỉ dữ liệu cá nhân

Tình hình kinh tế bất ổn đang diễn ra ở Thái Lan đang ảnh hưởng đến hành vi chi tiêu chung của người tiêu dùng. Hầu hết người Thái đang trở nên thận trọng hơn với chi tiêu, nhưng họ vẫn cố gắng cân bằng các khoản chi tiêu thiết yếu và nâng cao lối sống.

➤ Theo nhận định của PwC thì người tiêu dùng Thái Lan chuyển hướng sang hàng hóa thiết yếu giữa những lo ngại về kinh tế



Khảo sát của PwC về người tiêu dùng Thái Lan từ tháng 1 đến tháng 2 năm 2024 về xu hướng mua sắm và các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua hàng, chẳng hạn như công nghệ mới nổi, biến đổi khí hậu và mạng xã hội cho thấy người tiêu dùng Thái Lan sẽ ưu tiên các mặt hàng thiết yếu hơn các mặt hàng xa xỉ trong 6 tháng tới.



Khoảng 69% cho biết họ dự kiến sẽ tăng chi tiêu cho hàng tạp hóa, tiếp theo là các sản phẩm chăm sóc sức khỏe và làm đẹp (60%) và thiết bị điện tử (52%).

Theo khảo sát, cứ 10 người tiêu dùng Thái Lan thì có 4 người sẽ cân nhắc chuyển từ các thương hiệu ưa thích sang các lựa chọn thay thế rẻ hơn nếu họ cảm thấy chúng có giá trị hơn. Trong khi đó, 51% cảm thấy thoải mái khi chi tiêu cho du lịch, cải thiện nhà cửa (50%) và quần áo, giày dép (46%).

➤ Người tiêu dùng Thái Lan sẽ trả giá cao hơn cho các sản phẩm bền vững

Bất chấp những lo ngại về kinh tế, người Thái đang ngày càng chú trọng hơn đến tiêu dùng bền vững. 95% người tiêu dùng Thái Lan cho biết họ đã bị ảnh hưởng bởi biến đổi khí hậu trong cuộc sống hàng ngày. Điều này khiến hơn một nửa (58%) lựa chọn các sản phẩm bền vững, với mức sẵn sàng chi trả trung bình cao hơn tới 11,7%. Con số này cũng cao hơn mức trung bình toàn cầu và Châu Á - Thái Bình Dương lần lượt là 9,7% và gần 11%.

Báo cáo của PwC cho thấy việc giảm thiểu chất thải và tái chế sẽ có tác động lớn nhất đến quyết định của họ (45%), tiếp theo là bao bì thân thiện với môi trường (37%) và tác động tích cực đến việc bảo tồn thiên nhiên và nước (35%).



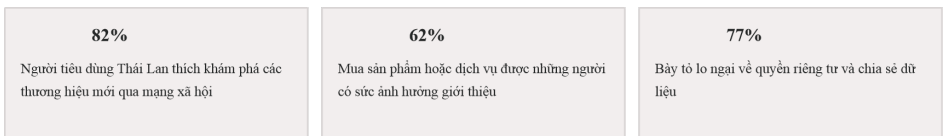
Hơn nữa, 79% người tiêu dùng Thái Lan đã thể hiện sự quan tâm đến việc sở hữu xe điện (EV) hoặc xe điện hybrid (HEV) để vận chuyển bền vững. Người tiêu dùng Thái Lan hiện đã nhận thức rõ hơn về các vấn đề biến đổi khí hậu và sẵn sàng chi trả cao hơn cho các sản phẩm thân thiện với môi trường. Do đó, các nhà bán lẻ nên xây dựng các chiến lược cân bằng giữa sức mua của người tiêu dùng và tác động đến môi trường.

➤ **Người tiêu dùng Thái Lan dẫn đầu về mua sắm trên mạng xã hội toàn cầu bất chấp những lo ngại về dữ liệu**

Người tiêu dùng Thái Lan, nằm trong số những người dùng internet và mạng xã hội hàng đầu trên toàn cầu, phù hợp với kết quả nghiên cứu của PwC. 73% đã mua sản phẩm thông qua các nền tảng mạng xã hội, cao hơn mức trung bình 56% của khu vực Châu Á - Thái Bình Dương và mức trung bình toàn cầu là 34%.

Theo báo cáo "Digital 2024: Thailand" của We Are Social và Meltwater, Thái Lan có 63,21 triệu người dùng internet, với hầu hết dành gần 8 giờ mỗi ngày để trực tuyến. Ngoài ra, có hơn 49 triệu người dùng mạng xã hội tại quốc gia này.

Mặc dù người tiêu dùng Thái Lan thích tham gia vào các hoạt động mua sắm qua mạng xã hội, cho dù là khám phá các thương hiệu mới (82%) hay mua sản phẩm hoặc dịch vụ được những người có sức ảnh hưởng (62%), nhưng khảo sát cho thấy họ đánh giá các công ty và nền tảng mạng xã hội là kém tin cậy nhất. 77% bày tỏ lo ngại về quyền riêng tư và chia sẻ dữ liệu.



➤ Người tiêu dùng Thái Lan ngày càng quan tâm đến sức khỏe trong cuộc sống

Ý thức về sức khỏe cá nhân đang trở thành trọng tâm chính của người tiêu dùng Thái Lan, định hình lại hành vi và động lực thị trường. Năm 2025, nhiều người tiêu dùng sẽ ưu tiên chăm sóc phòng ngừa và sức khỏe toàn diện khi họ tìm cách cải thiện sức khỏe thể chất, tinh thần và cảm xúc. 70% người Thái đang tích cực hướng tới một chế độ ăn uống cân bằng, trong khi chi tiêu có ý thức về sức khỏe đang thúc đẩy việc tăng cường đầu tư vào thực phẩm, vitamin, thực phẩm bổ sung và các sản phẩm chức năng.

Sự chuyển dịch sang lối sống tập trung vào sức khỏe này bắt nguồn từ những tác động lâu dài của đại dịch COVID-19, vốn đã nâng cao nhận thức về sức khỏe cá nhân. Người tiêu dùng hiện đang nhấn mạnh việc chăm sóc phòng ngừa, với nhiều người áp dụng khái niệm "thực phẩm như thuốc" để kiểm soát và ngăn ngừa các tình trạng sức khỏe thông qua chế độ ăn uống. Đồng thời, sự tương tác giữa sức khỏe thể chất và tinh thần đang ngày càng được công nhận, khi người tiêu dùng ngày càng coi trọng các phương pháp và sản phẩm giúp giải quyết căng thẳng và sức khỏe tinh thần.

Công nghệ số đang thúc đẩy xu hướng này hơn nữa, cho phép người tiêu dùng tích hợp quản lý sức khỏe vào thói quen hàng ngày. Đồng hồ thông minh, ứng dụng thể dục và dịch vụ y tế từ xa đang giúp người tiêu dùng theo dõi các chỉ số sức khỏe và đưa ra quyết định sáng suốt. Năm 2025, việc sử dụng thiết bị đeo và các ứng dụng tập trung vào sức khỏe dự kiến sẽ tăng trưởng, phản ánh sự tích hợp công nghệ vào các hoạt động chăm sóc sức khỏe. Sự chuyển dịch số này cũng mở rộng sang thói quen mua sắm, với 73% người tiêu dùng Thái Lan mua các sản phẩm liên quan đến sức khỏe thông qua mạng xã hội, vượt qua mức trung bình của khu vực.

➤ Người tiêu dùng Thái Lan có phong cách sống số liền mạch

Người tiêu dùng Thái Lan đang hướng đến một phong cách sống kết nối kỹ thuật số, nơi thương mại điện tử, thương mại xã hội và tương tác kỹ thuật số được tích hợp liền mạch vào các hoạt động hàng ngày. Năm 2025, giá trị thị trường thương mại điện tử của Thái Lan dự kiến sẽ đạt 3,5 đến 4 nghìn tỷ baht, phản ánh mức tăng trưởng bền vững với tốc độ trung bình hàng năm là 11,2%. Thương mại xã hội tiếp tục phát triển mạnh mẽ, với các nền tảng như Facebook, Instagram và TikTok ảnh hưởng đến quyết định mua hàng của 89% người tiêu dùng. Khi tương tác kỹ thuật số ngày càng chiếm ưu thế, tính liền mạch, cá nhân hóa và niềm tin đã trở thành những kỳ vọng quan trọng đối với người tiêu dùng Thái Lan hiện đại.

Những tiến bộ công nghệ, đặc biệt là việc áp dụng AI, đang định hình lại trải nghiệm kỹ thuật số. Nội dung được cá nhân hóa, các đề xuất được hỗ trợ bởi AI và các công cụ

dịch vụ khách hàng tự động đang định hình lại cách các thương hiệu tương tác với người tiêu dùng. Tuy nhiên, khi hệ sinh thái kỹ thuật số phát triển, mối quan tâm về quyền riêng tư và bảo mật dữ liệu ngày càng trở nên rõ rệt hơn, với 82% người tiêu dùng Thái Lan thừa nhận sự đánh đổi quyền riêng tư là điều không thể tránh khỏi.

Nhu cầu về sự liền mạch không chỉ giới hạn ở các tương tác trực tuyến mà còn mở rộng sang việc tích hợp trải nghiệm trực tuyến và ngoại tuyến. Thương mại nhanh, dự kiến tăng trưởng 20 - 30% mỗi năm, minh họa cho việc tốc độ và sự tiện lợi đang trở thành chuẩn mực cho sự hài lòng. Người tiêu dùng hiện nay mong muốn được truy cập tức thì vào các sản phẩm, dịch vụ và thông tin, nhấn mạnh tầm quan trọng của hệ sinh thái kỹ thuật số hiệu quả và liền mạch.

➤ **Quan tâm đến tính bền vững**

Người tiêu dùng Thái Lan ngày càng ưa chuộng các sản phẩm thân thiện với môi trường và có trách nhiệm xã hội. Họ tìm kiếm các thương hiệu cam kết bảo vệ môi trường và cộng đồng.



Năm 2025, 91% người tiêu dùng Thái Lan sẽ ưu tiên các vấn đề môi trường và 65% coi biến đổi khí hậu là mối quan ngại cấp bách cần hành động ngay lập tức. Nhận thức

ngày càng cao này đang ảnh hưởng đến cách người tiêu dùng đánh giá các thương hiệu và sản phẩm, với 58% sẵn sàng chi trả thêm tới 11,7% cho các lựa chọn thân thiện với môi trường. Tính bền vững không còn là một giá trị đặc thù mà là một kỳ vọng phổ biến đang định hình bối cảnh tiêu dùng Thái Lan.



Việc ngày càng chú trọng đến tính bền vững bắt nguồn từ sự kết hợp của các thách thức môi trường toàn cầu, các chiến dịch nâng cao nhận thức tại địa phương và sự thay đổi giá trị tiêu dùng. Nhiều người tiêu dùng Thái Lan hiện đang tìm kiếm các sản phẩm ít tác động đến môi trường, ưa chuộng vật liệu phân hủy sinh học, bao bì có thể tái chế và các lựa chọn phương tiện giao thông bền vững, chẳng hạn như xe điện, với 79% người tiêu dùng bày tỏ sự quan tâm đến việc sở hữu. Sự thay đổi này được thúc đẩy bởi mong muốn đóng góp vào việc bảo vệ môi trường và phản ánh sự thống nhất rộng rãi hơn giữa các giá trị cá nhân và hành vi mua sắm.

Tuy nhiên, việc áp dụng lối sống bền vững vẫn còn nhiều thách thức. Giá cao, nguồn cung hạn chế các sản phẩm thân thiện với môi trường và việc thiếu thông tin dễ tiếp cận có thể là những rào cản. Tuy nhiên, nhu cầu về các hoạt động bền vững đích thực vẫn tiếp tục tăng, với 79% người tiêu dùng Thái Lan tin rằng các công ty cần có trách nhiệm hơn đối với các vấn đề môi trường. Những kỳ vọng này thúc đẩy các doanh nghiệp tích hợp tính bền vững vào hoạt động của mình và truyền đạt những nỗ lực này một cách minh bạch để tránh sự hoài nghi của người tiêu dùng và những cáo buộc về hành vi tẩy xanh.

➤ Yêu thích tiêu dùng sản phẩm nội địa

Có một xu hướng ngày càng tăng trong việc ủng hộ các sản phẩm và thương hiệu nội địa. Người Thái thường ưa chuộng các sản phẩm được sản xuất trong nước vì niềm tự hào quốc gia và hỗ trợ nền kinh tế địa phương.

VĂN HÓA VÀ TẬP QUÁN KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG THÁI LAN

➤ Văn hóa kinh doanh

Trong xã hội Thái Lan, sự thể hiện lòng tôn kính với Đức Vua, đất nước và Đức Phật là điều vô cùng quan trọng. Bất kỳ hình ảnh nào của Đức Phật cũng cần được tôn kính tuyệt đối. Khi đến thăm chùa chiền hoặc nhà riêng, người ta thường cởi giày. Điều này cần được tuân thủ nghiêm ngặt, nếu không có thể gây phật lòng tại Thái Lan. Ở Thái Lan, hệ thống cấp bậc vững chắc được thể hiện ở nhiều tầng lớp trong xã hội. Khi gặp gỡ một doanh nhân đồng nghiệp lần đầu tiên, việc người Thái đặt ra nhiều câu hỏi là điều bình thường. Điều này có thể mang tính cá nhân đối với người phương Tây, nhưng ở Bangkok, việc xác định vị trí của mình trong hệ thống cấp bậc là rất quan trọng. Vì thế bạn hãy đón nhận những câu hỏi như vậy một cách lịch sự và không nên để bị xúc phạm khi kinh doanh ở Thái Lan.

Các mối quan hệ đóng vai trò then chốt trong kinh doanh tại Thái Lan. Nếu bạn muốn xây dựng mạng lưới quan hệ và có được mối quan hệ đối tác vững chắc tại đây, bạn cần đầu tư thời gian vào việc xây dựng các mối quan hệ. Việc hiện diện trực tiếp và kết nối với các mối quan hệ của bạn là điều không thể thiếu.

Người Thái rất coi trọng Hoàng gia và những lời lẽ miệt thị hoặc chỉ trích có thể dẫn đến hậu quả nghiêm trọng, bao gồm cả án tù, theo luật khi quân của Thái Lan.

➤ Cử chỉ giao tiếp, chào hỏi trong kinh doanh

Lời chào truyền thống của người Thái thường bao gồm nghi thức wai. Để thực hiện động tác "wai", hãy chắp hai tay vào nhau, lòng bàn tay áp vào nhau theo hình hoa sen trước ngực. Cúi đầu nhẹ về phía bàn tay, không cúi gập người.

Nghi thức này yêu cầu gơ tay lên như thể đang cầu nguyện và cúi đầu chậm rãi. Lời chào tôn trọng này của người Thái sẽ cho đối tác kinh doanh của bạn biết rằng bạn hiểu và tôn trọng văn hóa của họ. Thông thường, người trẻ tuổi hơn thường là người đầu tiên thực hiện nghi thức wai, với độ sâu của cái cúi đầu tương ứng với mức độ tôn trọng dành

cho người đó. Doanh nhân Thái Lan rất tôn trọng người nước ngoài đang thực hiện nghi thức wai và những sai sót sẽ được bỏ qua. Khi chào hỏi, bạn nên đưa danh thiếp bằng tay phải.

Tất nhiên, bắt tay cũng được chấp nhận và được người nước ngoài phương Tây (không phải công dân Thái Lan) làm việc tại Thái Lan ưa chuộng.

Tiếp theo là cách chào hỏi bằng tiếng Thái. Từ "sawadee" có nghĩa là "xin chào", nhưng bạn cũng có thể dùng thay thế cho từ "tạm biệt".

➤ **Gặp gỡ, đàm phán**

Điều quan trọng cần lưu ý là khi kinh doanh tại Bangkok, các cuộc họp ban đầu thường nhằm mục đích thiết lập mối quan hệ. Người Thái thường ưu tiên xây dựng mối quan hệ trước khi bắt đầu các vấn đề kinh doanh. Việc lựa chọn địa điểm họp phù hợp là một yếu tố quan trọng để tạo ấn tượng tốt ban đầu. Các cuộc họp ban đầu nên diễn ra vào bữa trưa hoặc bữa tối và việc chiêu đãi khách mời cũng là một phần trong việc phát triển mối quan hệ kinh doanh. Việc chọn lựa địa điểm là một không gian chuyên nghiệp và thoải mái sẽ là lựa chọn hoàn hảo khi làm việc với đối tác Thái Lan. Khi lên lịch hẹn, tốt nhất bạn nên thông báo trước và xác nhận lại một ngày trước cuộc họp. Việc cả hai bên đến đúng giờ là rất quan trọng để đảm bảo sự tôn trọng lẫn nhau.

Sau khi đã chuẩn bị cho cuộc họp ban đầu, rất có thể các quyết định quan trọng sẽ được đưa ra trong các cuộc họp tiếp theo. Ở Thái Lan, các chủ đề thường được thảo luận nhiều lần trong nội bộ trước khi đi đến quyết định cuối cùng. Sau đó, có thể mất nhiều cuộc họp để hoàn tất một thỏa thuận kinh doanh. Việc giữ gìn không khí thân thiện và không bao giờ thể hiện thái độ hung hăng là điều quan trọng khi tiến hành kinh doanh tại Thái Lan. Việc thể hiện sự tức giận bị coi là không phù hợp và có thể dẫn đến mất hợp đồng.

➤ **Ngôn ngữ trong giao tiếp kinh doanh**

Giống như nhiều quốc gia châu Á khác, tiếng Anh không phải là ngôn ngữ mẹ đẻ của người Thái. Bảng chữ cái tiếng Thái rất độc đáo và chỉ được sử dụng ở Thái Lan, vì vậy khi người Thái phải học tiếng Anh, họ cũng phải học một bảng chữ cái mới. Cuối cùng, việc giảng dạy tiếng Anh bắt buộc trong trường học có thể rất thiếu sót. Đây là hai lý do chính khiến người Thái gặp khó khăn hơn khi học tiếng Anh so với người dân Hồng Kông, Malaysia, Singapore và Philippines.

Đối với những người làm việc tại Thái Lan, việc biết một chút tiếng Thái là một lợi thế vì nhiều lễ tân, tài xế taxi, v.v. không nói được tiếng Anh. Bên cạnh đó, việc một người "farang" cố gắng nói ngôn ngữ của họ cũng thể hiện sự tôn trọng rất lớn từ người Thái.

➤ Cách trao danh thiếp



Tại Thái Lan thì danh thiếp không chỉ là một tờ giấy in thông tin. Nó là “bộ mặt” của một người và là đại diện cho địa vị của bạn. Một danh thiếp chất lượng cao là một tài sản quan trọng ở Thái Lan. Danh thiếp thường có một mặt tiếng Thái và mặt còn lại là tiếng Anh.

Danh thiếp thường ghi thông tin về tên, chức vụ, chi tiết công ty, địa chỉ, trang chủ, email, v.v. Các chức danh như Tiến sĩ hoặc Tiến sĩ thường được sử dụng trên danh thiếp.

Để thể hiện sự tôn trọng đối với người đưa danh thiếp cho bạn, cách nhận danh thiếp đúng như sau:

- Dùng tay phải để nhận danh thiếp và dùng tay trái để đỡ bằng cách đặt danh thiếp dưới khuỷu tay phải. Bạn nên luôn trao và nhận bằng tay phải vì tay trái được coi là bẩn.
- Hãy nhìn vào danh thiếp để thể hiện sự tôn trọng đối với tầm quan trọng của người tặng và cố gắng phát âm đúng tên.
- Cất danh thiếp ở nơi thích hợp. Ví dụ, không nên để danh thiếp ở túi sau vì danh thiếp có thể bị cong.

➤ Trang phục trong kinh doanh

Ngoại hình rất quan trọng đối với người Thái, nam giới thường mặc vest tối màu, áo sơ mi trắng và cà vạt. Phụ nữ nên mặc váy hoặc vest trơn, váy nên dài đến đầu gối, hoặc tốt nhất là dài hơn. Vai luôn phải được che kín. Một điều quan trọng cần lưu ý khi giao dịch kinh doanh tại Thái Lan là không mặc đồ đen. Người Thái chỉ mặc đồ đen khi đi dự đám tang, vì vậy trang phục màu đen có thể bị coi là không phù hợp.

Ở một số văn phòng, nhiều gia đình và tất cả các ngôi chùa Phật giáo, người ta phải cởi giày trước khi vào.

HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ THÁI LAN

TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI CỦA THÁI LAN



ITPC đã hỗ trợ doanh nghiệp Việt tham dự hội chợ THAIFEX 2024.

Theo báo cáo từ World bank thì nền kinh tế Thái Lan tăng trưởng 2,5% trong năm 2024, vượt kỳ vọng nhờ sự cải thiện bất ngờ trong xuất khẩu hàng hóa và việc triển khai các biện pháp thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và thu hút lượng khách du lịch. Trong bối cảnh những thay đổi chính sách thương mại toàn cầu gần đây, xuất khẩu suy yếu, tiêu dùng chậm lại và du lịch phục hồi chậm chạp, tăng trưởng GDP của Thái Lan dự kiến sẽ chậm lại còn 1,8% vào năm 2025 và 1,7% vào năm 2026. Tuy nhiên, tăng trưởng GDP có thể tăng lên 2,2% vào năm 2025 và 1,8% vào năm 2026 nếu tâm lý đầu tư được cải thiện. Việc Thái Lan nâng cao năng lực cạnh tranh có thể giúp thu hút đầu tư FDI và chuyển hoạt động kinh tế sang các chuỗi giá trị toàn cầu đổi mới và hiệu quả hơn. Nợ công của Thái Lan vẫn bền vững về mặt tài chính nhưng phải đối mặt với thách thức từ áp lực chi tiêu ngày càng tăng để đáp ứng các dịch vụ công liên quan đến già hóa dân số và đầu tư nhằm thúc đẩy tăng trưởng.

Thái Lan đặt mục tiêu trung hòa carbon vào năm 2050 và đạt mức phát thải khí nhà kính ròng bằng 0 vào năm 2065, nhưng việc giảm phát thải và đảm bảo khả năng phục hồi

khí hậu sẽ đòi hỏi đầu tư đáng kể và cải cách chính sách của chính phủ. Chi phí kinh tế vĩ mô của biến đổi khí hậu dự kiến sẽ tăng đáng kể, đồng thời Thái Lan cũng phải đối mặt với rủi ro cạnh tranh quốc tế nếu không hành động đủ mạnh để giảm thiểu carbon. Do đó, việc giảm phát thải và thích ứng với biến đổi khí hậu là rất quan trọng đối với sự tăng trưởng và phát triển liên tục của Thái Lan, cũng như khả năng đạt được mục tiêu trở thành quốc gia có thu nhập cao vào năm 2037. Các chiến lược theo khu vực có thể thúc đẩy sự chuyển dịch sang phát triển đô thị bền vững, tăng cường kết nối và khả năng phục hồi khí hậu.

(Nguồn: Worldbank)

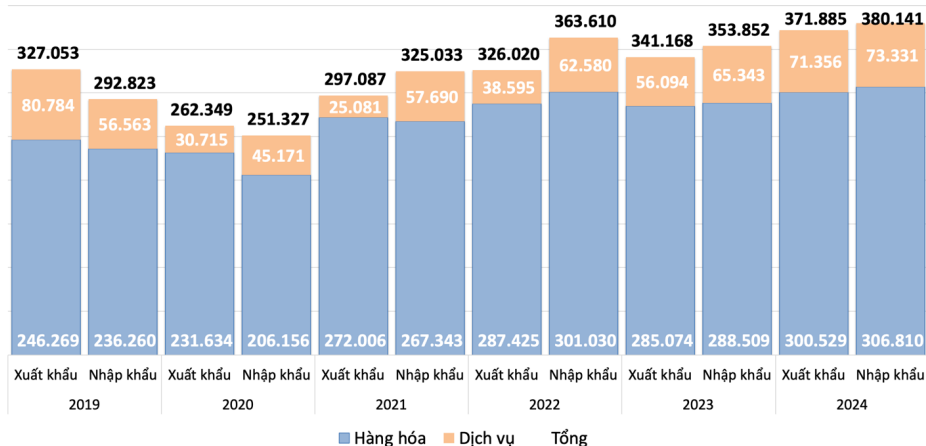
Trong cơ cấu, xuất khẩu hàng hóa luôn chiếm tỷ trọng chủ đạo, với mức 246,27 tỷ USD (2019) và tăng lên 300,53 tỷ USD (2024). Ngược lại, xuất khẩu dịch vụ biến động mạnh: từ 80,78 tỷ USD (2019) xuống chỉ còn 25,08 tỷ USD (2021), rồi dần phục hồi đạt 71,36 tỷ USD (2024) – cho thấy tác động nặng nề của đại dịch đối với ngành dịch vụ, đặc biệt là du lịch, vốn là thế mạnh của Thái Lan.

Cán cân thương mại của Thái Lan ghi nhận sự đảo chiều mạnh trong giai đoạn nghiên cứu. Nếu năm 2019, nước này đạt thặng dư thương mại tổng cộng 34,23 tỷ USD, thì đến năm 2021 đã chuyển sang thâm hụt 27,95 tỷ USD, và năm 2022 ghi nhận mức thâm hụt kỷ lục 37,59 tỷ USD. Dù tình hình có cải thiện trong hai năm gần đây, cán cân thương mại vẫn duy trì trạng thái thâm hụt cao hơn 8,26 tỷ USD (2024). Phân tích sâu hơn cho thấy, cán cân hàng hóa trong 3 năm đầu tiên của giai đoạn 2019-2024 luôn đạt trạng thái thặng dư, đặc biệt năm 2020 thặng dư tới 25,49 tỷ USD. Tuy nhiên, cán cân dịch vụ lại ở tình trạng thâm hụt lớn, nhất là năm 2021 với mức kim ngạch -32,61 tỷ USD và năm 2022 với -23,99 tỷ USD, khiến tổng cán cân chung nghiêng về nhập siêu.

Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ của Thái Lan giai đoạn 2019 - 2024

(Nguồn: WTO)

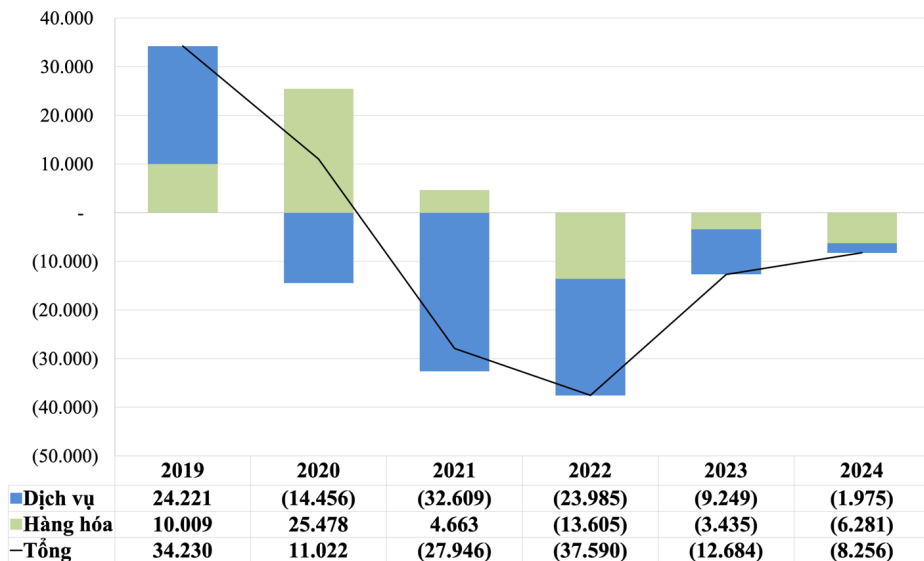
ĐVT: Triệu USD



Cán cân thương mại của Thái Lan giai đoạn 2019 - 2024

(Nguồn: WTO)

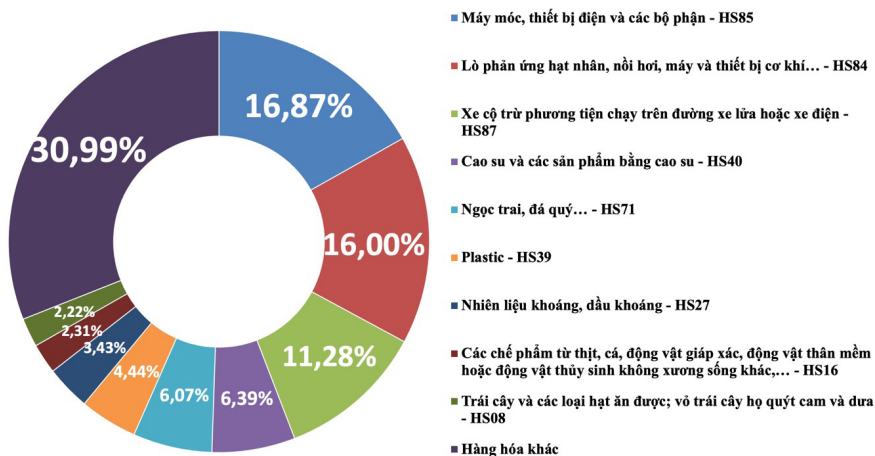
ĐVT: Triệu USD



Năm 2024, theo dữ liệu của trademap.org, một số mặt hàng xuất nhập khẩu chủ yếu của Thái Lan được thể hiện trong biểu đồ dưới đây.

Những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Thái Lan năm 2024

(Nguồn: Trademap)

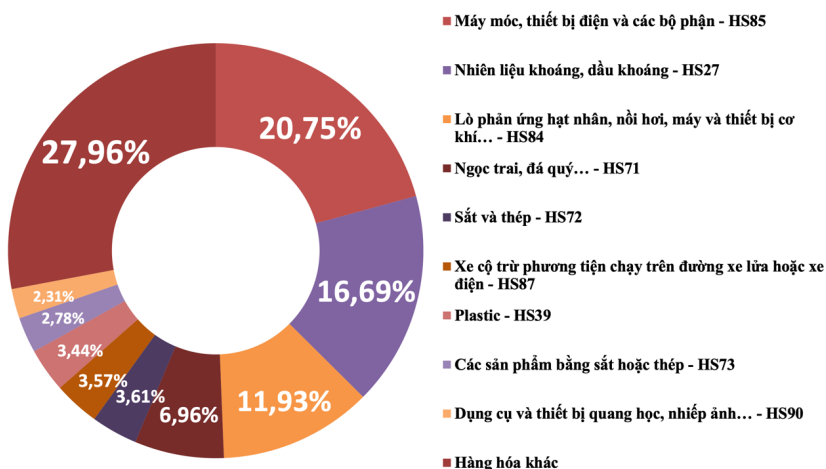


Trong năm qua, 05 mặt hàng xuất khẩu mạnh nhất của Thái Lan bao gồm:

1. Máy móc, thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 16,87% tổng lượng xuất khẩu)
2. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí... (chiếm 16,00% tổng lượng xuất khẩu)
3. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện (chiếm 11,28% tổng lượng xuất khẩu)
4. Cao su và các sản phẩm bằng cao su (chiếm 6,39% tổng lượng xuất khẩu)
5. Ngọc trai, đá quý... (chiếm 6,07% tổng lượng xuất khẩu)

Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Thái Lan năm 2024

(Nguồn: Trademap)

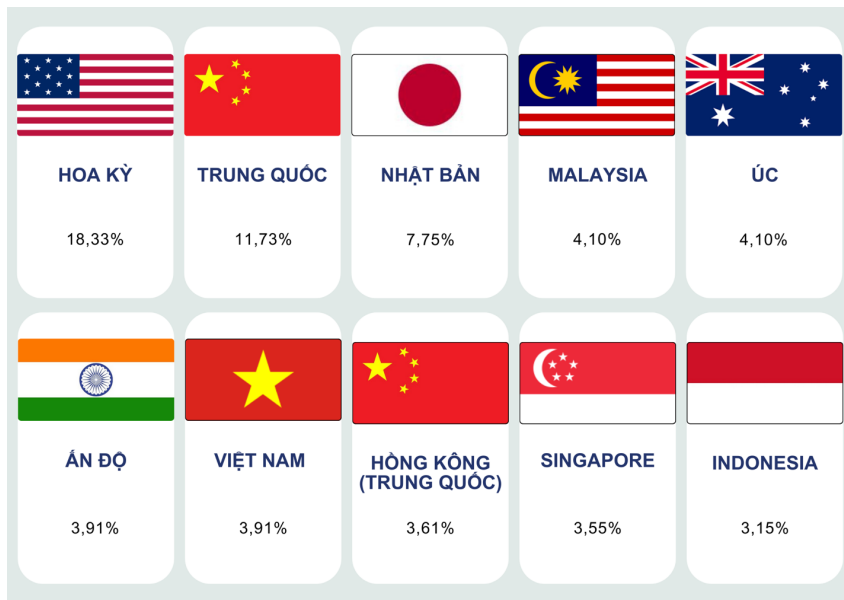


Về nhập khẩu, 05 mặt hàng mà Thái Lan nhập vào nhiều nhất gồm có:

1. Máy móc, thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 20,75% tổng lượng nhập khẩu).
2. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng (chiếm 16,69% tổng lượng nhập khẩu).
3. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí... (chiếm 11,93% tổng lượng nhập khẩu).
4. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện (chiếm 6,96% tổng lượng nhập khẩu).
5. Ngọc trai, đá quý,... (chiếm 3,61% tổng lượng nhập khẩu).

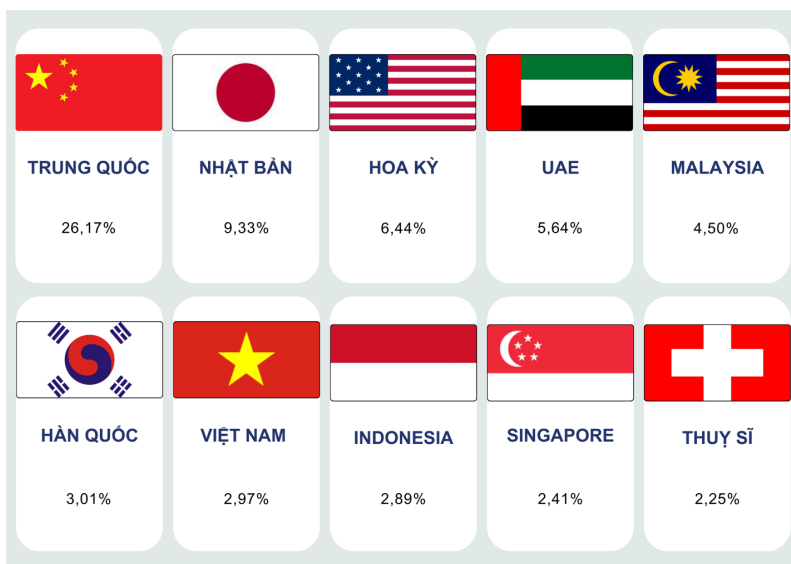
Các thị trường xuất khẩu chính của Thái Lan năm 2024

(Nguồn: Trademap)



Các thị trường nhập khẩu chính của Thái Lan năm 2024

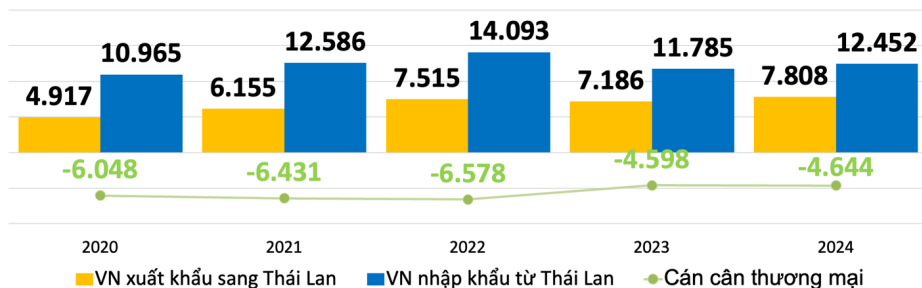
(Nguồn: Trademap)



Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại Việt Nam - Thái Lan giai đoạn 2020 - 2024

(Nguồn: Cục Hải quan)

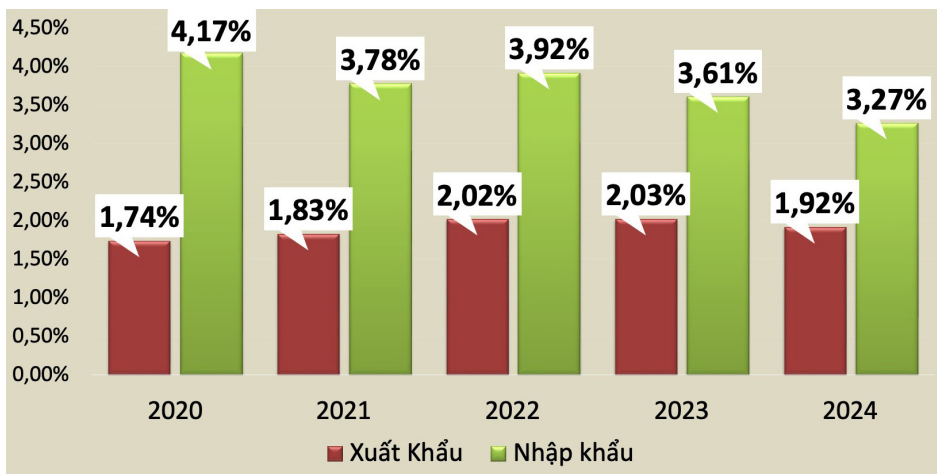
ĐVT: Triệu USD



Tỷ trọng kim ngạch xuất nhập khẩu với Thái Lan so với tổng giá trị xuất nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 2020 - 2024

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD



Theo thống kê trên trademap.org (Trung tâm thương mại quốc tế ITC), Việt Nam là đối tác cung cấp sản phẩm đứng thứ 8 vào thị trường Thái Lan và là đối tác đứng thứ 7 nhập khẩu hàng hóa từ Thái Lan.

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, tính riêng năm 2024 tổng giá trị xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Thái Lan đạt 20,26 tỷ USD, tăng 6,80% so với năm 2023. Trong đó, xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường Thái Lan đạt 7,81 tỷ USD, tăng 8,66% so với năm 2023, chiếm 1,92% tổng giá trị

xuất khẩu của Việt Nam ra thế giới. Ở chiều ngược lại, nhập khẩu hàng hóa từ Thái Lan đạt 12,45 tỷ USD, tăng 5,66% so với cùng kì, chiếm 3,27% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ tất cả các đối tác thương mại.

Trong suốt giai đoạn 2020 - 2024, cán cân thương mại hàng hóa của Việt Nam luôn trong trạng thái nhập siêu hơn 4,59 tỷ USD; trong đó, mức thâm hụt lớn nhất rơi vào năm 2022 với giá trị là 6,58 tỷ USD. Kim ngạch xuất khẩu nước ta sang nước bạn có xu hướng biến động theo từng năm, với tỷ lệ tăng trung bình là 12,9% mỗi năm. Tương tự, kim ngạch nhập khẩu từ nước bạn từ năm 2020 đến năm 2024 và tỷ lệ tăng trung bình từng năm là 4,0%.

Năm 2024 còn là năm thứ 12 liên tiếp Việt Nam nhập siêu từ Thái Lan (kể từ năm 2013 đến nay) với 4,62 tỷ USD (năm 2023 đạt 4,6 tỷ USD).

Trong đó, Việt Nam xuất khẩu hàng hóa sang Thái Lan thu về 7,78 tỷ USD, tăng 8,3% so với năm trước (YoY); nhập khẩu hàng hóa từ nước bạn với 12,4 tỷ USD (tăng 5,2% YoY).

Trong năm 2024, Việt Nam xuất khẩu 37 mặt hàng chính sang Thái Lan. Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác là mặt hàng duy nhất có kim ngạch xuất khẩu trên một tỷ USD với 1,04 tỷ USD, tăng 2,7% so với năm trước.

Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện là mặt hàng xuất khẩu lớn thứ hai với 886 triệu USD, tăng 48,5% so với năm trước; tiếp đến là điện thoại và linh kiện với 785 triệu USD, giảm 15% YoY.

Việt Nam còn thu về 688 triệu USD từ xuất khẩu dầu thô sang Thái Lan, giảm 6,8% so với năm trước; phương tiện vận tải, phụ tùng khác với 580 triệu USD, giảm 18,9% YoY; giày dép với 109 triệu USD, tăng 9,9% YoY; kim loại thường khác và sản phẩm đạt 166 triệu USD, tăng 3% YoY...

Trong nhóm nông sản, Việt Nam thu về 258 triệu USD từ xuất khẩu thủy sản sang Thái Lan, tăng 2,5% so với năm trước; rau quả đạt 278 triệu USD, tăng tới 73% YoY; cà phê đạt 170 triệu USD, tăng 51% YoY. Việt Nam còn xuất khẩu hạt điều sang Thái Lan với 56 triệu USD, tăng 6,2% YoY; hạt tiêu với 36,2 triệu USD, tăng tới 51,4% YoY...

Năm 2024, mặt hàng xuất khẩu lớn sang Thái Lan có mức tăng trưởng cao còn có sản phẩm từ chất dẻo với +115% YoY, lên mức 216 triệu USD; sản phẩm hóa chất với +118% YoY, đạt 377 triệu USD....

Ở chiều ngược lại, Việt Nam nhập khẩu 43 mặt hàng chính từ Thái Lan, trong đó ba mặt hàng nhập khẩu trên một tỷ USD. Bao gồm, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện với 1,31 tỷ USD, giảm 22,7% so với năm trước; máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác với 1,01 tỷ USD, tăng 11,6% YoY và ô tô nguyên chiếc với 1,24 tỷ USD, giảm 8,3% YoY.

Ngoài nhóm tỷ USD, Việt Nam còn chi 799 triệu USD để nhập khẩu hàng điện gia dụng và linh kiện từ Thái Lan, tăng 22% YoY; chất dẻo nguyên liệu với 712 triệu USD, tăng 13,4% YoY; kim loại thường khác với 691 triệu USD, tăng 21,9% YoY; linh kiện, phụ tùng ô tô với 691 triệu USD, giảm 1,7% YoY...

Trong nhóm dệt may, Việt Nam chi 267 triệu USD để nhập khẩu vải từ Thái Lan, giảm 2,9% so với năm trước; chi 325 triệu USD để nhập khẩu nguyên phụ liệu dệt may, da giày, tăng 19,5% YoY.

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 2024

(Nguồn: Cục Hải quan)

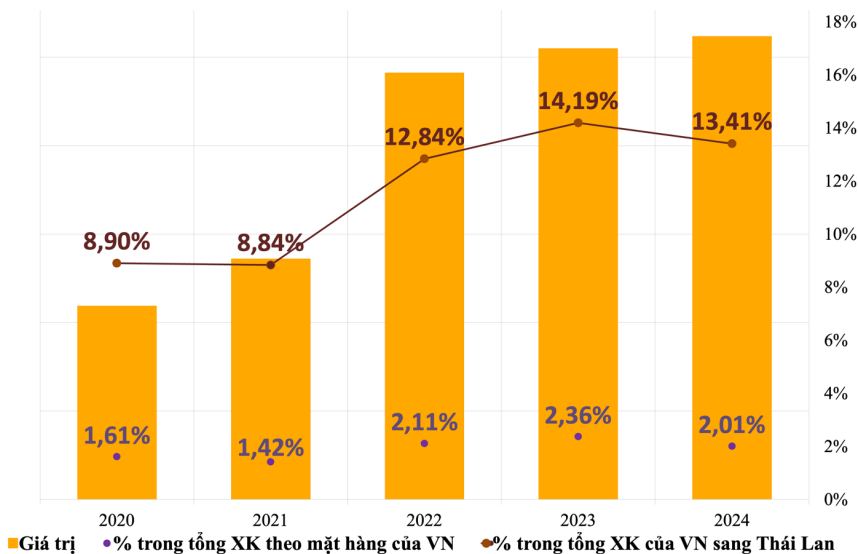


Đứng đầu trong số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Thái Lan trong giai đoạn 2020 - 2024 là mặt hàng máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác. Theo thống kê của Tổng cục Hải quan, năm 2024, xuất khẩu mặt hàng này sang Thái Lan đạt 1,05 tỷ USD, tăng 2,70% so với cùng kì năm 2023, chiếm 13,41% tổng xuất khẩu sang thị trường này. Thị trường Thái Lan chiếm 2,01% tổng xuất khẩu sản phẩm cùng loại của Việt Nam. Trong giai đoạn 2020-2024, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam sang Thái Lan tăng dần qua từng năm.

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

(Nguồn: Cục Hải quan)

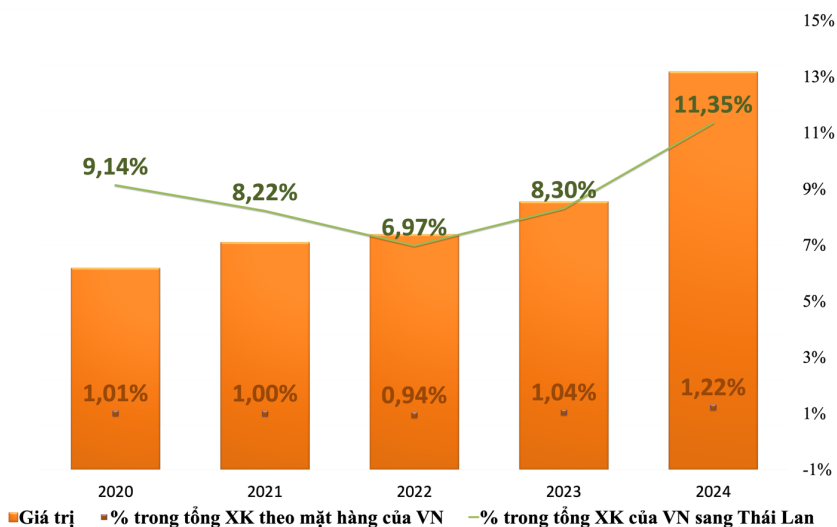
ĐVT: Triệu USD



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

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD



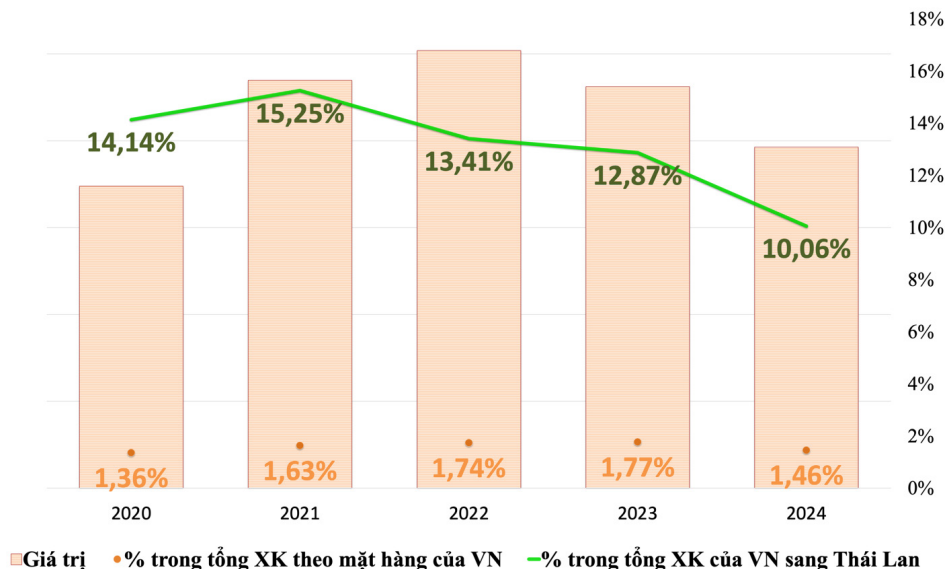
Tiếp theo là mặt hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 886,33 triệu USD vào năm 2024, tăng 48,54% so với năm 2023, chiếm 11,35% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này, chiếm 1,22% thị phần các sản phẩm tương tự của Việt Nam xuất khẩu ra tất cả các nước. Nhìn chung, kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng này có xu hướng tăng dần trong suốt giai đoạn 2020-2024, với tỷ lệ bình quân mỗi năm là 15,4%.

Vị trí thứ 3 trong số những sản phẩm Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang Thái Lan năm 2024 là điện thoại các loại và linh kiện, đạt 785,44 triệu USD, giảm 15,06% so với cùng kì 2023, chiếm 10,06% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang nước này, chiếm 1,46% xuất khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam với tất cả các đối tác thương mại. Kim ngạch của mặt hàng này sang nước bạn trong giai đoạn 2020-2024 đã kết thúc chu kỳ tăng trưởng ở năm 2020 và nhu cầu về mặt hàng này của Thái Lan có xu hướng giảm dần đi sau trong 3 năm trở lại đây.

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

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD



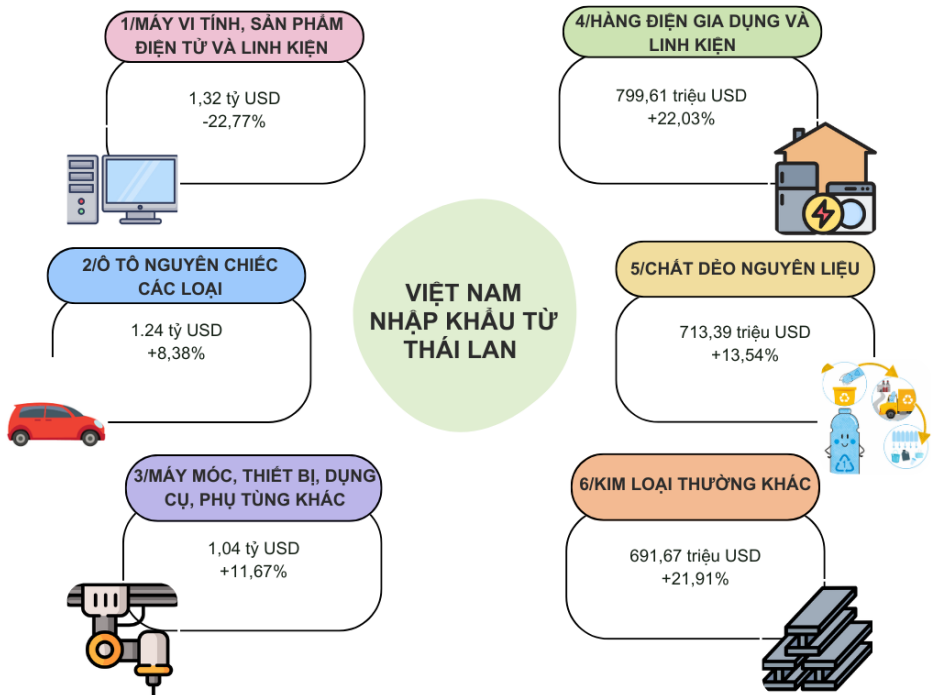
Trong năm 2024, các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Thái Lan ghi nhận sự tăng trưởng về kim ngạch so với năm 2023, cụ thể là các mặt hàng: đá quý, kim loại quý... (167,00% tăng mạnh nhất trong tất cả các mặt hàng), sản phẩm hoá chất (118,07%), sản

phẩm từ chất dẻo (114,95%), quặng và khoáng sản khác (102,71%),.... Tuy nhiên, cũng có một số mặt hàng có lượng kim ngạch giảm như sắt thép các loại (-42,99%), phương tiện vận tải và phụ tùng (-18,93%), điện thoại các loại và linh kiện (-15,06%),...

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

Một số sản phẩm nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ Thái Lan năm 2024

(Nguồn: Cục Hải quan)

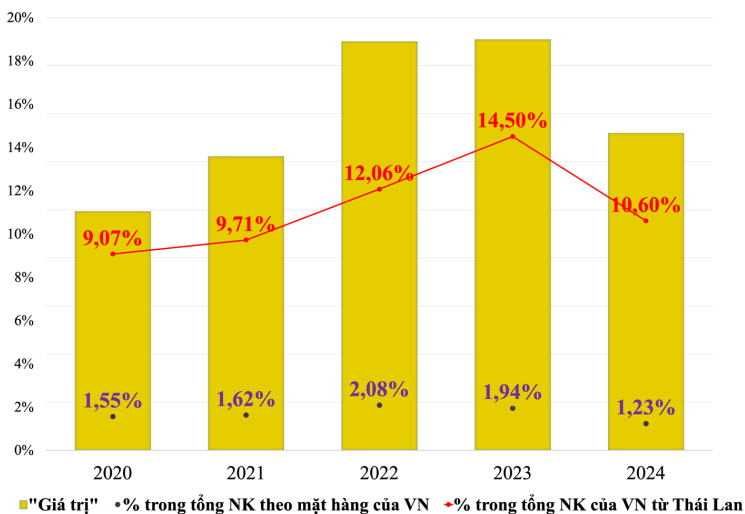


Năm 2024, đứng ở vị trí thứ nhất về kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Thái Lan là mặt hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 1,32 tỷ USD, giảm 32,77% so với cùng kì của năm 2023, chiếm 10,60% tổng nhập khẩu từ nước này, chiếm 1,23% giá trị nhập khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam từ tất cả các nước. Giá trị nhập khẩu của mặt hàng này trong giai đoạn 2020 – 2024 đã bắt đầu xu hướng giảm trong năm 2023.

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

(Nguồn: Cục Hải quan)

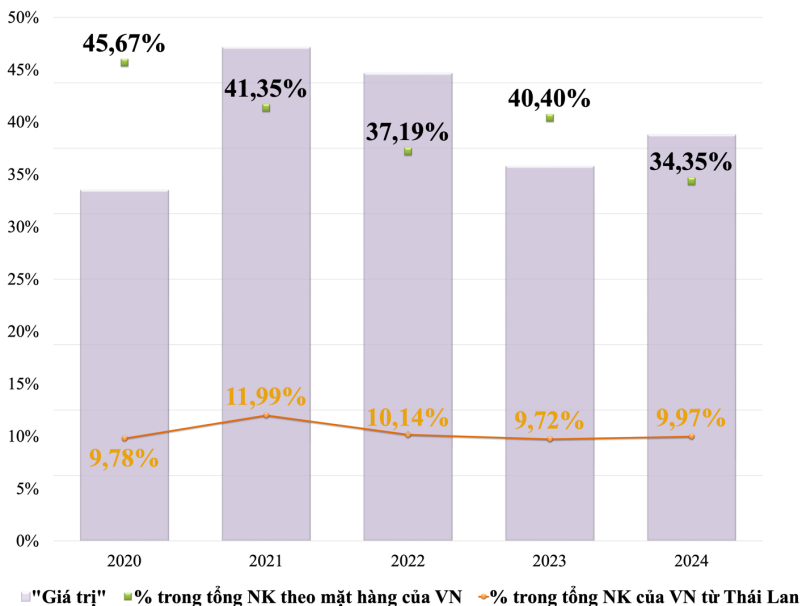
ĐVT: Triệu USD



Kim ngạch nhập khẩu ô tô nguyên chiếc các loại của Việt Nam từ Thái Lan

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD



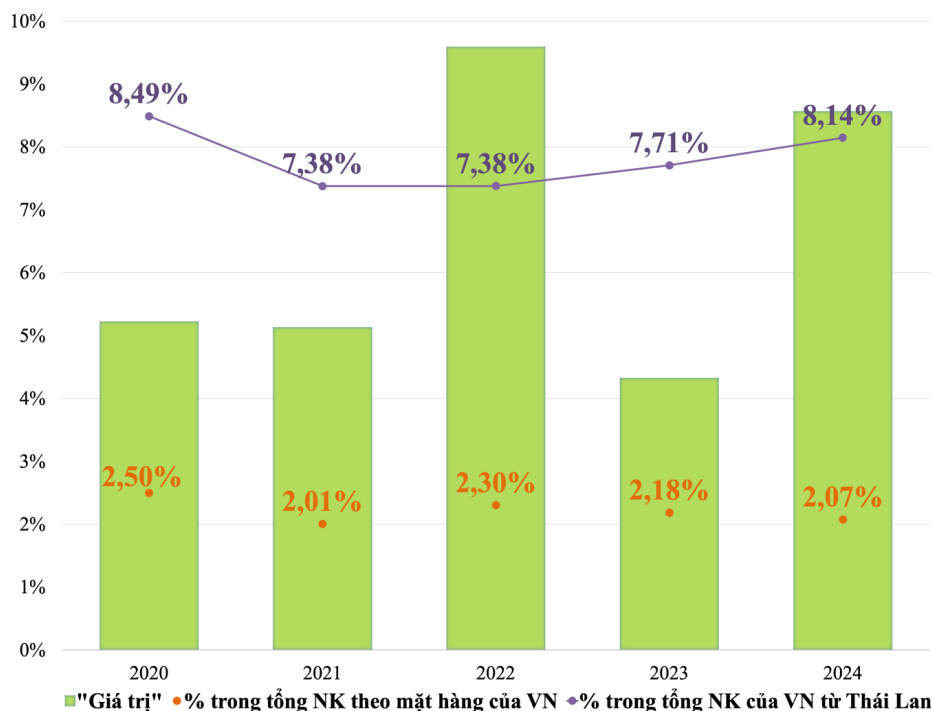
Tiếp theo là mặt hàng ô tô nguyên chiếc các loại có kim ngạch đạt 1,24 tỷ USD vào năm 2024. Tỷ lệ tăng là 8,38% so với năm 2023, chiếm 9,97% tổng nhập khẩu từ Thái Lan, chiếm khoảng 34,35% tổng giá trị nhập khẩu các mặt hàng cùng loại từ thế giới. Trong giai đoạn 2020-2024, kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này biến thiên từng năm. Hơn thế nữa, Thái Lan chính là quốc gia xuất khẩu mặt hàng này nhiều nhất trong số các nước đối tác, đứng vị trí thứ hai là Indonesia với 1,04 triệu USD, theo sau là Trung Quốc với 906,82 triệu USD kim ngạch.

Mặt hàng máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác đứng vị trí thứ 3, đạt 1,01 tỷ USD năm 2024, tăng 11,67% so với cùng kỳ năm 2023, chiếm 8,14% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ nước này, tương đương 2,07% giá trị nhập khẩu so với mặt hàng cùng loại từ các đối tác thương mại khác. Nhìn chung trong cả giai đoạn 2020 - 2024, kim ngạch của mặt hàng này có xu hướng tăng từ trước năm 2022, sau đó, sụt giảm mạnh ở năm 2023.

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

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD



Trong năm 2024, các mặt hàng nhập khẩu của Việt Nam sang Thái Lan ghi nhận sự tăng trưởng về kim ngạch so với năm 2023, cụ thể là các mặt hàng: quặng và khoáng sản khác (137,64% tăng mạnh nhất trong tất cả các mặt hàng), đá quý, kim loại quý... (109,56%), nguyên phụ liệu dược phẩm (100,82%).... Tuy nhiên, cũng có một số mặt hàng có lượng kim ngạch giảm như hàng thủy sản (-34,40%), gỗ (-30,12%), xăng dầu các loại (-25,19%)...

Theo số liệu do Cục Hải quan vừa công bố, xuất khẩu hàng hóa của nước ta sang Thái Lan duy trì đà tăng trưởng khá trong 4 tháng đầu năm 2025. Riêng tháng 4/2025, Việt Nam xuất khẩu 564,6 triệu USD hàng hóa sang Thái Lan, lũy kế 4 tháng, kim ngạch xuất khẩu đạt 2,67 tỷ USD, tăng 1,4% so với cùng kỳ năm trước.

Ở chiều ngược lại, nhập khẩu từ Thái Lan đạt trên 4,2 tỷ USD, tăng 18,5%, đưa tổng kim ngạch xuất nhập khẩu 2 chiều đạt 6,87 tỷ USD, tăng 11,2%, cán cân thương mại nghiêng về Việt Nam nhập siêu 1,53 tỷ USD.

Thái Lan hiện là thị trường xuất khẩu hàng hóa lớn nhất của Việt Nam trong khối ASEAN, chiếm hơn 20% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang khối ASEAN, theo sau là Indonesia, Philippines...

Một số mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu tăng so với cùng kỳ năm trước: Hàng thủy sản tăng 34,4%; cà phê tăng 46%; sắt thép các loại 64,6%; hóa chất tăng 103%; hạt tiêu tăng 61,9%; đá quý kim loại quý và sản phẩm tăng 206%.

Nhóm hàng nhập khẩu lớn nhất từ Thái Lan 4 tháng qua là: Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt trên 545,34 triệu USD, chiếm 13% trong tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa các loại từ thị trường này, tăng mạnh 39,8% so với 4 tháng đầu năm 2024.

Nhóm ô tô nguyên chiếc nhập khẩu từ Thái Lan đứng thứ 2 về kim ngạch đạt gần 465,37 triệu USD, chiếm 11,1% trong tổng kim ngạch, tăng mạnh 74,6%.

Năm 2025 đánh dấu bước tiến mới trong quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Thái Lan. Hai nước đã cam kết phấn đấu đưa kim ngạch thương mại song phương đạt 25 tỉ USD, hướng tới sự cân bằng và bền vững hơn.

HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ THÁI LAN



Thủ tướng Phạm Minh Chính phát biểu tại Diễn đàn doanh nghiệp Việt Nam - Thái Lan 2025.

Về hợp tác đầu tư, Thái Lan là nhà đầu tư lớn thứ 9/150 quốc gia và vùng lãnh thổ đầu tư tại Việt Nam, với 767 dự án và tổng vốn đăng ký vượt 14,85 tỷ USD. Các nhà đầu tư đến từ Thái Lan đã có mặt tại Việt Nam từ rất sớm. Một số doanh nghiệp Thái Lan đã hoạt động tại Việt Nam được 30 năm, kinh doanh đa ngành, đa lĩnh vực. Các nhà đầu tư Thái Lan luôn nằm trong top 10 nhà đầu tư nước ngoài tại Việt Nam, với tổng vốn đăng ký khoảng 14 tỷ USD. Tiêu biểu là các trung tâm thương mại Go của Tập đoàn Central Retail, tập đoàn này coi Việt Nam là một thị trường tiềm năng lớn khi kinh tế tăng trưởng liên tục. Dự báo tăng trưởng tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của Việt Nam năm nay và năm sau sẽ đạt lần lượt 6,7% và 7,2% so với mức trung bình 3,5%/năm của Thái Lan. Tập đoàn Central Retail cho biết sẽ đầu tư 50 tỷ Baht (khoảng 1,45 tỷ USD) vào Việt Nam trong 5 năm tới. Đây sẽ là khoản đầu tư lớn nhất mà tập đoàn này đổ vào Việt Nam từ trước đến nay. Với khoản đầu tư này, Tập đoàn Central Retail sẽ tăng gấp đôi số lượng cửa hàng lên 600, có mặt ở 57 trên tổng số 63 tỉnh, thành

của Việt Nam. Các khu công nghiệp của Tập đoàn Amata, và Tập đoàn SCG với nhiều dự án lớn, trong đó có dự án hóa dầu tại Việt Nam trị giá hơn 4 tỷ USD.

Hiện nay, nhiều doanh nghiệp Thái Lan cũng đang đầu tư vào lĩnh vực năng lượng tái tạo, góp phần hỗ trợ đảm bảo an ninh năng lượng tại Việt Nam. Ngoài ra, nhiều doanh nghiệp Thái Lan đang hoạt động tại Việt Nam trong các lĩnh vực khác như ngân hàng, điển hình là ngân hàng Kasikorn, một trong những ngân hàng hàng đầu của Thái Lan, đang hợp tác với Việt Nam thực hiện sáng kiến về đổi mới sáng tạo và tập đoàn Thai Beverage với khách sạn Dusit Thani chuẩn bị khai trương tại Việt Nam.

Trích dẫn số liệu của Trung tâm Thương mại Thái Lan tại TP Hồ Chí Minh, Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại quốc tế (DITP) thuộc Bộ Thương mại Thái Lan, ông Phusit Ratanakul Sereroengrit cho biết, doanh số thị trường bán lẻ của Việt Nam dự kiến sẽ đạt 350 tỷ USD (12.130 tỷ Baht) vào năm 2025. Ông Phusit khuyến nghị các doanh nghiệp Thái Lan cải thiện thương mại, thực hiện sản xuất thân thiện với môi trường và chú ý đến kinh tế tuần hoàn và kinh tế xanh để thúc đẩy tăng trưởng tại thị trường bán lẻ Việt Nam.

Theo đánh giá của Lãnh đạo DITP, thương mại điện tử là lựa chọn thú vị cho các doanh nghiệp Thái Lan muốn mở rộng giao thương tại thị trường Việt Nam nhờ chi phí vận hành thấp so với mở cửa hàng truyền thống.

Ở chiều ngược lại, Việt Nam cũng đã đầu tư 22 dự án tại Thái Lan với tổng vốn gần 35 triệu USD, chủ yếu tập trung vào một số lĩnh vực như phân phối, hàng tiêu dùng.

NHỮNG THUẬN LỢI CƠ HỘI VÀ KHÓ KHĂN THÁCH THỨC ĐỐI VỚI HÀNG VIỆT TẠI THỊ TRƯỜNG THÁI LAN

CƠ HỘI - THUẬN LỢI



ITPC đã hỗ trợ doanh nghiệp Việt tham dự hội chợ THAIFEX-Anuga Asia 2025.

Trong những năm qua, Thái Lan luôn giữ vững vị trí là đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam trong khối ASEAN...

Các hiệp định thương mại tự do không chỉ giúp hàng rào thuế quan đối với hàng hóa của hai nước về cơ bản đã được dỡ bỏ, mở ra nhiều cơ hội cho hàng hóa xuất nhập khẩu mà còn tạo thuận lợi cho Việt Nam và Thái Lan hợp tác xây dựng chuỗi cung ứng, chuỗi sản xuất và thúc đẩy xuất khẩu sang nước thứ ba.

Doanh nghiệp Việt Nam có nhiều cơ hội cho xuất khẩu hàng hóa sang Thái Lan, nhất là thủy sản. Số liệu từ Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu thủy sản Việt Nam cũng cho

thấy, 4 tháng đầu năm 2025, xuất khẩu thủy sản của Việt nam sang Thái Lan tăng 34,4% so với cùng kỳ năm 2024.

Giá cả sản phẩm phải hợp lý, kết hợp với các chương trình khuyến mãi theo mùa. Đồng thời việc cung cấp thông tin rõ ràng và làm nổi bật điểm mạnh của sản phẩm là rất quan trọng để thu hút người tiêu dùng. Hiện các mặt hàng Việt Nam có tiềm năng lớn tại thị trường Thái Lan bao gồm hải sản, khoai lang, thanh long, cà phê, nước sốt và gia vị.

Hiện Việt Nam là nước thứ 2 có nhiều địa phương kết nghĩa với Thái Lan. Người Việt Nam ở Thái Lan có khoảng hơn 100 nghìn người. Kiều bào Thái Lan tham gia tích cực các hoạt động phong trào do Việt Nam phát động. Luôn hướng về quê hương, đoàn kết, lãnh mạnh ủng hộ chính sách của Đảng, Nhà nước Việt Nam. Doanh nghiệp kiều bào Thái Lan phát triển kinh tế tốt và luôn mong muốn hợp tác đầu tư tại Việt Nam. Hiện có khoảng 1.000 doanh nghiệp của kiều bào tại Thái Lan chủ yếu là doanh nghiệp nhỏ và vừa, trong đó, có nhiều doanh nghiệp rất thành công, hoạt động đa dạng trong nhiều lĩnh vực như công nghiệp, nông nghiệp, chế biến thực phẩm, xuất nhập khẩu, phân phối hàng hóa, logistics, dịch vụ, xây dựng, nhà hàng, khách sạn...

KHÓ KHĂN - THÁCH THỨC

Trước hết là Việt Nam vẫn đang nhập siêu hàng hóa từ quốc gia láng giềng này. Năm ngoái, xuất khẩu của Việt Nam đến Thái Lan mới đạt 7,5 tỷ USD, tăng 21,5% nhưng vẫn thấp hơn nhiều so với nhập khẩu từ nước này là 14,1 tỷ USD. Điều đó cho thấy sự hiện diện của hàng Việt trên đất Thái còn thấp vì các sản phẩm của hai nước khá tương đồng, nhiều sản phẩm quốc gia này ưu tiên bảo hộ trong nước.

Bên cạnh đó, để thâm nhập tốt thị trường Thái, hàng Việt cần thêm các hệ thống phân phối lớn để đưa sản phẩm đến với người tiêu dùng nhanh hơn.

Doanh nghiệp Việt Nam chưa thực sự nắm bắt được thị hiếu, sở thích, thói quen tiêu dùng của người Thái nên khâu chế biến, bao gói chưa đáp ứng được nhu cầu, sự ưa chuộng của người tiêu dùng.

Kênh phân phối tại Thái Lan khá đa dạng gồm chợ truyền thống, cửa hàng tiện lợi, siêu thị và đại siêu thị, mỗi kênh có đặc thù riêng về giá cả, bao bì đóng gói, cho nên doanh nghiệp Việt được khuyến cáo cần nghiên cứu, tìm hiểu kỹ lưỡng.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp Việt cần lưu ý tới các tiêu chuẩn kỹ thuật, quy trình và điều kiện để xin giấy chứng nhận nhập khẩu từ các cơ quan chức năng; ứng dụng công nghệ tiên tiến trong chế biến, bảo quản sản phẩm nhằm đảm bảo duy trì chất lượng trong quá trình vận chuyển.

Doanh nghiệp Việt Nam tăng cường tham dự các hội chợ triển lãm nhằm quảng bá sản phẩm, tìm kiếm đối tác phù hợp, quảng bá thương hiệu trên cơ sở niềm tin sẵn có của người tiêu dùng, xây dựng thương hiệu hàng hóa Việt Nam với chất lượng tốt, giá thành cạnh tranh.

Chia sẻ kinh nghiệm xuất khẩu thành công vào thị trường Thái Lan, theo đại diện thương hiệu Real Bean Coffee, để hấp dẫn được người tiêu dùng Thái Lan, không chỉ cần sản phẩm tốt, đảm bảo chất lượng mà cần có cả câu chuyện sản phẩm thú vị, độc đáo. Ngoài ra, người Thái Lan cũng rất ưu tiên các giá trị bền vững trong quá trình sản xuất như thân thiện môi trường, bao bì có thể tái chế được.

Doanh nghiệp xuất khẩu vào thị trường Thái Lan cần lưu ý đến bao bì; tuân thủ quy định về nhãn mác và hướng đến phát triển xanh, chứng nhận kiểm dịch thực vật đối với thực phẩm tươi sống hoặc tiêu chuẩn của Viện Tiêu chuẩn công nghiệp Thái Lan (TISI) đối với hàng phi thực phẩm...

Với mặt hàng thực phẩm, giấy phép nhập khẩu thực phẩm từ FDA Thái Lan là bắt buộc; các chứng từ như chứng nhận sản xuất, bảng thông số kỹ thuật sản phẩm, bảng liệt kê 100% nguyên liệu thành phần; nếu bao bì có các ghi nhãn đặc biệt như "giàu vitamin" hay "ít đường" cần phải có kết quả kiểm nghiệm bổ sung...

Thái Lan là thiên đường ẩm thực và đồ ăn, kể cả gia vị. Việt Nam vẫn có cơ hội thế và cung cấp thêm những sản phẩm đặc trưng. Tuy vậy cánh cửa vào Thái Lan rộng đến đâu còn phụ thuộc vào độ chuyên nghiệp của doanh nghiệp, từ chất lượng, bao bì và sẵn sàng đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật cần thiết.

CÁC HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ CỦA ITPC TẠI THỊ TRƯỜNG THÁI LAN ĐỂ HỖ TRỢ CHO DOANH NGHIỆP VIỆT XÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG



Tuần lễ kết nối giao thương và không gian giới thiệu sản phẩm Việt Nam tại hệ thống phân phối hiện đại Central Retail Việt Nam năm 2025 do ITPC phối hợp tổ chức.

Trong những năm gần đây, quan hệ kinh tế Việt Nam-Thái Lan đã và đang phát triển mạnh mẽ, trở thành một trụ cột trong quan hệ đối tác chiến lược giữa hai quốc gia. Thái Lan luôn giữ vững vị trí đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam trong khối ASEAN, trong khi Việt Nam là đối tác thương mại lớn thứ hai của Thái Lan trong khu vực. Mới đây, Việt Nam và Thái Lan đã chính thức nâng cấp quan hệ lên "Đối tác Chiến lược toàn diện", mở ra một chương mới trong lịch sử quan hệ hai nước.

Để hỗ trợ doanh nghiệp Việt xâm nhập và mở rộng thị trường tại Thái Lan, Trung tâm Xúc tiến thương mại và đầu tư TP.HCM (ITPC) trong những năm qua đã thường xuyên phối hợp với các sở ban ngành chức năng trong và ngoài nước tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại như sau:

➤ Các hoạt động hội nghị hội thảo về thị trường Thái Lan

Thời gian qua Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC) đã phối hợp với Cục Quản lý và Phát triển Thị trường trong nước, Vụ Phát triển thị trường nước

ngoài (Bộ Công Thương) và Tập đoàn Central Group và Central Retail tổ chức nhiều buổi hội thảo dành cho doanh nghiệp Việt về thị trường Thái Lan. Đây cũng là chương trình hợp tác giữa Cục Quản lý và Phát triển Thị trường trong nước, Vụ Phát triển thị trường nước ngoài (Bộ Công Thương Việt Nam) với Tập đoàn Central Group và Central Retail giai đoạn 2026 – 2028.

Thông qua các Hội thảo đã đem đến cơ hội để các doanh nghiệp tiếp cận những thông tin hữu ích và có giá trị về thị trường Thái Lan từ các diễn giả trong và ngoài nước. Đồng thời, các doanh nghiệp sẽ tận dụng được tối đa những thông tin và cơ hội được cung cấp, để không chỉ chinh phục thị trường Thái Lan mà còn vươn xa hơn trên trường quốc tế, góp phần gia tăng kim ngạch xuất khẩu, thúc đẩy giao lưu kinh tế và làm sâu sắc hơn quan hệ giữa Thành phố Hồ Chí Minh và Thái Lan.

➤ **Tuần lễ hàng Việt tại Thái Lan**

Từ năm 2016, thông qua sự kiện thường niên “Tuần lễ hàng Việt Nam tại Thái Lan”, ITPC đã hợp tác với Central Retail, Bộ Công Thương, tạo nền tảng cho gần 500 doanh nghiệp Việt giới thiệu sản phẩm đến người tiêu dùng Thái Lan, qua đó tăng cường cơ hội xuất khẩu. Các sự kiện kết nối giao thương bên lề đã mở đường cho nhiều loại trái cây mùa vụ của Việt Nam như vải thiều, nhãn, thanh long được xuất khẩu đều đặn sang Thái Lan qua mạng lưới bán lẻ của Central Group.

Bên cạnh đó trong năm 2025, ITPC đã hỗ trợ doanh nghiệp Việt tham dự Tham gia hội chợ THAIFEX-Anuga Asia 2025. Lãnh đạo ITPC kỳ vọng thông qua hội chợ lần này, doanh nghiệp có thể gia tăng xuất khẩu vào những thị trường tiềm năng mới bởi vì nơi đây hội tụ tất cả các nhà mua hàng ở các nước. Đây cũng là một trong những chiến lược để giúp doanh nghiệp mở rộng xây dựng chuỗi liên kết để đạt mục tiêu tăng trưởng đã đề ra. Năm nay, nhiều doanh nghiệp Việt Nam đã giới thiệu những sản phẩm thực phẩm-đồ uống mới đặc sắc thu hút đông khách tham quan lẫn các khách mua hàng quốc tế. Hơn 170 công ty Việt Nam đến từ các ngành sản xuất, xuất khẩu với đa dạng các mặt hàng như thủy sản, đồ uống, thực phẩm chế biến, trái cây, sản phẩm nông nghiệp, cà phê, bánh kẹo, gạo, điều, gia vị... đã hiện diện tại , một trong những hội chợ thực phẩm-đồ uống thuộc hàng lớn nhất thế giới diễn ra thường niên tại Thái Lan.

Năm 2025, đánh dấu bước tiến mới trong quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Thái Lan. Hai nước đã cam kết phấn đấu đưa kim ngạch thương mại song phương đạt 25 tỷ USD, hướng tới sự cân bằng và bền vững hơn.

CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ CẦN THIẾT

➤ Đại sứ quán Việt Nam tại Thái Lan

Địa chỉ: 83/1 Wireless Road, Lumpini, Pathumwan, Bangkok, Thái Lan

Điện thoại:

☐ Lãnh sự: +66 (0) 2 650 8979 (Thời gian trực điện thoại: 09:00 – 11:30)

☐ Bộ phận kinh tế, thương mại: +66 (0) 2 251 5838 (08:00 – 17:00)

☐ Các vấn đề khác: +66 (0) 2 253 4464 (09:00 – 11:30)

☐ Đường dây nóng bảo hộ công dân: +66 89 896 6653 (24/24)

Email: vnemb.th@mofa.gov.vn

Website: <https://vnembassy-bangkok.mofa.gov.vn>

➤ Thương vụ Việt Nam tại Thái Lan

Địa chỉ: 83/1 Wireless Road, Lumpini, Pathumwan, Bangkok 10330, Thái Lan

Điện thoại: (662)650-845-425

Fax: (662)225-26950

Email: th@moit.gov.vn

➤ Đại sứ quán Thái Lan tại thủ đô Hà Nội

Địa chỉ: 26 Phan Bội Châu, Phường Cửa Nam, Hà Nội.

Điện thoại: (+84) 24 3823 5092-4

Fax: (+84) 24 38235088

Email: thaiembassy.han@mfa.go.th

Facebook: https://www.facebook.com/thaiembhanoi/?locale=vi_VN

Website: <https://rtehanoi.thaiembassy.org/>

➤ Tổng Lãnh sự quán Thái Lan tại Thành phố Hồ Chí Minh

Địa chỉ: 77 Trần Quốc Thảo, Phường Xuân Hoà, TP.HCM

Điện thoại: (+84) 28 3932 7637 (Nhấn phím 0) Fax: (+84) 28 3932 6002

Email: thaiconsulate.hcm@mfa.go.th

Website: <https://hochiminh.thaiembassy.org/>

➤ Hiệp hội Thương mại Thái Lan tại Việt Nam

Địa chỉ: Tầng G, Empire Tower, 26-28 Hàm Nghi, Phường Sài Gòn, TP.HCM.

Điện thoại: (+84) 28 6685 5370/71

Email: admin@thaicham.vn

Website: <https://thaichamvn.org/>

Facebook: <https://www.facebook.com/Thaicham.Vietnam/>

CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI THÁI LAN

Thời gian	Tên sự kiện	Địa điểm	Lĩnh vực ngành hàng - Quy mô
04 – 06/11/2025	In-Cosmetics Asia 2025	BiTEC Bangkok international Trade & Exhibition Centre, Bangkok	Thời trang & Làm đẹp 10.300 lượt tham quan 450 đơn vị triển lãm
04 – 06/11/2025	COSMEX 2025	BiTEC Bangkok international Trade & Exhibition Centre, Bangkok	Đóng gói & Bao bì Thời trang & Làm đẹp 10.000 lượt tham quan 100 đơn vị triển lãm
29/11 – 10/12/2025	MOTOR EXPO 2025	IMPACT Exhibition Center, Pak Kret	Ô tô & Xe máy Dịch vụ Kinh doanh 50.000 lượt tham quan + 500 đơn vị triển lãm
22 – 25/1/2026	Thai International Travel Fair (TITF)	Queen Sirikit National Convention Center, Bangkok	Du lịch & Lữ hành 225.000 lượt tham quan 1100 đơn vị triển lãm

04 – 07/2/2026	Food Pack Asia	BiTEC Bangkok international Trade & Exhibition Centre, Bangkok	Đóng gói & Bao bì Thực phẩm & Đồ uống 8.000 lượt tham quan 350 đơn vị triển lãm
26 – 29/3/2026	Printing & Packaging Expo	IMPACT Exhibition Center, Pak Kret	Đóng gói & Bao bì 15.000 lượt tham quan 500 đơn vị triển lãm
26 – 30/5/2026	THAIFEX - Anuga Asia	IMPACT Exhibition Center, Pak Kret	Thực phẩm & Đồ uống 20.000 lượt tham quan +500 đơn vị triển lãm
17 – 20/6/2026	InterPlas Thailand	BiTEC Bangkok international Trade & Exhibition Centre, Bangkok	Kỹ thuật công nghiệp 50.000 lượt tham quan +500 đơn vị triển lãm
24 – 26/6/2026	Cosmoprof CBE Asean Bangkok	Queen Sirikit National Convention Center, Bangkok	Thời trang & Làm đẹp +5.000 lượt tham quan +500 đơn vị triển lãm
01 – 03/7/2026	Renewable Energy Asia	Queen Sirikit National Convention Center, Bangkok	Điện & Năng lượng 10.000 lượt tham quan +500 đơn vị triển lãm

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



Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng, Phường Tân Định, TP.HCM

92 - 96 Nguyễn Huệ, Phường Sài Gòn, TP.HCM

Điện thoại: (028) 3823 6738 - 3910 1309

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

Website: www.itpc.hochiminhcity.gov.vn