



Bản tin tuần: Tiềm năng và cơ hội xuất khẩu hàng hóa vào thị trường Thái Lan

Phần 1: Tiềm năng và cơ hội xuất khẩu hàng hóa vào thị trường Thái Lan

Với vị trí địa lý gần gũi, giao thông thuận tiện, tận dụng các tuyến giao thông kết nối như hành lang kinh tế Đông - Tây, hành lang kinh tế phía Nam... thuận lợi cho việc vận chuyển, bảo quản hàng hóa, hợp tác phát triển lĩnh vực logistics, thúc đẩy tích cực quan hệ Đối tác Chiến lược giữa Việt Nam - Thái Lan. Thái Lan luôn giữ vững vị trí là đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam trong khối ASEAN.

Thái Lan là đối tác có kim ngạch xuất, nhập khẩu lớn với tổng giá trị trao đổi thương mại luôn nằm trong số 10 quốc gia có quan hệ thương mại lớn nhất với Việt Nam. Theo số liệu thống kê của Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC), kim ngạch thương mại của Việt Nam với Thái Lan tăng gấp 7 lần trong vòng 15 năm qua, từ 2,31 tỷ USD năm 2004 lên đến 16,58 tỷ USD năm 2020, tốc độ tăng trưởng trung bình đạt hơn 11%/năm. Năm 2021, kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Thái Lan đạt gần 19 tỷ USD, tăng 17,9% so với năm 2020. Đây là mức kim ngạch thương mại hai chiều giữa hai nước Việt Nam và Thái Lan cao nhất từ trước tới nay.

Theo số liệu thống kê của Bộ Công Thương 5 tháng đầu năm 2022, kim ngạch xuất nhập khẩu giữa hai nước đạt gần 8,57 tỷ USD, trong đó, xuất khẩu của Việt Nam sang Thái Lan đạt 2,95 tỷ USD, tăng 15,6%; nhập khẩu của Việt Nam từ Thái Lan đạt 5,26 tỷ USD, tăng 3,5%.

Trong 02 tháng đầu năm 2023, tổng kim ngạch thương mại song phương Việt Nam - Thái Lan đạt 3 tỷ USD, trong đó kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Thái Lan đạt 1,2 tỷ USD, tăng 12,4% so với cùng kỳ năm 2022. Ở chiều ngược lại, kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Thái Lan đạt 1,8 tỷ USD, giảm 15,2%



so với cùng kỳ năm 2022. Dự kiến kim ngạch thương mại song phương của hai nước sẽ sớm đạt được mục tiêu 25 tỷ USD trong thời gian tới.

Thái Lan có hệ thống kênh phân phối đa dạng, tạo nhiều cơ hội cho hàng hóa Việt Nam thâm nhập vào các hệ thống này và đến với người tiêu dùng Thái Lan. Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam và Thái Lan có nhiều nét tương đồng, đặc biệt là nhóm ngành nông thủy sản nên hàng hóa xuất khẩu của hai nước có sự cạnh tranh lẫn nhau.

Bên cạnh đó, Việt Nam - Thái Lan và các nước ASEAN khác cùng tham gia vào nhiều hiệp định, các thỏa thuận thương mại song phương và đa phương như Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN (ATIGA), các Hiệp định Thương mại tự do giữa ASEAN với các nước đối tác; đặc biệt phải kể đến là Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP). Điều này 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.

Cụ thể, Thái Lan là thị trường tiềm năng để xuất khẩu nhiều loại hàng hóa, trong đó có nông sản, mặt hàng xuất khẩu có ưu thế của nước ta. Mặc dù là một cường quốc về xuất khẩu nông sản trên thế giới nhưng Thái Lan cũng có nhu cầu rất lớn về nhập khẩu các loại trái cây, rau củ tươi. Đây chính là cơ hội để các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam khai phá thị trường đầy tiềm năng có giá trị lên tới hàng tỷ USD này. Hiện các sản phẩm như thủy sản, rau quả, hạt điều, cà phê, hạt tiêu, nhiều mặt hàng như trái cây tươi của Việt Nam cũng đang được người tiêu dùng Thái Lan ưa chuộng.

Năm 2020, nước này nhập khẩu lượng rau quả tươi và chế biến có giá trị hơn 2,6 tỷ USD. Trong khi đó, Việt Nam có nhiều sản phẩm thế mạnh mà Thái Lan



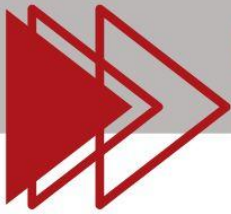
không cạnh tranh được, thí dụ như vải và thanh long. Nhiều doanh nghiệp Thái Lan đã nhập thanh long, vải từ Việt Nam về bán trong các hệ thống siêu thị lớn. Ngoài ra, doanh nghiệp Thái Lan còn nhập nông sản nguyên liệu và đưa về Thái Lan để chế biến.

Mặt khác, các mặt hàng XK chủ chốt của Việt Nam sang Thái Lan gồm: điện thoại và các loại linh kiện; máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác; dầu thô; phương tiện vận tải và phụ tùng; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện; sắt thép các loại; hàng thủy sản; sản phẩm hóa chất...

Phần 2: Giải pháp thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa vào thị trường Thái Lan

Các chuyên gia nhận định Thái Lan là thị trường tiềm năng xuất khẩu cho doanh nghiệp Việt, song hàng Việt cũng đối mặt nhiều thách thức về chất lượng, giá cả, mẫu mã, phương thức kết nối... để có thể cạnh tranh với các nước khác cùng khu vực.

Thái Lan có hệ thống kênh phân phối đa dạng, nhiều cơ hội cho hàng hóa Việt Nam thâm nhập vào các hệ thống này và tới người tiêu dùng Thái Lan. Tuy nhiên, cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam và Thái Lan có nhiều nét tương đồng, đặc biệt là nhóm ngành nông thủy sản nên hàng hóa xuất khẩu của hai nước có sự cạnh tranh lẫn nhau. Vì vậy, doanh nghiệp Việt nam cần cải tiến bao bì, mẫu mã, nâng cao chất lượng sản phẩm... sao cho phù hợp với kênh bán lẻ hiện đại.



Hình 1. Hội thảo “Thông tin xu hướng tiêu dùng và các tiêu chuẩn xuất khẩu vào thị trường Thái Lan năm 2023”

Nguồn: [Báo Công Thương](#)

Ngoài ra, doanh nghiệp Việt Nam cần nắm bắt được thị hiếu, sở thích, thói quen tiêu dùng của người Thái như ưa chuộng sản phẩm chế biến sẵn, đóng gói với nhiều kích thước.

Thực phẩm cũng là phân khúc mục tiêu của doanh nghiệp Việt; tuy nhiên, đang có sự cạnh tranh rất quyết liệt giữa các nhà xuất khẩu. Với mặt hàng này hệ thống phân phối đã khá hoàn thiện, hơn nữa Thái Lan bảo hộ khá ngặt nghèo với ngành công nghiệp thực phẩm nên nhập khẩu cũng khó khăn. Do đó, doanh nghiệp Việt cần có chiến lược thị trường, sản phẩm cụ thể và mạnh mẽ rất khó cạnh tranh. Nhận diện thương hiệu thực phẩm nói riêng, hàng Việt nói chung chưa cao cũng cần thời gian xây dựng.

Mặt khác, 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 doanh nghiệp cũng cần tìm hiểu kỹ lưỡng. Doanh nghiệp muốn xuất khẩu vào Thái Lan cũng cần chú ý tới yếu tố thị hiếu thích màu sắc, ưu tiên sản phẩm tốt cho sức khỏe như ít đường, ít dầu mỡ và chú ý tới xu hướng sử dụng thương mại điện tử trong mua sắm của người tiêu dùng.

Dưới tác động của đại dịch Covid-19, xu hướng tiêu dùng tại Thái Lan cũng có một số thay đổi như: mua sắm qua hình thức trực tuyến ngày càng phát triển; ưu tiên lựa chọn các sản phẩm chất lượng với giá cả hợp lý; áp dụng công nghệ là yếu tố bắt buộc để nâng cao và tối ưu hóa chi phí, đồng thời quản lý chuỗi cung ứng.

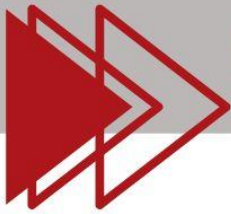
Khi xuất khẩu vào Thái Lan, doanh nghiệp trong nước cũng được khuyến cáo đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật, xin giấy chứng nhận nhập khẩu từ các cơ quan chức năng, ứng dụng công nghệ tiên tiến trong chế biến, bảo quản sản phẩm nhằm đảm bảo duy trì chất lượng trong quá trình vận chuyển. Đồng thời, doanh nghiệp Việt Nam nên 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 hoá Việt Nam với chất lượng tốt, giá thành cạnh tranh.

Để hỗ trợ cho các doanh nghiệp, các đơn vị quản lý đã tăng cường tổ chức các hoạt động tư vấn, chia sẻ thông tin, mang đến cho doanh nghiệp những thông tin hữu ích và có giá trị về thị trường Thái Lan như: hướng dẫn quy trình và tiêu chuẩn xuất khẩu hàng sang thị trường Thái Lan; hỗ trợ cập nhật xu hướng tiêu dùng, chia sẻ kinh nghiệm xuất khẩu sản phẩm, cách phát triển sản phẩm mới để tiếp cận thị trường Thái Lan. Qua đó góp phần đẩy mạnh và bền vững liên kết, hợp tác về đầu tư thương mại giữa Việt Nam và Thái Lan.

Hơn nữa, để hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu sản phẩm sang thị trường Thái Lan, hay kể cả những thị trường khác, các cơ quan chức năng cần tổ chức những sự



kiện xúc tiến thương mại để doanh nghiệp có cơ hội tiếp cận, giới thiệu sản phẩm của doanh nghiệp mình, bởi không phải doanh nghiệp nào cũng có đại diện thương mại ở nước mà doanh nghiệp muốn giới thiệu sản phẩm, bán hàng. Trên thực tế có nhiều doanh nghiệp có sản phẩm tốt, chất lượng nhưng thiếu thông tin thị trường nên không xuất khẩu được.



Tài liệu tham khảo

1. “Tur vn xuất khẩu sang th trng Lo v Thái Lan.” *Cng thông tin điện t B Cng Thng*, B Cng Thng, 2022, Tur vn xuất khẩu sang th trng Lo v Thái Lan. Accessed 15 4 2023.
2. “Xuất khẩu th trng Thái Lan doanh nghiệp Việt cn nm bt th hiu.” *Bo Cng Thng*, 5 April 2023,
<https://congthuong.vn/xuat-khau-vao-thi-truong-thai-lan-doanh-nghiep-viet-can-nam-bat-thi-hieu-249160.html>. Accessed 15 June 2023.
3. “Xuất khẩu vào th trng Thái Lan, doanh nghiệp Việt cn nm bt th hiu.” *Cng thông tin AEC ca VCCI*, 7 April 2023,
<https://aevcci.vn/tin-tuc-n11134/xuat-khau-vao-thi-truong-thai-lan-doanh-nghiep-viet-can-nam-bat-thi-hieu.htm>. Accessed 14 June 2023.