TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Tuần hàng và Du lịch Việt Nam tại Thái Lan 2018

11:19 23/08/2018

“Tuần hàng và Du lịch Việt Nam tại Thái Lan 2018” do Bộ Công Thương Việt Nam và Tập Đoàn Central Group đồng tổ chức và thực hiện, với sự đồng hành của Tổng Cục Du Lịch Việt Nam đã chính thức khai mạc ngày 22/8/2018 và kéo dài liên tục đến hết ngày 26/8/2018, tại Central World Plaza – một trong những Trung tâm Thương Mại lớn nhất ở Bangkok, Thailand.

Sự kiện này là hoạt động trong khuôn khổ Đề án “Thúc đẩy doanh nghiệp Việt Nam tham gia trực tiếp các mạng phân phối nước ngoài, giai đoạn đến 2020” đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 1513/QĐ-TTG ngày 3/9/2015.

Tham dự lễ khai mạc có Thứ trưởng Bộ Công Thương Việt Nam Đỗ Thắng Hải và Bộ trưởng Bộ Thương mại Thái Lan Sontirat Sontijirawong.

Đây là năm thứ 3 liên tiếp “Tuần hàng Việt Nam tại Thái Lan” được tổ chức tại Bangkok, Thái Lan; bên cạnh tập trung quảng bá hàng hóa (như 2 năm trước), năm nay chương trình có thêm hoạt động quảng bá du lịch Việt Nam với sự đồng hành của Tổng cục Du lịch – Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

Nghi thức cắt băng khai mạc Tuần hàng và du lịch Việt Nam tại Thái Lan 2018

Tại lễ khai mạc, Thứ trưởng Bộ Công Thương Việt Nam, ông Đỗ Thắng Hải phát biểu: “Trong những năm gần đây, Chính phủ Việt Nam đã tạo điều kiện cho các doanh nghiệp thúc đẩy xuất khẩu trực tiếp vào các hệ thống phân phối tại các nước trong đó có Thái Lan. “Tuần hàng và Du lịch Việt Nam tại Thái Lan 2018” là sự kiện quan trọng trong khuôn khổ hoạt động này. Để hàng hóa Việt Nam có thể tiếp cận và xuất khẩu vào hệ thống phân phối của Tập đoàn Central Group, trong 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, tổ chức các khóa tập huấn thiết thực 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”.

Đông đảo quan khách thưởng thức món phở truyền thống Việt Nam tại sự kiện

Bộ trưởng Bộ Thương mại Thái Lan, ông Sontirat Sontijirawong – người trước đó vào ngày 03/08/2018 đã có chuyến tới thăm và làm việc tại siêu thị Big C Thăng Long (thuộc Central Group Việt Nam), cho biết: “Mối quan hệ đã suốt hơn 42 năm qua giữa Thái Lan và Việt Nam không chỉ là quan hệ ngoại giao, mà bao hàm sâu rộng nhiều lĩnh vực kinh tế, thương mại, đầu tư, văn hóa, giáo dục và du lịch. Riêng trong lĩnh vực thương mại, trao đổi hàng hóa, dịch vụ giữa hai nước trong nhiều năm qua đều ghi nhận khối lượng giao dịch tăng trưởng mỗi năm.

Bộ trưởng thương mại Thái Lan (áo trắng đeo kính) trực tiếp tham quan các gian hàng của doanh nghiệp Việt Nam tại sự kiện

Các doanh nghiệp tư nhân Thái Lan, trong đó có Central Group cũng liên tục đầu tư vào nhiều lĩnh vực thương mại tại Việt Nam, đồng thời nhập khẩu sản phẩm Việt Nam về phân phối tại Thái Lan. Những nỗ lực này đã giúp người Thái biết đến Việt Nam nhiều hơn, thúc đẩy lưu thông hàng hóa giữa hai đất nước. Chính phủ Thái Lan đặt mục tiêu khối lượng giao thương giữa Thái Lan -–Việt Nam lên đến 20 tỷ USD vào năm 2020. Bên cạnh đó, tăng trưởng du lịch của cả hai nước đều được xúc tiến, vẻ đẹp thiên nhiên, sự độc đáo về văn hóa, ẩm thực Việt Nam được người Thái ưa chuộng. Giai đoạn đầu năm nay, lượng du khách Thái Lan thăm Việt Nam tăng 9,2% so với cùng kỳ năm trước. Tâm nhìn của chính phủ Việt Nam trong việc thu hút khách du lịch tăng 17 đến 20 triệu cho đến năm 2020 đang đạt được kết quả tích cực, với không dưới 1 triệu du khách Việt Nam đến Thái mỗi năm, và con số này cũng gia tăng từng năm. Những yếu tố trên thúc đẩy tốc độ tăng trưởng kinh tế của cả hai quốc gia. Theo đó, Tuần hàng và du lịch Việt Nam tại Thái Lan đang góp phần đưa mối quan hệ giao thương và du lịch Việt –Thái phát triển mạnh mẽ hơn bao giờ hết".

Cà phê sữa đá của Việt Nam được giới thiệu lần đầu tiên tại sự kiện lập tức thu hút sự chú ý của khách tham quan

Ông Philippe Broianigo Tổng giám đốc điều hành Central Group Việt Nam và Big C Việt Nam nhấn mạnh: "Chương trình "Tuần hàng và Du lịch Việt Nam tại Thái Lan 2018" là một trong những hoạt động quan trọng nhằm thực hiện hóa tầm nhìn của Central Group nói chung và Central Group Việt Nam nói riêng trong việc cam kết đóng góp vào sự thịnh vượng của Việt Nam và nâng cao chất lượng cuộc sống của người Việt".

Sự kiện quy tụ gần 60 doanh nghiệp Việt Nam đăng ký tham gia với hơn 50 gian hàng trưng bày các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ du lịch tại 3 khu vực sảnh chính, tổng diện tích trưng bày chiếm đến gần 1.000 m2 trên tổng 800.000 m2 của trung tâm thương mại Central World Plaza. Trong đó, nổi bật là những mặt hàng có tiềm năng xuất khẩu sản lượng lớn như: thực phẩm chế biến sẵn từ trái cây thiên nhiên, cà phê, mì gói, ... cho tới các mặt hàng mang đậm bản sắc, nét tinh tế của các vùng miền của Việt như miến dong, nấm kim chi, thiệp 3D, đồ thủ công mỹ nghệ...

Cũng trong khuôn khổ sự kiện, Bộ Công Thương phối hợp với Tập đoàn Central Group tổ chức Hội thảo Kết nối Giao thương, tạo điều kiện để các doanh nghiệp Việt Nam trực tiếp gặp gỡ, trao đổi với các Đơn vị Thu mua thuộc hệ thống bán lẻ của Tập đoàn Central Group. Thông qua Hội thảo này, các doanh nghiệp, nhà

sản xuất Việt Nam có cơ hội giới thiệu sản phẩm, tìm hiểu các yêu câu, tiêu chuẩn mới về chất lượng, mẫu mã, trao đổi phương thức kinh doanh với tại diện từ Central Group Thái Lan.

Du lịch – điểm sáng mới của chương trình năm 2018

Song hành với các gian hàng trong Hội chợ hàng hóa, Hội chợ Du lịch quy tụ nhiều doanh nghiệp du lịch lữ hành, hàng không nổi tiếng tham dự như Vietjet Air, Thai airways, Air Asia, Bangkok airways, Centara Hotels & Resorts, Accor Group, Asia Holidays by Phoenix Vogage, ASIANA travel… Đây là cơ hội để các doanh nghiệp du lịch - lữ hành Việt Nam được tiếp xúc trực tiếp với khách du lịch Thái và hiểu rõ, nắm bắt những nhu cầu của họ, cũng như giới thiệu những điểm đến hấp dẫn, đặc trưng tại Việt Nam.

Lối đi thăm quan các gian hàng trưng bày sản phẩm Việt Nam luôn đông khách tham quan

Hình ảnh Việt Nam – đất nước, con người còn được khắc họa rõ nét qua những chương trình biểu diễn nghệ thuật truyền thống, trình diễn nghệ thuật ẩm thực, thời trang diễn ra hàng ngày trong thời gian tổ chức cũng như qua triển lãm ảnh. Tới tham dự chương trình, khách tham quan Thái sẽ khám phá một Việt Nam rất gần về địa lý, có nhiều nét tương đồng về văn hóa nhưng cũng rất độc đáo và quyến rũ.

Đánh thức tiềm năng xuất khẩu hàng Việt sang Thái sau sự kiện

Xuyên suốt chương trình "Tuần hàng và Du lịch Việt Nam tại Thái Lan 2018", hàng hóa Việt đã nhận được những tín hiệu tích cực về sự quan tâm của người tiêu dùng Thái Lan. Để gia nhập thị trường Thái Lan, hàng hóa Việt Nam còn cần cải thiện nhiều hạn chế trong khâu bảo quản, marketing, cạnh tranh về giá,... Đó là cả một hành trình để đạt đến sự đồng bộ cả về lượng và chất của sản phẩm xuất khẩu. Trong bối cảnh ấy, chương trình "Tuần hàng và du lịch Việt Nam tại Thái Lan" qua lần tổ chức thứ ba này với sự đồng hành của Central Group đã từng bước góp phần tạo cầu nối thiết thực giúp doanh nghiệp Việt Nam dễ dàng tiếp cận và thúc đẩy tiềm năng xuất khẩu qua thị trường Thái Lan.

Hoàng Phương