

Trong thập niên qua, xuất khẩu của Thái Lan đã gia tăng trung bình khoảng 20,7%/năm, suốt thời kỳ từ 1983 - 1993. Trong năm 1994, mức tăng xuất khẩu dự đoán sẽ vượt mức 18%. Một trong những thay đổi cơ cấu cán cân trong nền kinh tế Thái Lan, đã ảnh hưởng nhiều nhất tới sự tăng trưởng này là sự thay đổi từ nền kinh tế nông nghiệp sang kinh tế định hướng công nghiệp. Điều này trở nên quan trọng nhất vì sản lượng công nghiệp vượt xa sản lượng nông nghiệp. Mặc dù vậy, Thái Lan vẫn là nước có tỉ lệ lớn dân số lao động trong ngành nông nghiệp, và là một trong vài quốc gia trên thế giới xuất khẩu thực phẩm thuần; nhưng hiện nay 71% hàng xuất khẩu của Thái Lan là hàng công nghiệp.

Một trong những thế mạnh xuất khẩu của Thái Lan là sản phẩm nữ trang và đá quý. Theo đánh giá của bà Nuntawan Sakuntanaga, giám đốc cơ quan tiếp thị Quốc tế 2, thuộc Cục xúc tiến xuất khẩu (Bộ thương mại Thái Lan), thì từ đầu những năm 1980, xuất khẩu nữ trang và đá quý đã gia tăng mạnh mẽ là do sự cải tiến to lớn trong kỹ thuật cắt kim cương, và những loại đá quý khác, cùng với tiến công ở mức thấp nhất so với các đối thủ cạnh tranh.

Công nghiệp nữ trang, đá quý của Thái Lan ở năm 1983 chỉ chiếm tổng trị giá xuất khẩu có 293,64 triệu USD. Năm 1993, con số này lên đến 1.739, 80 triệu USD. Đây là kết quả của nhiều yếu tố như: sự hồi phục nền kinh tế thế giới, sản phẩm Thái Lan mang nhiều lợi thế tương đối đặc biệt về kỹ thuật chạm trổ, lao động có tay nghề cao và nguồn nguyên liệu giàu có. Tính đến nay, thị trường xuất khẩu chính của Thái Lan là Hoa Kỳ, Nhật và EU. Cả ba thị trường này đều có những đòi hỏi riêng: Hoa Kỳ với yêu cầu sản phẩm nữ trang gia cao cấp. Nhật Bản thích nữ trang chất lượng cao, mẫu mã thanh lịch. Người tiêu dùng ở EU chuộng mẫu mã thời trang và đơn giản.

Để có thể thâm nhập được vào 3 thị trường trên lâu nay Thái Lan vận dụng những kế hoạch và chiến lược xúc tiến xuất khẩu như sau:

1. Cải tiến phương cách thiết kế mẫu bằng việc mời các chuyên gia từ nước ngoài, đặc biệt từ những nước nhập khẩu chính để tư vấn cho những nhà xuất khẩu Thái Lan, giúp họ sản xuất được những sản phẩm đáp ứng được yêu cầu thị trường.

2. Quảng cáo và phổ biến ở thị trường nước ngoài, đặc biệt với những mặt có thể cạnh tranh như giá cả và kỹ thuật chạm trổ. Hơn thế nữa, bằng cách mời các nhà báo nước ngoài thu thập, tập hợp thông tin về công nghiệp nữ trang và đá quý của Thái, để qua đó thúc đẩy việc bán sản phẩm này của

THỊ TRƯỜNG NỮ TRANG VÀ ĐÁ QUÝ NHỮNG KINH NGHIỆM TRONG XÚC TIẾN XUẤT KHẨU CỦA THÁI LAN

MINH TÂM

Thái Lan.

3. Mời khách hàng nước ngoài trao đổi kinh nghiệm về việc cải tiến công nghệ nữ trang, đá quý Thái Lan.

4. Tham dự vào những hội chợ thương mại về nữ trang đá quý như J.A.Show ở New York.

5. Tổ chức các khóa huấn luyện hội thảo cho những nhà sản xuất và xuất khẩu, nhằm cung cấp hiểu biết nhiều hơn về thị trường nước ngoài.

Từ 1990, công nghệ nữ trang đá quý đã phát triển nhanh chóng, và nó trở thành mặt hàng xuất khẩu lớn thứ 5 của Thái Lan. Tuy nhiên do chi phí sản xuất ngày càng cao, và sự cạnh tranh ngày càng nhiều trên thị trường thế giới nên để đạt mục tiêu xuất khẩu 1.900 triệu USD nữ trang và đá quý trong năm 1994, cùng với 5 chiến lược trước đây, Thái Lan đã tung thêm 5 chiến lược xúc tiến xuất khẩu mới với mong muốn đạt được thị phần lớn hơn:

1. Tổ chức Hội chợ thương mại quốc tế ở Bangkok vào suốt tháng 3 và tháng 9, với khách mời là bạn hàng nước ngoài.

2. Tham dự đầy đủ những hội chợ thương mại quốc tế về đá quý, nữ trang, nhằm gây ấn tượng tốt về sản phẩm nữ trang và đá quý của Thái Lan.

3. Thực hiện chủ đề: "Nữ trang từ Thái Lan" (với ban sắc riêng của công nghệ Thái) ở những thị trường xuất khẩu chính.

4. Khuyến khích các nhà sản xuất và xuất khẩu nữ trang có nhãn hiệu và mẫu mã riêng, thông qua việc trợ cấp cho họ nguồn tài chính cùng các chính sách ưu đãi khác của quốc gia.

5. Cải tiến chất lượng, mẫu mã nữ trang, đá quý thông qua việc tổ chức những khóa huấn luyện thiết kế.

Song song với các biện pháp thúc đẩy xuất khẩu tích cực, chính phủ Thái Lan còn thực hiện một số biện pháp quan trọng để giữ vững được sự tăng trưởng kinh tế, cũng như thúc đẩy sự ổn định và hiệu quả. Ở đây, có thể kể 4 biện pháp có liên quan đến quá trình thương mại.

1. Thúc đẩy xuất khẩu qua những thay đổi cơ cấu giúp duy trì sự cạnh

tranh như thiết lập ngân hàng xuất nhập khẩu để tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển thương mại, giúp đỡ tài chính cho những thương vụ hải ngoại; đa dạng hóa thị trường xuất khẩu; cấu trúc lại biểu thuế nhập khẩu, hạ thấp mức bảo hộ; nâng cấp tiêu chuẩn vệ sinh trong sản xuất và đóng gói hầu đáp ứng những quy định quốc tế; tháo gỡ bớt các quy định, cũng như hợp lý hóa các thủ tục hành chính liên quan đến hoạt động xuất nhập khẩu; gia tăng cung ứng nguồn lao động có kỹ năng ở những lãnh vực thiếu hụt, thông qua các khóa huấn luyện lao động có trình độ cao.

2. Phát triển hệ thống tài chính để hỗ trợ cho việc phát triển kinh tế, và thúc đẩy Thái Lan thành một trung tâm tài chính; với chương trình Các phương tiện ngân hàng quốc tế ở Bangkok (BIBF - The Bangkok International Banking Facilities) được thiết lập nhằm xây dựng nền tảng cho việc cung cấp những dịch vụ tài chính quốc tế tự do ở Thái Lan, hầu thu hút các luồng ngân quỹ vào khu vực này.

3. Thúc đẩy đầu tư, đặc biệt là xuất khẩu có liên quan đến những khu vực ngoại ô, qua việc ban những đặc quyền đầu tư, những biện pháp tài chính và các khoản vay với lãi suất thấp. Điều này không chỉ giúp tạo công ăn việc làm, phân phối thu nhập, mà còn giúp giảm dần tình trạng tắc nghẽn giao thông ở Bangkok.

4. Thiết lập những cơ quan cao cấp để thúc đẩy xuất khẩu, và loại bỏ những trở ngại cho việc xuất khẩu (như sự ra đời của Ủy ban phát triển xuất khẩu - EDC, Export Development Committee - do Thủ tướng Thái Lan chủ trì) ♣

* Nguồn: Kinh nghiệm của Thái Lan trong việc xúc tiến xuất khẩu những sản phẩm đặc biệt - Bài giảng của bà Nuntawan Sakuntanaga, Giám đốc cơ quan tiếp thị Quốc tế 2, Cục xúc tiến xuất khẩu, Bộ thương mại Thái Lan. Tổ chức từ ngày 9 - 11.11.94 tại FTDC (Trung tâm phát triển ngoại thương TP.HCM).