



CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC TẠI THỊ TRƯỜNG THÁI LAN

Những thách thức khi tham gia vào thị trường Thái Lan

Thái Lan được xem là một trong những thị trường tiềm năng tại khu vực Đông Nam Á, tuy nhiên cũng đi kèm nhiều thách thức đối với các doanh nghiệp trong và ngoài nước. Các ngành công nghiệp tại đây phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt không chỉ từ những nhà cung cấp nội địa mà còn từ các doanh nghiệp quốc tế đang không ngừng mở rộng hoạt động.

Đáng chú ý, nhiều tập đoàn lớn của Thái Lan vốn xuất thân từ các doanh nghiệp gia đình, trải qua nhiều thế hệ phát triển. Hiện nay, phần lớn các tập đoàn này được điều hành bởi thế hệ lãnh đạo thứ ba - những người vừa kế thừa truyền thống, vừa có xu hướng tiếp cận tư duy quản trị hiện đại. Đây vừa là lợi thế về kinh nghiệm, uy tín, vừa là thách thức trong việc thích ứng với môi trường kinh doanh toàn cầu đầy biến động.

Về phía người tiêu dùng, thói quen mua sắm tại Thái Lan thể hiện rõ sự nhạy cảm với giá cả. Người dân có xu hướng ưu tiên hàng nội địa và các sản phẩm nhập khẩu có giá thành hợp lý. Điều này đặt ra áp lực lớn cho các doanh nghiệp nước ngoài khi muốn thâm nhập thị trường, buộc họ phải cân nhắc kỹ lưỡng chiến lược giá, chất lượng và khả năng tạo sự khác biệt trong sản phẩm, dịch vụ.



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

Yêu cầu về tiêu chuẩn và chứng nhận

Thị trường Thái Lan có những quy định rất chặt chẽ về tiêu chuẩn chất lượng và an toàn đối với hàng hóa nhập khẩu. Các nhóm sản phẩm như thực phẩm, dược phẩm, mỹ phẩm và hàng tiêu dùng đều phải đáp ứng yêu cầu của cơ quan quản lý, trong đó quan trọng nhất là Bộ Y tế và Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm (FDA Thái Lan). Đặc biệt, với thực phẩm, giấy phép nhập khẩu từ FDA là bắt buộc.

Ngoài ra, hàng hóa phải tuân thủ đầy đủ quy định về nhãn mác, kiểm soát chất lượng và có giấy chứng nhận xuất xứ (C/O mẫu D). Một số sản phẩm còn có yêu cầu riêng: thực phẩm tươi sống cần chứng nhận kiểm dịch thực vật; hàng phi thực phẩm phải đạt chuẩn của Viện Tiêu chuẩn Công nghiệp Thái Lan (TISI).

Để được nhập khẩu, doanh nghiệp phải chuẩn bị nhiều chứng từ, bao gồm: chứng nhận sản xuất được phê duyệt; bảng thông số kỹ thuật; danh sách đầy đủ nguyên liệu và hình ảnh bao bì; giấy chứng nhận phân tích (COA) về thành phần dinh dưỡng từ phòng thí nghiệm đạt chuẩn ISO 17025.

Đối với sản phẩm thực phẩm hữu cơ, quy định còn yêu cầu doanh nghiệp xuất khẩu phải có chứng nhận hữu cơ hợp lệ theo tiêu chuẩn Thái Lan. Đây là điều kiện bắt buộc để sản phẩm được phép lưu thông trên thị trường.



Quy định về bảo vệ môi trường

Thái Lan áp dụng hệ thống quy định nghiêm ngặt trong lĩnh vực bảo vệ môi trường, đặc biệt liên quan đến bao bì sản phẩm và xử lý chất thải. Doanh nghiệp khi xuất khẩu hàng hóa vào thị trường này cần tuân thủ đầy đủ các quy định về đóng gói, nhãn mác cũng như quy trình quản lý chất thải nhằm tránh vi phạm pháp luật môi trường của Thái Lan.

Đối với bao bì, yêu cầu đặt ra không chỉ là tuân thủ quy chuẩn nhãn mác, mà còn phải hướng đến xu hướng phát triển bền vững và thân thiện với môi trường. Cụ thể, sản phẩm xuất khẩu có thể phải đáp ứng thêm những tiêu chuẩn chuyên biệt: thực phẩm tươi sống cần có chứng nhận kiểm dịch thực vật, trong khi hàng phi thực phẩm phải tuân theo tiêu chuẩn của Viện Tiêu chuẩn Công nghiệp Thái Lan (TISI).

Như vậy, để thâm nhập và duy trì hoạt động bền vững tại thị trường Thái Lan, doanh nghiệp cần chuẩn bị kỹ lưỡng từ khâu thiết kế bao bì, lựa chọn vật liệu, đến việc đảm bảo các chứng nhận bắt buộc theo từng loại hàng hóa.



Thủ tục hành chính và chi phí

Quy trình nhập khẩu vào Thái Lan yêu cầu doanh nghiệp chuẩn bị kỹ lưỡng để đảm bảo tuân thủ quy định và tránh phát sinh vấn đề tại khâu hải quan. Doanh nghiệp xuất khẩu cần chuẩn bị đầy đủ tài liệu cần thiết và thực hiện theo đúng trình tự. Các bước chính của quy trình nhập khẩu gồm: tạo tài khoản trên hệ thống hải quan trực tuyến; xác minh sự tuân thủ của sản phẩm; khai báo và kiểm tra hồ sơ; thanh toán thuế; cuối cùng là kiểm tra thực tế và thông quan hàng hóa.

Chi phí liên quan đến thủ tục hải quan và giấy phép có thể thay đổi tùy từng loại hàng hóa, thậm chí tăng cao trong một số trường hợp. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến giá thành sản phẩm khi xuất khẩu vào Thái Lan. Vì vậy, doanh nghiệp cần chủ động nắm rõ quy định, dự trù chi phí và chuẩn bị kỹ lưỡng trước khi đưa sản phẩm ra thị trường.

Ngoài ra, việc hợp tác với các đại lý hải quan địa phương hoặc đơn vị tư vấn pháp lý là giải pháp hiệu quả giúp doanh nghiệp giảm thiểu rủi ro, xử lý nhanh các thủ tục và đảm bảo quá trình xuất khẩu diễn ra thuận lợi, tiết kiệm thời gian và chi phí.



Khác biệt văn hóa và rào cản ngôn ngữ

Sự khác biệt văn hóa ảnh hưởng lớn đến cách sản phẩm được tiếp nhận tại thị trường Thái Lan. Doanh nghiệp cần tìm hiểu kỹ thói quen tiêu dùng, sở thích và phong cách sống của người Thái để có chiến lược phù hợp.

Bên cạnh đó, rào cản ngôn ngữ cũng là yếu tố quan trọng. Thông tin sản phẩm và tài liệu liên quan nên được dịch chính xác, rõ ràng; tốt nhất bao bì sử dụng song ngữ Việt - Thái, thiết kế tối giản nhưng tinh tế. Việc bổ sung chứng nhận hữu cơ quốc tế, kết hợp với bao bì bắt mắt, thân thiện môi trường sẽ giúp sản phẩm dễ dàng tạo được niềm tin và thu hút người tiêu dùng Thái, vốn ưa chuộng hàng tự nhiên và an toàn.

Cơ hội thị trường

Ngành công nghiệp thực phẩm và đồ uống giữ vai trò quan trọng trong nền kinh tế Thái Lan, với tham vọng đưa quốc gia này trở thành một trong mười nước xuất khẩu thực phẩm chế biến hàng đầu thế giới vào năm 2027. Song song đó, cú hích từ đại dịch năm 2020 đã thúc đẩy Thái Lan đẩy nhanh tiến trình chuyển đổi số trên phạm vi toàn quốc. Với sự hỗ trợ tích cực từ chính phủ, Thái Lan định vị mình là trung tâm công nghệ thông tin - truyền thông của khu vực. Thị trường CNTT-TT phát triển mạnh nhờ sự phổ cập của điện thoại thông minh, internet và sự bùng nổ của thương mại điện tử. Đây là mảnh đất cạnh tranh khốc liệt, nơi các tập đoàn công nghệ lớn như Huawei, ZTE, Intel, Ericsson, Cisco, Samsung và HPE cùng nhau tranh giành thị phần, đồng thời tạo ra nhiều cơ hội hợp tác và đầu tư.