

# Xuất khẩu sang Singapore: Linh hoạt trước chính sách mới

Trước diễn biến phức tạp của dịch Covid-19, Singapore ngày càng thận trọng trong chính sách thương mại, tránh phụ thuộc vào một thị trường xuất khẩu và nhập khẩu. Đây cũng là cơ hội để các doanh nghiệp (DN) Việt thâm nhập sâu hơn vào thị trường này, góp phần gia tăng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. TS. Trần Thu Quỳnh – Tham tán Thương mại, Thương vụ Việt Nam tại Singapore đã trao đổi với phóng viên Báo Công Thương về vấn đề này.

***Thưa bà, thực hiện Kế hoạch hành động của Bộ Công Thương về ứng phó tác động đối với dịch Covid-19 gây ra, Thương vụ Việt Nam tại Singapore đã có những hành động cụ thể nào để hỗ trợ doanh nghiệp (DN) trong nước mở rộng thị trường?***

Trong bối cảnh dịch Covid-19, Thương vụ Việt Nam tại Singapore đặc biệt đẩy mạnh công tác thông tin thị trường, đảm bảo thường xuyên và nhanh chóng cập nhật các thay đổi chính sách và cơ hội thị trường về nước qua các kênh khác nhau. Trong đó, kết nối điện tử là trọng tâm công tác của Thương vụ từ năm 2018 đến nay. Hiện, Thương vụ đã triển khai trang thông tin kết nối song ngữ Anh-Việt, giúp các DN Singapore chủ động tìm nhà cung cấp tiềm năng các sản phẩm, dịch vụ theo từng nhóm ngành hàng trong mạng lưới DN Việt Nam và ngược lại. Các thông tin này được lưu trữ, không tốn chi phí. Đây là kênh hỗ trợ DN tìm kiếm thị trường hiệu quả, nhận được sự quan tâm hưởng ứng của DN hai nước.

Đối với công tác thúc đẩy xuất khẩu, Thương vụ đã lên kế hoạch hỗ trợ DN Việt tham gia các triển lãm, hội chợ chuyên ngành thực phẩm tại Singapore. Đặc biệt, đã tổ chức một số đoàn DN Singapore về Việt Nam tìm hiểu thị trường và kết nối kinh doanh. Cụ thể, tháng 2/2020, Thương vụ vận động thành công và đưa một số nhà nhập khẩu rau củ và trái cây của Singapore về tìm kiếm vùng nguyên liệu và kết nối giao thương tại các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long. Bên cạnh việc hỗ trợ tiêu thụ thanh long, dưa hấu, các nhà nhập khẩu Singapore còn quan tâm đến các loại trái cây khác như: Mít, nhãn, vú sữa, dưa trái, chôm chôm, chuối... Ngoài ra, việc chuyển giao công nghệ và giống cây trồng giúp các trang trại trồng rau của Việt Nam có thêm cơ hội xuất khẩu cũng được DN Singapore quan tâm.

Tuy nhiên, trong bối cảnh dịch bệnh, hàng loạt sự kiện hội chợ và kết nối giao thương ở nước sở tại bị hủy bỏ, Thương vụ đã và đang vận động các DN Việt gửi mẫu hàng để thúc đẩy xuất khẩu một số mặt hàng thực phẩm chế biến như: Cà phê, nước mắm, bánh tráng, dầu dừa và các sản phẩm từ dừa... Khi dịch bệnh được cải thiện, Thương vụ sẽ đẩy mạnh trở lại hoạt động đưa đoàn về nước tìm nguồn cung các mặt hàng như gạo, trái cây (tập trung vào vải, nhãn) và thủy sản. Ngoài ra, Thương vụ cũng sẽ phối hợp với Đại sứ quán và các cơ quan, tổ chức hiệp hội Singapore tổ chức một số hình thức xúc tiến thương mại khác tại địa bàn như: Tuần lễ hàng Việt Nam tại chuỗi siêu thị

Fairprice; Tuần lễ ẩm thực Việt Nam tại khách sạn Mandarin, Tuần lễ cà phê Việt Nam với Hiệp hội cà phê Singapore...

Đối với mặt hàng công nghiệp mà Việt Nam có thể mạnh cạnh tranh về giá trong khu vực như: dây cáp điện, cửa nhôm nhựa, nhựa gia dụng, đồ nội thất, gốm sứ vệ sinh, vật liệu xây dựng, hàng da giày và dệt may..., Thương vụ cũng đặc biệt chú trọng đẩy mạnh. Bởi đây là những mặt hàng Singapore tiếp tục có nhu cầu cao, kể cả trong bối cảnh dịch bệnh và suy thoái kinh tế.

***Hiện, Singapore có thay đổi gì về chính sách nhập khẩu hàng hóa hay không?  
Điều này sẽ mang lại cơ hội gì cho các DN Việt, thưa bà?***

Singapore là thị trường có độ mở lớn, với kim ngạch thương mại lớn và cũng không có bất cứ hạn chế nào với nhập khẩu, không có bất cứ rào cản phi thuế quan nào ngoài những tiêu chuẩn được các tổ chức quốc tế quy định (OIE và Codex). Hơn 99% hàng nhập khẩu vào Singapore là miễn thuế (trừ ô tô, xăng dầu, rượu, thuốc lá...). Đây còn là thị trường trung chuyển, tạm nhập tái xuất lớn, lên đến khoảng 43% giá trị nhập khẩu. Dù là nước nhỏ, với dân số chưa đến 6 triệu người, nhưng Singapore là nước có đối tác nhập khẩu đa dạng bậc nhất thế giới với 220 đối tác. Trước bối cảnh dịch Covid-19, Singapore ngày càng thận trọng trong chính sách thương mại, tránh phụ thuộc vào một thị trường cả về xuất khẩu lẫn nhập khẩu. Hiện, Singapore đang khống chế tỷ lệ xuất khẩu vào một thị trường đơn lẻ không quá 15% tổng giá trị xuất khẩu của nước này. Dự kiến, tỷ lệ này sẽ được xem xét giảm đối với cả xuất khẩu và nhập khẩu.

Với những đặc điểm đó, DN Việt có cơ hội lớn để thâm nhập thị trường Singapore và thông qua thị trường này để đi ra thế giới. Tuy nhiên, để làm được điều này, DN cần chú trọng nâng cao chất lượng sản phẩm, đảm bảo các tiêu chuẩn chất lượng quốc tế. Đối với thực phẩm chế biến, đồ uống... cần chú ý đến bao bì, chỉ dẫn bằng tiếng Anh, thời hạn sản phẩm và các chứng chỉ như HACCP, Halal...

Đối với thị trường Singapore, các DN cũng nên lưu ý đến vấn đề thời hạn sản phẩm. Để đưa vào hệ thống bán lẻ, thời hạn của các sản phẩm chế biến phải đủ dài, tốt nhất trên 12 tháng để đảm bảo đủ vòng quay kinh doanh. Các sản phẩm có thời hạn ngắn, chưa kịp tiếp cận khách hàng, thương mại hóa đã phải giảm giá thanh lý (mọi sản phẩm còn hạn dưới 6 tháng) sẽ khiến các nhà nhập khẩu ngần ngại. Một khó khăn khác cho các DN Việt Nam trong khả năng cạnh tranh là vấn đề giá và khả năng đảm bảo nguồn cung. Các nhà nhập khẩu Singapore có mạng lưới đối tác phong phú từ 220 đối tác trên thế giới, vì vậy, họ luôn lưu ý để tìm kiếm những sản phẩm tốt nhất có giá thành hạ nhất cho người tiêu dùng Singapore.

Ngoài ra, các DN cũng cần giữ chữ tín trong kinh doanh, đảm bảo nguồn cung ổn định cho các nhà nhập khẩu Singapore. Các DN xuất khẩu Việt Nam cũng cần lưu ý đến việc kết nối theo chuỗi với các nhà cung ứng dịch vụ vận tải, kho bãi, nhà vận tải gom hàng..., có sẵn thông tin và mạng lưới để xuất hàng nhanh chóng. Các DN Việt Nam đặc biệt phải quan tâm đến việc xây dựng trang web và năng lực trao đổi thông tin qua các ứng dụng công nghệ số.

***Trong bối cảnh nhiều ngành hàng của Việt Nam như dệt may, da giày đang đứng trước nguy cơ thiếu hụt nguồn cung nguyên liệu, Thương vụ Việt Nam tại Singapore có phương án nào giúp các DN Việt tìm nguồn cung thay thế?***

Về da giày và dệt may, ưu tiên kết nối của Thương vụ vẫn là tập trung tìm đầu ra để xuất sang Singapore và qua Singapore ra thế giới. Tuy nhiên, với đặc thù của thương nhân người Hoa có mạng lưới thông tin rộng khắp, Thương vụ cũng đang tăng cường kết nối qua trung gian thương mại, nhằm hỗ trợ các DN trong nước tìm kiếm nguồn nguyên liệu, vật tư, phụ kiện thay thế cho nguồn nguyên liệu, vật tư và phụ kiện hiện đang được nhập khẩu từ Trung Quốc nhằm phục vụ sản xuất trong nước. Thương vụ sẽ tiếp tục chung tay, đồng hành cùng các DN Việt Nam vượt qua khó khăn và các thách thức của nền kinh tế toàn cầu để đưa sản phẩm Việt vươn ra thế giới.

***Xin cảm ơn bà!***

Tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Singapore năm 2019 đạt 5 tỷ SGD, tăng 6,3%, và có xu hướng tăng dần đều qua các năm, cán cân thương mại giữa hai nước đang dần được cải thiện. Đáng lưu ý, cơ cấu hàng xuất khẩu Việt Nam sang thị trường ngày càng có xu hướng tiến bộ, theo hướng tăng tỷ trọng các mặt hàng chế biến có giá trị cao và giảm các mặt hàng xuất thô.