

Giải pháp tăng cường xuất khẩu gạo sang Singapore

05:52 22/01/2025

Doanh nghiệp Việt Nam cần phải cố gắng nhiều hơn nữa tìm cách nâng cao năng lực cạnh tranh, chất lượng sản phẩm gạo, do thị trường gạo Singapore có sự điều hành khá sát sao của Chính phủ Singapore.

Theo Thương vụ Việt Nam tại Singapore, số liệu thống kê của Cơ quan quản lý doanh nghiệp Singapore cho thấy, năm 2024 tổng giá trị nhập khẩu gạo từ thế giới của thị trường Singapore đạt hơn 456,2 triệu SGD tăng 10,73% so với cùng kỳ năm 2023.

Cả năm 2024, Việt Nam giữ vị trí là quốc gia xuất khẩu gạo lớn thứ ba sang Singapore với kim ngạch 128,9 triệu SGD, chiếm 28,25% thị phần. Ấn Độ và Thái Lan là 2 quốc gia xuất khẩu lớn nhất với kim ngạch lần lượt là 148,19 triệu SGD (32,48%) và 137,75 triệu SGD (30,19%). Tổng cộng thị phần của 3 nước xuất khẩu hàng đầu đã chiếm tới 90,93% thị phần gạo tại Singapore.



Ảnh minh họa (nguồn: Internet)

Hiện Việt Nam là quốc gia chiếm thị phần lớn nhất đối với 3 nhóm gạo là: Gạo tẻ trắng (chiếm 42,23%); gạo thơm xay xát hoặc tróc vỏ (chiếm 65,73%) và gạo nếp (77,02%). Ấn Độ là quốc gia chiếm lĩnh tuyệt đối thị trường đối với gạo đỏ (chiếm 99,48%) và gạo basmati xay xát hoặc tróc vỏ (chiếm 97,17%). Thái Lan là nước chiếm thị phần lớn nhất đối với các nhóm gạo lứt homali (94,86%), gạo trắng homali (97,35%), gạo vỡ (58,21%). Với nhóm gạo lứt thường, Nhật Bản chiếm thị phần lớn nhất (75,82%).

Theo thống kê trên đây, Thái Lan, Ấn Độ và Nhật Bản đang là các đối thủ cạnh tranh lớn nhất của Việt Nam trên thị trường gạo Singapore. Về cơ bản, thị trường gạo của Singapore có nhu cầu ổn định từ mức 300 đến 400 triệu SGD mỗi năm.

Theo ông Cao Xuân Thắng, Tham tán thương mại, Trưởng Thương vụ Việt Nam tại Singapore: Giai đoạn 6 tháng đầu năm 2024, Việt Nam đã vươn lên vị trí đối tác xuất khẩu lớn nhất, mặc dù duy trì được tốc độ xuất khẩu cao đối với các nhóm gạo nếp và gạo thơm xay xát/tróc vỏ, tuy nhiên, kim ngạch của nhóm chủ lực là gạo tẻ trắng chỉ tăng nhẹ (0,24%) khiến tổng kim ngạch xuất khẩu gạo trong cả năm 2024 của Việt Nam sang Singapore sụt giảm đáng kể. Việt Nam đã tụt xuống vị trí đối tác xuất khẩu gạo lớn thứ 3 của Singapore, sau Ấn Độ và Thái Lan.

Về mặt xúc tiến thương mại, việc quảng bá và giới thiệu mặt hàng gạo của Việt Nam tại thị trường vẫn còn khá ít, dường như chưa có hoạt động xúc tiến quy mô lớn của các doanh nghiệp và hiệp hội ngành hàng gạo Việt Nam. Hiện nay chủ yếu là các hoạt động xúc tiến thương mại, trưng bày hàng hóa sản phẩm gạo Việt Nam do Thương vụ Việt Nam tại Singapore triển khai. Trong khi đó, các nước như Thái Lan, Nhật Bản, Ấn Độ rất quan tâm đầu tư quảng bá hình ảnh sản phẩm và có thỏa thuận với các đơn vị nhập khẩu, phân phối về việc giữ tên, thương hiệu hàng hóa sản phẩm gạo của họ.

Do các doanh nghiệp Việt Nam chưa chú trọng đầu tư vào các hoạt động quảng bá, giới thiệu sản phẩm quy mô rộng, các nhà nhập khẩu, hệ thống phân phối ở Singapore chủ yếu là nhập gạo Việt Nam đóng gói với mẫu mã, bao bì và thương hiệu nội địa của Singapore để dễ tiêu thụ trên thị trường. Các sản phẩm gạo thương hiệu Việt Nam hầu như chỉ tiêu thụ trong hệ thống các cửa hàng tiện ích nhỏ, hoặc các đại lý bán hàng online của người Việt Nam.

Sau 2 quý đầu năm giữ vị trí dẫn đầu về xuất khẩu gạo vào thị trường Singapore, Việt Nam đã để mất thị phần cho Ấn Độ và Thái Lan. Điều này cho thấy doanh nghiệp cần phải cố gắng nhiều hơn nữa tìm cách nâng cao năng lực cạnh tranh, chất lượng sản phẩm gạo, do thị trường gạo Singapore có sự điều

hành khá sát sao của Chính phủ Singapore, thể hiện ở việc Chính phủ Singapore xét duyệt và cấp phép nhập khẩu cũng như trực tiếp thanh, kiểm tra chất lượng gạo trước khi đưa ra thị trường.

Các doanh nghiệp cũng cần xác định sản phẩm gạo Việt Nam không chỉ tiêu thụ tại thị trường Singapore mà còn được các doanh nghiệp Singapore xuất khẩu đi các nước khác trên thế giới. Do đó, các doanh nghiệp cần lưu ý vai trò quan trọng của địa bàn trung chuyển của Singapore, chứ không chỉ là địa bàn gần 6 triệu dân của quốc đảo.

Minh Anh (t/h)