

# ✓ Kinh nghiệm của Trung Quốc và Thái Lan về phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản và bài học rút ra cho Việt Nam

ĐỖ ĐỨC BÌNH  
ĐỖ THU HẰNG

**B**ài viết này nghiên cứu kinh nghiệm phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản của Trung Quốc và Thái Lan, từ đó rút ra những bài học hữu ích cho hoạt động phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản Việt Nam trong bối cảnh mới.

**Từ khóa:** xuất khẩu, thị trường xuất khẩu, hàng nông sản.

Việt Nam là nước láng giềng và có nhiều điểm tương đồng với Trung Quốc và Thái Lan; việc nghiên cứu kinh nghiệm và vận dụng các kinh nghiệm thành công của hai quốc gia này về phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản là hết sức hữu ích.

## 1. Kinh nghiệm của Trung Quốc và Thái Lan về phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản

### 1.1. Kinh nghiệm của Trung Quốc

Trung Quốc là nước có đất tự nhiên rộng người đông, nhưng tỷ trọng đất canh tác trong tổng số diện tích tự nhiên nhỏ (chiếm 10,8%), đất canh tác bình quân đầu người rất thấp (0,11 ha/người). Tuy vậy, nông nghiệp của Trung Quốc trong thời gian dài liên tiếp được mùa và đã đạt được những thành tựu rất quan trọng. Hiện tại, Trung Quốc là nước có sản lượng nông sản lớn so với Châu Á và thế giới.

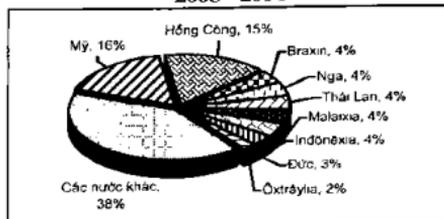
Khủng hoảng kinh tế thế giới đã làm cho cầu hàng nông sản suy giảm, thị trường xuất khẩu nông sản bị thu hẹp. Mục tiêu của Trung Quốc là tăng tối đa kim ngạch xuất khẩu nông sản vào thị trường quen thuộc và tìm kiếm khai thác thị trường mới. Để thực hiện Chiến lược khai thác thị trường nông sản toàn cầu trong thời kỳ khủng hoảng kinh tế thế giới, Trung Quốc đã lựa chọn phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản theo hướng:

*Tăng cường khai thác thị trường xuất khẩu hiện tại*

Trong khi triển khai chiến lược phát triển thị trường xuất khẩu này, Trung Quốc đã kiên trì theo đuổi hai sách lược cơ bản sau: (1) có quan niệm toàn cầu để khai thác tiềm lực của thị trường hiện đã được chiếm lĩnh nhằm tăng cường xuất khẩu tới mức tối đa; (2) tránh tập trung quá mức vào một thị trường đặc biệt nào đó, thông qua việc đa dạng hóa thị trường xuất khẩu để đảm bảo cho xuất khẩu phát triển ổn định.

Hiện nay, Trung Quốc đã xuất khẩu hàng nông sản đến khoảng 200 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới. Các thị trường nhập khẩu hàng nông sản của Trung Quốc rất đa dạng, từ các nước công nghiệp phát triển đến các nước đang và kém phát triển ở nhiều châu lục.

**HÌNH 1: 10 thị trường xuất khẩu nông sản chủ lực của Trung Quốc giai đoạn 2008 - 2014**



Nguồn: Trade Map - International Trade Statistic, International Trade Center (ITC) và phân tích của tác giả.

Đỗ Đức Bình, GS.TS., Trường đại học Kinh tế quốc dân; Đỗ Thu Hằng, ThS., Học viện Ngân hàng.

Thị trường xuất khẩu hàng nông sản của Trung Quốc tập trung vào thị trường các nước phát triển (Mỹ, Nhật), Hồng Kông và các nước ASEAN (Thái Lan, Malaixia, Indônêxia). Giai đoạn 2008-2014, 10 nước và vùng lãnh thổ này chiếm khoảng 62% tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản của Trung Quốc, trong đó riêng thị trường Mỹ chiếm tới 16%. Điều này cho thấy Trung Quốc đã khai thác tương đối tốt các thị trường hiện có này.

Trung Quốc thực hiện chiến lược đa dạng hóa thị trường xuất khẩu theo cả chiều rộng và chiều sâu. Tăng số lượng thị trường xuất khẩu và thị phần trên các thị trường xuất khẩu hiện có nhằm đảm bảo xuất khẩu tăng trưởng nhanh, ổn định. Khu vực APEC, chiếm khoảng 80% hàng nông sản xuất khẩu của Trung Quốc; thị trường Bắc Mỹ, Đông Nam Á và Tây Âu là ba trung tâm mậu dịch lớn của Trung Quốc. Trung Quốc coi các thị trường này là các thị trường trọng điểm cần tiếp tục khai thác, còn các thị trường cấp hai khác có tiềm lực lớn như Châu Phi và Trung Đông có

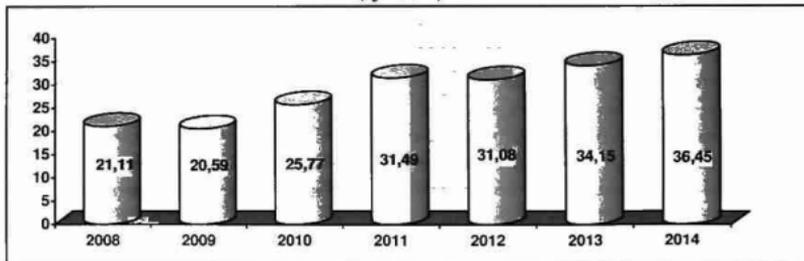
thể là những thị trường tiềm năng mà Trung Quốc cần khai thác trong những năm tới. Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu nông sản của Trung Quốc sang khu vực thị trường Châu Phi tăng từ 3,5% năm 2008 lên 6,5% năm 2014, khu vực Trung Đông tăng từ 3,1% lên 3,9% trong cùng thời kỳ (WTO, World Trade Review Report by China 2014).

Căn cứ vào nhu cầu thực tế của phát triển kinh tế, Trung Quốc đã áp dụng chiến lược đẩy mạnh triển khai thị trường xuất khẩu theo nhiều hướng, nhiều mức độ khác nhau với nhiều phương thức mà trọng tâm là đa dạng hóa thị trường với trọng điểm là khu vực APEC và các nước xung quanh.

*Mở rộng thị trường xuất khẩu thông qua tham gia các liên kết kinh tế khu vực và thế giới*

Ngày 11-12-2001, Trung Quốc trở thành thành viên chính thức của WTO. Điều này đã thúc đẩy quá trình giao lưu buôn bán, xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ của Trung Quốc với các nước và khu vực trên thế giới không ngừng tăng lên.

HÌNH 2: Kim ngạch xuất khẩu nông sản của Trung Quốc giai đoạn 2008 -2014 (tỷ USD)



Nguồn: Tổng hợp của tác giả dựa trên số liệu của Trade Map- International Trade Statistic, International Trade Center (ITC).

Trong giai đoạn 2008-2014, mặc dù chịu tác động mạnh mẽ của khủng hoảng toàn cầu, nhưng kim ngạch xuất khẩu nông sản của Trung Quốc tăng trung bình 9,37% /năm. Với việc gia nhập WTO, Trung Quốc đã tự mở ra cánh cửa tới nhiều khu vực thị trường trên thế giới, mở ra "con đường bằng phẳng hơn" cho hàng hóa Trung Quốc xâm nhập vào thị trường của các nước thành viên.

Bên cạnh đó, thông qua đàm phán song phương, Trung Quốc đã ký kết được Hiệp định thương mại Trung Quốc – Mỹ và Hiệp định thương mại Trung Quốc – EU. Hai hiệp định này có ý nghĩa vô cùng quan trọng đã mở ra hai thị trường lớn nhất, tiềm năng nhất với hàng hóa Trung Quốc, vì Mỹ và EU là hai trong ba trung tâm kinh tế lớn nhất của thế giới mà Trung Quốc vẫn gọi là "tam cường".

Xây dựng khu vực mậu dịch tự do Trung Quốc - ASEAN đã mở ra cơ hội và cung cấp một mặt bằng mới cho các doanh nghiệp của Trung Quốc bước ra thị trường thế giới cạnh tranh và nâng cao khả năng, phát huy tiềm lực của mình. Hàng nông sản Trung Quốc khi xâm nhập thị trường các nước sẽ được hưởng mức ưu đãi cao hơn WTO, từ đó có thể mở rộng được không gian phát triển cho các công ty, có lợi cho đa nguyên hóa thị trường, giải tỏa được sức ép tìm kiếm thị trường cho các doanh nghiệp xuất khẩu.

Tóm lại, thông qua việc gia nhập các liên kết kinh tế khu vực và thế giới, Trung Quốc đang có nhiều cơ hội hơn bao giờ hết để tiếp cận hầu hết thị trường các quốc gia và khu vực trên thế giới.

*Đa dạng hóa hàng nông sản xuất khẩu và nâng cao chất lượng sản phẩm theo tiêu chuẩn quốc tế và cam kết quốc tế*

Đa dạng hóa sản phẩm nông sản xuất khẩu, cải thiện chất lượng và hiệu quả kinh tế được coi là định hướng cơ bản của Trung Quốc trong quá trình điều chỉnh sản xuất nông nghiệp. Trung Quốc đã có những chính sách khuyến khích sản xuất nông nghiệp theo hướng xuất khẩu như tập trung vào sản xuất những sản phẩm có lợi. Mặt khác, Trung Quốc rất coi trọng đầu tư và ứng dụng những thành tựu của khoa học công nghệ vào phát triển công nghiệp. Chính phủ Trung Quốc đã khẳng định rằng con đường căn bản để phát triển nông nghiệp Trung Quốc là lấy khoa học kỹ thuật làm vũ khí; lấy công nghiệp hiện đại làm chỗ dựa; lấy thị trường để hướng dẫn chuyên từ nông nghiệp truyền thống sang nông nghiệp hiện đại; lấy khoa học kỹ thuật hiện đại làm nền tảng.

Để tăng sức cạnh tranh của hàng hóa Trung Quốc nói chung và hàng nông sản nói riêng, Chính phủ Trung Quốc luôn kiểm soát chặt chẽ sự tăng hay giảm giá của đồng Nhân dân tệ. Trên thực tế, đồng Nhân dân tệ bị cáo buộc là yếu hơn giá trị thực, song Trung Quốc vẫn duy trì tỷ giá hối đoái không đổi đối với đồng đôla Mỹ để đảm bảo sự ổn

định của đồng tiền và giữ vững khả năng cạnh tranh. Đây được coi là một trong những yếu tố chính nhằm hỗ trợ hàng hóa xuất khẩu nước này xâm nhập và chiếm lĩnh thị trường nước ngoài.

Tóm lại, Trung Quốc đã xây dựng được chiến lược phát triển sản phẩm nông sản xuất khẩu phù hợp với thực tiễn và biến động trên thị trường thế giới. Trung Quốc không chạy theo số lượng và khối lượng như trước đây, mà chuyển sang hướng nâng cao chất lượng và hiệu quả. Chú trọng nâng cao giá trị gia tăng của hàng nông sản xuất khẩu nhằm vừa giúp tăng trưởng nhanh kim ngạch xuất khẩu, vừa làm giảm tranh chấp thương mại và nâng cao hiệu quả của hoạt động sản xuất, giảm lượng sản xuất dư thừa.

*Đẩy mạnh công tác xúc tiến thương mại*

Trung Quốc đã đẩy mạnh hoạt động ngoại thương ngày càng sôi động thông qua việc thành lập các cơ quan thương vụ tại các nước có và chưa có quan hệ ngoại giao. Biện pháp này nhằm giới thiệu "một nước Trung Quốc mới" tới các nước và khu vực trên thế giới. Những năm qua, các cơ quan thương vụ Trung Quốc đã đạt được những kết quả đáng kể trong việc phát triển hoạt động ngoại thương thông qua việc liên hệ với các ngành, giới kinh doanh của các nước sở tại, tham gia tích cực vào việc đàm phán ký và kết các hiệp định mậu dịch thương mại, bảo vệ quyền lợi đáng được hưởng của nước mình trong mậu dịch kinh tế ở các nước sở tại, giúp đỡ các tổ chức đoàn thể hoạt động ngoại thương ở trong nước sang làm việc, trao đổi và buôn bán với nước ngoài. Tính đến nay, Trung Quốc đã có 222 cơ quan thương vụ ở hầu hết các nước và khu vực trên thế giới.

*Thu hút đầu tư nước ngoài gắn với phát triển thị trường xuất khẩu*

Với tăng cường thu hút đầu tư nước ngoài hướng về xuất khẩu đã tạo thuận lợi cho việc tiếp cận và mở rộng thị trường quốc tế, nâng cao năng lực xuất khẩu của Trung Quốc. Nhờ quy mô và khả năng tiếp cận với mạng lưới phân phối và mạng lưới marketing quốc tế, các

công ty có vốn đầu tư nước ngoài dễ dàng thâm nhập thị trường xuất khẩu hơn so với các công ty nội địa. Khu vực đầu tư nước ngoài không chỉ góp phần mở rộng thị trường xuất khẩu, mà còn thúc đẩy việc cải thiện cơ cấu và nâng cấp sản phẩm xuất khẩu. Hoạt động của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đã có những biến đổi về chất. Các doanh nghiệp đang chuyển mạnh từ công nghệ sử dụng nhiều lao động sang công nghệ sử dụng nhiều vốn. Số liệu điều tra mới đây cho thấy, hơn 60% các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài ở Trung Quốc áp dụng những công nghệ mới được đưa ra trong ba năm gần nhất. Điều này cho thấy, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tại Trung Quốc đang đi đầu trong việc chuyển lên những nấc thang công nghệ cao hơn, hứa hẹn thúc đẩy nhanh hơn nữa sự chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu của Trung Quốc theo hướng mang lại hiệu quả kinh tế cao hơn. Trong mấy năm qua, cơ cấu xuất khẩu hàng hóa nói chung và hàng nông sản nói riêng của Trung Quốc thể hiện khuynh hướng phát triển tích cực.

Với chính sách thu hút đầu tư nước ngoài hướng vào xuất khẩu đã thành công đáng kể, Trung Quốc đã trở thành nước nhận đầu tư lớn nhất trong số các nước đang phát triển từ năm 1993. Các nước và vùng lãnh thổ đầu tư chính là Hồng Kông, Nhật Bản, Mỹ, Đài Loan, Xingapo và Hàn Quốc cũng luôn nằm trong số 10 nước nhập khẩu hàng hóa nói chung và hàng nông sản nói riêng nhiều nhất từ Trung Quốc trong những năm qua.

### 1.2. Kinh nghiệm của Thái Lan

Thái Lan là một quốc gia nằm trong khu vực Đông Nam Á, vốn là một nước nông nghiệp truyền thống, có diện tích canh tác 19,62 triệu ha, lĩnh vực trồng trọt đóng góp khoảng 68% vào tổng giá trị sản xuất nông nghiệp. Năm 2014, kim ngạch xuất khẩu nông sản của Thái Lan đạt 20,14 tỷ USD, đứng thứ 6 trên thế giới (WTO, World Trade Report by Thailand 2014). Sự thành công

trong xuất khẩu hàng nông sản của Thái Lan chính là nhờ vào chính sách đổi mới của Chính phủ trên quan điểm phát triển nông nghiệp, nông thôn là xương sống của đất nước. Các chính sách nhằm phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản của Thái Lan được thể hiện trên các mặt sau:

*Lựa chọn thị trường xuất khẩu trên cơ sở kết hợp chính sách đa dạng hóa thị trường và chính sách xây dựng thị trường trọng điểm*

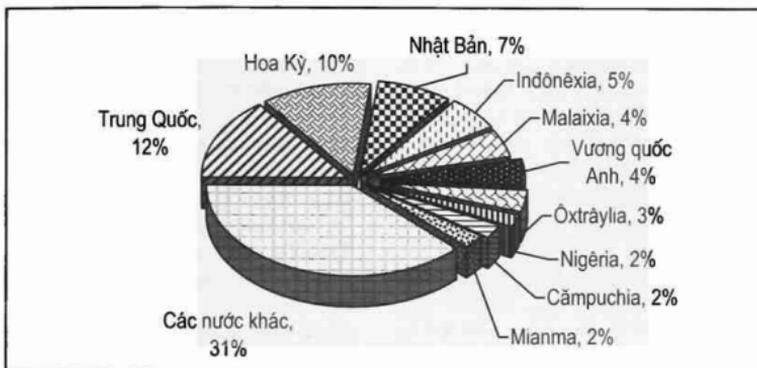
Hiện nay, hàng nông sản Thái Lan đã có mặt tại 225 thị trường trên thế giới. Các thị trường nhập khẩu hàng nông sản của Thái Lan rất đa dạng, từ các nước công nghiệp phát triển đến các nước đang phát triển trên thế giới. Bên cạnh thị trường truyền thống là các nước công nghiệp phát triển, Thái Lan chú trọng tới thị trường các nước đang phát triển gồm 6 nhóm nước thuộc các khu vực địa lý: ASEAN, Trung Quốc, Đông Âu, Trung Đông, Mỹ La tinh và Châu Phi.

Thị trường xuất khẩu chiến lược của Thái Lan vẫn là các nước công nghiệp phát triển như Nhật Bản, Mỹ và các nước đang phát triển ở Châu Á. Trong giai đoạn này, cơ cấu thị trường xuất khẩu của Thái Lan chuyển biến theo hướng tích cực: Giảm tỷ trọng thị trường Châu Mỹ, Châu Âu và Châu Phi, tăng tỷ trọng thị trường Châu Á. Thái Lan đặc biệt chú trọng tới thị trường các nước Trung Quốc, Nhật bản, các nước NICs và ASEAN - là khu vực thị trường có tiềm năng xuất khẩu, có tính thanh khoản cao, ổn định và triển vọng phát triển.

Để duy trì sự ổn định, hạn chế rủi ro trong hoạt động xuất khẩu nông sản Thái Lan đã xây dựng chiến lược đa dạng hóa thị trường xuất khẩu theo hướng đa dạng hóa chiều rộng và đa dạng hóa chiều sâu. Thái Lan nỗ lực gia tăng số lượng thị trường xuất khẩu và tăng tỷ phần trên các thị trường xuất khẩu hiện có. Để đạt được mục tiêu đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, Thái Lan vừa tìm cách duy trì, thắt chặt quan hệ với các thị trường truyền thống, vừa đặc biệt quan tâm đến mở các thị trường mới, nhất là tăng cường đi sâu

vào các quan hệ láng giềng để khai thác các lợi thế về địa lý- kinh tế, địa lý- văn hóa...

HÌNH 3: 10 thị trường xuất khẩu nông sản chủ lực của Thái Lan giai đoạn 2008 - 2012



Nguồn: Số liệu của Tổng cục Hải quan Thái Lan và phân tích của tác giả.

Bên cạnh chính sách đa dạng hóa thị trường, Thái Lan xây dựng 10 thị trường xuất khẩu nông sản trọng điểm để làm bàn đạp mở rộng thị trường xuất khẩu. Các thị trường trong điểm này gồm: Trung Quốc, Mỹ, Nhật,... chiếm 69% kim ngạch xuất khẩu nông sản của Thái Lan. Trong đó Trung Quốc là thị trường xuất khẩu nông sản lớn nhất của Thái Lan, chiếm tỷ trọng 12% trong tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản của Thái Lan, tiếp đến là Mỹ 10%, Nhật Bản 7%, Indônêxia 5%, Malaixia 4%...

Nhằm thực hiện chính sách đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, Chính phủ Thái Lan tích cực đàm phán và ký kết các FTA, EPA song phương, khu vực với quan điểm tự do hóa thương mại song phương được đặt song song với tự do hóa thương mại đa phương. Tính đến năm 2014, Thái Lan đã tham gia vào 5 FTA song phương, 2 FTA khu vực, 4 EPA song phương và 1 EPA khu vực. Để tăng cường hiệu quả của các hiệp định thương mại ký kết, trong quá trình đàm phán Chính phủ Thái Lan luôn coi trọng sự tham vấn cộng đồng doanh nghiệp để mang lại hiệu quả kinh tế cao khi tham gia và tạo

thuận lợi tối đa cho doanh nghiệp khi tận dụng ưu đãi từ các hiệp định.

*Phát triển thị trường thông qua chiến lược nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng nông sản xuất khẩu*

Chính phủ Thái Lan đã xây dựng chiến lược phát triển các sản phẩm nông nghiệp xuất khẩu dựa trên sự kết hợp giữa kinh nghiệm truyền thống và khoa học công nghệ hiện đại: (1) thúc đẩy sự chuyên dịch cơ cấu nông nghiệp từ sử dụng hàm lượng lao động cao sang sử dụng hàm lượng công nghệ cao; (2) khuyến khích phát triển và áp dụng công nghệ hiện đại nhằm làm tăng phần giá trị gia tăng trong ngành nông nghiệp.

Thái Lan đã thực hiện đa dạng hóa sản phẩm nông sản xuất khẩu theo cả chiều rộng và chiều sâu, trọng tâm là đa dạng hóa theo chiều sâu. Thái Lan tăng số lượng, chủng loại, sản phẩm xuất khẩu và tìm kiếm các sản phẩm xuất khẩu mới. Đa dạng hóa sản phẩm được thực hiện theo hướng tăng các sản phẩm có chất lượng, tiện dụng, đảm bảo an toàn cho người sử dụng, giá cả hợp lý và thân thiện với môi trường nhằm đáp ứng được nhu cầu của thực tiễn và tình hình thị trường nông sản thế giới.

*Mở rộng thị trường thông qua việc hoàn thiện kênh phân phối hàng hóa*

Thái Lan xây dựng kho nông sản tại các thị trường nhập khẩu nhằm tăng sức cạnh tranh của hàng hóa, hiểu rõ và nắm bắt kịp thời nhu cầu của thị trường. Các kho ngoại quan này được xây dựng ở quốc gia có vị trí địa lý trung tâm, thuận tiện xuất khẩu đi các nước lân cận hoặc có thể xuất ngay tại nước đó. Ngoài ra, hàng nông sản xuất khẩu Thái Lan được bán thẳng cho nhà nhập khẩu rồi đến người tiêu dùng, mà không phải qua nhiều tầng lớp trung gian, nhà nhập khẩu này bán cho nhà nhập khẩu khác rồi bán tiếp cho các công ty chế biến, công ty bán lẻ... nhằm kiểm soát chất lượng, cũng như giá cả hàng nông sản. Hơn nữa, Thái Lan là đất nước có lượng khách du lịch hàng năm lớn, nên các nhà kinh doanh nông sản đã tận dụng lợi thế này để xuất khẩu tại chỗ với kim ngạch đáng kể. Mặt khác, đây cũng là một hình thức tiếp thị, quảng bá và thương hiệu nông sản Thái Lan có hiệu quả.

## **2. Bài học kinh nghiệm rút ra trong phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản của Trung Quốc và Thái Lan**

Theo dự báo của của IMF, WB và OECD nền kinh tế thế giới đang phục hồi và sẽ bước vào giai đoạn tăng trưởng mới từ năm 2015. Tuy nhiên, do nhiều nguyên nhân chủ quan và khách quan như biến đổi khí hậu, mâu thuẫn tôn giáo, sắc tộc, khủng bố... sẽ dẫn tới sự biến động khó dự đoán trước của thị trường thế giới. Cùng với đó, rào cản kỹ thuật của các quốc gia, đặc biệt là các nước phát triển dựng lên ngày càng tinh vi, khó vượt qua hơn đối với hàng nông sản xuất khẩu của các nước đang phát triển. Vì vậy, những kinh nghiệm lựa chọn thị trường xuất khẩu hàng nông sản của Trung Quốc và Thái Lan trong thời kỳ sau khủng hoảng kinh tế thế giới sẽ là những bài học quý đối với Việt Nam trong việc phát triển thị trường hàng nông sản xuất khẩu trong giai đoạn tới.

## **2.1. Bài học thành công có thể vận dụng**

*Thứ nhất*, lựa chọn chính sách phát triển thị trường xuất khẩu phù hợp với lợi thế của đất nước và tình hình thực tiễn thị trường xuất khẩu, việc xây dựng và thực thi chính sách phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản nên Thái Lan và Trung Quốc đã mở rộng được thị trường xuất khẩu và gia tăng kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản. Các nước này đều thực hiện đa dạng hóa thị trường xuất khẩu nông sản theo cả chiều rộng và chiều sâu, nhưng coi trọng theo chiều sâu (chất lượng, hiệu quả, ...). Mở rộng quan hệ kinh tế đối ngoại với tất cả các nước, hội nhập sâu vào nền kinh tế thế giới và khu vực thông qua việc tăng cường đàm phán và ký kết các FTA, EPA song phương và khu vực.

*Thứ hai*, hai nước đều thực hiện tái cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng nông sản theo hướng tương đối cân bằng giữa các khu vực thị trường nhằm giảm bớt rủi ro so với những nước quá tập trung vào một khu vực thị trường xuất khẩu nào đó.

*Thứ ba*, thực hiện đa dạng hóa sản phẩm nông sản xuất khẩu theo cả chiều rộng và chiều sâu, chú trọng đa dạng hóa theo chiều sâu nhằm nâng cao hiệu quả xuất khẩu. Lựa chọn các mặt hàng nông sản xuất khẩu trên cơ sở khai thác hiệu quả lợi thế so sánh của đất nước kết hợp với tình hình thị trường nông sản thế giới. Hàng nông sản xuất khẩu được cơ cấu theo hướng tích cực, giảm tỷ trọng nguyên liệu thô và sản phẩm sơ chế, tăng tỷ trọng sản phẩm có hàm lượng chế biến cao nhằm nâng cao giá trị hàng nông sản xuất khẩu.

*Thứ tư*, thực hiện các giải pháp linh hoạt và hiệu quả để thực hiện phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản thích ứng với điều kiện thực tế trong nước cũng như các cam kết hội nhập

*Thứ năm*, chú trọng xây dựng chiến lược tiêu thụ, quảng bá và phát triển thương hiệu nông sản cả ở trong nước và ở nước ngoài. Trên cơ sở mặt hàng có lợi thế cạnh tranh,

mỗi quốc gia có cách thức riêng nhằm xây dựng hình ảnh, thương hiệu cho mình.

## 2.2. Bài học thất bại cần tránh

*Thứ nhất*, phát triển thị trường hàng nông sản chưa tính đến những ảnh hưởng từ rủi ro chính trị. Vấn đề tranh chấp lãnh thổ của Trung Quốc với các nước láng giềng đã khiến kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Trung Quốc sang các thị trường này giảm mạnh. Bên cạnh đó, môi trường chính trị bất ổn của Thái Lan cũng gây ảnh hưởng đến môi trường kinh tế, gây bất lợi cho việc mở rộng thị trường xuất khẩu. Các quốc gia tiến hành quan hệ thương mại lâu dài rất quan tâm tới điều này.

*Thứ hai*, phát triển thị trường xuất khẩu nông sản chưa chú trọng đến bảo vệ môi trường. Yêu cầu thực hiện tiêu chuẩn thực tiễn nông nghiệp tốt (GAP) hoặc nền nông nghiệp hữu cơ đang rất được các nước phát triển chú trọng kiểm soát đối với hàng nông sản từ các nước đang phát triển. Mặc dù những yêu cầu này đã và đang được cả hai nước thực hiện nhưng còn mang tính thụ động và chưa triệt để.

*Thứ ba*, vấn đề sản xuất và xuất khẩu hàng nông sản tại Trung Quốc và Thái Lan chưa mang tính bền vững, đặc biệt vấn đề xã hội chưa được quan tâm thỏa đáng. Thực tiễn cho thấy vấn đề đảm bảo an toàn cho

người sản xuất và tiêu dùng hàng nông sản chưa được thật sự quan tâm, đặc biệt là ở Trung Quốc./

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Hoàng Thế Anh (2012), *Những vấn đề kinh tế - xã hội nổi bật của Trung Quốc trong 10 năm đầu thế kỷ XXI và triển vọng đến năm 2020*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.
2. Bộ Công thương (2011), *Nghiên cứu thị trường nông sản của Trung Quốc và khả năng xuất khẩu một số sản phẩm nông sản của Việt Nam*, Đề tài khoa học cấp bộ, mã số 26.11.RD/HD-KHCN.
3. Đỗ Thu Hằng (2014), "Giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc", *Tạp chí Kinh tế phát triển*, số II, tháng 1-2013, tr.2-11
4. Phùng Thị Huệ (2010), "Trung Quốc trong khu vực: Vị thế và thách thức", *Tạp chí Nghiên cứu Trung Quốc*, số 2(102), tháng 2, tr.3-11.
5. Nguyễn Thị Thu Thủy (2013), "Từ kinh nghiệm Thái Lan: Nghĩ về mô hình kinh tế hướng về xuất khẩu", *Tạp chí Kinh tế và dự báo*, số 12(548), tháng 6, tr.92-94.
6. Trần Văn Thọ (2012), *Biến động kinh tế Đông Á và con đường công nghiệp hóa Việt Nam*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
7. WTO, *Trade Policy Review Report by China*, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014
8. WTO, *Trade Policy Review Report by Thailand*, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014
9. Shashi Sareen (2010), *Adding value to Agri- Food Exports and Complying with Standards*, UNCTAD.