

CÔNG NGHIỆP HÓA HƯỚNG VỀ XUẤT KHẨU MỘT THÀNH CÔNG CỦA CÁC NƯỚC ASEAN

PTS. HOÀNG THỊ CHỈNH

Có thể nói một trong các nguyên nhân góp phần làm nên những kỳ tích kinh tế của các nước ASEAN trong hai thập kỷ qua là việc thực hiện một chiến lược công nghiệp hóa đúng đắn: chuyển từ nền kinh tế hướng nội sang nền kinh tế hướng ngoại.

Xuất phát từ điều kiện cụ thể của mình là hầu hết (trừ Singapore) đều phát triển kinh tế từ nông nghiệp, xuất khẩu chủ yếu là nông sản và các nguyên liệu thô, các nước ASEAN sớm cảm nhận được giới hạn của thị trường này do tính chất không ổn định và đặc điểm kém co dãn theo thu nhập của sản phẩm nông nghiệp. Vì thế nước nào cũng muốn phát triển công nghiệp để thay đổi cơ cấu kinh tế, tạo thế cân bằng mới. Ngoài ra, chính phát triển công nghiệp, đến lượt mình sẽ tạo tiền đề tích cực cho sản xuất nông nghiệp và góp phần giải quyết công ăn việc làm cho một khu vực vốn có tiềm năng về dân số. Bên cạnh đó, trình độ kinh tế của các nước trên thế giới đã khẳng định một điều rằng: muốn trở thành một nước tiên tiến hiện đại, phải phát triển công nghiệp.

Nhận thức được vấn đề đó, ngay từ đầu những năm 60, chính phủ các nước ASEAN đã sớm thực hiện một quá trình công nghiệp hóa mà mục tiêu ban đầu chỉ nhằm vào thị trường trong nước, đó là chiến lược công nghiệp hóa thay thế hàng nhập khẩu (Import Substitution Industrialization). Đặc trưng của chiến lược này là tìm cách sản xuất để thay thế dần những sản phẩm tiêu dùng phải nhập khẩu, đi đến chỗ hoàn toàn tự cung cấp. Nếu phải nhập khẩu thì chỉ nhập

các vật tư thiết bị, các sản phẩm, bán thành phẩm để phục vụ cho các ngành công nghiệp khác.

Cũng như nhiều nước đang phát triển, sở dĩ ASEAN lựa chọn chiến lược thay thế nhập khẩu vì mong muốn được độc lập về kinh tế. Hơn nữa, ở thời kỳ này, các nước tiên tiến không nhập khẩu nhiều hàng hóa của các nước chậm tiến, do đó không thể trong mong gì nhiều ở xuất khẩu.

Tuy nhiên, sau một thời gian thực hiện, chiến lược thay thế hàng nhập khẩu đã bộc lộ các nhược điểm sau: thứ nhất, không phát huy được tính đa dạng, phong phú trong tiêu dùng của dân chúng; thứ hai, một số ngành ỷ lại vào sự bảo hộ của chính phủ dẫn đến tình trạng sản xuất trì trệ, kém hiệu quả; thứ ba, tỷ giá hối đoái cao ở thời kỳ này (giá trị đồng tiền trong nước cao) dẫn đến hàng hóa công nghiệp sản xuất ra không thể cạnh tranh với thị trường bên ngoài, làm tổn hại đến xuất khẩu, thu ngoại tệ. Và thứ tư, với những nước thị trường nội địa nhỏ hẹp, không đủ vận hành nền kinh tế (như Singapore) thì việc thực hiện chiến lược này càng tỏ ra kém hiệu quả.

Như vậy, chiến lược công nghiệp hóa thay thế nhập khẩu chẳng những không đáp ứng được nhu cầu ngoại tệ để thực hiện quá trình công nghiệp hóa mà còn xóa đi tính cạnh tranh - một yếu tố cực kỳ quan trọng cho sự phát triển.

Đứng trước tình hình đó, cùng với sự xuất hiện các nhân tố mới có tính chất quốc tế như sự thành công của NICs trong quá trình chuyển đổi sang nền kinh tế hướng ngoại và xu hướng đầu tư ra nước ngoài của một số nước phát triển, các nước ASEAN

đã mạnh dạn thay đổi chiến lược công nghiệp hóa từ thay thế nhập khẩu sang hướng về xuất khẩu (Export oriented industrialization) để tận dụng nguồn vốn của nước ngoài có tính đến kinh nghiệm của các nước đi trước.

Tùy thuộc vào tình hình cụ thể của mỗi nước mà quá trình chuyển đổi trên đây diễn ra khá khác nhau (biểu 1)

Biểu 1 Mốc thời điểm thực hiện chiến lược công nghiệp hóa của các nước ASEAN

Tên nước	Năm thực hiện chiến lược CNH	
	thay thế NK	hướng về XK
Singapore	1961	1965
Indonesia	1967	1982
Thái Lan	1962	1972
Malaysia	1958	1968
Philippines	1946	1970

Nguồn: RIM Pacific Business and Industries, Vol I, 1993.

Nước chuyển đổi sớm nhất là Singapore do thị trường trong nước quá nhỏ hẹp. Sau khi tách khỏi Liên bang Malaysia, chính phủ nước này đã lựa chọn ngay chiến lược công nghiệp hóa hướng về xuất khẩu. Còn Indonesia do thị trường trong nước rộng lớn, lại thêm trình độ phát triển kinh tế thấp hơn và phải mất một thời gian để quốc hữu hóa và xây dựng các xí nghiệp quốc doanh, mãi đến năm 1982, chính phủ nước này mới chính thức quyết định chuyển đổi sang nền kinh tế hướng ngoại.

Bản chất của chiến lược công nghiệp hóa hướng về xuất khẩu là căn cứ vào nhu cầu của thị trường thế giới và lợi thế so sánh của từng nước để điều chỉnh cơ cấu công nghiệp một cách hợp lý và có hiệu quả.

So với chiến lược công nghiệp hóa thay thế nhập khẩu, chiến lược công nghiệp hóa hướng về xuất khẩu tỏ ra hơn hẳn ở chỗ: thứ nhất, giải quyết sự thiếu hụt ngoại tệ nhờ xuất khẩu các mặt hàng chế tạo; thứ hai, từ thị trường trong nước mở ra thị trường quốc tế, mức độ tiêu thụ tăng lên cho phép mở rộng quy mô sản xuất, tạo thêm công ăn việc làm; thứ ba, thúc đẩy nhanh tốc độ cạnh tranh, buộc các xí nghiệp phải "cạnh tranh" để thích nghi với những đòi hỏi gay gắt của thị trường quốc tế.

Với ý nghĩa đó, đến đầu những năm 70, hầu hết các nước ASEAN đều đã chuyển sang nền kinh tế hướng ngoại, phong trào khuyến khích xuất khẩu phát triển sôi động như một làn sóng cách mạng. Ở thời kỳ này, người ta dễ dàng bắt gặp những cụm từ như "xuất khẩu hay là chết", "tất cả cho

xuất khẩu..." trong nhiều chủ trương đường lối phát triển ngoại thương của các nước.

Để thực hiện chiến lược trên đây, một vấn đề quan trọng là lựa chọn một cơ cấu hàng xuất khẩu hợp lý, cho phép phát huy lợi thế so sánh của mỗi nước, mà trước hết là dựa vào nguồn tài nguyên thiên nhiên và lao động sẵn có. Do đó, từ chỗ xuất khẩu các mặt hàng sơ cấp là chủ yếu, bao gồm các nguyên liệu thô và sản phẩm nông nghiệp, các nước ASEAN đã chuyển sang xuất khẩu các sản phẩm công nghiệp nhẹ cần nhiều lao động như hàng dệt, may mặc, giày dép, chế biến nông sản phẩm... và sau này, khi đã tích lũy được tương đối nguồn tư bản, trình độ công nghệ và tay nghề tăng lên, một số nước đã chuyển sang xuất khẩu những sản phẩm kỹ thuật cao như bán dẫn, máy chính xác, điện tử cao cấp...

Cho đến năm 1988 đã có 6,3% sản phẩm chế tạo nhập khẩu vào Mỹ; 12,9% sản phẩm chế tạo nhập khẩu vào Nhật, và 10,7% nhập khẩu vào EC là từ các nước ASEAN. Sự biến đổi trong cơ cấu hàng xuất khẩu các nước được thể hiện qua biểu 2:

Biểu 2: Sự biến đổi trong cơ cấu hàng xuất khẩu của các nước ASEAN, (%).

Tên nước	Sản phẩm chế tạo				Sản phẩm sơ cấp			
	1960	1985	1990	1992	1960	1985	1990	1992
Singapore	26,0	52,3	73,0	77,8	74,0	47,7	27,0	22,2
Indonesia	0,0	13,7	36,0	48,5	100,0	86,3	64,0	51,5
Thái Lan	2,0	41,0	64,0	66,5	98,8	59,0	36,0	33,5
Malaysia	6,0	31,5	44,0	65,6	94,0	68,5	56,0	34,4
Philippines	4,0	31,9	52,0	43,6	96,0	68,1	48,0	56,4

Nguồn "Trade and Investment Policies in East Asian" Mokoto Sukurai, 1994.

Tùy theo vào điều kiện cụ thể và hoàn cảnh của mỗi nước mà quá trình thay đổi cơ cấu hàng xuất khẩu diễn ra có khác nhau.

Với mức độ đầu tư cao và sự can thiệp nhiều của chính phủ, Singapore để sớm lựa chọn một cơ cấu hàng xuất khẩu hợp lý. Quá trình công nghiệp hóa ở nước này diễn biến theo hai giai đoạn: giai đoạn 1965 - 1980, tập trung phát triển một số ngành công nghiệp ưu tiên như lọc dầu, sản xuất đàn khoan, đóng sửa tàu, chế tạo phụ tùng và lắp ráp xe hơi, máy kéo, đồ điện và điện tử... Giai đoạn 1980 đến nay, Singapore chuyển sang đầu tư mạnh vào các ngành kỹ thuật cao như thiết bị điện tử cao cấp, máy chính xác, hóa chất và công nghệ sinh học...

Ở Thái Lan, thời kỳ đầu chủ yếu là xuất khẩu nguyên liệu thô và sản phẩm nông nghiệp, sau đó chuyển sang sản xuất các mặt hàng chế biến mà chính phủ Thái đã xác định rõ ràng. Đó chính là "lối đi ra thế giới

phù hợp nhất". Do đó đầu tư trong thập niên 80 được ưu tiên mạnh cho ngành công nghiệp chế biến thực phẩm. Ngoài ra, những nỗ lực trong sản xuất hàng tiêu dùng thông thường, không yêu cầu kỹ thuật cao cũng đã đem lại cho Thái Lan kết quả tốt đẹp và một nguồn ngoại tệ đáng kể. Bên cạnh đó, với lợi thế giá nhân công rẻ, các sản phẩm công nghiệp sử dụng nhiều lao động như hàng dệt, may mặc, giày dép, đồ gia dụng cũng chiếm một tỷ lệ thích đáng.

Ở Indonesia, trước những năm 80, chủ yếu là xuất khẩu dầu mỏ, khí đốt và lâm sản. Sau đó, do sự giảm giá mạnh các mặt hàng này trên thị trường thế giới đã buộc chính phủ phải chú ý đến những mặt hàng xuất khẩu không phải dầu mỏ như hàng dệt, quần áo, chế biến nông sản... Nếu năm 1981 hàng xuất khẩu không phải dầu mỏ chỉ chiếm 17,7% tổng giá trị hàng xuất khẩu của Indonesia thì đến năm 1991, con số này đã lên tới 63%.

Ở Malaysia, từ các mặt hàng xuất khẩu quen thuộc là thiếc, cao su (năm 1970, chiếm tới 70% tổng thu nhập nhờ xuất khẩu), họ đã chuyển sang xuất khẩu các sản phẩm cần nhiều lao động như hàng dệt, quần áo



từ lâu, các nước ASEAN đều cho rằng thị trường Mỹ, Nhật Bản, Tây Âu là quan trọng nhất. Đặc biệt là thị trường Mỹ với hơn 250 triệu dân lại có sức tiêu dùng rất lớn, Mỹ thực sự trở thành một thị trường hấp dẫn và béo bở cho bất cứ nước nào muốn thành công trong xuất khẩu. Cho đến năm 1990 có tới 21,2% hàng hóa nhập khẩu vào Mỹ; 19,6% hàng hóa nhập khẩu vào EC là từ các nước ASEAN. Những năm gần đây do nhiều biến động mới của nền kinh tế thế giới gắn liền với xu thế toàn cầu hóa và khu vực hóa, ASEAN đã chủ trương mở rộng ra các thị trường NICs, Trung Quốc, Nam Mỹ, Trung Đông, Nga và Đông Âu. Trong đó NICs là một trong những bạn hàng quan trọng hiện nay của ASEAN.

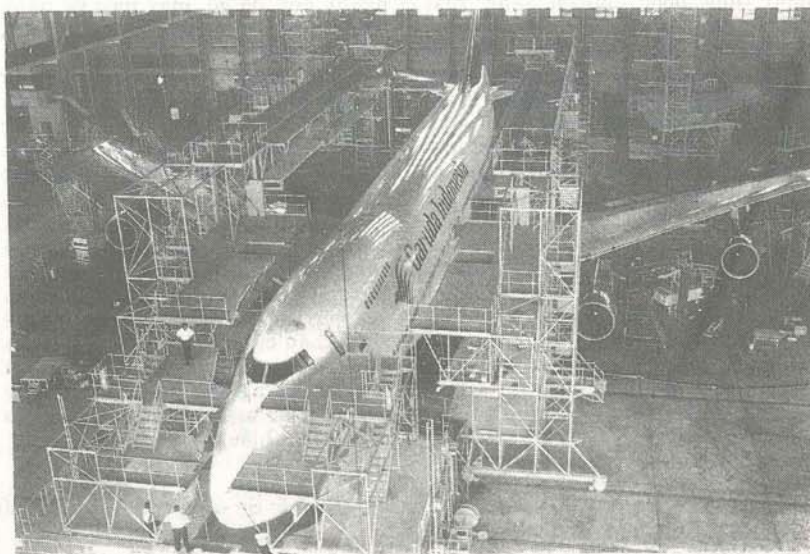
Để thực hiện chiến lược công nghiệp hóa hướng về xuất khẩu, chính phủ các nước ASEAN đã áp dụng một hệ thống các chính sách kinh tế, tài chính tiền tệ nhằm thúc đẩy nhanh nhịp độ xuất khẩu.

Trước hết phải kể đến: chính sách thu hút vốn đầu tư của nước ngoài đã được ASEAN đề xuất rất sớm, ngay từ khi còn thực hiện chiến lược công nghiệp hóa thay thế hàng nhập khẩu. Chẳng hạn ở Malaysia vào năm 1958, chính phủ đã đưa ra những chính sách khuyến khích cụ thể để kích thích đầu tư của nước ngoài vào các ngành sản xuất chế tạo. Cũng từ năm 1958, ở Indonesia đã thông qua một đạo luật liên quan đến tư bản nước ngoài và đến năm 1967 thì luật đầu tư nước ngoài đã được công bố. Ở Thái Lan, luật đầu tư nước ngoài được thông qua năm 1972... Nhưng phải nói luật đầu tư của các nước ASEAN chỉ thực sự đi vào cuộc sống và phát huy hết tác dụng nhất là từ sau khi thực hiện chuyển đổi sang nền kinh tế hướng ngoại.

6 PHÁT TRIỂN KINH TẾ

Sẵn có nhiều lợi thế như tài nguyên phong phú, giá nhân công rẻ, chính trị ổn định ... lại thêm trong quá trình thực hiện, luật đầu tư thường xuyên được xem xét, điều chỉnh theo hướng ngày một thoáng hơn, nới rộng quyền lợi cho các chủ đầu tư, mà nguồn vốn đầu tư trực tiếp của nước ngoài đổ vào các nước ASEAN liên tục tăng lên, chủ yếu là từ Mỹ, Nhật Bản, Tây Âu ở giai đoạn trước 1990. Trong vòng 20 năm (1967 - 1987), tổng số vốn đầu tư trực tiếp của nước ngoài vào ASEAN là 32,85 tỷ USD. Như thế mỗi năm các nước này thu hút một nguồn vốn tư bản trực tiếp là 1,64 tỷ USD. Bình quân đầu người nhận được 10 USD vào năm 1987, là mức tiếp nhận đầu tư thuộc hàng cao nhất so với các nước đang phát triển cùng thời kỳ.

Bước qua những năm đầu của thập kỷ 90, NICs trở thành khu vực đầu tư quan trọng vào các nước ASEAN. Năm 1994 tổng đầu tư của NICs (không kể Singapore) đã chiếm 44,6% trong tổng đầu tư của Indonesia, 21,0% của Thái Lan; 36,7% của Philippines và 29,9% của Malaysia. Trong khi đó, đầu tư của Nhật, Mỹ, Tây Âu vào khu vực này vẫn tăng lên nhưng tốc độ không lớn lắm. Chẳng hạn, theo số liệu của Tổ chức xúc tiến ngoại thương Nhật Bản (Jetro), năm 1990, đầu tư của Nhật Bản vào ASEAN tăng 7,8% so với năm trước đó; 1991: 8,8%; 1992: 11,33% và 1993: 7,9%. Nhìn chung trong gần 30 năm qua, đầu tư trực tiếp của nước ngoài vào khu vực ASEAN vẫn luôn giữ được tốc độ tăng trưởng liên tục. Số liệu những năm cuối cùng được phản ánh ở biểu 3.



trị số 1 về xuất khẩu gạo trên thế giới, Chính phủ Thái, thông qua Ngân hàng nông nghiệp (BAAC) mỗi năm sẵn sàng dành trên 200 triệu USD để trợ giá. Ở Indonesia, chính phủ cho phép các công ty sản xuất hàng xuất khẩu được nhập trực tiếp từ những nguồn rẻ nhất mà không phải nộp thuế nhập khẩu hay bất cứ một loại thuế gì. Đồng thời Indonesia cũng thực hiện một chương trình giảm thuế cho những nhà xuất khẩu và các biện pháp nhằm cải cách thủ tục hải quan. Ở Malaysia, ngay từ cuối những năm 60, chính phủ đã thực hiện các biện pháp trợ cấp xuất khẩu, khấu hao nhanh và miễn thuế, cho vay để đầu tư v.v...

Để thúc đẩy xuất khẩu, các khu

Nhằm mục đích khuyến khích xuất khẩu, ngoài những biện pháp kinh tế, kỹ thuật, các nước ASEAN còn vận dụng các giải pháp về tài chính như nới lỏng ngoại hối, tỷ giá khuyến khích xuất khẩu thể hiện ở việc phá đồng tiền trong nước để giá cả sản phẩm trở nên rẻ hơn trên thị trường thế giới, làm tăng khả năng cạnh tranh của các hàng hóa xuất khẩu. Thí dụ, ở Thái Lan đã hai lần thực hiện phá giá đồng baht (năm 1981 và 1983), gắn đồng baht với 5 đồng tiền mạnh, hay ở Indonesia cũng 2 lần phá giá đồng rupi (năm 1978 và 1983).

Bằng nhiều hình thức khuyến khích trên đây, mà trong 3 thập kỷ qua, tỷ trọng giá trị xuất khẩu so với tổng sản phẩm quốc nội của các nước ASEAN không ngừng tăng lên, phản ánh mức độ mở cửa của toàn khu vực (biểu 4).

Biểu 4: Mức độ mở cửa của các nước ASEAN (tỷ trọng hàng xuất khẩu trong GDP) %

Tên nước	1970	1980	1990
Singapore	78,8	176,3	153,4
Indonesia	11,2	34,4	28,7
Thái Lan	9,5	20,8	34,4
Malaysia	39,8	56,0	69,9
Philippines	10,9	15,8	20,1
ASEAN (trừ Brunei)	19,0	40,7	49,9

Nguồn: Những vấn đề kinh tế thế giới, 6.1993, trang 35.

Bước qua thập niên 90, do điều kiện thị trường thế giới và trong nước đã có nhiều thay đổi, các nước ASEAN nhận thấy không thể tiếp tục xuất khẩu mãi các sản phẩm có tính cạnh tranh cao nhờ giá nhân công rẻ, mà

Biểu 3: Đầu tư trực tiếp của nước ngoài ở ASEAN (triệu USD)

Tên nước	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
ASEAN (trừ VN và Brunei)	6.972	9.736	10.857	12.958	13.362	14.840	14.947
Singapore	2.317	3.368	2.883	4.287	4.872	5.456	1.652
Indonesia	682	1.093	1.482	1.774	1.474	1.565	4.254
Thái Lan	1.730	2.389	1.848	1.981	1.202	1.382	1.452
Malaysia	1.668	2.332	4.073	4.118	4.677	4.477	6.068
Philippines	475	554	517	798	1.137	1.961	1.521

Nguồn: ASEAN Macroeconomic Outlook 1995 - 1996.

Ngoài các biện pháp để thu hút vốn đầu tư của nước ngoài nhằm thúc đẩy xuất khẩu, chính phủ các nước ASEAN đều thực hiện một chính sách trợ cấp đối với các nhà sản xuất hàng xuất khẩu. Thí dụ ngay từ năm 1983 ở Thái Lan, chính phủ đã thực hiện một chương trình giảm và miễn thuế nhập khẩu cho các nhà xuất khẩu. Các sản phẩm xuất khẩu không những được ưu tiên vay vốn mà còn luôn được xem xét trợ giá để có sức cạnh tranh. Chẳng hạn, để duy trì vị

thế xuất đã ra đời và hoạt động có hiệu quả như khu thương mại tự do (Free Trade Zones) của Malaysia, khu chế xuất Chiang Mai, Bangpoo, Lean Chabang... của Thái Lan... mà trong đó dành những ưu đãi đặc biệt cho nhập khẩu các yếu tố đầu vào, thuế và các khoản đầu tư. Ngoài ra, để chuyển dần sang xuất khẩu những sản phẩm kỹ thuật cao, một loạt các khu công nghiệp kỹ thuật cao đã được xây dựng ở Singapore, Thái Lan, Malaysia...

phải từng bước chuyển sang xuất khẩu các sản phẩm kỹ thuật cao hơn, đòi hỏi chất xám nhiều hơn. Nếu như ở thời kỳ trước đây, các ngành này chủ yếu tập trung ở Singapore thì những năm gần đây xuất hiện ngày càng nhiều hơn ở các nước khác như Malaysia, Thái Lan. Ngay cả Indonesia, là một nước đông dân với giá nhân công rẻ và trình độ phát triển kinh tế còn thấp hơn mà chính phủ nước này cũng đã suy nghĩ về điều đó và đang bắt đầu thực hiện những dự án cho sự phát triển những ngành kỹ thuật cao. Các ngành công nghiệp hàng đầu và các giải pháp mang tính chiến lược đã được đề cập trong chương trình phát triển kinh tế của mỗi nước, cụ thể:

Singapore: Phát triển kỹ thuật thông tin, in ấn, vi tính, dữ liệu và viễn thông.

Indonesia: 149 mặt hàng bao gồm những ngành như thực phẩm, dệt, hóa chất và vật liệu xây dựng sẽ trở thành những sản phẩm xuất khẩu chủ yếu; 8 lĩnh vực được đầu tư mạnh là hàng không dân dụng, vận tải biển, đường bộ, điện tử và viễn thông, năng lượng, an ninh quốc phòng, xây dựng dân dụng và nông nghiệp, và đưa 10 công ty quốc gia đi vào hoạt động.

Thái Lan: Đa dạng hóa mẫu dịch và cơ cấu sản xuất. Tăng cường phát triển khoa học và kỹ thuật, nâng cao năng suất lao động và tính cạnh tranh, giảm bớt sự độc quyền và bảo hộ sản xuất trong nước. Tập trung vào các ngành hóa dầu, năng lượng và điện tử là những ngành có nhiều tiềm năng tăng trưởng.

Malaysia: Phát triển những ngành có trị giá gia tăng cao, củng cố các mối quan hệ trong nội bộ ngành công nghiệp bằng cách tăng tư bản và các ngành sản xuất sản phẩm trung gian. Mục tiêu là tăng năng suất lao động, tăng tính cạnh tranh thông qua hợp lý hóa, hiện đại hóa và các biện pháp khác đối với các

ngành dệt, đồ gỗ, máy móc và năng lượng, thép tròn, sửa chữa tàu biển, lắp ráp xe hơi...

Philippines: Tăng cường đầu tư cho các lĩnh vực sản xuất có tính cạnh tranh cao. Phát triển kỹ thuật công nghệ và dịch vụ để hỗ trợ cho phát triển nông nghiệp. Tăng năng suất lao động và lợi tức ở tất cả các ngành.

Tóm lại, với một cơ cấu xuất khẩu ngày càng hoàn thiện, phù hợp với đòi hỏi của thị trường thế giới và các giải pháp để nâng cao tính hiệu quả của tất cả các ngành mà giá trị xuất khẩu của các nước ASEAN vẫn tiếp tục tăng lên ở những năm 90 với tốc độ thường cao hơn tốc độ tăng trưởng. Đặc biệt đạt mức kỷ lục vào năm 1995 (biểu 5)

trong khu vực càng trở nên quan trọng. Ngoài ra, cũng như nhiều nước phát triển khác, việc xuất khẩu hàng hóa công nghiệp vào thị trường các nước phát triển đang gặp những khó khăn do các hình thức bảo hộ mẫu dịch ngày càng gia tăng. Do đó, không thể chỉ có hướng ngoại, ở nhiều nước đang có xu hướng điều chỉnh cân bằng giữa các ngành công nghiệp hướng về xuất khẩu và các ngành thay thế nhập khẩu. Tuy nhiên việc thực hiện song hành hai chiến lược này không thể tránh khỏi những mâu thuẫn buộc các nước phải có những tính toán, cân nhắc kỹ càng.

Thứ hai, mối quan hệ hợp tác kinh tế giữa các nước ASEAN ngày càng tăng, đặc biệt thông qua AFTA

Biểu 5: Sự tăng trưởng xuất khẩu 91 - 95 của các nước ASEAN (%)

Tên nước	1991	1992	1993	1994	1995	1996 (dự báo)
Singapore	7,0	1,4	15,6	18,4	18,7	15,0
Indonesia	10,5	14,0	8,3	8,5	12,0	15,0
Thái Lan	24,9	12,7	14,3	17,0	23,0	20,0
Malaysia	18,6	10,9	17,1	10,4	20,0	20,0
Philippines	7,3	11,1	15,8	15,0	27,9	21,0

Nguồn: RIM Pacific Business and Industries, Vol IV, 1995, số 30.

Như vậy, thực thi chiến lược công nghiệp hóa hướng về xuất khẩu là một việc làm thật khó khăn buộc các nước phải cải tổ triệt để cơ cấu sản xuất nhằm phát triển khu vực chế tạo đủ sức cạnh tranh quốc tế. Sau hơn 20 năm thực hiện chiến lược này, phải nói rằng các nước ASEAN đã thành công. Chính điều đó tác động trực tiếp lên tốc độ tăng trưởng liên tục của khu vực này trong suốt mấy chục năm qua. Tuy nhiên bước sang giai đoạn mới một số vấn đề đặt ra cần tiếp tục giải quyết đó là:

Thứ nhất, với tốc độ tăng trưởng cao trong nhiều năm, nền kinh tế các nước ASEAN đã có một độ vững vàng nhất định, tiêu dùng trong nước và

mà chương trình CEPT là nòng cốt. Việc thực hiện chương trình này sẽ tạo thuận lợi để các nước ASEAN buôn bán với nhau, củng cố thị trường nội bộ chống lại các hàng rào mẫu dịch từ bên ngoài... Bên cạnh đó việc thực hiện CEPT cũng sẽ tác động lớn đến cơ cấu các ngành hàng xuất khẩu và nhập khẩu của các nước ASEAN. Điều đó đòi hỏi các nước phải sắp xếp lại cơ cấu các ngành theo một trật tự như thế nào để vừa phù hợp với lợi thế so sánh và trình độ phát triển kinh tế của mỗi nước vừa phát huy được thế mạnh của toàn khu vực.

Và cuối cùng, một khó khăn khác là do cơ sở hạ tầng của nhiều nước ASEAN còn yếu (Thái Lan, Indonesia...) lại thiếu lao động có trình độ chuyên môn cao. Tất cả những điều đó sẽ gây khó khăn cho tiếp nhận đầu tư, sản xuất hàng xuất khẩu, đặc biệt là những sản phẩm kỹ thuật cao.

Cơ cấu kinh tế VN đang chuyển biến theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Việc nghiên cứu kinh nghiệm của các nước đi trước, nhất là những nước trong cùng khu vực ASEAN vốn có nhiều nét tương đồng và mối quan hệ chặt chẽ với ta là điều bổ ích và cần thiết. Với tinh thần đó, việc phân tích quá trình chuyển đổi từ nền kinh tế hướng nội sang hướng ngoại của các nước ASEAN trên đây thiết tưởng cũng mang một ý nghĩa nhất định.



8 PHÁT TRIỂN KINH TẾ