

CHÍNH SÁCH THúc ĐẨY XUẤT KHẨU CỦA THÁI LAN VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM CHO VIỆT NAM

Ths. Trần Lan Hương

Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: lanhuong1702@gmail.com

TS. Trần Tuấn Linh

Tập đoàn Sông Đà

Email: linh29@gmail.com

Hoạt động xuất khẩu là một trong những nội dung cơ bản của hoạt động thương mại quốc tế. Thông qua hoạt động xuất khẩu, các quốc gia tham gia vào hệ thống phân công lao động quốc tế, chuyên môn hóa sản xuất trên cơ sở phát huy lợi thế so sánh của mình và nhờ đó có thể thu được những lợi ích to lớn cho nền kinh tế. Trong quá trình phát triển kinh tế, Thái Lan đã có sự chuyển hướng mang tính chiến lược từ công nghiệp hóa hướng nội - thay thế nhập khẩu sang công nghiệp hóa theo chiến lược hướng ngoại - hướng về xuất khẩu vào những năm 1970. Thực tế, hoạt động xuất khẩu không chỉ góp phần thúc đẩy tăng trưởng, mà còn thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tạo thêm nhiều việc làm mới và đưa nền kinh tế Thái Lan hội nhập sâu rộng vào đời sống kinh tế quốc tế. Mục tiêu bài viết là đi sâu nghiên cứu chính sách thúc đẩy xuất khẩu của Thái Lan, rút ra những bài học để góp phần hoàn thiện những chính sách và giải pháp nhằm thúc đẩy hoạt động xuất khẩu của Việt Nam theo hướng đa dạng và ngày càng có hiệu quả hơn trong hội nhập kinh tế quốc tế.

Từ khóa: Công nghiệp hóa, xuất khẩu, Thái Lan

Về lý thuyết, công nghiệp hóa hướng về xuất khẩu mà Thái Lan khác với giai đoạn thay thế nhập khẩu trước đó ở những nội dung cơ bản liên quan đến việc thay đổi nguồn lực: 1) lấy thị trường nước ngoài thay cho thị trường trong nước; 2) xuất khẩu những sản phẩm mà thị trường thế giới có nhu cầu thay cho việc xuất khẩu những thứ mà Thái Lan có sẵn; 3) lấy lợi thế so sánh làm cơ sở thay cho nhu cầu phải có những loại sản phẩm nào đó. Trên cơ sở lý thuyết ấy, mô hình hướng về xuất khẩu của Thái Lan về cơ bản dựa trên những phân tích về xu hướng quốc tế hóa đời sống kinh tế dưới tác động của cách mạng khoa học - kỹ thuật hiện đại tạo ra và cách lựa chọn một cơ cấu kinh tế không cân đối để hình thành các cực tăng trưởng dựa trên những lợi thế so sánh trong quan hệ ngoại thương.

Về thực tế, mô hình hướng về xuất khẩu của Thái Lan có một số đặc trưng nổi bật sau: Thứ nhất, quá trình hướng về xuất khẩu được bắt đầu từ việc khai

thác các thế mạnh của nền kinh tế, tạo ra những lĩnh vực phát triển có lợi thế so sánh trên thị trường khu vực và thế giới. Đó là lợi thế về nguồn lao động dồi dào giá rẻ, với những sản phẩm khởi đầu là hàng nông sản và khoáng sản. Thứ hai, toàn bộ hệ thống chính sách đều tập trung chủ yếu vào việc khuyến khích tăng cường xuất khẩu. Các chính sách khuyến khích xuất khẩu ở Thái Lan đều dựa trên nguyên lý chung là bảo đảm cho các nhà sản xuất có lợi hơn nếu bán sản phẩm của họ ra nước ngoài.

1. Hoạt động xuất khẩu của Thái Lan trong hội nhập kinh tế quốc tế

1.1. Chính sách và giải pháp thúc đẩy xuất khẩu

1.1.1. Giai đoạn từ 1972 đến 1997

Thái Lan đã thực thi nhiều chính sách thúc đẩy xuất khẩu, điều này đã tạo nên thành công cho hoạt động xuất khẩu của Thái Lan trong giai đoạn đầu hội nhập:

a. Chính sách xúc tiến xuất khẩu

Cơ quan tiến hành hoạt động xúc tiến xuất khẩu của Thái Lan trực thuộc sự quản lý trực tiếp của Bộ Thương mại Thái Lan và là cơ quan có vai trò quan trọng của chính phủ. Trong những năm qua, nhiệm vụ chính của Cục xúc tiến xuất khẩu Thái Lan bao gồm:

Phát triển thương hiệu quốc gia Thái Lan thông qua việc nâng cao nhận thức và sự tin tưởng của người tiêu dùng vào các sản phẩm của Thái Lan. Thương hiệu sẽ được xây dựng nhằm tạo dựng hình ảnh Thái Lan như những nhà sản xuất và xuất khẩu hiệu quả đối với nhiều hàng hóa và dịch vụ chất lượng cao. Đến nay, gần 1000 doanh nghiệp đã đăng ký với chương trình để sử dụng thương hiệu quốc gia cùng với thương hiệu của mình.

Điều hành chương trình giải thưởng xuất khẩu của Thái Lan và của Thủ tướng Chính phủ: Chính phủ Thái Lan thông qua Cục xúc tiến xuất khẩu, Bộ Thương mại thực hiện chương trình giải thưởng xuất khẩu cho những nhà xuất khẩu. Giải thưởng xuất khẩu được trao cho những nhà sản xuất hàng hóa và cung cấp dịch vụ tốt nhất để đảm bảo chất lượng hàng hóa và dịch vụ của Thái Lan trên thị trường thế giới.

b. Chính sách thị trường

Chính sách thị trường luôn là một phần quan trọng trong chính sách thương mại Thái Lan. Thái Lan hiện có quan hệ thương mại với trên 170 nước và xuất khẩu nhiều mặt hàng quan trọng như: nông sản, thực phẩm chế biến, các mặt hàng chế tạo, hàng dệt may, hóa chất... Các đối tác thương mại của Thái Lan cũng rất đa dạng, từ các nước phát triển đến các nước đang phát triển ở nhiều châu lục. Tuy nhiên, thị trường xuất khẩu chủ yếu của Thái Lan vẫn là các nước công nghiệp phát triển như: Mỹ, Nhật Bản, các nước Liên minh EU, sau đó đến các nước Đông Bắc Á (Hồng Kông, Đài Loan, Hàn Quốc), rồi đến các quốc gia trong hiệp hội ASEAN và Trung Quốc... Mỹ chiếm vị trí đầu tiên trong buôn bán của Thái Lan với hơn 80% hàng hóa xuất khẩu tới Mỹ là các mặt hàng chế tạo (hàng dệt may, linh kiện máy tính, hàng điện tử, đồ hộp...). Còn với thị trường Nhật Bản và EU, Thái Lan chủ yếu xuất khẩu các mặt hàng dệt may, cao su, đồ gỗ, hàng thủy sản, các linh kiện điện tử, máy vi tính,...

Trong khi buôn bán của Thái Lan với các nước công nghiệp phát triển ngày càng tăng thì buôn bán

với các nước đang phát triển vẫn tiến triển chậm. Điều này được giải thích bởi nhiều lý do, trong đó có nguyên nhân về cơ cấu buôn bán trùng lặp giữa Thái Lan và các nước đang phát triển khác, đặc biệt là các nước trong hiệp hội ASEAN. Tuy nhiên, từ nửa sau những năm 1990 trở lại đây, buôn bán của Thái Lan với các bạn hàng trong Hiệp hội ASEAN có xu hướng tăng lên do những điều kiện ưu đãi về thuế quan mang lại, đồng thời đây vừa là thị trường tiêu thụ, vừa là nơi cung cấp nguyên liệu cho nền công nghiệp hướng tới xuất khẩu trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế và khi nguồn tài nguyên thiên nhiên có xu hướng ngày càng cạn kiệt. Do đó, các nước ASEAN cũng đang trở thành các đối tác thương mại ngày càng quan trọng của Thái Lan với tỷ lệ đạt từ 21-24% trong tổng xuất khẩu của nước này những năm gần đây.

c. Chính sách sản phẩm

Chính sách sản phẩm của Thái Lan là cơ sở để xác định cơ cấu hàng hóa xuất khẩu nhập khẩu. Trong lịch sử đã có những bằng chứng về sự thành công hay thất bại của một chiến lược phát triển kinh tế gắn liền với việc xác định chiến lược sản phẩm. Chính sách sản phẩm là việc cụ thể hóa những lợi thế so sánh của đất nước trong buôn bán quốc tế, trong đó, sự uyển chuyển trong việc thay đổi cơ cấu hàng hóa xuất nhập khẩu phản ánh sự phản ứng của một nước đối với sự biến đổi của lợi thế so sánh của nước đó.

Hoạt động xuất khẩu của các nước đang phát triển, ngoại trừ một số nước giàu tài nguyên như các nước xuất khẩu dầu mỏ, còn hầu hết các nước đang phát triển khác, trong đó có Thái Lan, sở dĩ đạt được những thành công trong phát triển kinh tế là nhờ chuyển từ xuất khẩu sản phẩm sơ chế sang các mặt hàng chế tạo. Khu vực sản xuất nông nghiệp chiếm tỷ lệ khá cao trong GDP (44-56%) trong những năm 1986, đã giảm xuống rất nhanh tới mức dưới 20% năm 1995. Ngược lại, ngành chế tạo máy có tỷ lệ tăng trưởng nhanh, từ dưới 4% năm 1979 lên hơn 40% năm 1998. Sự phát triển trong ngành chế tạo máy và thiết bị văn phòng (đặc biệt là đĩa cứng và các thiết bị máy tính khác) cũng như trong ngành viễn thông và sản xuất máy móc điện tử khác (đặc biệt là sản xuất mạch IC) gây được ấn tượng mạnh. Các lĩnh vực chế tạo khác cũng đạt mức tăng trưởng cao trong suốt hai thập kỷ qua, tăng mạnh vào đầu thập niên 1990 và trở thành một trong những lĩnh vực đóng góp quan trọng trong cơ cấu xuất khẩu của

Thái Lan.

d. Chính sách tỷ giá

Trong lĩnh vực xuất khẩu, tỷ giá hối đoái có vai trò cực kỳ quan trọng. Trong thực tế, vận động của tỷ giá hối đoái ở Thái Lan trong suốt một thời gian dài cho thấy, các cơ quan chức năng ở Thái Lan luôn tìm cách giữ cho đồng Baht có một tỷ giá tương đối ổn định so với USD. Điều này một mặt chứng tỏ USD có ảnh hưởng to lớn đối với sự phát triển kinh tế ở Thái Lan, mặt khác cho thấy về chủ quan, Thái Lan mong muốn lấy USD đảm bảo cho giá trị của đồng nội tệ.

Trong suốt 10 năm từ 1970 đến 1980, đồng Baht của Thái luôn dao động ở mức 20 – 20,8 Baht/1 USD. Từ 1981 đến 1984, tỷ giá có nhích hơn một chút nhưng chỉ dao động trong khoảng 21,82–23,64 Baht/1 USD. Ngoại trừ năm 1985, tỷ giá nhích lên tới 27,13 Baht/1USD, còn lại suốt từ năm 1986 cho đến 1996, tỷ giá hối đoái giữa đồng Baht và USD luôn dao động ở mức trên dưới 25 – 26 Baht/1 USD.

Việc cố định không chính thức vào USD hay sự ổn định tỷ giá hối đoái đã có mặt tích cực của nó, đó là góp phần vào sự tăng trưởng của khu vực xuất khẩu và kích thích các luồng đầu tư trực tiếp nước ngoài đổ vào Thái Lan.

e. Chính sách thu hút đầu tư nước ngoài và ưu đãi với sản phẩm xuất khẩu

Thái Lan đã thực hiện những chính sách ưu đãi rất cụ thể dành cho các nhà đầu tư như: miễn thuế nhập khẩu máy móc, thiết bị phục vụ sản xuất trực tiếp cho sản xuất, miễn thuế thu nhập từ 3 đến 5 năm tùy theo khu vực đầu tư, giảm giá tiền thuê đất đai nhà xưởng... Thái Lan đã thông qua Luật khuyến khích đầu tư trong nước và nước ngoài từ đầu những năm 1960 và liên tục bổ sung, điều chỉnh các điều khoản cho phù hợp với từng thời kỳ phát triển kinh tế nhằm tạo hấp dẫn các nhà đầu tư tư nhân trong và ngoài nước. Cụ thể:

Cho phép các nhà đầu tư sở hữu đất đai để tiến hành các hoạt động sản xuất, kinh doanh;

Cho phép các nhà đầu tư đưa tới Thái Lan các chuyên gia và các nhà kỹ thuật để phục vụ cho các dự án phát triển công nghiệp;

Cho phép các nhà đầu tư mang hoặc chuyển ngoại tệ ra nước ngoài.

Tuy nhiên, Thái Lan cũng gặp phải một số khó khăn, hạn chế về xuất khẩu trong thời kỳ này, cụ thể:

Sự cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu trên thị trường: Các ngành dệt, đồ trang sức, thuộc da và đồ may mặc... chiếm phần lớn thị phần xuất khẩu của Thái Lan trước đây nay đều bị suy giảm mạnh mà nguyên nhân là do những mặt hàng xuất khẩu này trong những năm gần đây phải cạnh tranh quyết liệt với các nước lân cận như Trung Quốc, Việt Nam... và những nước xa hơn như Mexico trong việc thâm nhập vào thị trường Mỹ.

Bất cập chính sách tỷ giá với đồng USD: Trong giai đoạn trước khủng hoảng, các nước Đông Á neo giữ tỷ giá cố định so với USD. Với Thái Lan, việc thi hành chính sách tỷ giá hối đoái cố định so với đồng USD đồng nghĩa với việc đánh giá quá cao giá trị của đồng Baht nên đã làm giảm sút năng lực cạnh tranh xuất khẩu của Thái Lan.

Một số yếu kém của một số ngành công nghiệp hướng ra xuất khẩu: Các ngành công nghiệp sử dụng nhiều lao động đã từng thúc đẩy sự tăng trưởng của Thái Lan trong một thời gian dài nay đã lạc hậu. Các ngành sản xuất như dệt, giày dép và đồ chơi... khó có thể phục hồi do sự cạnh tranh của Trung Quốc và các nước khác. Những cố gắng của Thái Lan khi đi theo một số nước châu Á khác nhằm phát triển mạnh thị trường điện tử đã bị thất bại, mặc dù việc sản xuất và xuất khẩu loại hàng hóa này vẫn đang tồn tại, nhưng suy cho cùng thì nền công nghiệp điện tử của Thái Lan về căn bản vẫn là lắp ráp và đóng gói.

1.1.2. Giai đoạn từ 1997 đến nay

Thái Lan tiếp tục thực hiện việc điều chỉnh chính sách để thúc đẩy xuất khẩu cho phù hợp với điều kiện hội nhập sâu rộng hơn vào đời sống kinh tế quốc tế, cụ thể:

a. Điều chỉnh chính sách hỗ trợ xuất khẩu

Từ năm 1999 đến cuối năm 2002, Thái Lan đã ngừng những chương trình hỗ trợ xuất khẩu như cấp tín dụng dài hạn. Tuy nhiên, các chương trình hỗ trợ cho vay xuất khẩu khác của Thái Lan vẫn tiếp tục được duy trì. Các chương trình cho vay xuất khẩu bao gồm: chương trình hỗ trợ vay vốn trước khi giao hàng; hỗ trợ cho vay đối với các hợp đồng xuất khẩu; bảo hiểm tín dụng xuất khẩu, v.v... Nói cách khác, việc điều chỉnh chính sách hỗ trợ xuất khẩu của Thái Lan được thực hiện theo đúng quy định của WTO có tính đến thực tiễn yêu cầu của xuất khẩu trong nước.

b. Chính sách tỷ giá

Khi xảy ra khủng hoảng tài chính – tiền tệ vào năm 1997, đồng Baht bị mất giá ở mức 47,27 Baht/1USD. Tình trạng xuống giá không phanh của đồng Baht Thái Lan đã không còn tạo cho nước này lợi thế cạnh tranh trong xuất khẩu mà còn khiến cho tình trạng hoảng loạn bị đẩy đến cực điểm. Tuy nhiên, từ nửa cuối năm 2008 trở đi, nhờ các can thiệp vĩ mô và sự kiểm soát nguồn vốn khá chặt chẽ của Chính phủ, nên mức độ mất giá của đồng Baht đã được hạn chế chỉ còn khoảng 30% - 40% so với trước khủng hoảng – mức độ “mất giá cạnh tranh” này đủ để kích thích xuất khẩu, đồng thời giúp không chông chát thêm nữa những món nợ nước ngoài.

c. Điều chỉnh cơ cấu tổ chức hoạt động ngoại thương và cải thiện hoạt động của hệ thống ngành hàng xuất khẩu

Xuất khẩu được coi là động lực tăng trưởng kinh tế Thái Lan, nó chiếm tới 70% GDP hàng năm và tập trung vào một số mặt hàng chủ lực, trong đó chỉ riêng 19 mặt hàng đã chiếm 49% tổng kim ngạch xuất khẩu năm 1996. Từ năm 1995 – 1996, xuất khẩu của nước này bị chững lại do giá cả không còn đạt mục cạnh tranh, cơ cấu xuất khẩu không còn phù hợp với nhu cầu thị trường.

Trong điều kiện khả năng tăng năng suất lao động trong nước trước mắt gặp nhiều khó khăn, việc điều chỉnh cơ cấu ngành cần phải có thời gian và nguồn lực nhất định, Chính phủ Thái Lan chủ trương một mặt giảm nhập khẩu, tiết kiệm ngoại tệ, mặt khác tăng cường xuất khẩu trên cơ sở khắc phục những trở ngại đang đặt ra cho các hàng xuất khẩu truyền thống, tăng cường xuất khẩu dịch vụ, tìm kiếm mặt hàng mới, thị trường mới, đa dạng hóa mặt hàng, tiếp tục tự do hóa để nâng cao khả năng cạnh tranh cho hàng xuất khẩu, điều chỉnh chính sách và tổ chức theo hướng có hiệu quả hơn. So với các nước Châu Á, Thái Lan thích việc ban hành các chính sách tác động trực tiếp đến việc thúc đẩy xuất khẩu hơn là các chính sách tác động gián tiếp. Cụ thể là:

Điều chỉnh định hướng xuất khẩu: để có thể gia tăng kim ngạch xuất khẩu một cách nhanh chóng, bên cạnh các thị trường truyền thống mà chủ yếu là các nước công nghiệp phát triển, sau khủng hoảng, Chính phủ Thái Lan rất quan tâm đến việc tìm kiếm thị trường mới, trong đó, đặc biệt chú trọng đến thị trường các nước đang phát triển. Để hỗ trợ xuất khẩu sang các thị trường mới, Chính phủ Thái Lan đã áp dụng nhiều biện pháp như: hỗ trợ một phần lãi

suất tiền vay với mức bù lãi suất là 5% trong vòng 5 năm cho các nhà xuất khẩu sang các thị trường mới, một số doanh nghiệp còn được trợ giúp tiền để tiến hành các hoạt động xúc tiến xuất khẩu ra các thị trường mới (cho đến cuối năm 1999, khoảng 40 doanh nghiệp đã được trợ giúp 7,7 tỷ Baht).

Điều chỉnh cơ cấu thương mại quốc tế: Chính phủ Thái Lan tiếp tục đề cao vai trò của khu vực dịch vụ (hiện chiếm khoảng 50% GDP, so với 40% của khu vực công nghiệp và 10% của khu vực nông nghiệp). Thái Lan cũng là nước đề nghị thúc đẩy hơn nữa tự do hóa thương mại dịch vụ trong ASEAN là vận tải hàng không, dịch vụ kinh doanh, xây dựng, tài chính, vận tải biển, viễn thông và du lịch.

Hỗ trợ các ngành sản xuất phục vụ xuất khẩu: Thứ nhất, đối với các ngành sản xuất hàng xuất khẩu truyền thống như dệt may, thực phẩm đông lạnh, một số hàng nông sản, giày dép, đồ nhựa, đồ trang sức, đá quý... Chính phủ tiếp tục hỗ trợ về vốn và công nghệ cho việc đổi mới mẫu mã, nâng cao chất lượng và sức cạnh tranh quốc tế, giảm thuế nhập khẩu nguyên liệu, máy móc và phụ tùng, giảm thuế giá trị gia tăng và thuế thu nhập, điều chỉnh các chính sách và chiến lược phát triển. Thứ hai, Thái Lan tăng cường xúc tiến việc tìm kiếm các sản phẩm xuất khẩu mới bằng việc chuyển mạnh sang các ngành sản xuất sử dụng công nghệ cao và bám sát nhu cầu thị trường. Thứ ba, tăng cường cải thiện môi trường pháp lý để thu hút FDI, trong đó chú trọng cải cách chính sách thu hút FDI theo phương châm “trải thảm đỏ”, đổi mới quy chế quản lý ngoại hối, ban hành luật phá sản doanh nghiệp, tăng cường sử dụng công cụ thuế nhằm giúp định hướng cho thương mại và đầu tư.

Nhìn chung, những biện pháp khuyến khích sản xuất hàng hóa xuất khẩu của Thái Lan có thể quy về hai nhóm cơ bản: 1) Chính phủ Thái Lan trực tiếp tác động bằng cách đưa ra danh mục những mặt hàng ưu tiên, giảm hoặc miễn thuế nhập khẩu các loại vật tư, nguyên liệu, thiết bị phục vụ cho sản xuất hàng xuất khẩu, hoặc trực tiếp trợ cấp cho các loại hàng hóa xuất khẩu; 2) Chính phủ gián tiếp can thiệp thông qua các công cụ điều tiết về tài chính – tiền tệ nhằm tạo lập môi trường thuận lợi cho hoạt động sản xuất hướng ra thị trường thế giới. Các biện pháp thuộc nhóm này được thực hiện dưới nhiều hình thức như cung cấp tín dụng với lãi suất ưu đãi cho hoạt động sản xuất xuất khẩu; giảm giá nội tệ

khi cần để tăng khả năng cạnh tranh của hàng hóa trên thị trường quốc tế; cung cấp cơ sở hạ tầng kinh tế và pháp lý cho hoạt động xuất khẩu; xây dựng các khu công nghiệp, khu chế xuất để thu hút đầu tư, khuyến khích thu hút FDI và tiếp nhận chuyển giao công nghệ; trợ giúp đào tạo nguồn nhân lực cho hoạt động sản xuất kinh doanh; tổ chức các cơ sở nghiên cứu khoa học – kỹ thuật và khuyến khích áp dụng các tiến bộ kỹ thuật và công nghệ mới vào sản xuất; cung cấp các thông tin cần thiết về thị trường, giá cả; tổ chức hệ thống marketing quốc tế thông qua các cơ quan đại diện thương mại của Thái Lan ở nước ngoài...

1. 2. Kết quả và hạn chế

1.2.1 Kết quả

Kim ngạch ngoại thương tăng nhanh, giá trị xuất khẩu qua các năm đều tăng, góp phần đáp ứng nhu cầu ngoại tệ cho nhập khẩu nhằm giải quyết nhu cầu sản xuất và tiêu dùng trong nước (Bảng 1).

Tăng trưởng xuất khẩu của Thái Lan trong những năm gần đây cũng khá ấn tượng (Bảng 2).

Thực tế hoạt động xuất khẩu trong những năm gần đây luôn đóng vai trò tích cực và trở thành động lực cho sự tăng trưởng kinh tế Thái Lan (Hình 1).

Nhìn chung, trong tiến trình phát triển kinh tế của Thái Lan, tốc độ tăng trưởng hàng năm đạt gần 8% trong những năm 1960 và 7% trong những năm 1970. Trong nửa đầu những năm 1980, tốc độ tăng trưởng giảm xuống còn 5,8%, song đã nhanh chóng đạt được tới 10% trong nửa cuối những năm 1980.

Tăng trưởng GDP hàng năm trong giai đoạn (1961-1986) đạt 7,7%. Từ năm 1987 tốc độ tăng trưởng GDP còn cao hơn, trung bình 9,6% giai đoạn 1987-1996. Thái Lan đã phải đương đầu với cuộc khủng hoảng kinh tế và tài chính 1997 dẫn đến việc suy giảm tăng trưởng với tốc độ tăng trưởng âm 1,8% trong năm 1997. Tuy nhiên, Chính phủ đã thực hiện nhiều biện pháp khác nhau để khôi phục nền kinh tế và nền kinh tế Thái Lan đã có sự phục hồi tăng trưởng từ năm 1999. Đặc biệt trong tình hình kinh tế thế giới có nhiều biến động giai đoạn 2000-2010, Thái Lan có tốc độ tăng trưởng bình quân là 7,7%/năm (Bảng 3).

1.2.2. Hạn chế

Thái Lan phụ thuộc vào thị trường thế giới. Vì vậy, việc phục hồi một số ngành sản xuất hướng vào xuất khẩu như ô tô, điện tử viễn thông, máy tính vẫn phòng là do thị trường Mỹ, Nhật Bản, EU, những đối tác thương mại chủ yếu của Thái Lan đang có nhu cầu phát triển. Một khi những nhu cầu này bị thu hẹp lại thì sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến đà tăng trưởng của Thái Lan. Trước mắt, đã có một số nhân tố tác động mạnh đến nền kinh tế hướng vào xuất khẩu của Thái Lan:

Một số nước nhập khẩu như Mỹ, Liên minh châu Âu (EU) và Nhật Bản có xu hướng tăng cường các hàng rào thương mại, phân biệt đối xử trong việc dành quy chế ưu đãi về thuế quan (GSP);

Xu hướng cạnh tranh về giá cả trên thị trường thế giới ngày càng gay gắt, nhất là đối với nhóm hàng

Bảng 1: Kim ngạch ngoại thương của Thái Lan qua các năm (1997-2009)

Năm	Giá trị (triệu đô la Mỹ)				Tăng trưởng (%)		
	Kim ngạch ngoại thương	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Cán cân thương mại	Kim ngạch ngoại thương	Xuất khẩu	Nhập khẩu
1997	121.51	58.329	63.181	-4.852	-5.21	4.27	-12.55
1998	96.925	54.49	42.435	12.056	-20.23	-6.58	-32.94
1999	108.378	58.464	49.915	8.549	11.82	7.29	17.63
2000	131.805	69.624	62.18	7.444	21.2	19.09	24.57
2001	126.912	65.183	61.729	3.454	-3.71	-6.38	-0.73
2002	132.396	68.156	64.239	3.917	4.32	4.56	4.07
2003	155.074	80.04	75.034	5.006	17.13	17.44	16.8
2004	190.54	96.503	94.037	2.466	22.87	20.57	25.33
2005	229.128	110.938	118.19	-7.252	20.25	14.96	25.68
2006	258.493	129.72	128.772	948	12.82	16.93	8.95
2007	293.824	153.865	139.959	13.906	13.67	18.61	8.69
2008	356.999	177.775	179.223	-1.448	21.5	15.54	28.05
2009	286.09	152.426	133.663	18.763	-19.86	-14.26	-25.42

Nguồn: Bộ Thương mại Thái Lan (2010).

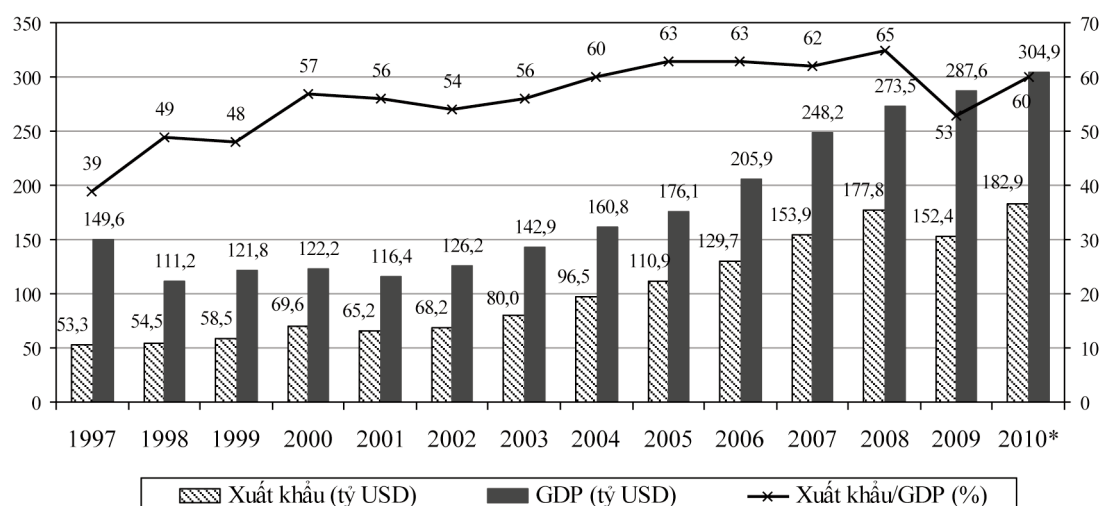
Bảng 2: Tăng trưởng xuất khẩu của Thái Lan so với một số nước

Nước	2009	2010					Đơn vị tiền tệ
		Quý 1	Quý 2	6 tháng đầu năm	Quý 3	Tháng 10	
Hoa Kỳ	-17,9	19,8	24,7	22,3	20,2		Triệu USD
Trung Quốc	-15,9	28,7	40,9	35,1	32,2	22,8	Triệu USD
Nhật Bản	-33,1	43,3	33,2	37,9	17,8	12,3*	Triệu JPY
Hàn Quốc	-13,9	36,9	34,0	34,4	23,7	29,9	Triệu USD
Đài Loan	-20,3	52,5	46,4	49,2	27,2	21,9	Triệu USD
Ấn Độ	-20,3	35,0	33,8	34,3	19,6		Triệu MYR
Malaysia	-16,6	30,8	21,7	26,1	10,4		Triệu USD
Philippines	-21,9	42,9	33,1	37,7	39,8		Triệu USD
Singapore	-18,0	28,2	29,4	28,7	20,3	19,6	Triệu SGD
Việt Nam	-7,2	2,1	33,8	16,4	36,9	24,4	Triệu USD
Thái Lan	-14,2	31,6	41,5	36,6	31,07	15,7	Triệu USD

Nguồn: Bộ Thương mại Thái Lan (2010).

Ghi chú: * tính đến 20/10/2010.

Hình 1: Đóng góp của xuất khẩu trong GDP (1997-2010 est.)



Nguồn: Bank of Thailand

Bảng 3: Tốc độ tăng trưởng (GDP) bình quân hàng năm của Thái Lan trong tương quan với một số nước Đông Nam Á khác (%)

Nước	1990-2000	2000-2010
Indonesia	5,8	5,8
Malaysia	7,7	6,8
Myanmar	6,3	3,5
Singapore	8,0	8,0
Thailand	7,4	7,7
Philippines	3,3	3,9

Nguồn: tổng hợp từ số liệu của Ngân hàng Thế giới, trong các “Báo cáo phát triển thế giới”, “Bảng về tình hình thế giới” ở các số khác nhau (2010).

nông sản và nông sản chế biến;

Giá trị đồng Baht có xu hướng biến động mạnh,

khiến cho các nhà xuất nhập khẩu lo ngại tới mức có thể giảm bớt xuất nhập khẩu nguyên liệu;

Biến động giá dầu thô trên thị trường thế giới có tác động tiêu cực tới xuất khẩu hàng hóa của Thái Lan và tác động tới nhu cầu nhập khẩu hàng hóa từ các nước, nhất là từ các nước đối thủ cạnh tranh có nguồn dầu thô của mình như Trung Quốc, Malaysia, Indonesia.

2. Bài học kinh nghiệm từ chính sách xuất khẩu của Thái Lan với Việt Nam trong hội nhập kinh tế quốc tế

2.1. Bài học thành công từ chính sách xuất khẩu của Thái Lan

2.1.1. Hoàn thiện khung pháp lý góp phần thúc

đẩy xuất khẩu trong hội nhập kinh tế quốc tế

Các bộ luật quan trọng để quản lý và điều hành tất cả các hoạt động kinh tế của Nhà nước và tư nhân được ban hành kịp thời và thường xuyên có sự bổ sung, sửa đổi để ngày càng phù hợp hơn, tạo ra môi trường pháp lý bình đẳng, lành mạnh góp phần đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu, tạo điều kiện cho sự phát triển kinh tế. Trong các bộ luật của Thái Lan thì một số bộ luật quan trọng nhất là các bộ luật: Luật khuyến khích đầu tư trong nước và nước ngoài; Luật thành lập và phá sản công ty; Luật hoạt động công thương nghiệp; Luật xuất nhập khẩu hàng hóa; Luật hoạt động tài chính, ngân hàng, tiền tệ; Luật thuế; Luật bảo hộ hàng hóa; Luật bản quyền sáng chế, phát minh...

2.1.2. Đa dạng hóa sản phẩm, đa dạng hóa thị trường gắn với việc phát huy lợi thế so sánh

Đây chính là nội dung của chiến lược lựa chọn sản phẩm của Thái Lan ở giai đoạn này với việc nhanh chóng chuyển từ xuất khẩu các sản phẩm tài nguyên, sơ chế, thô sơ sang các sản phẩm công nghiệp chế tạo sử dụng nhiều lao động (chẳng hạn tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của ngành công nghiệp khai thác khoáng sản đã giảm từ 8,1%/năm giai đoạn 1980-1985 xuống còn 5,7%/năm giai đoạn 1985-1989).

Bước sang thập kỷ 1990, lợi thế so sánh về tài nguyên và lao động trong điều kiện quốc tế hóa đã giảm xuống một cách tương đối. Thái Lan đứng trước các đối thủ mới xuất hiện có lợi thế so sánh về tài nguyên và lao động tốt hơn như Trung Quốc, Indonesia và Việt Nam. Để thích ứng với tình hình mới, Thái Lan đã bắt đầu chuyển hướng sang tổ chức sản xuất ngày càng nhiều hơn các nhóm hàng có hàm lượng kỹ thuật cao như: máy tính và linh kiện máy tính; đồ điện gia dụng; mạch IC; các loại đồng hồ, máy móc,...

Thái Lan đã thực hiện chính sách đa phương hóa quan hệ, nhằm bảo đảm môi trường quốc tế thuận lợi cho phát triển kinh tế đưa Thái Lan nhanh chóng thành một nước công nghiệp mới, phát triển mạnh ở Châu Á, và trở thành trung tâm thương mại của Đông Nam Á. Những chiến lược mở rộng thị trường chủ yếu của Thái Lan bao gồm: Thứ nhất, tăng cường khả năng cạnh tranh bằng việc nâng cao trình độ công nghệ kỹ thuật để cải thiện chất lượng hàng xuất khẩu, nhằm duy trì và mở rộng vị thế của nó trên thị trường quốc tế. Thứ hai, song song với việc củng cố các thị trường truyền thống, Thái Lan đã tăng cường và phát

triển các thị trường mới như ASEAN, Trung Quốc, Ấn Độ, Đông Âu, Mỹ Latinh,...

2.1.3. Chú trọng nâng cao năng lực cạnh tranh hàng hóa xuất khẩu

Năng lực cạnh tranh của các mặt hàng, sản phẩm thâm dụng lao động đang dần dần mất đi lợi thế do chúng mất dần các ưu thế về tài nguyên và chi phí lao động. Các sản phẩm kỹ thuật cao và hiện đại đang là định hướng chủ đạo trong sự phát triển của các nền kinh tế khu vực và thế giới. Các sản phẩm sử dụng nhiều kỹ thuật đang dần chiếm ưu thế, đó cũng là kết quả tất yếu của sự tác động của xu thế đổi mới công nghệ kỹ thuật, cạnh tranh và thị hiếu của người tiêu dùng trong và ngoài nước.

2.1.4. Chính sách điều hành tỷ giá

Trước năm 1997, việc cố duy trì một tỷ giá cố định giữa đồng Baht với đồng USD đã tạo ra môi trường tài chính ổn định, thuận lợi cho tăng trưởng kinh tế. Bằng cách tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động xuất khẩu và khuyến khích đầu tư, tỷ giá đã giúp Thái Lan đạt được mức tăng trưởng cao trong nhiều năm. Từ 1978-1995, nền kinh tế Thái Lan ghi nhận tốc độ tăng trưởng trung bình hơn 8% với mức lạm phát vừa phải. Trong đó, xuất khẩu luôn đóng góp lớn cho tăng trưởng kinh tế Thái Lan. Tuy nhiên, cuộc khủng hoảng năm 1997 đã cho thấy một số hạn chế như: sự kết hợp các hệ thống tài chính yếu kém; sự vội vã mở cửa nền kinh tế cho dòng vốn nước ngoài và chính sách neo giữ đồng Baht với đồng USD; đó cũng là thời điểm mà Thái Lan cần thiết phải có sự thay đổi trong chính sách tỷ giá của mình.

Sau năm 1997, việc thi hành chính sách tỷ giá hối đoái linh hoạt có điều tiết đã giúp cho việc bình ổn tỷ giá (mức tỷ giá dao động trong khoảng 31 – 41 Baht/ 1 USD), làm tăng khả năng dự báo những biến động của tỷ giá trong trung hạn, giảm thiểu rủi ro trong hoạt động kinh doanh, khôi phục lòng tin của các nhà đầu tư và người tiêu dùng, nhờ đó kích thích tăng trưởng kinh tế, đẩy mạnh sản xuất và xuất khẩu.

2.2. Kinh nghiệm thực tiễn cho Việt Nam từ những bài học thành công trong chính sách thúc đẩy xuất khẩu của Thái Lan

2.2.1 Hoàn thiện chính sách thương mại phù hợp với lộ trình gia nhập WTO

Việc đẩy mạnh xuất khẩu đóng vai trò quan trọng quyết định sự thành công của hội nhập kinh tế quốc

tế của Việt Nam. Để khai thác được cơ hội này, Việt Nam cần có một chiến lược phát triển theo hướng: *Một mặt*, mở rộng thị trường xuất khẩu; *mặt khác* xây dựng và phát triển cơ sở sản xuất xuất khẩu.

Việc mở rộng xuất khẩu phải hướng vào những thị trường có dung lượng thị trường lớn như châu Âu và Mỹ. Các cơ sở sản xuất xuất khẩu cần được phát triển theo hướng lựa chọn các ngành hàng, mặt hàng mà Việt Nam có lợi thế so sánh, đầu tư phát triển công nghệ chế biến, hướng xuất khẩu vào thị trường ASEAN và thị trường thế giới.

Nhà nước cần có những chính sách thích hợp nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam, cụ thể là: Chính sách phát triển nông nghiệp hướng vào mặt hàng có lợi thế so sánh; Coi trọng hỗ trợ phát triển công nghiệp chế tạo, chế biến; Hệ thống chính sách thương mại cần thay đổi kịp thời theo hướng chuyển dịch cơ cấu kinh tế, hỗ trợ phát triển thương hiệu sản phẩm; Nâng cao hiệu quả hoạt động xúc tiến thương mại, hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu. Trong đó, muốn đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu, yếu tố quyết định chính là năng lực cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu.

2.2.2. Điều chỉnh chính sách thương mại theo hướng xây dựng môi trường vĩ mô ổn định, tăng cường tính dự báo

Khai thác cơ hội của hội nhập kinh tế quốc tế, tiến hành tự do hóa thương mại khi các ngành công nghiệp đã phát triển, đã bước đầu có khả năng tự cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Đây chính là thời điểm mà ở đó, vai trò của Chính phủ trong việc can thiệp sâu vào cơ chế vận hành của thị trường được thay thế bởi vai trò tạo lập ra khuôn khổ chung cho các khu vực kinh tế, đặc biệt là khu vực kinh tế tư nhân, được thuận lợi hoạt động theo cơ chế thị trường, cho phép ra các quyết định về đầu tư và phân bổ nguồn lực một cách có hiệu quả.

Nói cách khác, chính sách thương mại được điều chỉnh theo hướng tạo môi trường chính sách ổn định, tăng cường tính dự báo của hệ thống cơ chế chính sách, khuyến khích sự chủ động, sáng tạo của các khu vực kinh tế thông qua việc giúp các chủ thể kinh tế có thể đưa ra các kế hoạch khả thi và hiệu quả.

2.2.3. Đa dạng hóa thị trường, đa dạng hóa sản phẩm xuất khẩu

a. Tiếp cận và nghiên cứu thị trường:

Nghiên cứu thị trường là một trong những biện

pháp hữu hiệu của xúc tiến xuất khẩu. Thông qua việc tiếp cận nghiên cứu thị trường sẽ nắm bắt được ý muốn, nhu cầu của người tiêu dùng, kích thích và khơi dậy nhu cầu tiêu dùng từ đó đưa ra những quyết định hợp lý trong sản xuất kinh doanh, trong hoạt động xuất khẩu.

b. Chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu phải phù hợp với chiến lược phát triển kinh tế - xã hội và chiến lược phát triển ngoại thương:

Chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu là một trong những nội dung chủ yếu được xác định trong Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội giai đoạn 2001-2010 và tầm nhìn đến năm 2020. Để thực hiện mục tiêu này, cơ cấu ngành kinh tế nói chung và cơ cấu xuất khẩu cần chuyển dịch theo hướng: *“Nâng cao năng lực cạnh tranh, phát triển mạnh những sản phẩm”*; *“nâng cao dần tỷ trọng sản phẩm có hàm lượng tri tuệ, hàm lượng công nghệ cao”*. Đây là chủ trương mang tính quyết định không phải chỉ đối với ngành thương mại của Việt Nam mà là của tất cả các ngành sản xuất nhằm tăng hiệu quả của nền kinh tế đáp ứng nhu cầu hội nhập kinh tế quốc tế.

c. Chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu phải hướng đến mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu nhanh và bền vững:

Tăng nhanh xuất khẩu vừa là mục tiêu vừa là nhiệm vụ quan trọng của toàn Đảng, toàn dân trong bối cảnh Việt Nam đã là thành viên của WTO. Do vậy, chủ trương chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu Việt Nam là mục đích thúc đẩy xuất khẩu ngày càng tăng nhanh về tốc độ, độ lớn về kim ngạch, đáp ứng tốt nguồn vốn nhập khẩu vật tư thiết bị đảm bảo cho sự phát triển bền vững của nền kinh tế. Song, có một thực tế là muốn tăng nhanh kim ngạch xuất khẩu cần phải đẩy nhanh hoạt động sản xuất kinh doanh, cải biến cơ cấu kinh tế phải hướng về công nghiệp hóa, đồng thời chú ý đến vấn đề bảo vệ môi trường sinh thái - đây là một chỉ tiêu quan trọng đánh giá tính bền vững của nền kinh tế. Chính vì vậy, khi thực hiện chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu, cần phải chú ý đến vấn đề bảo vệ môi trường.

Mặt khác, chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng tăng tỷ trọng các mặt hàng xuất khẩu có hàm lượng chế biến cao, giảm xuất khẩu các sản phẩm thô và sơ chế. Điều này sẽ dẫn tới sự chuyển dịch phân công lao động trong nước. Cần chú ý điều chỉnh chính sách để đảm bảo các chỉ tiêu về xã hội như việc làm, đời sống của nhân dân, an ninh trật tự xã hội... ngày càng tốt hơn.

Chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu đảm bảo khai thác có hiệu quả các nguồn lực trong nước:

Trong giai đoạn vừa qua, cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam đã có những cải thiện nhất định, nhưng xuất khẩu vẫn tập trung nhiều vào những hàng hóa có hàm lượng lao động và tài nguyên cao. Do vậy, hướng tới việc cơ cấu lại xuất khẩu cần phải khai thác các tiềm năng trong nước về lao động, tài nguyên, vị trí địa lý,... có hiệu quả hơn theo hướng giảm thiểu xuất khẩu các mặt hàng thô như: dầu thô, than, nông sản chưa qua chế biến, tăng tỷ trọng xuất khẩu hàng chế biến có hàm lượng kỹ thuật cao, đáp ứng nhu cầu của thị trường trong nước như các sản phẩm đồ gỗ, linh kiện điện tử, phần mềm,...

2.2.4. Điều chỉnh chính sách tỷ giá có hiệu quả:

Hiện nay, mức độ nhạy cảm của hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam còn thấp. Lý do là hầu hết các mặt hàng xuất khẩu chủ lực là hàng lâm sản, dầu thô, dưới dạng sản phẩm thô và nguyên liệu mới qua sơ chế với chất lượng và năng suất thấp. Những mặt hàng này có độ co giãn theo giá thấp, do vậy ít nhạy cảm với những thay đổi tỷ giá. Đối với hàng nhập khẩu, Việt Nam chủ yếu nhập khẩu hàng tư liệu sản xuất, hàng bán thành phẩm phục vụ tái chế và gia công hàng xuất khẩu. Do vậy, những thay đổi tỷ giá không những không có tác động đến xuất khẩu mà còn làm tăng chi phí xuất khẩu dẫn đến những ảnh hưởng tiêu cực đến sản xuất và xuất khẩu.

Vì vậy, vấn đề đặt ra hiện nay là Việt Nam phải làm thế nào nâng cao hiệu lực của các công cụ điều chỉnh tỷ giá để luôn đảm bảo tỷ giá được điều chỉnh theo hướng có lợi cho xuất khẩu. Trong quá trình hội nhập quốc tế, việc điều hành chính sách tỷ giá chỉ có lợi khi có sự phối hợp nhịp nhàng các công

cụ. Đồng thời, tỷ giá và lãi suất luôn có mối quan hệ chặt chẽ, ảnh hưởng lẫn nhau và cùng tác động lên các hoạt động của nền kinh tế. Sự khập khiễng giữa chính sách tỷ giá hối đoái và chính sách lãi suất có thể gây ra những hậu quả như: nội tệ bị mất giá hay nguy cơ lạm phát, “chảy máu” ngoại tệ, đầu cơ tiền tệ... Vì vậy, chính sách tỷ giá hối đoái và chính sách lãi suất cần được xử lý đồng bộ và phù hợp với thực trạng của nền kinh tế trong từng thời kỳ nhất định.

2.2.5. Nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu:

Tiếp tục đầu tư chiều sâu, đổi mới công nghệ để điều chỉnh hợp lý cơ cấu hàng hóa xuất khẩu theo hướng nâng cao tỷ trọng hàng xuất khẩu qua chế biến có giá trị gia tăng cao trong tổng kim ngạch xuất khẩu, giảm tỷ trọng hàng xuất khẩu là các sản phẩm khoáng sản và nông sản thô ở dạng sơ chế;

Nói lỏng dần các biện pháp bảo hộ sản xuất trong nước buộc các doanh nghiệp trong nước phải vươn lên trong cạnh tranh với hàng hóa nước ngoài;

Đa dạng hóa thị trường để vừa đẩy mạnh xuất khẩu, vừa có thể tránh được các cú sốc mang tính chất khu vực;

Nâng cao chất lượng và đa dạng hóa mẫu mã sản phẩm đi đôi với giảm chi phí đầu vào và hạ giá thành sản phẩm;

Chú trọng đăng ký và bảo vệ thương hiệu hàng hóa của Việt Nam trên thị trường thế giới nhằm tạo ra uy tín cho hàng hóa của Việt Nam, qua đó đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa;

Đẩy mạnh hợp tác liên doanh với nước ngoài trong sản xuất và xuất khẩu hàng hóa. □

Tài liệu tham khảo:

1. Nguyễn Thu Mỹ, 1991, “*Chính sách công nghiệp hướng ra xuất khẩu: Kinh nghiệm của Thái Lan*”, Tạp chí Nghiên cứu Đông Nam Á, Hà Nội.
2. Phạm Nguyên Long và Nguyễn Tương Lai đồng chủ biên, 1998, “*Lịch sử Thái Lan*”, mục “*Kinh tế Thái Lan giai đoạn 1972-1992*”, NXB KHXH, Hà Nội.
3. Trương Duy Hòa, 1995, “*Kinh tế Thái Lan năm 1995: Thành tựu và triển vọng*”, Báo Việt Nam – Đầu tư nước ngoài, số 28/1995, Hà Nội.
4. Trương Duy Hòa, 2003, “*Các quy chế thương mại hướng về xuất khẩu của Thái Lan từ giữa những năm 70 thế kỷ XX đến nay*”, Tạp chí Nghiên cứu Đông Nam Á, Hà Nội.
5. Ludo Cuyvers (1997), *Export Strategies and Policies in Thailand until 1995*, Centre for International Management and Development Antwerp.
6. Sutida Tambunlertchai (2009), *Foreign Direct Investment and Export Performance in Thailand*, Wesleyan University.