



QUAN HỆ KINH TẾ VIỆT NAM - CAM-PU-CHIA

TRẦN VĂN TÙNG *

VIỆT Nam và Cam-pu-chia là hai nước láng giềng có quan hệ hữu nghị truyền thống. Quan hệ kinh tế giữa Việt Nam và Cam-pu-chia được hai chính phủ quan tâm không chỉ vì mục tiêu kinh tế mà bao gồm cả các mục tiêu khác như độc lập dân tộc, an ninh quốc gia, hợp tác phát triển các lĩnh vực văn hóa, xã hội.

I - THỰC TRẠNG QUAN HỆ THƯƠNG MẠI, ĐẦU TƯ, DU LỊCH GIỮA VIỆT NAM VÀ CAM-PU-CHIA

1 - Quan hệ thương mại

Việt Nam và Cam-pu-chia là những nước chậm phát triển, cơ sở vật chất nghèo nàn, lạc hậu, thiếu vốn, thiếu kỹ thuật trầm trọng. Do vậy, việc mở rộng, đa dạng hóa các quan hệ kinh tế đối ngoại là rất cần thiết. Trong bối cảnh đó, nhu cầu hợp tác trao đổi hàng hóa giữa hai nước trở thành yêu cầu khách quan.

Thứ nhất, hoạt động xuất nhập khẩu giữa hai nước liên tục tăng qua các năm. Tốc độ tăng bình quân hằng năm trong thời kỳ 1995 - 2003 là 13,25%/năm. Năm 1995, kim ngạch hai chiều đạt 181,1 triệu USD, năm 2003 đạt 362,49 triệu USD. Mặc dầu xuất nhập khẩu giữa Việt Nam sang Cam-pu-chia liên tục tăng, nhưng tỷ trọng kim ngạch buôn bán hai chiều giữa hai nước chưa tương xứng so với tiềm năng sẵn có của hai nước. Tính trung bình trong suốt thời kỳ 1995 - 2003, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam với Cam-pu-chia chỉ chiếm 0,59% tổng kim ngạch hai chiều của Việt Nam,

trong đó xuất khẩu chiếm 1,09% và nhập khẩu chiếm 0,27%.

Thứ hai, mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Cam-pu-chia ngày càng đa dạng và được thị trường Cam-pu-chia ưa chuộng. Những mặt hàng xuất khẩu sang Cam-pu-chia đạt kim ngạch tương đối lớn trong năm 2003 là mỳ ăn liền, sữa, sản phẩm nhựa. Ngoài ra, còn có một số sản phẩm được thị trường Cam-pu-chia ưa chuộng là bột giặt, văn phòng phẩm, đồ sứ, đồ uống, bánh kẹo, phân bón, giày dép...

Thứ ba, kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Cam-pu-chia có sự biến động lớn và chỉ bằng 30% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Cam-pu-chia. Từ năm 2000, các doanh nghiệp Việt Nam đã bước đầu khai thác thị trường Cam-pu-chia về các mặt hàng cần nhập khẩu. Thế mạnh của Cam-pu-chia là các mặt hàng nông, lâm, thổ sản. Do đó, có tới 65% kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ Cam-pu-chia là nguyên liệu thô và hàng nông - lâm thổ sản. Tuy vậy, các doanh nghiệp Việt Nam cũng mới khai thác một số mặt hàng nhập khẩu làm nguyên liệu phụ trong công nghiệp sản xuất hàng nhựa, da giày và chế biến gỗ. Theo số liệu thống kê không chính thức, hàng xuất khẩu và nhập khẩu qua các cửa khẩu với Cam-pu-chia qua buôn bán chính ngạch tăng chậm, so với buôn bán tiểu ngạch. Các mặt hàng buôn bán tiểu ngạch chủ yếu là hải sản, thực phẩm chế

* TS, Viện kinh tế và chính trị thế giới

biển, hàng tiêu dùng, nông sản, vật liệu xây dựng, xăng dầu... Trong số những mặt hàng nhập khẩu vào Việt Nam (trừ gỗ), rất nhiều hàng hóa tiêu dùng có nguồn gốc từ Thái Lan, như đồ điện gia dụng, máy móc, phương tiện vận tải...

Hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang Cam-pu-chia chủ yếu đi qua cửa khẩu thuộc tỉnh Tây Ninh, An Giang và Kiên Giang. Trị giá hàng hóa xuất khẩu qua các cửa khẩu này sang Cam-pu-chia chiếm tới 70% tổng kim ngạch xuất khẩu của toàn tuyến biên giới phía Tây Nam.

2 - Hợp tác đầu tư

Cam-pu-chia là thành viên của WTO, được hưởng các quy chế ưu đãi về thuế quan. Do đó, hàng xuất khẩu từ Cam-pu-chia chịu mức thuế suất thấp hơn so với hàng xuất khẩu từ Việt Nam. Nếu các doanh nghiệp Việt Nam đầu tư vào Cam-pu-chia sản xuất hàng hóa tại đây, sẽ tranh thủ được nhiều cơ hội, nâng cao khả năng cạnh tranh so với các loại hàng hóa cùng loại sản xuất được tại Việt Nam.

Cơ cấu kinh tế Cam-pu-chia cơ bản vẫn còn phụ thuộc vào nông nghiệp. Khu vực nông nghiệp chiếm 34% GDP, công nghiệp 24% và dịch vụ khoảng 42% GDP. Chín mươi phần trăm dân số Cam-pu-chia sống ở nông thôn. Tỷ lệ người nghèo khổ (thu nhập dưới 1 USD/ngày) hơn 36%. Vốn đầu tư nước ngoài vào Cam-pu-chia không đáng kể, chủ yếu là từ nguồn vốn ODA của Nhật Bản. Do đó ở Cam-pu-chia không hình thành các khu công nghiệp và khu chế xuất. So với các nước ASEAN, mức độ phát triển của Cam-pu-chia còn rất thấp. Đó chính là cơ hội cho các quốc gia, trong đó có Việt Nam thực hiện các dự án đầu tư ở Cam-pu-chia.

Cam-pu-chia luôn khuyến khích các nhà đầu tư nước ngoài đầu tư vào hạ tầng các ngành công nghiệp, khu chế xuất, nông nghiệp, du lịch, chăn nuôi gia súc, nuôi cá; khuyến khích tư nhân hóa các đồn điền cao su và phát triển mô hình trồng cao su theo kiểu gia đình thông qua Luật Đầu tư ban hành tháng 4-1994 và Luật Đầu tư (sửa đổi) tháng 3-2003. Lợi thế của các nhà đầu tư tại Cam-pu-chia là sử dụng các sản phẩm khai thác

tại chỗ, như mủ cao su, gỗ tròn, gỗ xẻ, lao động phổ thông. Lợi thế so sánh tiềm năng của Cam-pu-chia so với Việt Nam là các sản phẩm nông nghiệp và công nghiệp chế biến. Đến nay, lợi thế này vẫn chưa khai thác hết bởi vì diện tích đất bỏ hoang còn nhiều và hầu hết các loại cây trồng tại Cam-pu-chia đều có năng suất thấp hơn so với Việt Nam. Cam-pu-chia chưa phát huy được những lợi thế này là do sử dụng các yếu tố đầu vào thấp hơn Việt Nam và các nước trong khu vực.

Trong những năm qua, Việt Nam đã có những thành công trong hoạt động thu hút đầu tư nước ngoài, bước đầu một số doanh nghiệp đã đầu tư sang một số thị trường như Nga, Lào, Cam-pu-chia. Thị trường Cam-pu-chia có sức mua không lớn (số dân ít, thu nhập thấp), phần đông là người nghèo sống ở khu vực nông thôn. Do đó, các doanh nghiệp Việt Nam cần tính toán đầu tư vào ngành nào là có lợi, đạt được cả hai mục đích: tiêu thụ tại thị trường nội địa và xuất khẩu sang nước khác.

Từ việc nghiên cứu thị trường Cam-pu-chia, phân tích các hoạt động của doanh nghiệp nhỏ tại Cam-pu-chia và những tiềm năng chưa khai thác hết, Việt Nam có thể đầu tư vào một số lĩnh vực mà ta có lợi thế như sản xuất các loại hàng hóa tiêu dùng giá rẻ, phục vụ cho tầng lớp dân nghèo sống ở nông thôn như giày dép, đồ dùng gia đình, công cụ sản xuất; đầu tư công nghiệp chế biến nông, lâm, thủy sản xuất khẩu, các dự án khai thác tài nguyên như khai thác gỗ, khai thác khoáng sản. Đặc biệt là khai thác gỗ vì diện tích rừng của Cam-pu-chia chiếm tới 36% tổng diện tích đất đai; các dự án nuôi trồng, đánh bắt thủy sản, phát triển cây công nghiệp như cao su, cà phê trên các vùng đất hoang hóa v.v..

Các doanh nghiệp Việt Nam có thể gặp những khó khăn do phải cạnh tranh với hàng hóa của Thái Lan, Trung Quốc thâm nhập vào Cam-pu-chia. Tuy nhiên, do một số đặc điểm tương đồng truyền thống về văn hóa, phong tục tập quán, lối sống của người dân hai nước, đặc biệt là sự giao lưu lâu đời của nhân dân hai nước vùng biên giới, hàng hóa của Việt Nam sản xuất tại Cam-pu-chia có nhiều cơ hội để tiếp cận thị

trường nước này và xuất khẩu sang các nước khác như: Thái Lan, Mi-an-ma, Trung Quốc.

Số doanh nhân Việt Nam hoạt động tại Cam-pu-chia đang tăng lên. Chính phủ Việt Nam cần có những chính sách, hiệp định hợp tác với nước bạn để các doanh nghiệp và thương nhân Việt Nam yên tâm đầu tư lâu dài tại Cam-pu-chia.

3 - Phát triển du lịch

Chính phủ Việt Nam và Cam-pu-chia đều coi trọng phát triển du lịch. Du lịch văn hóa là nền tảng rất lớn của hai nước. Ở Cam-pu-chia nhiều đình chùa được UNESCO xếp hạng là di sản nổi tiếng của thế giới. Ngoài Ang-co, Cam-pu-chia còn có nhiều địa điểm du lịch khác thu hút hàng trăm ngàn người mỗi năm đến tham quan. Đối với Cam-pu-chia, du lịch là ngành kinh tế có vị trí thứ hai sau công nghiệp dệt may, đóng góp hơn 6% GDP. Mỗi năm có khoảng 610 nghìn khách du lịch từ các nước đến Cam-pu-chia. Trong suốt thời kỳ từ 1993 tới nay, khách du lịch chủ yếu đến Cam-pu-chia bằng đường hàng không. Chỉ có một lượng khách du lịch rất nhỏ quá cảnh theo đường biên giới.

Hiện tại, Cam-pu-chia đang thực hiện chiến lược bầu trời mở, thể chế chính trị đi dần vào thể ổn định. Do vậy, khách du lịch đến Cam-pu-chia ngày càng tăng nhanh. Theo Bộ Du lịch nước này, tốc độ tăng khách du lịch hằng năm giai đoạn 2001 - 2005 là 19%. Trước yêu cầu phát triển ngành du lịch, năm 2002 Chính phủ Cam-pu-chia đã khuyến khích tư nhân đầu tư vào ngành du lịch với 66 dự án, giá trị 2,2 tỉ USD, đầu tư nâng cấp 48 khách sạn với giá trị 624 triệu USD và 12 dự án vui chơi giải trí phục vụ du lịch với giá trị hơn 1,6 tỉ USD.

Cam-pu-chia là quốc gia thuộc tiểu vùng sông Mê Công (GMS) có thể liên kết hoạt động du lịch với các nước Việt Nam, Thái Lan, Lào và Mi-an-ma bằng đường bộ hoặc đường thủy qua biên giới hoặc bằng đường không. Cam-pu-chia một mặt thu hút đầu tư nước ngoài, mặt khác khuyến khích tư nhân phát triển du lịch, do đó họ đã ký các hiệp định phát triển du lịch với tổ chức du lịch quốc tế và hiệp định song phương với các quốc gia trên thế giới.

Việt Nam là quốc gia có tốc độ tăng trưởng cả về lượng khách, thu nhập từ du lịch vào loại cao so với một số nước thuộc tiểu vùng sông Mê Công như Lào, Cam-pu-chia, Mi-an-ma. Tuy nhiên, do xuất phát điểm còn thấp, nên so với Thái Lan, Trung Quốc và một số quốc gia Đông - Nam Á khác, du lịch Việt Nam chỉ đóng góp khoảng 3,75 % vào GDP. Điểm yếu của ngành du lịch Việt Nam là dịch vụ du lịch còn đơn điệu, chất lượng chưa cao, giá cả không tương xứng với chất lượng, đang làm giảm khả năng cạnh tranh của ngành du lịch.

Ngành du lịch Việt Nam đã có nhiều nỗ lực tranh thủ khai thác các nguồn bên ngoài, tăng cường hội nhập với khu vực và thế giới, thiết lập quan hệ và mở rộng hợp tác với nhiều tổ chức du lịch quốc tế, Hiệp hội du lịch châu Á - Thái Bình Dương, Hiệp hội du lịch các nước ASEAN. Đặc biệt, du lịch Việt Nam tham gia tích cực vào chương trình phát triển du lịch tiểu vùng sông Mê Công, sông Hằng. Hiện tại Việt Nam có hơn 20 hiệp định song phương về du lịch, quan hệ với hơn 1.000 hãng du lịch của hơn 50 nước và vùng lãnh thổ. Đối với Việt Nam, trong số các hoạt động du lịch, thì kinh doanh lữ hành quốc tế là một loại hoạt động có điều kiện, hạn chế cấp phép kinh doanh lữ hành quốc tế đang là một rào cản.

Khách du lịch quốc tế đến Cam-pu-chia và Việt Nam đang tăng nhanh. Cả hai quốc gia đều có những danh lam thắng cảnh, di sản được xếp hạng là di sản thế giới. Doanh thu của ngành du lịch Việt Nam hằng năm tăng 11 - 14%, đóng góp 3,75% GDP, chủ yếu từ khách du lịch nước ngoài. Để đẩy mạnh hoạt động du lịch, cần tổ chức các tuyến lữ hành du lịch qua biên giới hai nước bằng đường bộ, đường sông hoặc đường biển phục vụ khách nước ngoài. Đặc biệt là tuyến đường bộ qua cửa khẩu Mộc Bài (Tây Ninh), có thể tiếp nhận khách du lịch từ miền Trung vào thành phố Hồ Chí Minh, qua biên giới Cam-pu-chia. Và ngược lại, từ khu đền Ang-co, đến Phnôm Pênh qua biên giới về Việt Nam. Nhu cầu khách du lịch nội địa giữa hai nước sẽ tăng nhanh, bởi vì số người Việt Nam sinh sống, hoạt động kinh tế ở Cam-pu-chia và

số người Kho-me sống ở các tỉnh miền Tây Nam Bộ khá đông. Hợp tác phát triển du lịch thúc đẩy hợp tác văn hóa, thương mại, đầu tư cùng phát triển, củng cố tình hữu nghị giữa hai dân tộc.

II - MỘT SỐ SUY NGHĨ VỀ THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI VÀ DỰ BÁO TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN Ở KHU VỰC BIÊN GIỚI TÂY NAM

Do nhận thức rõ vị trí chiến lược của khu vực biên giới nói chung và vị trí các cửa khẩu nói riêng, đồng thời xuất phát từ quan hệ truyền thống lịch sử lâu đời của dân cư sinh sống ở hai bên biên giới, Đảng và Nhà nước ta đã đề ra nhiều chủ trương, chính sách, biện pháp để củng cố các tuyến biên giới thành các trung tâm kinh tế - văn hóa - xã hội - an ninh - quốc phòng vững mạnh, trong đó hoạt động thương mại đóng vai trò chủ yếu. Hoạt động thương mại tại các cửa khẩu biên giới Tây Nam đã đạt được một số thành tựu cơ bản sau:

Thứ nhất, Việt Nam đang dần có được một số lợi thế về mặt hàng xuất khẩu có chất lượng, có khả năng cạnh tranh trên thị trường Cam-pu-chia. Việt Nam đã lợi dụng được lợi thế thị trường gần, nhu cầu tiêu dùng không đòi hỏi khắt khe, nhiều sản phẩm như mỳ ăn liền, rau quả, sản phẩm nhựa, hàng tiêu dùng, vật liệu xây dựng, gạo, thủy sản... đã có sức cạnh tranh cao so với các mặt hàng cùng loại của Thái Lan và Trung Quốc. Phía Cam-pu-chia đã có nhiều đề nghị, yêu cầu các doanh nghiệp Việt Nam đầu tư xây dựng các nhà máy tại Cam-pu-chia.

Thứ hai, quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Cam-pu-chia đã góp phần thúc đẩy tăng trưởng và chuyển dịch cơ cấu kinh tế của các tỉnh dọc biên giới. Hệ thống các cửa khẩu hiện nay đã có tác dụng tích cực trong việc thu hút trao đổi hàng hóa sản phẩm từ các thị trường nguồn trong hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu, góp phần khởi động tiềm năng tiềm ẩn của tuyến biên giới.

Thứ ba, từng bước thực hiện có kết quả các chính sách xã hội ở khu vực biên giới như xóa đói giảm nghèo, định canh định cư, khôi phục các ngành nghề truyền thống, giao lưu văn hóa, phát triển du lịch... Qua đó, cuộc sống của cư

dân hai phía ngày càng được nâng cao, hệ thống kết cấu hạ tầng được cải thiện.

Thứ tư, bảo đảm vững chắc an ninh chính trị tại khu vực biên giới, chống lại các âm mưu phá hoại của kẻ địch.

Bên cạnh những kết quả thu được, hoạt động thương mại ở khu vực biên giới vẫn còn bộc lộ một số mặt hạn chế. Đó là:

- Quy mô hoạt động thương mại tại các cửa khẩu nhỏ bé, tốc độ tăng trưởng xuất nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ không ổn định.

- Cơ cấu hàng hóa xuất nhập khẩu qua biên giới còn nghèo nàn, chủ yếu là nguyên liệu thô, chưa hình thành các mặt hàng chủ lực. Nhiều mặt hàng tiêu dùng có kim ngạch nhập khẩu lớn như máy móc, đồ điện gia dụng, hàng mỹ phẩm Việt Nam không khuyến khích nhập khẩu, nhưng lại được buôn bán tràn lan qua đường tiểu ngạch.

- Kết cấu hạ tầng cho hoạt động buôn bán tại các chợ cửa khẩu còn lạc hậu, nghèo nàn, đặc biệt là giao thông và phương tiện liên lạc không thuận tiện, kho bãi thiếu đã hạn chế quá trình trao đổi hàng hóa.

- Cùng với sự hoạt động thương mại qua các cửa khẩu thì nạn buôn lậu, gian lận thương mại đang diễn ra hết sức nghiêm trọng trong toàn tuyến biên giới Tây Nam.

Bước vào thời kỳ phát triển mới, tiềm lực kinh tế của Việt Nam đã khác hẳn so với giai đoạn trước đây. Việt Nam đang tích cực chuẩn bị các điều kiện để gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) và phấn đấu đạt được các mục tiêu đề ra cho giai đoạn 2001 - 2010.

Trên cơ sở các mục tiêu quan trọng được đề ra, định hướng phát triển các khu vực sẽ có ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động thương mại tại các cửa khẩu biên giới này, Nhà nước đã có chủ trương nâng cấp một số cửa khẩu quan trọng. Theo Quyết định 105/1999-QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về quy hoạch khu kinh tế cửa khẩu Mộc Bài (Tây Ninh) khu vực cửa khẩu này đã trở thành nơi giao lưu kinh tế - xã hội giữa Việt Nam với Cam-pu-chia và các quốc gia ASEAN khác. Nơi đây trở thành trung tâm

thương mại, dịch vụ du lịch và là đầu mối giao thông trong nước và quốc tế. Cửa khẩu Mộc Bài là cửa khẩu quan trọng giao thương bằng đường bộ giữa Việt Nam với Cam-pu-chia, đồng thời sẽ trở thành cửa ngõ của các nước thuộc tiểu vùng sông Mê Công theo tuyến đường xuyên Á. Khi con đường này hoàn thành sẽ nối liền hành lang Đông - Tây, dựa vào thế mạnh về sản xuất hàng hóa công nghiệp, hàng tiêu dùng của khu vực Đông Nam Bộ, nhiều loại hàng hóa sản phẩm của Việt Nam như nông sản, thủy sản, công nghiệp chế biến, cơ khí phục vụ cho sản xuất nông nghiệp, tiểu thủ công nghiệp... có thể thâm nhập thị trường Cam-pu-chia và một số quốc gia châu Á khác.

Ngoài cửa khẩu Mộc Bài, Hà Tiên, Kiên Giang cũng có vị trí rất thuận lợi cho cả giao thông đường bộ và đường thủy. Quyết định 158/1998 QĐ-TTg về phát triển khu vực cửa khẩu Hà Tiên đã mở ra những cơ hội mới cho việc phát triển tại khu vực này. Tuyến vận tải đường sông từ thành phố Hồ Chí Minh - Kiên Lương có khả năng vận chuyển khối lượng hàng hóa rất lớn từ các tỉnh thuộc đồng bằng sông Cửu Long đến Cam-pu-chia. Quỹ đất của khu vực này tương đối rộng, có điều kiện thuận lợi để phát triển các khu chế xuất, kho bãi, trung tâm dịch vụ để xuất khẩu hàng hóa và sản phẩm dịch vụ của Việt Nam sang nước bạn.

Các thị trường xuất nhập khẩu chủ yếu của Cam-pu-chia là các nước Nhật, Pháp, Đức, Mỹ, Trung Quốc, các nước ASEAN, và đặc khu Hồng Kông. Trong thời gian qua, Cam-pu-chia rất coi trọng việc mở rộng quan hệ kinh tế đối ngoại với các nước khác và đang nỗ lực đẩy mạnh xuất khẩu để giảm mức thâm hụt thương mại, hiện là 220 - 250 triệu USD, chiếm 5,9% GDP. Cam-pu-chia là thành viên của ASEAN và WTO nên được hưởng các quy chế tối huệ quốc với các trung tâm kinh tế lớn như Mỹ, Nhật Bản và EU. Những yếu tố quan trọng này sẽ thúc đẩy hoạt động xuất nhập khẩu của Cam-pu-chia phát triển mạnh. Như trên đã trình bày, mặc dầu kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam tại thị trường Cam-pu-chia không lớn, nhưng hàng hóa của Việt Nam lại có nhiều lợi thế cạnh tranh hơn so

với mặt hàng cùng loại từ nước khác. Do đó, đây vẫn là một thị trường quan trọng của Việt Nam. Dự báo kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam tại thị trường Cam-pu-chia tiếp tục tăng. Hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sang Cam-pu-chia phụ thuộc nhiều vào khả năng xuất khẩu qua biên giới trên đất liền. Nói cách khác, kim ngạch xuất khẩu qua biên giới Việt Nam vẫn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Cam-pu-chia.

Việt Nam và Cam-pu-chia đều là thành viên của ASEAN nên khi Hiệp định ưu đãi thuế quan có hiệu lực chung (CEPT) được thực thi sẽ làm gia tăng áp lực nhập khẩu hàng hóa của Cam-pu-chia và các nước khác vào Việt Nam. Mặt khác, do tuyến biên giới Việt Nam - Cam-pu-chia khá dài, địa hình phức tạp nên rất khó kiểm soát hoạt động nhập khẩu trên toàn tuyến. Đây là yếu tố bất lợi, dẫn đến tình trạng buôn lậu tiếp tục kéo dài. Dự báo năm 2010, kim ngạch nhập khẩu từ Cam-pu-chia vào Việt Nam là 179,8 triệu USD, tốc độ tăng trưởng bình quân trong thời kỳ 2006 - 2010 là 16%/năm. Nhiều nhà nghiên cứu cho rằng, nếu như tiến trình AFTA được thực hiện vào đầu năm 2006 (sớm hơn so với dự kiến của Việt Nam) thì các luồng hàng hóa giữa Việt Nam và các nước ASEAN tăng, kinh tế - chính trị Cam-pu-chia bước vào thế ổn định. Các mặt hàng mà Việt Nam nhập khẩu từ Cam-pu-chia vẫn chủ yếu là gỗ các loại, mủ cao su, thuốc lá, nông - lâm sản, máy móc thiết bị.

Đến năm 2010, theo dự báo của Tổng cục Thống kê, dân số các tỉnh thuộc biên giới Việt Nam - Cam-pu-chia sẽ hơn 7,5 triệu người. Thu nhập bình quân đầu người của các tỉnh biên giới năm 2010 tăng hơn 3 lần so với năm 2005, lương thực và thực phẩm chủ yếu do người dân tự túc. Do đó sức mua của dân cư khu vực biên giới có thể lên tới 70% thu nhập. Điều này sẽ tạo khả năng thúc đẩy hoạt động xuất khẩu của các tỉnh phía Tây Nam dọc biên giới Việt Nam - Cam-pu-chia. Khi các hiệp định hợp tác giữa hai nước vừa được ký kết ngày 10-10-2005 có hiệu lực thì buôn bán hai chiều giữa Việt Nam với Cam-pu-chia đến năm 2010 sẽ vượt quá 1 tỉ USD. □