

MỘT VÀI NÉT VỀ QUAN HỆ THƯƠNG MẠI GIỮA LIÊN BANG NGA VÀ ASEAN

Nguyễn Thanh Xuân
Đại học An Giang

“Nga và ASEAN sẽ thành lập thị trường chung trước năm 2015”, đó là tuyên bố của Tổng thư ký ASEAN Ong Keng Yong¹. Khi đó rào cản buôn bán giữa hai bên sẽ được gỡ bỏ. Với tài nguyên khác nhau, lợi thế sản xuất khác nhau, hai bên sẽ bổ sung cho nhau nhiều mặt hàng mà mình kém cạnh tranh hơn. Vì thế phát triển thương mại là mục tiêu quan trọng mà cả hai bên đều mong muốn và ra sức thực hiện. Để thấy được viễn cảnh giao thương trong tương lai 8 năm nữa, cần thiết đánh giá thực trạng quan hệ thương mại của hai bên hiện nay.

1. Khái quát tình hình ngoại thương của Nga và ASEAN

Kim ngạch xuất - nhập khẩu của Nga tăng gấp 5 lần trong vòng 15 năm qua. Tổng trị giá hàng xuất khẩu và nhập khẩu tăng liên tục từ năm 1992 đến năm 1995. Sau đó là một loạt những năm sụt giảm ngoại thương của Nga. Đỉnh điểm của đợt suy giảm thương mại của Nga là năm 1998 và còn tiếp tục sụt giảm trong năm tiếp theo 1999. Nhiều chuyên gia cho rằng, khủng hoảng tài chính năm 1998 tại Nga là nguyên nhân chính. Thời điểm này, do đồng Rúp Nga mất giá lớn, nhiều nhà đầu tư rút vốn ồ ạt, gây đình

trệ sản xuất, Nga thiếu ngoại tệ để nhập khẩu hàng hóa. Năm 2000 đánh dấu sự hồi phục của ngoại thương Nga. Mặc dù kim ngạch ngoại thương vẫn chưa bằng thời trước khủng hoảng, nhưng tăng trưởng đều ở hai năm sau đó đã làm con số này không những bằng mà còn cao hơn so với kỷ lục trước đó (2002: 168 tỷ USD so với 159 tỷ USD của năm 1997). Sau khi đã thật sự hồi phục, ngoại thương nước Nga bắt đầu chu kỳ tăng trưởng nhảy vọt với tốc độ trên 20%/năm liên tục 4 năm gần đây. Với mức tăng này, chỉ trong năm quy mô ngoại thương Nga đã tăng gần gấp 3 lần. Năm 2004, 24,4% là kỷ lục tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu và nhập khẩu của Nga. Còn năm nay, 2006 theo ước tính của Ngân hàng Trung ương Liên bang Nga, tổng kim ngạch xuất nhập của Nga sẽ đạt 465 tỷ USD, một kỷ lục trong lịch sử ngoại thương nước Nga kể từ sau Chiến tranh Lạnh. Sự thành công trong phát triển ngoại thương của Nga có sự góp phần không nhỏ bởi giá dầu thô thế giới tăng nhanh trong những năm gần đây. Cũng cần nói thêm, riêng dầu mỏ và khí đốt đã chiếm khoảng 54% kim ngạch xuất khẩu của Nga trong năm 2005. Con số này sẽ còn tăng nhanh do Nga dự kiến tăng giá bán nhiên liệu chiến lược này ở các nước thuộc Liên Xô cũ trước đây.

¹ Nguồn:

<http://www.thanhnien.com.vn/Thegioi/2006/10/10/165456.tno> cập nhật lúc 16:28:22 ngày 10/10/2006.

Hộp thông tin² :

Belarus được hưởng mức giá khí đốt ưu đãi, chỉ bằng 1/5 giá thị trường thế giới.

Vào thời điểm này, giá khí đốt mới đối với Belarus là 100 USD/1.000 m³ khí, và Nga khẳng định tuy tăng gấp đôi so với trước, nhưng đây vẫn là một mức giá ưu đãi. Việc tăng giá đã được áp dụng đồng loạt tại nhiều nước cộng hoà khác thuộc Liên Xô trước đây, trong đó mức giá đối với Armenia là 110 USD/1.000m³ khí, đối với Ucraina là 130USD, Moldova 170 USD và Georgia là 235USD. Còn mức giá đối với các nước EU là 265 USD.

Bảng 1: Kim ngạch xuất - nhập khẩu của Nga và ASEAN

Đơn vị tính: triệu USD

Năm	Liên bang Nga		ASEAN		XNK của Nga so với ASEAN (%)
	Tổng xuất - nhập	% thay đổi	Tổng xuất - nhập	% thay đổi	
1991	92,963		350,432		27
1992	99,662	6.7	390,326	11.4	26
1993	104,611	4.7	447,097	14.5	23
1994	117,831	11.2	546,509	22.2	22
1995	145,022	18.7	683,225	25.0	21
1996	157,777	8.1	703,843	3.0	22
1997	158,878	0.7	719,009	2.2	22
1998	132,459	-19.9	594,145	-17.4	22
1999	115,088	-15.1	649,256	9.3	18
2000	149,895	23.2	792,893	22.1	19
2001	155,648	3.7	714,403	-9.9	22
2002	168,267	7.5	766,419	7.3	22
2003	211,999	20.6	863,238	12.6	25
2004	280,589	24.4	1,071,848	24.2	26
2005	368,872	23.9	1,224,889	14.3	30
2006 ⁱ	465,000	20.7			

Nguồn: ASEAN: tổng hợp từ <http://www.aseansec.org/18137.htm> truy cập 12h00' 03/02/2007 và <http://stats.unctad.org/Handbook/TableViewer/tableView.aspx> truy cập lúc 9h19' 22/1/2007; Nga: http://www.cbr.ru/eng/statistics/credit_statistics/ truy cập lúc 15h25' 20/1/2007; riêng số liệu năm 1991 được tính cho toàn Liên Xô cũ lấy từ <http://stats.unctad.org/Handbook/TableViewer/dimView.aspx> truy cập lúc 10h20' 22/01/2007.

i: ước tính của Ngân hàng Trung ương Liên bang Nga.

² Theo <http://www.vtv.vn/VN/TrangChu/TinTuc/TheGioi/2007/1/7/12637/> cập nhật lúc 13h43' ngày 06/02/2007.

Mặc dù kim ngạch ngoại thương có thay đổi tăng giảm qua 15 năm nhưng nhìn chung cũng đạt mức tăng trung bình khoảng 9%, tương đương với tốc độ chung của thế giới (2000-004³: 9,1%). Với triển vọng kinh tế như hiện nay, nhiều chuyên gia cho rằng, Nga có thể duy trì, tốc độ tăng trưởng quy mô ngoại thương 2 con số trong 10 năm nữa.

Cao hơn mức tăng trưởng của ngoại thương Nga, các nước ASEAN có tốc độ tăng khoảng 10% từ năm 1991 đến 2005. Với mức tăng này, ASEAN đã tăng quy mô ngoại thương lên 3,5 lần trong vòng 14 năm. Một trùng hợp đáng kinh ngạc là cả Nga và ASEAN lại có chu kỳ tăng trưởng và suy thoái ngoại thương khá giống nhau. Giai đoạn 1991-2005, ngoại thương của ASEAN tăng trưởng rất tốt, sau đó suy giảm và chạm đáy vào năm 1998. Năm 1999 ngoại thương ASEAN bắt đầu hồi phục và tăng trưởng mạnh trở lại kể từ năm 2003. Cả Nga và ASEAN đều chịu ảnh hưởng nặng nề từ cuộc khủng hoảng tài chính năm 1997-1998. Mặc dù ASEAN phục hồi nhanh hơn Nga, nhưng sau đó lại suy thoái nhẹ vào năm 2001.

Nhìn chung kim ngạch xuất khẩu và nhập khẩu của cả hai đều tăng trưởng ở mức trung bình so với thế giới trong 15 năm qua.

Do có cùng tốc độ tăng trưởng nên quy mô ngoại thương của Nga vẫn ổn định trong khoảng 27-30% quy mô ngoại thương của ASEAN thời kỳ 1991-2005.

2. Giao thương Liên bang Nga - ASEAN

Trong 14 năm giao thương, Nga và ASEAN đã nâng quy mô thương mại hai bên lên gần 5 tỷ USD. Năm 2005 gấp gần 3,5 lần so với năm 1991. Trừ năm 2002, kim ngạch xuất nhập khẩu 2 chiều có giảm, các năm khác thương mại hai bên đều đã diễn ra theo xu hướng tăng. Buôn bán qua lại hai chiều giữa Nga và ASEAN có xu hướng tăng nhanh trong những năm gần đây. Năm 2005 kỷ lục tốc độ gia tăng buôn bán hai chiều là 43,6%. Từ 2003 - 2005, mức tăng bình quân 30%, cũng là mức tăng trưởng cao về giao thương giữa hai bên. Nếu tiếp tục duy trì tốc độ này trong 10 năm tới, hai bên sẽ sớm đạt mốc giao thương 76 tỷ USD. Đáng lưu ý rằng, cả ASEAN và Nga đều là những nền kinh tế đang trên đà tăng trưởng tốt trong bốn năm gần đây. GDP tăng trên 5% ở cả hai phía làm tăng thu nhập đáng kể cho người dân và tăng khả năng chi trả hàng hóa nhập khẩu của cả hai bên. Quy mô ngoại thương không ngừng gia tăng cũng là nhân tố tốt thúc đẩy gia tăng quan hệ thương mại hai chiều giữa hai bên.

³ Thu thập và tính toán từ Thống kê Thương mại quốc tế các năm 2000-2005 của WTO.

Bảng 2: Xuất nhập khẩu hàng hóa hữu hình giữa Nga và ASEAN (1991-2005)

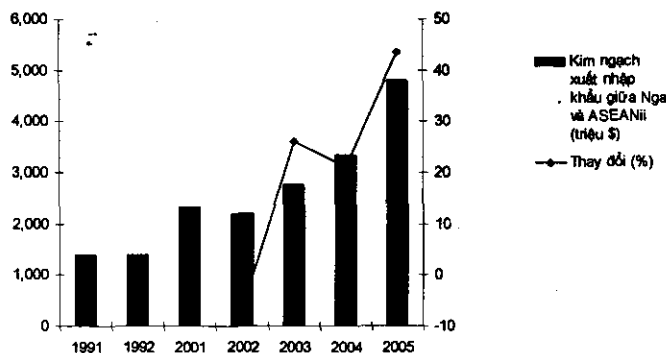
	1991	1992	2001	2002	2003	2004	2005
Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu Nga ⁱ (triệu USD)	92,963	99,662	155,648	168,267	211,999	280,589	368,872
Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu ASEAN (triệu USD)	350,432	390,326	714,403	766,419	863,238	1,071,848	1,224,889
Kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Nga và ASEAN ⁱⁱ (triệu USD)	1,394	1,395	2,335	2,187	2,756	3,339	4,795
Thay đổi (%)	--	0.1	--	-6.3	26.0	21.2	43.6
Nga giao thương với ASEAN/thế giới ⁱⁱⁱ (%)	1.5	1.4	1.5	1.3	1.3	1.19	1.3
ASEAN giao thương với Nga/thế giới (%)	0.4	0.4	0.3	0.3	0.3	0.3	0.4

Nguồn: ASEAN: tổng hợp từ <http://www.aseansec.org/18137.htm> truy cập 12h00' 03/02/2007 và <http://stats.unctad.org/Handbook/TableViewer/tableView.aspx> truy cập lúc 9h19' 22/11/2007;

i: tổng hợp từ http://www.cbr.ru/eng/statistics/credit_statistics/ truy cập lúc 15h25' 20/11/2007; riêng số liệu năm 1991 được tính cho toàn Liên Xô cũ lấy từ <http://stats.unctad.org/Handbook/TableViewer/dimView.aspx> truy cập lúc 10h20' 22/10/2007.

ii: tính toán từ (i) và (iii).

iii: tổng hợp từ: 2002 APEC Economic Outlook; 2003 APEC Economic Outlook; 2004 APEC Economic Outlook; 2005 APEC Economic Outlook; và <http://trade.ec.europa.eu/doclib/html/111720.htm> truy cập lúc 22h00' 31/10/2007.

Hình 1: Giao thương giữa Liên bang Nga và ASEAN

Tốc độ gia tăng thương mại bình quân là 6-7% một năm giữa Nga và ASEAN trong 15 năm qua. Con số này nhỏ hơn so với mức gia tăng quy mô của kim ngạch ngoại thương của Nga với cả thế giới (9%/năm) và của ASEAN (10%/năm). Nhìn theo cách này sẽ thấy cả ASEAN và Nga đều có xu hướng buôn bán với các nước khác (còn lại của thế giới) nhiều hơn buôn bán qua lại lẫn nhau. Xét theo tương quan so sánh giữa các nước thì xu hướng giảm buôn bán giữa ASEAN và Nga đã xảy ra trong 15 năm qua mặc dù không nhiều lắm. Vì quy mô lẫn tốc độ thay đổi ngoại thương của Nga và ASEAN hoàn toàn khác nhau nên đánh giá vai trò chung của giao thương hai bên đối với ngoại thương giữa hai bên không thích hợp. Để thấy rõ vấn đề này cần tách ra xem xét từng bên một.

Đối với nước Nga

Để thấy ý nghĩa từ buôn bán hàng hóa với ASEAN, ta cần xem việc giao thương này chiếm bao nhiêu phần trong kim ngạch xuất nhập khẩu của nước Nga với cả thế giới. Chỉ tiêu này được tính bằng cách: Nga giao thương với ASEAN/thế giới = Kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Nga và ASEAN/Kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Nga và thế giới.

Chỉ số này càng cao cho thấy mức độ quan trọng của thương mại với ASEAN càng cao. Qua Bảng 2 cho thấy chỉ số này có xu hướng giảm trong 15 năm qua. Chỉ số này đã đạt 1,5 (1991) nhưng chỉ còn 1,19 ở năm 2004. Năm 2005 chỉ số này là 1,3 có nghĩa là trong 100 USD buôn bán với thế giới, nước Nga chỉ buôn bán với 10 nước ASEAN 1,3 USD. Đây là con số rất khiêm tốn cho thấy ASEAN thật sự chưa phải là đối tác thương mại lớn của Liên bang Nga⁴. Thêm nữa, vai trò này đang có xu hướng giảm trong thời gian qua.

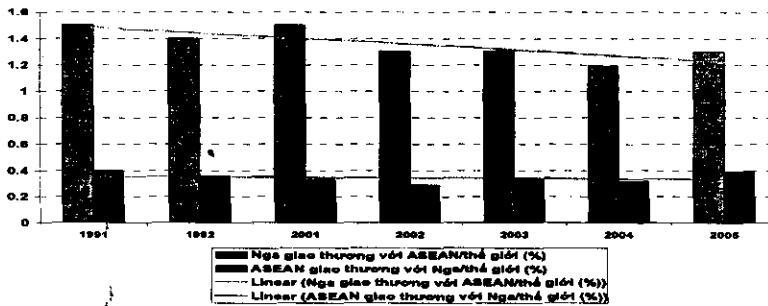
Đối với ASEAN

Tương tự cách tính trên, ta tính được chỉ số ASEAN giao thương với Nga/thế giới (%). So với cả thế giới thì phần giao thương với Nga là rất nhỏ bé. Liên bang Nga là quốc gia xếp hạng thứ 20 trong danh sách các nền kinh tế có buôn bán với ASEAN⁷. Bình quân chỉ có 0,3-0,4% ASEAN buôn bán với Liên bang Nga. Nó cũng cho thấy vai trò thương mại với Nga là không đáng kể đối với toàn ASEAN⁵. Chỉ số này cũng có xu hướng giảm nhưng mức độ rất thấp, không đáng kể.

⁴ Xem thêm *Bảng xếp hạng thương mại* trong phần tiếp theo của bài viết này.

⁵ Tính riêng từng nước có thể mức độ quan trọng khác nhau, như với Việt Nam thì đối tác thương mại này quan trọng hơn toàn ASEAN.

Hình 2: Vai trò của Liên bang Nga và ASEAN trong thương mại hai nước



3. Xếp hạng đối tác thương mại

Liên bang Nga

Cứ trong 10 Euro buôn bán thì đã có hơn 5 Euro nước Nga buôn bán với Liên minh Châu Âu (EU). Do đó EU hiện đang là đối tác thương mại quan trọng nhất của nước Nga.

Người dân Nga còn thích thú hơn khi biết rằng họ luôn thặng dư khi buôn bán với EU. Bình quân công dân EU phải trả 3 Euro cho hàng hóa từ Nga, trong khi người Nga chỉ trả 1 Euro cho hàng từ EU. Trong số 3 Euro này dân EU đã dùng hết 2 Euro trả cho dầu khí của người Nga.

Bảng 3: Đối tác thương mại lớn của Nga năm 2005

	Đối tác	Triệu Euro	%
	Thế giới	269,073	100
1	EU	142,397	52.9
2	Trung Quốc	16,308	6.1
3	Ukraina	16,200	6.0
4	Belarus	10,215	3.8
5	Thổ Nhĩ Kỳ	10,126	3.8
6	Hoa Kỳ	9,682	3.6
7	Thụy Sĩ	9,116	3.4
8	Kazakhstan	7,828	2.9
9	Nhật Bản	7,724	2.9
10	Hàn Quốc	5,114	1.9
11	ASEAN	3,377	1.3
12	Romania	2,635	1.0
13	Ấn Độ	2,490	0.9
14	Brazil	2,369	0.9
15	Bulgaria	1,721	0.6

Nguồn : <http://trade.ec.europa.eu/doclib/html/111720.htm> truy cập lúc 22h00' 31/01/2007

Sau EU, Trung Quốc là đối tác thương mại lớn kế tiếp của Nga, quốc gia có đường biên giới chung gần 4.000 km với Nga, có tốc độ tăng trưởng kinh tế khá ấn tượng trên 10% liên tục nhiều năm nay. Nhu cầu năng lượng đang thúc đẩy Trung Quốc gia tăng thương mại với Nga. Quốc gia này cũng là nhà cung cấp hàng may mặc, nhu yếu phẩm với giá rẻ cho nước Nga.

Kế đến là các nước thuộc SNG. Những quốc gia anh em Liên Xô cũ vẫn chiếm tỷ trọng lớn trong thương mại với Nga ngày nay. Nếu tính chung các nước thuộc SNG hiện nay⁶ thì 10 nước thuộc SNG mới là đối tác thương mại lớn thứ hai của Nga.

Siêu cường kinh tế Hoa Kỳ chỉ xếp thứ 6 trong bảng xếp hạng này. Với mức buôn bán chưa tới 10 tỷ Euro, Hoa Kỳ thậm chí còn xếp sau Thổ Nhĩ Kỳ. Là một trong những bạn hàng lâu đời của Nga, Thổ Nhĩ Kỳ nhập khẩu rất nhiều dầu hỏa và khí đốt từ Nga.

Thụy Sĩ, một quốc gia khác ở châu Âu là khách hàng quan trọng thứ 7 của Nga. Quốc gia này hầu như bán rất ít hàng hóa sang Nga và nhập khẩu từ Nga hơn 8 tỷ Euro.

ASEAN chỉ xếp thứ 11 trong bảng xếp loại thương mại lớn của Nga. Theo bảng xếp loại này, Nhật Bản và Hàn Quốc là những quốc gia châu Á khác có buôn bán lớn với Liên bang Nga có thứ hạng lần lượt là 9 và 10. Trị giá hàng hóa Nga buôn bán với Hàn Quốc cao gấp 1,5 lần so với ASEAN.

Cũng giống như đa số các nước có buôn bán với Nga, ASEAN cũng thâm hụt cán cân thương mại với Nga nhưng không nhiều. Với mức xuất khẩu hơn 1,6 tỷ Euro vào Nga, ASEAN trở thành nhà cung cấp hàng hóa thứ 10 cho nước Nga. Thổ Nhĩ Kỳ theo sau với 1,8% giá trị hàng hóa nhập khẩu vào Nga trong năm 2005. Nước đông dân thứ hai trên thế giới Ấn Độ chỉ xếp thứ 14 trong danh sách này. Mặc dù đứng thứ 10 nhưng giá trị hàng xuất khẩu vào Nga của ASEAN chỉ bằng 1/20 so với EU. Rõ ràng đây là khoảng cách không nhỏ.

Mặc dù thâm hụt trong buôn bán với Nga nhưng ASEAN vẫn đứng hạng 13 trong bảng xếp hạng các quốc gia mua hàng từ Nga. Đứng đầu danh sách này vẫn là các nước châu Âu, SNG, Đông Á và Hoa Kỳ.

⁶ SNG hiện nay bao gồm 11 nước từ Liên Xô cũ: Armenia, Azerbaijan, Belarus, Georgia, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Moldova, Russia, Tajikistan, Ukraine, Uzbekistan.

Bảng 4: Đối tác bán hàng cho Nga (2005)

	Đối tác	Triệu Euro	%
	Thế giới	77,900	100
1	EU	34,904	44.8
2	Ukraina	6,250	8.0
3	Trung Quốc	5,819	7.5
4	Nhật Bản	4,695	6.0
5	Belarus	3,709	4.8
6	Hoa Kỳ	3,674	4.7
7	Hàn Quốc	3,213	4.1
8	Kazakhstan	2,580	3.3
9	Brazil	1,883	2.4
10	ASEAN	1,642	2.1
11	Thổ Nhĩ Kỳ	1,397	1.8
12	Uzbekistan	725	0.9
13	Thụy Sĩ	706	0.9
14	Ấn Độ	630	0.8
15	Na Uy	599	0.8

Bảng 5: Thị trường Xuất khẩu của Nga (2005)

	Đối tác	Triệu Euro	%
	Thế giới	191,173	100
1	EU	107,494	56.2
2	Trung Quốc	10,489	5.5
3	Ukraina	9,949	5.2
4	Thổ Nhĩ Kỳ	8,729	4.6
5	Thụy Sĩ	8,410	4.4
6	Belarus	6,507	3.4
7	Hoa Kỳ	6,008	3.1
8	Kazakhstan	5,248	2.7
9	Nhật Bản	3,028	1.6
10	Romania	2,447	1.3
11	Hàn Quốc	1,901	1.0
12	Ấn Độ	1,860	1.0
13	ASEAN	1,735	0.9
14	Iran	1,552	0.8
15	Bulgaria	1,528	0.8

Nguồn : <http://trade.ec.europa.eu/doclib/html/111720.htm> truy cập lúc 22h00' 31/01/2007

ASEAN

Khác với Nga, ASEAN buôn bán với nhiều đối tác hơn và ít tập trung vào châu Âu nhiều như Nga (bảng 6). Ba trung tâm kinh tế thế giới Hoa Kỳ, Nhật Bản và châu Âu lần lượt là các đối tác xếp thứ 1, 2, 3 trong bảng xếp hạng (bảng 6). Hoa Kỳ có thị phần lớn nhất với 12,9%, EU xếp thứ ba với 12,1%. Ba nền kinh tế này chiếm 1/3 toàn bộ thương mại của vùng ASEAN. Nhật Bản đứng đầu danh sách cung cấp hàng cho ASEAN, trong khi Hoa Kỳ tiêu thụ nhiều hàng hóa từ ASEAN nhất. Rõ ràng ba trung tâm kinh tế này không chỉ quan trọng đối với thế giới mà còn có vai trò đặc biệt tại khu vực Đông Nam Á. Họ là nhà cung cấp và tiêu thụ sản phẩm quan trọng nhất của khu vực này.

Sau ba trung tâm kinh tế trên là đến ngay Trung Quốc. Với tốc độ tăng trưởng nhanh, cường quốc kinh tế mới này ngày càng có ảnh hưởng lớn đến thương mại trong khu vực. Với gần 100 tỷ Euro, Trung Quốc vừa mua vừa bán với ASEAN với cán cân khá cân bằng. Cũng giống như Nga, quốc gia láng giềng này cũng là bên đối thoại của ASEAN. Cùng với thuận lợi về gần gũi địa lý, văn hóa, truyền thống và *Chương trình thu hoạch sớm*⁷ được hai bên ký kết, buôn bán giữa ASEAN với đối tác này sẽ tăng nhanh trong tương lai.

⁷ Chương trình thu hoạch sớm (EHP) của Hiệp định Khung về hợp tác kinh tế toàn diện ASEAN - Trung Quốc được ký tại Phnôm Pênh, Campuchia, ngày 4/11/200 nhằm thúc đẩy thương mại giữa hai bên.

Bảng 6: Đối tác thương mại lớn của ASEAN (2005)

Đối tác thương mại		%	Nước cung cấp hàng		%	Thị trường tiêu thụ		%
Thế giới		100	Thế giới		100	Thế giới		100
1	Hoa Kỳ	12.9	1	Nhật Bản	14.0	1	Hoa Kỳ	15.1
2	Nhật Bản	12.5	2	Trung Quốc	10.7	2	EU	13.4
3	EU	12.1	3	EU	10.6	3	Nhật Bản	11.2
4	Trung Quốc	10.0	4	Singapore	10.4	4	Trung Quốc	9.4
5	Singapore	8.5	5	Hoa Kỳ	10.4	5	Singapore	6.9
6	Malaysia	7.0	6	Malaysia	7.4	6	Malaysia	6.6
7	Hàn Quốc	4.4	7	Hàn Quốc	4.8	7	Hong Kong	6.2
8	Hong Kong	4.3	8	Thái Lan	4.2	8	Indonesia	4.6
9	Indonesia	4.1	9	Arập Saudi	3.5	9	Hàn Quốc	4.0
10	Thái Lan	3.8	10	Indonesia	3.5	10	Thái Lan	3.6
11	Úc	2.8	11	Hong Kong	2.2	11	Úc	3.4
12	Ấn Độ	1.9	12	Úc	2.2	12	Ấn Độ	2.2
13	Arập Saudi	1.8	13	Philippines	1.8	13	Philippines	1.5
14	Philippines	1.7	14	Các tiểu Vương quốc Arập thống nhất	1.7	14	Việt Nam	1.4
15	Các tiểu Vương quốc Arập thống nhất	1.5	15	Ấn Độ	1.6	15	Các tiểu Vương quốc Arập thống nhất	1.2
16	Việt Nam	1.2	16	Kuwait	1.0	16	Canada	0.8
17	Canada	0.6	17	Thụy Sĩ	0.9	17	Pakistan	0.4
18	Thụy Sĩ	0.6	18	Việt Nam	0.9	18	New Zealand	0.4
19	Kuwait	0.5	19	Liên bang Nga	0.7
20	Liên bang Nga	0.5	20	Qatar	0.6	...	Liên bang Nga	0.3

Nguồn : <http://trade.ec.europa.eu/doclib/html/111472.htm> truy cập lúc 9h35' 01/02/2007

Nếu xem ASEAN như một chủ thể thì đây mới thật sự là người dẫn đầu. Với buôn bán nội khối hơn 20-25% trong nhiều năm nay⁸, ASEAN hiện đang buôn bán hàng hóa lẫn nhau nhiều hơn bất kỳ đối tác thương mại nào.

Liên bang Nga có vị trí khá khiêm tốn trong bảng xếp hạng trên (thứ 20). Rõ ràng

với mức độ thương mại như hiện nay, Nga chưa phải là một đối tác thương mại quan trọng tại ASEAN. Tuy nhiên, nếu xét theo từng thành viên thì thương mại với Nga có phần quan trọng hơn ở một số nước. Việt Nam là quốc gia thuộc số đó. Nga là nhà cung cấp hàng hóa đứng thứ 10 cho Việt Nam với khoảng 1 tỷ USD năm 2005⁹. Việt

⁸ Nguồn: tổng hợp từ APEC Economic Committee. *APEC economic outlook*. 2004, 2005. Singapore; và <http://www.aseansec.org>

⁹ Nguồn: Asian Development Bank (ADB) - Key Indicators 2006 (www.adb.org/statistics)

Nam cũng bán nhiều nông sản, thực phẩm cho Nga trong thời gian qua.

4. Triển vọng

Số liệu Bảng 7 cho chúng ta thấy năng lượng đang là mặt mạnh trong xuất khẩu hàng hóa của nước Nga. Chỉ riêng dầu mỏ và khí đốt đã chiếm hơn 1/2 giá trị hàng xuất khẩu của Nga. Ngoài ra, sắt thép, kim loại màu cũng là những mặt hàng xuất khẩu chính của Nga.

Máy móc, thiết bị điện và xe cộ là nhóm hàng nhập khẩu nhiều nhất vào Nga. Tiếp theo là hóa chất và kim loại. Hai nhóm hàng

hóa này chiếm 2/3 kim ngạch nhập khẩu của Nga trong năm 2005. Lương thực, nông sản và thuốc men là cũng nhóm hàng nhập khẩu quan trọng chiếm 1/5 kim ngạch nhập khẩu của Nga.

Nhóm hàng xuất khẩu chính là hàng Nga có lợi thế về tài nguyên và sản xuất (dầu khí, kim loại); trong khi nhóm hàng hóa nhập khẩu của Nga chủ yếu là do trong nước không sản xuất đủ nhu cầu hoặc không có lợi thế cạnh tranh (thiết bị điện, xe cộ, nông sản nhiệt đới, thuốc men). Do đó có thể nói cơ cấu xuất nhập khẩu của Nga mang tính bổ sung cao.

Bảng 7: Nhóm hàng hóa được Nga xuất khẩu, nhập khẩu chủ yếu (2005)

Đơn vị tính: %

	Xuất khẩu	Tỷ lệ	Nhập khẩu	Tỷ lệ
1	Dầu mỏ	40	Máy móc, thiết bị điện, xe cộ	42
2	Sản phẩm công nghiệp	16	Hóa chất và kim loại	25
3	Gas, khí đốt	14	Lương thực, nông sản và thuốc men	20
4	Thực phẩm, nguyên liệu thô	9	Khác	13
5	Sắt và thép	7		
6	Kim loại màu	6		
7	Khác	8		
	Tổng	100		100

Nguồn : Kimmo Sasi. *Europe's interest in the continued economic development of Russia*. Committee on Economic Affairs and Development. Finland. 2006. <http://assembly.coe.int/main.asp?Link=/documents/workingdocs/doc06/edoc11026.htm> truy cập lúc 21h20' 14/1/2007.

Mặt khác, Nga cũng có một số nhóm hàng hóa vừa xuất vừa nhập như: kim loại, lương thực thực phẩm và các sản phẩm công nghiệp.

Qua nghiên cứu cho thấy xuất nhập khẩu hàng hóa của ASEAN có một số đặc điểm chính sau:

- 10 nhóm hàng hóa *mua nhiều nhất* của ASEAN cũng chính là 10 nhóm hàng hóa

bán nhiều nhất của ASEAN. 10 nhóm hàng này bán được 470 tỷ USD thì ASEAN cũng đồng thời mua 438 tỷ USD hàng hóa thuộc 10 nhóm này. Có thể lý giải hiện tượng này bằng các giả thuyết sau:

- ASEAN tham gia vào chuỗi sản xuất thế giới, một sản phẩm được sản xuất ở nhiều nước. ASEAN cũng tham gia sản xuất một công đoạn sản xuất nên phải tạm nhập

và tái xuất. Có thể thấy qua các mặt hàng như: máy móc thiết bị điện, điện tử; máy móc thiết bị cơ khí; xe cộ ...

- Cũng có một số mặt hàng nhập khẩu nguyên vật liệu và chế biến sản xuất phục

vụ tiêu dùng trong khu vực như: nhập khẩu và hóa lọc dầu thô; nhập và lắp ráp linh kiện điện tử; nhập và lắp ráp linh kiện xe ô tô, phương tiện vận chuyển

- ASEAN buôn bán nội khối cao.

Bảng 8: 10 Nhóm hàng hóa được ASEAN buôn bán chính (2005)

Đơn vị tính: triệu USD; %

Hàng hóa	Giá trị			Tỷ lệ		
	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Xuất-Nhập khẩu	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Xuất-Nhập khẩu
Máy móc, thiết bị điện và linh kiện; thiết bị âm thanh, TV	183,446.0	160,503.2	343,949.2	28.3	27.8	28.1
Lò phản ứng hạt nhân, đầu máy xe lửa, máy móc và thiết bị cơ khí, những phụ tùng	106,477.8	87,931.2	194,409.1	16.4	15.2	15.9
Dầu mỏ, nhiên liệu vô cơ & sản phẩm tinh chế từ dầu mỏ; chất bitumin; sáp vô cơ.	88,249.9	94,040.6	182,290.5	13.6	16.3	14.9
Plastics và các sản phẩm từ plastic	18,639.8	15,286.4	33,926.1	2.9	2.7	2.8
Hóa chất hữu cơ	18,542.5	14,267.1	32,809.6	2.9	2.5	2.7
Xe cộ, (trừ xe lửa, xe điện, đường ray); phụ tùng và phụ kiện	14,917.0	16,825.0	31,742.0	2.3	2.9	2.6
Dụng cụ, thiết bị và máy quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra độ chính xác, y tế hoặc phẫu thuật, các bộ phận và phụ tùng của chúng	12,311.1	13,977.4	26,288.5	1.9	2.4	2.1
Sắt và thép	4,818.4	20,982.4	25,800.8	0.7	3.6	2.1
Ngọc trai tự nhiên hoặc nuôi cấy, đá quý hoặc đá bán quý, kim loại quý, kim loại được dát phủ kim loại quý, và các sản phẩm của chúng; đồ kim hoàn giả, tiền kim loại.	8,813.1	10,388.0	19,201.1	1.4	1.8	1.6
Caô su và các sản phẩm từ caô su	15,017.2	4,011.6	19,028.9	2.3	0.7	1.6
Cộng 10 nhóm hàng	471,232.8	438,213.0	909,445.8	72.7	76.0	74.2
Khác	176,914.2	138,529.4	315,443.6	27.3	24.0	25.8
Tổng cộng	648,147.0	576,742.4	1,224,889.4	100.0	100.0	100.0

Ngoài ra, ASEAN cũng có nhu cầu nhiều ở một số mặt hàng không sản xuất đủ nhu cầu nên phải nhập khẩu như: sắt thép; dầu mỏ; dụng cụ thiết bị quang học, y tế, chính xác cao ... ASEAN cũng có thế mạnh về cao su thiên nhiên; các nông sản và thủy sản nhiệt đới....

Đánh giá khả năng và nhu cầu của hai bên Nga và ASEAN như sau:

- *Hàng hóa có khả năng*: Là nhóm hàng hóa mà Nga hoặc ASEAN có khả năng sản xuất do có lợi thế về tài nguyên thiên nhiên sẵn có; xuất khẩu nhiều hơn nhập khẩu. Ngoài ra còn có thể do tiềm năng có thể gia tăng sản xuất khi thị trường có nhu cầu.

- *Hàng hóa có nhu cầu*: Sản xuất trong nước không thỏa mãn nhu cầu trong nước.

Xét theo tiêu chí đó ta có thể lập bảng ma trận phân tích gồm 4 nhóm hàng hóa như sau:

Bảng 9: Đánh giá khả năng sản xuất và nhu cầu hàng hóa của Nga và ASEAN

	Nga có khả năng	Nga có nhu cầu
ASEAN có khả năng	Máy móc thiết bị cơ khí; dầu mỏ, khí đốt.	Nông, lâm, thủy sản nhiệt đới; máy móc, thiết bị điện, điện tử; xe cộ.
ASEAN có nhu cầu	Dầu mỏ, khí đốt; sắt thép; công nghiệp quốc phòng.	Máy móc, thiết bị điện, điện tử; xe cộ.

5. Hàm ý chính sách

- Nhóm hàng Nga có nhu cầu và ASEAN có khả năng thì ASEAN sẽ gia tăng thâm nhập thị trường Nga như: nông, lâm, thủy sản nhiệt đới; máy móc, thiết bị điện, điện tử; xe cộ.

- Ngược lại nhóm hàng ASEAN có nhu cầu và Nga có khả năng thì Nga sẽ gia tăng thâm nhập thị trường ASEAN: dầu mỏ, khí đốt; sắt thép; công nghiệp quốc phòng.

- Nhóm hàng cả Nga và ASEAN cùng có khả năng thì có thể hợp tác để sản xuất dựa trên thế mạnh của hai bên: máy móc thiết bị cơ khí; dầu mỏ, khí đốt.

- Nhóm hàng cả Nga và ASEAN cùng có nhu cầu thì hai bên tạm thời nhập khẩu từ bên thứ ba: phụ tùng máy móc, thiết bị điện, linh kiện điện tử; xe cộ.

6. Kết luận

Qua đánh giá tình hình thương mại giữa ASEAN và Nga 15 năm gần đây cho phép rút ra vài kết luận có ý nghĩa như sau:

- Kim ngạch xuất nhập khẩu của cả Nga và ASEAN đều tăng khá trong thời gian qua, nhất là 5 năm gần đây tốc độ tăng này luôn cao hơn bình quân của thế giới.

- Buôn bán giữa hai bên có xu hướng tăng trong suốt giai đoạn này nhưng với tốc độ tăng chậm hơn các đối tác thương mại khác.

- Nga có xu hướng gia tăng buôn bán với các nước khác (đặc biệt là châu Âu) nhiều hơn buôn bán với ASEAN.

- Nga và ASEAN đều chưa là đối tác thương mại quan trọng của nhau. So với châu

Âu, Hoa Kỳ và Nhật Bản; mức độ giao thương giữa hai bên là không đáng kể.

- Hiện nay các nước ASEAN chủ yếu nhập thép, phân bón, sản phẩm hóa dầu của Nga và xuất sang Nga hàng điện tử, linh kiện máy công cụ.

- Xét về lợi thế tài nguyên thiên nhiên và lợi thế sản xuất, hai bên có khả năng đạt được nhiều lợi ích khi buôn bán với nhau.

- Xét về lợi thế cạnh tranh và tiềm năng sản xuất, hai bên có nhiều tiềm năng hợp tác trong thương mại, trong sản xuất và đầu tư./

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Lim Chong Yah. *Đông Nam Á chặng đường dài phía trước*. Nxb Thế giới. Hà Nội, 2002.

Tiếng Anh

2. Asian Development Bank (ADB) - Key Indicators 2006 (www.adb.org/statistics).

3. APEC Economic Committee. *APEC economic outlook*. 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005. Singapore.

4. ASEAN. *ASEAN document series* 2005.

5. IMF. *IMF Country Report No. 05/378: Russian Federation: Statistical Appendix*. October 2005.

6. IMF. *IMF Country Report No. 05/379: Russian Federation: Selected Issues*. October 2005.

7. Kimmo Sasi. *Europe's interest in the continued economic development of Russia*. Committee on Economic Affairs and Development. Finland. 2006.

8. International Monetary Fund, *World Economic Outlook Database*, September 2006.

9. Roderic Lyne, Strobe Talbott, Koji Watanabe. *Engaging With Russia – The Next Phase*. A Report to The Trilateral Commission. Washington, Paris, Tokyo. 2006

10. World Banks. *From transition to development – A country economic memorandum for the Russian Federation*. Moscow. 2005.

11. World Banks. *World Development Indicators database*. April 2006.

Các tư liệu từ Internet:

<http://stats.unctad.org/>

<http://trade.ec.europa.eu/>

<http://www.adb.org>

<http://www.apec.org>

<http://www.aseansec.org>

[http://www.cbr.ru/eng/statistics/credit statistics/](http://www.cbr.ru/eng/statistics/credit_statistics/)

<http://www.imf.org>

[http://www.stat.tj/english/macroeconomic indicators.htm](http://www.stat.tj/english/macroeconomic_indicators.htm)

<http://www.vtv.vn/>

<http://www.worldbank.org.ru>

<http://www.wto.org>