

Dù có sự quan tâm rộng lớn đối với Đông Nam Á, Ấn Độ liên tục bị chèn ép vì lập trường cứng rắn với các thỏa thuận thương mại với ASEAN. Hơn nữa, Ấn Độ thường được so sánh với các đối tác đối thoại Đông Á của ASEAN để làm nổi bật sự can thiệp của Việt Nam trong kinh tế của nước này với ASEAN. Tại sao ASEAN và Ấn Độ lại có một mối quan hệ kinh tế hơn cả như vậy?



**Tóm tắt**

\* Quan hệ đối tác ASEAN-Đài Loan đã phát triển trong 25 năm qua, nhưng các nhà phê bình đã nhìn xét rằng quan hệ kinh tế của Đài Loan với ASEAN là yếu so với các cường quốc khác trong khu vực.

\* Lập trình đàm phán cũng như của Đài Loan trong thương mại với ASEAN thường bị chệch lệch và bị trích dẫn như là một yếu tố hạn chế khả năng của nước này phát triển các mối quan hệ kinh tế chặt chẽ với ASEAN.

\* Trên thực tế, đó là do việc Đài Loan gần đây đã tiến hành toàn cầu hóa và sẽ không phù hợp với các ưu tiên kinh tế giữa ASEAN và Đài Loan.

\* Tuy nhiên, có những điểm sáng trong quan hệ kinh tế ASEAN-Đài Loan:

- ASEAN có vị trí nổi bật trong các khoản đầu tư ra nước ngoài của Đài Loan vào lĩnh vực dầu khí, dược phẩm, công nghệ thông tin, viễn thông và các dịch vụ tài chính.

- Thương mại dịch vụ có tầm nhìn phát triển từ sự kết nối được cải thiện và quan hệ giữa người dân với người dân.

- Cộng đồng người Đài Loan ở các nước ASEAN đóng một vai trò quan trọng trong phát triển thương mại, đầu tư và du lịch song phương.

## **Giải thích**

Hợp tác lâu dài của Đài Loan với ASEAN bắt đầu vào năm 1992 với việc nước này là một đối tác đối thoại khu vực của Tổ chức. Sau đó, quan hệ đối tác tiến triển để bao gồm 30 cơ chế đối thoại, gồm có một hội nghị thường định và 7 hội nghị cấp bộ trưởng và một loạt lĩnh vực. Kể từ khi Cộng đồng ASEAN bắt đầu hình thành vào

Năm 2015, đã có những chuyển biến song phương đều đặn và thường xuyên. Các lãnh đạo cấp cao của Ấn Độ đã đến thăm trực tiếp 10 nước ASEAN trong 4 năm qua.

Năm ngoái, ASEAN và Ấn Độ đã kỷ niệm 25 năm quan hệ đối thoại cửa hàng. Để đánh dấu dịp này, ngoài việc tổ chức một hội nghị cấp cao để kỷ niệm tại New Delhi, 10 nhà lãnh đạo ASEAN đã tham dự cuộc diễu hành ngày Quốc khánh Ấn Độ vào ngày 26/1/2018. Đây là lần đầu tiên Ấn Độ mời một tổ chức khu vực làm khách mời chính tham dự sự kiện quốc gia quý giá nhất thế hiện văn hóa và không ngừng quân sự đa dạng của nước này. Tất cả những điều này phản ánh sự quan tâm của Ấn Độ đối với khu vực ASEAN.

Tuy nhiên, dù có sự quan tâm rộng lớn như vậy, Ấn Độ liên tục bị chèn ép vì lập trường cứng rắn với các thỏa thuận thương mại với ASEAN. FTA ASEAN-Ấn Độ (AIFTA) phải mất 7 năm để kết thúc đàm phán và thương mại hàng hóa. Gần đây hơn, người ta nói nhiều về việc Ấn Độ đã kéo dài các cuộc đàm phán với Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP). Mặc dù chương trình nghị sự của RCEP đã được hoàn tất vào năm 2013, sau đó là các thỏa thuận và các phương thức, vẫn tiếp cận theo trình tự và tiếp tục được cân nhắc thêm chỉ sau 23 vòng đàm phán. Ấn Độ đã thường xuyên trích dẫn tâm huyết thương mại lớn của mình với Trung Quốc như là một lý do bào chữa cho việc có một cách tiếp cận thận trọng với tự do hóa thương mại.

Hơn nữa, Ấn Độ thường được so sánh với các đối tác đối thoại Đông Á của ASEAN để làm nổi bật sự can thiệp hơn chi phí và một kinh tế của nước này với ASEAN. Ví dụ: vào cuối năm 2015, trong khi tổng thương mại hàng hóa của ASEAN với Ấn Độ là 58,5 tỷ USD, thì con số này với Trung Quốc, Nhật Bản và Hàn Quốc là mức đáng kinh ngạc lần lượt là 345 tỷ USD, 238 tỷ USD và 122 tỷ USD.

Tại sao ASEAN và Ấn Độ lại có một mối quan hệ kinh tế hơn chi phí như vậy? Bài viết này xem xét vấn đề và thảo luận về những thách thức kinh tế-chính trị đang kìm hãm mối quan hệ này tiến xa hơn. Nó kết luận rằng mặc dù mức độ tuyệt đối của thương mại và đầu tư là một thực tế do cách tiếp cận của Ấn Độ với chính sách thương mại và việc sự không tương thích với lợi ích khu vực trong các cuộc đàm phán thương mại, có những tiến bộ về kinh tế, như công nghệ người Ấn Độ và các nước ASEAN, sự kết nối qua đường hàng không được cải thiện, những bổ sung về thương mại dịch vụ và việc Ấn Độ tìm kiếm các cách trong nước.

## **Quan hệ kinh tế ASEAN-Đài Loan**

Phản này đưa ra một cách tiếp cận đa chiều để đánh giá hiện trạng các mối quan hệ kinh tế giữa ASEAN và Đài Loan.

### **Thị trường mại hàng hóa**

Tổng thương mại hàng hóa của ASEAN với Đài Loan đã tăng từ 10 tỷ USD vào năm 2000 lên 58,5 tỷ USD vào năm 2015, tăng trưởng với tốc độ 13%/năm, cao hơn nhiều so với tăng trưởng thương mại 8% của ASEAN. Tuy nhiên, phản biến số tăng trưởng này được nhận thấy là từ năm 2002 đến năm 2008, sau đó nó chững lại hoặc suy giảm. Thị phần của Đài Loan trong tổng thương mại của ASEAN cũng đã có xu hướng giảm nhẹ tương đối, đạt mức cao nhất 2,9% trong năm 2012. Các mô hình phản ánh một phần môi trường thương mại toàn cầu trong thời kỳ khủng hoảng kinh tế toàn cầu sau năm 2008. Nó cũng phản ánh sự đổi hướng thương mại khi các thị trường thương mại khác của ASEAN bắt đầu có hiệu lực và khi tình trạng phân tâm lý báo hiệu ở cả hai bên tăng lên.

Sau khi AFTA bắt đầu có hiệu lực vào năm 2010, thương mại của ASEAN với Đài Loan đã tăng 1,1 lần, tăng thương mại của ASEAN cũng tăng tương đối mạnh mẽ. Có những sự khác biệt rõ ràng về thành tích hoạt động giữa cá nhân tăng nước ASEAN và Đài Loan. Philippines, Malaysia, Campuchia và Lào đã cho thấy một xu hướng tăng trưởng tích cực, Singapore và Thái Lan có xu hướng giảm tương đối. Với AFTA đang có hiệu lực, vai trò của Singapore là thương mại chuyên khu vực của ASEAN và Đài Loan đã giảm.

Không như Trung Quốc hoặc Hàn Quốc có thể phần trong tổng thương mại của ASEAN đã tăng lên với tốc độ ổn định, thương mại hàng hóa của Đài Loan với khu vực này vẫn chưa có được một mối quan hệ ổn định. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng ASEAN được biết đến bởi một loạt các thị trường hàng đầu của Đài Loan, tiếp ngay sau Mỹ, Trung Quốc và EU. Điều này phản ánh các lợi ích kinh tế của Đài Loan ở ASEAN, mà sự vẫn còn phù hợp trong tương lai.

### **Thị trường dịch vụ**

Trong khi không có dữ liệu thống kê dịch vụ song phương giữa các nước ASEAN và Đức, ngược lại ta có thể đưa ra một số suy luận sơ đẳng dựa trên dữ liệu thống kê toàn cầu và bảng chiêng mang tính giai thoại. Vào năm 2015, ASEAN và Đức chiếm 10% tổng thống kê dịch vụ toàn cầu, trong đó Singapore chiếm phần cao nhất là 3,2%, sau đó là Đức với 3% và Thái Lan là 1,1%. Với các nước ASEAN ngoài Philippines và Singapore, thống kê dịch vụ du lịch và giao thông là quan trọng. Với Đức, các dịch vụ thống kê khác là nội bộ. Nói chung, có thể thấy thống kê dịch vụ giữa hai bên trong ngành công nghệ thông tin và truyền thông, các dịch vụ kinh doanh chuyên nghiệp, các dịch vụ tài chính, logistics, giáo dục, các dịch vụ y tế, đi lại và du lịch.

### **Mối liên kết đầu tư**

Các dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) chảy vào ASEAN từ Đức dao động trong biên độ từ -1,9 tỷ USD đến 6,6 tỷ USD. Dòng FDI này giảm từ 2,1 tỷ USD trong năm 2013 xuống còn khoảng 1,6 tỷ USD trong năm 2016. Con số mới nhất là 1% tổng dòng FDI vào ASEAN. Số dao động này trong dòng vốn FDI chảy vào ASEAN đã dẫn đến dòng vốn FDI ra nước ngoài (OFDI) của Đức ở ASEAN giảm từ 20,8 tỷ USD trong năm 2010 xuống còn 18,4 tỷ USD trong năm 2015.

Bất chấp thành tích kém nhỉnh, ASEAN vẫn là đích đến hàng đầu của Đức đầu tư ở Đức. OFDI của Đức vào ASEAN trong năm 2015 chiếm 22% tổng OFDI của nước này, mà lớn hơn phần của ASEAN trong OFDI của Nhật Bản là 13%, trong OFDI của Mỹ là 5%, của Trung Quốc là 6% và của EU là 2%. Hơn nữa, trong thập kỷ qua, kết thúc bảng năm 2015, đầu tư của Đức vào ASEAN đã tăng trung bình 67%/năm, cao hơn nhiều so với tốc độ tăng trưởng đầu tư toàn cầu của Đức (40%).

Với cá nhân các nước ASEAN, phần lớn đầu tư của Đức tập trung vào Singapore, sau đó là vào Malaysia và Indonesia, Thái Lan và Việt Nam. Đức cũng đặc biệt chú ý đến các nước thành viên ASEAN kém phát triển hơn. Cụ thể là với Việt Nam, Đức đã có sự hợp tác công nghiệp trong các dự án lớn về thăm dò dầu mỏ, phát điện và sản xuất hóa chất. Có khoảng 85 dự án được Đức tài trợ ở Việt Nam từ đầu năm 2015. Trong phân bổ ngân sách hàng năm 2015-2016 của Đức, Bộ Thương mại đã yêu cầu cho quỹ phát triển dự án trị giá 16,1 tỷ USD để thiết lập các trung tâm sản xuất ở các nước thành viên ASEAN kém phát triển hơn.

### **Các mối quan hệ giữa người dân hai bên**

Du lịch là một chủ đề gần gũi với mọi liên kết giữa người dân ASEAN với nhau. Du khách từ các nước ASEAN đã tăng từ 1,5 triệu người trong năm 2006 lên đến 3,3 triệu người trong năm 2015, phản ánh tốc độ tăng trưởng 10,7%/năm. Trong năm 2015, các nước chiếm 3% tổng lượng du khách đến ASEAN, ít hơn nhiều so với Trung Quốc (17%), ít hơn đáng kể so với Hàn Quốc (5,4%) và Nhật Bản (4,3%). Các thị trường du khách chính, Singapore, Thái Lan, Malaysia và Indonesia là các điểm đến nổi bật của ASEAN. Họ đóng góp đáng kể vào lĩnh vực công nghiệp du lịch của các nước này.

Một yếu tố then chốt đã góp phần vào tiến trình tích cực này là sự kết nối qua đường hàng không được cải thiện giữa ASEAN và các nước. Singapore được kết nối với nhiều điểm đến trên thế giới qua 480 chuyến bay hàng tuần. Tổng cộng, Malaysia và Thái Lan được kết nối với các thị trường thông qua hơn 114 và 150 chuyến bay. Các hãng hàng không quốc gia từ các nước đang có chuyến bay đến các điểm đến ở hai bên, giảm giá vé các chuyến bay giữa các nước ASEAN. Sự kết nối qua đường hàng không tốt hơn được hỗ trợ bởi các cơ sở hạ tầng sân bay/cảng hàng không trực tiếp dành cho các du khách từ các nước ASEAN như Thái Lan, Indonesia, Campuchia, Malaysia, Việt Nam và Singapore.

Ngay cả khi có thể luận rằng các mối quan hệ giữa ASEAN và các nước cần được nghiên cứu trên nhiều phương diện vượt ra ngoài thương mại hàng hóa. Các chính sách và phương diện tuy nhiên đối với các mục tiêu kinh tế và đầu tư của ASEAN với các nước là thực tế và không đơn giản, đặc biệt là khi so sánh với các đối tác công Á khác của ASEAN. Nhưng có những dấu hiệu quan trọng. Ngoài việc ASEAN là đối tác nhận OFDI nổi bật của các nước, thương mại dịch vụ có sự tăng lên. Các mối quan hệ giữa người dân hai bên vẫn rất đáng kể.

### **Những thách thức chính trị-kinh tế**

Phần này phân tích 3 thách thức cơ bản trong đàm phán thương mại giữa ASEAN và các nước.

Ưu tiên liên quan đến cách tiếp cận của Việt Nam với chính sách thương mại. Trong 2 thập kỷ kể từ những năm 1970, Việt Nam đã theo đuổi chính sách công nghiệp hóa thay thế nhập khẩu (ISI) mà điểu chỉnh nhập khẩu, thúc đẩy các khu vực nhà nước và mang lại những sự khích lệ hơn cho các bên tham gia thu nhập khu vực tư nhân. Việc thiêu tính cạnh tranh do kết quả của điểu đó đã củng cố các mối quan hệ giữa doanh nghiệp và người lao động, những người yêu cầu một thị trường mở rộng hơn. Chuyển vào đầu những năm 1990, Việt Nam mới quyết định lựa chọn chính sách tự do hóa và thông qua Chính sách hàng nhập khẩu (LEP), làm đòn bẩy dựa trên các mối quan hệ trong lịch sử và vận động hóa. Những năm sau đó đã ký kết các FTA và đã biến LEP của mình thành Chính sách hành động hàng nhập khẩu.

Tuy nhiên, con đường hàng nhập khẩu tự do hóa không hề dễ dàng đối với Việt Nam. Một mặt, Việt Nam đã thực hiện các cải cách như bãi bỏ cấp phép công nghiệp, giảm thuế quan, và hoán đổi tài khoản vãng. Mặt khác, nhiều cải cách trong nước phù hợp với các chính sách hàng nhập khẩu vãng có vãng đ, chủ yếu do chính trị đã đóng cửa Việt Nam. Tình trạng vãng đ hành lang chính trị tự do hóa vãng còn phức tạp, và do đó, bất chấp việc là một thành viên của WTO, Việt Nam vẫn tiếp tục đối phó. Không còn nghi ngờ gì, những năm cũng tham gia vài thỏa thuận thương mại những những thỏa thuận này thương mại hơn chủ vận quy mô và việc thực thi vãng không đng đ.

Ưu tiên thứ hai xuất phát từ các hội đồng của Việt Nam trở thành một phần của mạng lưới sản xuất khu vực. Trong khi Việt Nam đã thông qua một chính sách thương mại tiếp tục cải thiện vào những năm 1990, các nước Đông Á đã thực hiện các cải cách trong nước để tự do hóa nền kinh tế của họ vượt xa chính sách đó của Việt Nam. Trung Quốc đã theo đuổi cải cách kinh tế kể từ cuối những năm 1970, với thương mại và đầu tư là các thành phần cốt lõi của chiến lược phát triển của mình. Nhật Bản đã có một mô hình kinh tế cải thiện kể từ khi Chiến tranh thế giới thứ nhất kết thúc, và đã thực hiện ngoại giao kinh tế với khu vực châu Á rộng lớn hơn thông qua thương mại, hợp tác kỹ thuật và viện trợ nước ngoài. Ngay cả các nước ASEAN cũng đã theo đuổi một chính sách thương mại và đầu tư định hướng nước ngoài kể từ những năm 1980 bằng việc giải phóng các dòng vốn đầu tư vào các lĩnh vực sản xuất và vào các ngành công nghiệp phụ trợ và linh kiện và đầu tư vào các cơ sở hạ tầng để cải thiện bầu không khí kinh doanh. Do đó, các nước Đông Á đã thành công trong việc hội nhập vào các mạng lưới sản xuất khu vực - nền tảng của thương mại quốc tế - kể từ cuối những năm 1980. Vào lúc Việt Nam quyết định đi theo đ cùng hàng nhập khẩu, những năm cũng phải vượt lên với nền kinh tế trong nước để đng thđi đng toàn bộ nền kinh tế, thực hiện các cải cách trong các khu vực nhà nước và tư nhân và xây dựng cơ sở hạ tầng. Những năm cũng cần phải chú ý đến lĩnh vực sản xuất để hội nhập vào các mạng lưới sản xuất bằng việc mang lại những khuyến khích nhằm gia tăng tính cạnh tranh. Do đó, những mối quan hệ trong nước có xu

hàng được ưu tiên.

Ưu thế 3 là các ưu tiên khác nhau theo khu vực giữa ASEAN và Đài Loan. Trong khi lợi thế so sánh của một bộ phận lớn các nước ASEAN nằm ở các hoạt động sản xuất, thì sức mạnh của Đài Loan nằm ở dịch vụ. Với vai trò, thế mạnh mỗi hàng hóa là hạn chế do lĩnh vực sản xuất và nông nghiệp của nước này ít cạnh tranh hơn và thế trường nội địa đã lớn đã tạo ra thu nhập. Thế mạnh xuyên biên, ngược lại ta cảm thấy rằng việc tự do hóa thế mạnh mỗi hàng hóa sẽ dẫn đến nhập khẩu tăng nhanh hơn xuất khẩu, dẫn đến thâm hụt thế mạnh mỗi lần hơn, ít nhất là trong ngắn hạn. Đài Loan có lợi thế so sánh trong công nghệ thông tin, dịch vụ viễn thông, dịch vụ tài chính và du lịch. Trong năm 2015, nước này đã có thế mạnh dịch vụ trị giá 33 tỷ USD với phần còn lại của thế giới, so với 2,2 tỷ USD thế mạnh trong lĩnh vực thế mạnh của các nước ASEAN.

Sẽ không cần xem trong các ưu tiên này dẫn đến những khó khăn trong các thỏa thuận thế mạnh mỗi giữa ASEAN và Đài Loan. Phải mất 7 năm để đàm phán Hiệp định trao đổi hàng hóa ASEAN-Đài Loan và các cuộc đàm phán về dịch vụ và đầu tư đã được kết thúc sớm chỉ một vài năm sau đó. Với vai trò đàm phán RCEP, Đài Loan được cho là đang yêu cầu tự do hóa ngành dịch vụ lớn hơn để đổi lấy việc đảm bảo quyền tiếp cận với thị trường hàng hóa lớn hơn ở các nước khác. Việc làm này rất không được ưa thích vì yêu cầu tự do hóa thế mạnh mỗi dịch vụ đang đòi hỏi tự do hóa đầu tư và thế mạnh các việc di chuyển các chuyên gia. Trong khi tự do hóa đầu tư là thế mạnh để dành để với một lĩnh vực như du lịch, thì nó lại phục vụ để với các lĩnh vực trong dịch vụ công nghệ giáo dục, y tế và giao thông mà tùy thuộc vào các quy định khác biệt trong nước. Những cân nhắc về xã hội và kinh tế, như việc chính phủ ưu tiên hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa (SME) đã phản ứng, có thể cản trở các quyết định tự do hóa đầu tư trong lĩnh vực dịch vụ. Việc lao động lành nghề dịch chuyển qua biên giới vẫn còn hạn chế do tính nhạy cảm với một chính trị của việc này. Cho đến nay, hầu hết các thỏa thuận thế mạnh mỗi của ASEAN đã tập trung vào hàng hóa và có sự chú ý hạn chế đến dịch vụ. Các biệt, thế mạnh mỗi dịch vụ đã bị tổn hại trước sự cạnh tranh quốc tế và liên quan đến nhiều rào cản pháp lý.

### **Tương lai: Tiềm năng lợi thế đang chờ đợi**

Trong tương lai, quan hệ kinh tế giữa ASEAN và Đài Loan có tiềm năng tăng đáng kể. Hai bên cùng nhau tạo nên một thế trường gồm 2 tỷ người và thế hào có GDP 5 nghìn tỷ USD. Cả hai đều có dân số trẻ để đáp ứng các nhu cầu của thế trường lao động và tăng nhập trung lưu đang phát triển để hỗ trợ tiêu dùng. Ngoài ra, ngược lại ta



Chỉ số tính ASEAN và Ấn Độ tăng trưởng trong giai đoạn 2018-2020 với tốc độ trung bình hàng năm là 5,7% và 7,7%, so với 6,3% của Trung Quốc và 2,0% của Mỹ.

Với các mối quan hệ kinh tế, ASEAN là đối tác thương mại hàng hóa lớn thứ tư của Ấn Độ và có đặc điểm nổi bật là điểm đến đầu tư nước ngoài then chốt của Ấn Độ. Có khoảng 2.000 công ty Ấn Độ đang hoạt động ở nhiều nước ASEAN, bao gồm Singapore, Malaysia, Indonesia, Thái Lan và Việt Nam. Nhiều yếu tố đã góp phần vào các quyết định đầu tư này, bao gồm Hiệp định tránh đánh thuế hai lần Singapore-Ấn Độ, Hiệp định thương mại song phương Singapore-Ấn Độ và Malaysia-Ấn Độ, sự kết nối mạnh mẽ qua đường hàng không, sự hiện diện của một cộng đồng người Ấn Độ và môi trường tạo thuận lợi cho kinh doanh của khu vực. Singapore đặc biệt đóng vai trò là cửa ngõ cho đầu tư của Ấn Độ đến phần còn lại của khu vực.

Có tiềm năng lớn để tăng trưởng hợp tác, đặc biệt là trong bối cảnh có những va chạm thương mại hiện tại giữa Mỹ và Trung Quốc. Các nền kinh tế ASEAN và Ấn Độ mang đến cho nhau một điểm đến cho thương mại và đầu tư. Hiện nay, trong trường hợp chi phí tranh chấp mại kéo dài giữa Mỹ và Trung Quốc, các quy tắc thương mại và đầu tư trong AFTA có thể tạo điều kiện thuận lợi cho việc tái cấu trúc và tái phân bổ các dây chuyền sản xuất không còn lý tưởng Trung Quốc làm trung tâm và chuyển chúng sang ASEAN. Nhờ vậy, các thành viên ASEAN đang có một vị trí thuận lợi khi Cộng đồng Kinh tế ASEAN cung cấp một môi trường pháp lý mạnh mẽ và hiệu quả xung quanh thương mại, trong khi AFTA liên kết nó với một nền kinh tế lớn trong khu vực.

Ngoài ra, các mối quan hệ mang tính định lượng và bổ sung hiện có đang hướng tới thương mại dịch vụ lớn hơn giữa ASEAN và Ấn Độ trong tương lai. Các nước ASEAN nhằm mục đích tăng cường sự tham gia của họ vào mạng lưới sản xuất trong khu vực và đây là nơi các công ty máy tính và dịch vụ thông tin của Ấn Độ có thể giúp liên kết cấu trúc sản xuất rời rạc. Ngoài ra, cả hai bên đều có tiềm năng hướng tới các lĩnh vực mới của nhau và các cuộc thảo luận chính sách về nền kinh tế kết thúc sự, thương mại điện tử và các thành phố thông minh.

Quan hệ giữa người dân hai bên có thể được tăng cường với sự giúp đỡ của cộng đồng người Ấn Độ ở các nước ASEAN. Ở Singapore, Malaysia, Thái Lan, Myanmar và Philippines, người dân có thể chiếm một tỷ lệ lớn nổi bật trong tầng dân số. Nhóm người này tích cực trong các hoạt động kinh tế trực tuyến, chẳng hạn như buôn bán và công nghệ dệt may. Ngoài ra, trong những năm gần đây, các chuyên gia

Ấn Độ tích cực tham gia các lĩnh vực như dệt may, ngân hàng, tài chính, kế toán, kế hoạch và công nghệ thông tin.

Còn có một số sinh viên Ấn Độ ở các nước ASEAN. Ví dụ, khoảng 10.000 sinh viên Ấn Độ đang ở Philippines học ngành y và quản lý. 2.000 sinh viên khác đang theo học tại Malaysia. Chính phủ Ấn Độ cũng đã cung cấp một số học bổng giáo dục đổi học và đào tạo cho các công dân ASEAN. Ví dụ, khoảng 1.000 sinh viên Lào và 1.400 sinh viên Campuchia được đào tạo theo Chương trình hợp tác kế hoạch và kinh tế của Ấn Độ.

Số kết nối cũng là một ưu tiên chính sách giữa ASEAN và Ấn Độ để tăng cường các mối quan hệ trong tương lai của họ. Ấn Độ đã hứa hẹn cung cấp một khoản tín dụng trị giá 1 tỷ USD cho các nước ASEAN để thúc đẩy số kết nối vật lý và kế hoạch số. Một quỹ phát triển dự án đã được công bố để phát triển các trung tâm sản xuất ở các nước ASEAN kém phát triển hơn. Ấn Độ đang thi đấu để tăng cường, nâng cao tốc độ Ấn Độ-Myanmar-Thái Lan và Dự án Giao thông vận tải quá cảnh đa phương thức Kaladan ở ASEAN. Các vận đẩu mở rộng đường cao tốc ba bên tại Campuchia và Lào và Hiệp định xe cộ qua đường cao tốc 3 bên này đang được thảo luận. Ấn Độ và ASEAN cũng đang tìm cách lên kế hoạch Hiệp định vận tải biển và Hiệp định dịch vụ hàng không khu vực.

Cũng có thể thấy được tiềm năng tương lai trong quan hệ kinh tế ASEAN-Ấn Độ tại việc Ấn Độ sẵn sàng thực hiện cải cách trong nước và tham gia nhiều hơn tại các nền tảng khu vực và toàn cầu. Gần đây, Ấn Độ đã đưa một số biện pháp chính sách vào nền kinh tế trong nước - Make in India, Kế hoạch Ấn Độ, Thành phố thông minh, Ấn Độ kế hoạch số. Các biệt, sáng kiến "Make in India" đang tìm cách khôi phục lĩnh vực sản xuất. Ý tưởng là để cải thiện khả năng cạnh tranh và mang lại các khoản đầu tư vào sản xuất để thoát ra các điếm đến châu Á khác. Ngay cả ta mong đợi sáng kiến này không chỉ tạo ra việc làm ở thị trường trong nước mà còn giúp Ấn Độ chuyên về một hoạt động cụ thể trong chuỗi giá trị sản xuất, do đó hội nhập tốt hơn với các nước khác trong khu vực. Có thể nhận thấy sự hội nhập này tại Hội nghị thương mại ASEAN-Ấn Độ năm 2015.

Nếu để cải thiện sự thuận lợi kinh doanh ở Ấn Độ đang đạt được nhiều lợi ích chính sách. Là một phần của sáng kiến "Make in India", việc đăng ký kinh doanh nhanh chóng, cắt giảm các thủ tục quan liêu và đơn giản hóa các quy định là những thông số quan trọng mà Ấn Độ đang tiếp tục để thu hút các nhà đầu tư nước ngoài. Gần đây, Ấn Độ đã thực hiện một chính sách thu thuế lớn, được gọi là thuế hàng

hóa và dịch vụ, nhằm thống nhất đất nước để có được một môi trường kinh doanh thuận lợi hơn. Nước này cũng đang thực hiện vài dự án cơ sở hạ tầng để hàng hóa, dịch vụ và con người dịch chuyển một cách linh hoạt. Thật vậy, Ngân hàng Thế giới đã công nhận đất nước này là một trong 10 nước cải thiện hàng đầu trong việc thực hiện các cải cách trong nước trong số 190 quốc gia. Ngân hàng này xếp hạng Việt Nam ở vị trí thứ 100 trong năm 2018 so với thứ 130 trong năm 2017.

Tuy nhiên, quan hệ kinh tế ASEAN-nhà có cơ hội đáng kể để phát triển trong bối cảnh kinh tế đang mở cửa, tiềm năng lớn về dịch vụ và những tiếp xúc giữa người dân hai bên. Các cải cách trong nước do Việt Nam thực hiện trong những năm gần đây phản ánh mong muốn của đất nước này xây dựng một nền kinh tế hiện đại và cạnh tranh có khả năng hội nhập tốt hơn với các nền kinh tế khu vực và toàn cầu trong tương lai.

*Sanchita Basu Das là Trưởng Nghiên cứu về Kinh tế, Trung tâm Nghiên cứu ASEAN, [Viện Nghiên cứu Đông Nam Á](#), Singapore, Số 68, 2018.*

**Trần Quang (gt)**