

LĨNH VỰC DỊCH VỤ TRONG NỀN KINH TẾ THẾ GIỚI: CÁC XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN

O. BALAEVA^(*), M. PREDVODITELEVA^(**). **Sfera uslug v mirovoi ekonomike: tendencii razvitija.**
ME i MO, No3, 2007, st.23-28.

MAI LY
lược thuật

Trong những thập niên gần đây, lĩnh vực dịch vụ ngày càng chiếm vị trí vững chắc trong nền kinh tế thế giới. Ở đa số các nước, khối lượng sản xuất dịch vụ và tỷ lệ của dịch vụ trong cơ cấu GDP tăng lên không ngừng (theo đánh giá của WB, tỷ lệ này hiện nay là gần 68% GDP thế giới), số người làm việc trong lĩnh vực dịch vụ cũng như thương mại dịch vụ quốc tế gia tăng đáng kể. Tác động của những thay đổi này lớn đến mức mà nền kinh tế hiện đại được gọi là nền kinh tế mang tính dịch vụ hoặc nền kinh tế dịch vụ.

Mức độ phát triển của lĩnh vực dịch vụ ở các nước, theo tác giả, là rất khác nhau. Dựa vào tỷ lệ thu nhập từ lĩnh vực dịch vụ trong GDP và tốc độ tăng tỷ lệ đó trong 30 năm gần đây có thể phân thành 4 nhóm nước. *Nhóm thứ nhất* là những nước có tỷ lệ này hơn 70% (Mỹ, Đan Mạch, Bỉ, Pháp, Hà Lan, Luxemburg). Những nước có tỷ lệ đạt

65-70% (như Áo, Phần Lan, Italia và Tây Ban Nha...) thuộc *nhóm thứ hai*; đạt tỷ lệ 50-65% (Na Uy, Costa-Rica, Columbia, Zimbabwe, Marocco, Chile) thuộc *nhóm thứ ba*; và *nhóm thứ tư* gồm các nước có tỷ lệ khá thấp, dưới 50% (như Burundi, Ghana, Botsawana, Mali...). Gắn với sự phát triển của lĩnh vực dịch vụ không chỉ có sự thay đổi cơ cấu GDP mà còn cả xu hướng gia tăng vượt trội việc làm trong sản xuất dịch vụ so với việc làm trong sản xuất công nghiệp. Nhiều nước có tỷ lệ nhân công trong khu vực dịch vụ cao, như Mỹ (78%), Luxemburg (77%), Hà Lan (77%), Australia (75%), Vương quốc Anh (75%), Na Uy (74%), Bỉ (73%), Đan Mạch (73%) và nhiều nước khác - (www.oecd.org.).

(*) PGS., PTS. kinh tế, Trường Tổng hợp quốc gia – Trường kinh tế cao cấp, Nga.

(**) PGS., PTS. kinh tế, Trường Tổng hợp quốc gia – Trường kinh tế cao cấp, Nga.

C. Lovelock – một học giả nổi tiếng thế giới trong lĩnh vực lý luận về quản lý các tổ chức dịch vụ-, đã chỉ rõ và phân tích những nhân tố chính tác động tới sự phát triển tích cực của lĩnh vực dịch vụ, bao gồm: 1) *chính sách của nhà nước* (tác động thông qua sự giảm điều tiết hoặc, ngược lại, tăng sự giám sát đối với quá trình lập giá bằng cách tư nhân hóa các tổ chức dịch vụ, giảm hạn chế trong thương mại dịch vụ, thắt chặt đạo luật giúp bảo vệ người tiêu dùng và người sản xuất, bảo vệ môi trường xung quanh); 2) *những thay đổi về mặt xã hội* (thể hiện ở sự tăng thu nhập của nhiều nhóm dân cư, sự thay đổi phong cách, lối sống); 3) *xu hướng phát triển kinh doanh* (mở rộng hoạt động dịch vụ của các doanh nghiệp công nghiệp, mở rộng việc cấp quyền kinh doanh, định hướng của các tổ chức vào việc nâng cao chất lượng dịch vụ, chú trọng nhu cầu của người tiêu dùng, thắt chặt các yêu cầu khi thuê người làm việc); 4) *sự phát triển của công nghệ thông tin* (làm xuất hiện các loại dịch vụ mới và hoàn thiện các loại dịch vụ truyền thống); và 5) *sự quốc tế hóa và toàn cầu hóa các tổ chức thuộc lĩnh vực dịch vụ* (gắn với đẩy mạnh các quá trình hợp nhất và thâu tóm ở cấp độ quốc tế, sự vươn ra các thị trường mới của các tổ chức thuộc lĩnh vực dịch vụ, xuất hiện nhiều liên minh chiến lược, nâng cao tính tích cực hoạt động của các tập đoàn dịch vụ xuyên quốc gia...).

Ngoài ra, góp phần thúc đẩy sự phát triển tích cực lĩnh vực dịch vụ còn có một số yếu tố khác như *cuộc cách mạng khoa học-kỹ thuật và cải tổ cơ cấu-công nghệ sản xuất vật chất* (làm xuất hiện

trên thị trường nhiều loại dịch vụ mới gắn liền với công nghệ thông tin, sự máy tính hóa và các phương pháp thông tin liên lạc mới; Tiến bộ khoa học-kỹ thuật tháo gỡ những rào cản khi cung cấp dịch vụ cho những nơi xa xôi, kích thích sự phát triển của thị trường dịch vụ quốc tế); sự *tư nhân hóa và giải điều tiết nhiều ngành* (giao thông vận tải, bưu chính viễn thông, bảo hiểm...) cũng như sự *tự do hóa các quan hệ kinh tế đối ngoại*.

Theo các tác giả, trong những năm gần đây, trong bối cảnh phát triển rất nhanh của khoa học-kỹ thuật trên thế giới, lĩnh vực dịch vụ đã có những thay đổi nhất định về chất. Các dịch vụ đã trở thành những đối tượng có đủ quyền hạn trong thương mại quốc tế. Do “tính không sờ mó được” của chúng mà đôi khi người ta gọi dạng quan hệ kinh tế đối ngoại này là xuất khẩu và nhập khẩu vô hình. Xuất khẩu và nhập khẩu các dịch vụ có thể mang tính độc lập và cũng có thể diễn ra cùng với việc buôn bán các hàng hóa công nghiệp trên thị trường thế giới, chẳng hạn như các dịch vụ bảo hiểm, luật pháp và ngân hàng. Bên cạnh đó, áp dụng tích cực thành tựu của tiến bộ khoa học-kỹ thuật đã làm thay đổi phương thức cung cấp nhiều loại dịch vụ truyền thống khác (chẳng hạn, bưu điện điện tử, dạy học từ xa, mua vé máy bay và tàu xe trực tuyến qua mạng...). Chính nhờ tiến bộ khoa học-kỹ thuật, đặc biệt là sự phát triển của các công nghệ thông tin; sự gia tăng tiêu dùng dịch vụ ở đa số các nước trên thế giới; sự tăng cường các quan hệ kinh tế quốc tế... mà sự phát triển của

thương mại dịch vụ thế giới diễn ra với tốc độ khá nhanh.

Tác giả nhấn mạnh tính cơ động cao của sự cung cấp dịch vụ thông qua sự hiện diện thương mại. Theo tác giả ngày càng nhiều các công ty dịch vụ tiến gần hơn tới người tiêu dùng và coi hoạt động của mình ở các nước khác như là một trong những hướng ưu tiên phát triển. Hoàn thiện hệ thống giao thông vận tải và liên lạc, phát triển các quan hệ kinh doanh, thương mại giữa các nước đang góp phần mở rộng sử dụng dịch vụ ở nước ngoài. Sự chuyển dịch các nhân lực cung cấp dịch vụ cũng đóng vai trò ngày càng quan trọng, chẳng hạn ở nhiều nước, lực lượng lao động người nước ngoài chiếm tỷ lệ đáng kể trong các nguồn lực lao động hiện có.

Tác giả dẫn số liệu của WTO (www.wto.org.) cho thấy, năm 2005, tổng giá trị xuất khẩu dịch vụ thương mại của thế giới đạt 2.414,7 tỷ USD, trong đó đứng đầu là Mỹ, kế tiếp là Vương quốc Anh, Đức, Pháp và Nhật Bản. Tỷ lệ xuất khẩu và nhập khẩu dịch vụ của các nước rất khác nhau. Những nước có xuất khẩu dịch vụ cao hơn nhập khẩu là Mỹ (tương ứng là 353,3 và 288,7 tỷ USD), Vương quốc Anh (183,4 và 150,1 tỷ USD), Pháp (113,7 và 102,9 tỷ USD), Tây Ban Nha (91,2 và 65,3 tỷ USD), Thụy Sĩ (45,2 và 25,3 tỷ USD)... Những nước nhập khẩu dịch vụ cao hơn xuất khẩu là Đức (tương ứng là 198,6 và 142,9 tỷ USD), Nhật Bản (135,9 và 106,6 tỷ USD), Ireland (67,5 và 54,4 tỷ USD), Canada (62,3 và 50,6 tỷ USD) v.v...

Song, cùng với sự phát triển của thương mại dịch vụ, thì cuộc cạnh tranh

quốc tế trong lĩnh vực này cũng tăng lên. Tác giả đồng tình với những nguyên nhân mà M. Porter đưa ra (*M. Porter. Cạnh tranh quốc tế. Các ưu thế cạnh tranh của các nước. M., 1993*). Đó là sự giống nhau trong một loạt nhu cầu về dịch vụ ở các nước khác nhau; sự phát triển các hệ thống giao thông vận tải (góp phần kích thích tính cơ động của những người tiêu dùng và nhân viên dịch vụ); sự phổ biến mạng Internet (góp phần nâng cao mức độ tiếp nhận thông tin cho người tiêu dùng cũng như khả năng giao tiếp của các tổ chức với khách hàng ở những vùng lãnh thổ xa xôi). Ngoài ra, phải lưu ý đến một nhân tố khác làm tăng tính cạnh tranh quốc tế trong lĩnh vực dịch vụ là quy mô địa lý và sự phát triển của các doanh nghiệp lớn. Và cuối cùng, sự khác biệt giữa các nước về giá trị, chất lượng và tổ hợp các dịch vụ do các tổ chức địa phương cung cấp cũng đóng vai trò đáng kể.

Sự hội nhập vào không gian thương mại thế giới động chạm đến nhiều loại dịch vụ, trước hết phải kể đến các dịch vụ tài chính, liên lạc viễn thông, giao thông vận tải, du lịch, giáo dục, y tế. Sự thành công quốc tế của các nước trong ngành này hay ngành khác phụ thuộc vào bốn “đặc tính” của đất nước - những “đặc tính” tạo ra môi trường cạnh tranh hoặc những nhân tố quyết định ưu thế cạnh tranh (cái được gọi là hình thái quốc gia).

- các yếu tố về vị trí địa lý, tài nguyên thiên nhiên, cơ sở hạ tầng, lực lượng lao động...

- các yếu tố về mức cầu các loại dịch vụ (cơ cấu mức cầu, cường độ mức

cầu). Theo tác giả, cần đặc biệt chú ý đến cơ cấu mức cầu, giá trị của nó và yếu tố thời gian cũng như sự quốc tế hóa mức cầu trong nước về dịch vụ. Đặc điểm của cơ cấu mức cầu quyết định phần lớn khả năng cạnh tranh quốc tế của các dịch vụ do nước sản xuất cung ứng ra trên phạm vi thế giới. Cường độ mức cầu các loại dịch vụ phụ thuộc chủ yếu vào các yếu tố xã hội và kinh tế, trong đó có thu nhập của nhân dân, lối sống đã hình thành trong lịch sử, các truyền thống của xã hội, các khuôn mẫu hành vi tiêu dùng... Yếu tố thời gian đóng vai trò không kém phần quan trọng trong hoạt động dịch vụ, nó cho phép tạo nên ưu thế tạm thời khi bước vào thị trường với các dịch vụ có tính cạnh tranh và có thể nhờ đó mà giành được chiến thắng.

- các ngành giống nhau và hỗ trợ nhau mà ưu thế cạnh tranh quốc gia của chúng đang thúc đẩy xuất hiện các ngành dịch vụ mới. Ví dụ, ưu thế cạnh tranh trong sản xuất các chương trình máy tính tác động đến sự phát triển các dịch vụ lắp đặt và bảo dưỡng chúng.

- chiến lược, cơ cấu và sự tranh đua giữa các công ty mà khả năng hình thành các tập đoàn cung cấp dịch vụ tầm cỡ thế giới phụ thuộc vào các công ty đó. Ở đây, cuộc cạnh tranh khốc liệt trên thị trường trong nước có tác động tích cực và góp phần tạo nên thành công cho các công ty ở nước ngoài.

Tác giả dẫn ra một số ví dụ về sự thành công quốc tế của một số nước, như ngành du lịch và hệ thống giáo dục của Mỹ, ngành bảo hiểm và bán đấu giá của Vương quốc Anh, hệ thống ngân hàng và ngành phẫu thuật tạo hình của

Thụy Sĩ. Và nhận xét, cơ sở của thành công này là tập hợp nhất định những nhân tố quyết định về các ưu thế cạnh tranh. Tác giả cho rằng, cả ở nước phát triển cao lẫn nước đang phát triển đều đang diễn ra các quá trình biến chuyển gắn với sự thay đổi trên thị trường lao động, sự thay đổi chế độ chính trị, sự phát triển các công nghệ mới, sự hoàn thiện cơ sở hạ tầng, đẩy mạnh hoặc thu hẹp hoạt động của các ngành có liên hệ trực tiếp với nhau. Do đó, môi trường mà ở đó, các công ty địa phương cạnh tranh với nhau không mang tính cứng nhắc.

Nghiên cứu, phân tích lĩnh vực dịch vụ và xu hướng chung của thế giới trong tình hình hiện nay, tác giả kết luận lĩnh vực dịch vụ của mỗi nước có con đường phát triển riêng. Ở một số nước đã hình thành “nền kinh tế dịch vụ”, còn ở một số nước khác, lĩnh vực dịch vụ vẫn chưa phát triển nhiều, tuy nhiên vẫn nổi lên xu hướng chung là *xu hướng gia tăng vai trò của lĩnh vực dịch vụ trong không gian kinh tế chung* toàn thế giới. Và trong bối cảnh phát triển tích cực của lĩnh vực dịch vụ, các vấn đề ngày càng mới về kinh tế, thống kê, quản lý, công nghệ gắn với thương mại dịch vụ trên thị trường thế giới, hoạt động dịch vụ ở cấp độ quốc gia, hoạt động của các tổ chức dịch vụ riêng biệt... đang hiện diện rất rõ. Tác giả khẳng định khu vực dịch vụ đang trở thành đối tượng ngày càng thu hút nhiều sự chú ý của các nhà nghiên cứu thuộc các môn khoa học rất khác nhau, trong đó có kinh tế, tiếp thị, điều hành.