

KINH DOANH DỊCH VỤ VÀ DỊCH VỤ TƯ VẤN

HOÀNG LÊ

Dịch vụ là từ ngữ đang được thông dụng ở nước ta tới mức lạm dụng song ở phương Tây, dịch vụ được quan niệm chặt chẽ hơn. Người ta chia làm 3 loại:

- Dịch vụ vận chuyển và cảng
- Dịch vụ du lịch
- Các dịch vụ khác, bao gồm dịch vụ sinh hoạt gia đình, dịch vụ thu trả tiền dần theo hợp đồng, dịch vụ bảo hiểm, dịch vụ tư vấn, bao gồm cả dịch vụ đảm bảo chương trình cho máy vi tính v.v...

Theo số liệu của tổ chức Hiệp định thuế quan và thương mại thế giới (GATT), trong năm 1988, thu nhập trong lĩnh vực dịch vụ chiếm 20% tổng doanh số buôn bán của thế giới. Dịch vụ cũng "hái ra tiền" nên được liệt vào phạm trù kinh doanh. Kinh doanh dịch vụ ở các nước phương Tây còn được chia theo hai phân nhóm: nội địa và xuất khẩu. Cũng trong năm 1988, giá trị dịch vụ xuất khẩu đạt tới mức 60 tỷ đô-la- một con số chẳng nhỏ chút nào!

Trong số các nước xuất khẩu và nhập khẩu dịch vụ, xin giới thiệu 5 nước dẫn đầu trong 2 bảng dưới đây:

XUẤT KHẨU

Nước	Đạt giá trị (tỷ USD)	% so với thế giới	Xếp hạng
Mỹ	56	11,2	1
Pháp	53	10,6	2
Anh	43	8,6	3
Tây Đức	41	8,2	4
Italia	33	6,5	5

NHẬP KHẨU

Nước	Đạt giá trị (tỷ USD)	% so với thế giới	Xếp hạng
Tây Đức	64	12,4	1
Mỹ	56	10,6	2
Nhật	52	10,1	3
Pháp	43	8,3	4
Anh	33	6,4	5

Qua 2 bảng trên ta thấy người Mỹ vốn thực dụng nên cũng mạnh trong xuất khẩu và chịu khó nhập khẩu dịch vụ. Người Đức phải chăng ưa dịch vụ của nước ngoài nhất, còn người Nhật xuất khẩu dịch vụ

kém mà nhập khẩu thì có hạng! Rõ ràng, những số liệu về xuất khẩu dịch vụ cũng phần nào phản ánh xu hướng tiêu dùng của các nước phát triển hiện nay.

Một dạng dịch vụ hiện đang phát triển mạnh, rất hấp dẫn là dịch vụ tư vấn. Xin giới thiệu đôi nét về dịch vụ này tại Tây Đức.

Trong những năm 80, dịch vụ tư vấn có điều kiện phát triển mạnh vì tình hình cạnh tranh ngày một gay gắt, buộc các nhà tư bản phải tìm mọi cách nâng cao năng suất lao động, giảm giá hàng, tăng lợi nhuận. Ngay một nỗi các công ty không phải bao giờ cũng có những ông "thầy dùi" giỏi theo đúng nghĩa, tức là có khả năng đánh giá chính xác và sâu sắc thực trạng cũng như vị trí của công ty trong cuộc cạnh tranh, từ đó tìm ra những chỗ mạnh để đầu tư khai thác triệt để và những chỗ yếu để kịp thời xoá bỏ. Trong khi đó có không ít những cặp mắt tinh tường, những bộ óc thông minh ở mọi nơi. Các công ty đã tìm đến những chuyên gia đó và họ cùng nhau thỏa thuận ký kết hợp đồng dịch vụ tư vấn, thường là theo chuyên đề. Sau khi dịch vụ tư vấn hoàn thành, người ta vui vẻ chia tay nhau.

Các chuyên gia làm dịch vụ tư vấn sau một số "phi vụ" thành công liền chiếm lĩnh thị trường bằng cách tạo lập tổ chức một cách bài bản và khoa học. Ở Tây Đức hiện có hơn 2 nghìn công ty tư vấn với hơn 10 nghìn người trong biên chế chính thức, trong đó 76,2% là chuyên gia tư vấn. Trong thành phần các công ty 43% tồn tại dưới dạng văn phòng tư vấn nhỏ, 46% thuộc loại công ty vừa (doanh số mỗi năm khoảng 10 triệu mác), 11% thuộc loại công ty lớn (doanh số hơn 10 triệu mác). Riêng 10 công ty tư vấn lớn nhất mỗi năm đạt từ 350 đến 400 triệu mác. Trong 3-4 năm gần đây, khối lượng công việc dịch vụ tư vấn tăng trung bình 10-15%/ năm, các dạng hình dịch vụ tư vấn ngày một đa dạng, hấp dẫn.

Phân tích kết quả hoạt động dịch vụ tư vấn hàng năm, Liên hiệp các công ty dịch vụ tư vấn CHLB Đức nhận thấy dịch vụ tư vấn về tổ chức quản lý xí nghiệp đất khách nhất (24% tổng doanh số dịch vụ), tiếp đó là tư vấn về chiến lược và chính sách cán bộ (18%), về công nghệ sản xuất (15%), hạch toán và kiểm tra (6,6%), tiếp thị và bán hàng (6,4%). Những dạng hình trên được gọi là dịch vụ tư vấn cổ điển mà hiện nay nó đang bị dịch vụ tư vấn hiện đại - dịch vụ xử lý thông tin và lập chương trình máy tính- chèn ép mạnh. Đi từ tổng doanh số 1,44 tỷ mác do 300 công ty dịch vụ tư vấn cỡ vừa và lớn thu được trong 1 năm, người ta nhận thấy phần dịch vụ tư vấn hiện đại của các công ty lớn chiếm 53,9%, còn của các công ty cỡ vừa là 26,9%, trong đó:

- Dịch vụ xử lý thông tin bằng thiết bị điện tử chiếm tới 15,4% doanh số đối với các công ty lớn và 7% đối với công ty vừa.

- Dịch vụ thiết lập các phương tiện bảo đảm chương trình: 32,1% đối với các công ty lớn và 9% đối với các công ty vừa.

- Dịch vụ các trung tâm tính toán: 6,4% đối với các công ty lớn và 10,9% đối với các công ty vừa.

Những số liệu trên cho thấy kỹ thuật tin học và vi xử lý đã xâm nhập mạnh vào ngành dịch vụ, và điều đó không chỉ ở riêng Tây Đức mà hầu khắp các nước Tây Âu. Song nói như vậy không có nghĩa là



dịch vụ tư vấn cổ điển sẽ bị đẩy tới chỗ "phá sản". Rất nhiều vấn đề cần sự phân tích tinh tế, khôn ngoan của chính bộ óc người mà máy móc dù hiện đại hơn nữa cũng không thể cho lời giải thỏa đáng. Điển hình là những câu hỏi hắc búa về nhân sự. Dù trong nhận thức, người phương Tây tuy đỡ phong kiến hơn người phương Đông nhưng thay đổi về nhân sự, ví dụ cho nghỉ hưu, sa thải, cắt nhắc người làm công tác quản trị, chọn lựa người cho đi đào tạo, chọn nơi đào tạo v.v... đều cần những giải pháp vừa có lý vừa có tình, vừa phải đảm bảo lợi ích công ty, vừa phải thỏa mãn lợi ích xã hội. Có lẽ vì thế vấn đề chiến lược và chính sách cán bộ tưởng dễ làm, không cần tư vấn từ bên ngoài lại được thuê mướn chuyên gia khá phổ biến và chi phí cũng khá tốn kém.

Dịch vụ tư vấn chính là sự thể hiện rõ nét về kinh doanh chất xám. Người Việt Nam được thế giới biết đến như một dân tộc thông minh, giàu chất xám. Chỉ có điều là việc hợp tác, liên kết chất xám của chúng ta còn yếu quá, khó làm quá. Chính vì không sử dụng được những tiềm năng chất xám (mà đơn giản nhất, đỡ tốn chi phí nhất là thuê chuyên gia tư vấn), nên đã xảy ra không ít trường hợp xây dựng và thực hiện đề án kinh tế kỹ thuật không đạt hiệu quả như mong muốn. Liệu năm 1990 nền kinh tế hàng hoá đang hình thành có đủ sức quyến rũ những người cần mua, cần bán chất xám hội tụ lại với nhau không? Liệu chúng ta có thể tạo lập và đẩy mạnh ngành kinh doanh dịch vụ tư vấn để đáp ứng nhu cầu trong nước và xuất khẩu thu ngoại tệ được không? Điều đó đòi hỏi sự cố gắng lớn của giới trí thức và sự ủng hộ mạnh của Nhà nước. Chất xám phải trở thành hàng hoá có giá trị rất cao, không thể "rẻ như bèo" mãi được.

HL.

DU LỊCH

TÀI NGUYÊN DU LỊCH VIỆT NAM

VĂN THÁI

Tài nguyên du lịch Việt Nam- một nguồn tài nguyên phong phú đa dạng và chưa được khai thác đầy đủ.

Tài nguyên thiên nhiên Việt Nam dành cho du lịch nhiều sức hấp dẫn kỳ thú. Quy mô lãnh thổ nước ta không nhỏ (đứng thứ 61 trong số hơn 200 quốc gia trên thế giới), trải dài qua 15 vĩ độ, trên một bán đảo gần trung tâm Đông Nam Á, trong khu vực nhiệt đới gió mùa. Việt Nam không phải là một đảo quốc, cũng không phải là một quốc gia nằm sâu trong nội lục, mà tựa lưng vào một khối lục địa lớn nhất thế giới và ngoảnh mặt ra một đại dương rộng nhất hoàn cầu: khách du lịch từ nước ngoài có thể tới nước ta, từ nhiều phía và bằng nhiều phương tiện khác nhau. Lịch sử kiến tạo địa chất qua nhiều niên đại đã chạm khắc nên bộ mặt lãnh thổ nước ta nhiều đường nét, hình khối độc đáo và không đơn điệu: núi trẻ và núi già, cao nguyên cổ và đồng bằng phù sa mới, các vùng vịnh, các vệt đứt gãy và hang động, thêm lục địa và hải đảo... Khí hậu nhiệt đới gió mùa đã tạo nên màu xanh quanh năm bao trùm trên cả nước và cùng với địa hình lãnh thổ, làm cho cảnh quan thiên nhiên thay đổi từ Bắc vào Nam, từ Đông sang Tây, từ thấp lên cao; các miền bổ sung cho nhau, tạo cho đất nước nhiều màu vẻ, đáp ứng được những nhu cầu thưởng ngoạn khác nhau của khách du lịch và giúp cho hoạt động du lịch ở nước ta có thời gian tác nghiệp kéo dài trong năm. Rừng mưa nhiệt đới với chủng loại cây rừng phong phú, nhiều tầng cấp và các loại chim thú đặc sắc có sức cuốn hút mạnh mẽ đối với các du khách trẻ Tây Âu vốn ham thích phiêu lưu và hiếu động. Bãi biển chan hoà nắng gió là nguồn say mê không dứt của các du khách từ các nước ôn đới lạnh, muốn đi trốn tuyết. Nếu du khách đến từ những xứ nóng quanh năm, hẳn sẽ cảm thấy dễ chịu được sống ít ngày giữa "phòng lạnh thiên nhiên" trong xứ nóng Việt Nam: Tam Đảo, Sapa, Đà Lạt. Du khách thích cảnh yên tĩnh mơ màng có thể đến Việt Nam vào mùa thu để thưởng thức nắng hanh vàng với gió thu hiu hắt nhẹ nhàng như những lời ru âu yếm, với trời xanh, biển xanh, "thu thủy cộng trường thiên nhất sắc" và nghe "lá thu rơi xào xạc"...

Tài nguyên thiên nhiên Việt Nam càng tăng thêm giá trị và sức hấp dẫn đối với khách du lịch vì nó được gắn liền với các tài nguyên văn hoá và nhân sự dành cho du lịch. Lịch sử bốn ngàn năm dựng nước và giữ nước, đấu tranh với thiên nhiên và ngoại bang đã để lại những dấu ấn của con người Việt Nam trong cảnh quan thiên nhiên của đất nước này mà thời gian không thể xoá mờ. Cảnh quan thiên