

TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU DỊCH VỤ CỦA VIỆT NAM VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP

● HUỖNH DIỆU NGÂN

TÓM TẮT:

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, xuất khẩu dịch vụ là động lực để các quốc gia thúc đẩy phát triển nền kinh tế, tăng tính cạnh tranh. Tuy nhiên, dù tăng trưởng liên tục nhưng hoạt động xuất khẩu dịch vụ của Việt Nam vẫn còn quy mô nhỏ. Đặc biệt sự sụt giảm kim ngạch xuất khẩu dịch vụ, hay sự thâm hụt cán cân thương mại dịch vụ trong những năm vừa qua đã phần nào cảnh báo về tình trạng mất cân đối trong hoạt động xuất khẩu dịch vụ của nước ta. Do đó, bài báo đã tổng kết thực trạng xuất khẩu dịch vụ, đưa ra những nhận xét đánh giá, đồng thời đề xuất một số biện pháp chú trọng công nghệ nhằm nâng cao giá trị xuất khẩu của Việt Nam.

Từ khóa: xuất khẩu dịch vụ, cán cân thương mại dịch vụ.

1. Đặt vấn đề

Xuất khẩu (XK) dịch vụ (DV) đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển của kinh tế của một quốc gia. Ở các nước phát triển, khu vực DV chiếm tỷ trọng trên 60% trong cơ cấu GDP, chỉ tiêu này đạt khoảng 50% ở các nước đang phát triển, nhưng trong năm 2022, khu vực DV chỉ chiếm 41.33% trong cơ cấu GDP của Việt Nam (Tổng cục Thống kê, 2023). Kim ngạch XK DV cao sẽ tạo nên thặng dư thương mại, giảm nhập siêu, mở rộng không gian kinh tế của doanh nghiệp ra ngoài biên giới. Một quốc gia muốn phát triển bền vững cần tiến tới chiến lược phát triển XK dựa vào XK DV, do nó là kết quả của nền kinh tế tri thức với hàm lượng chất xám cao, giúp gia tăng giá trị cho hàng hóa.

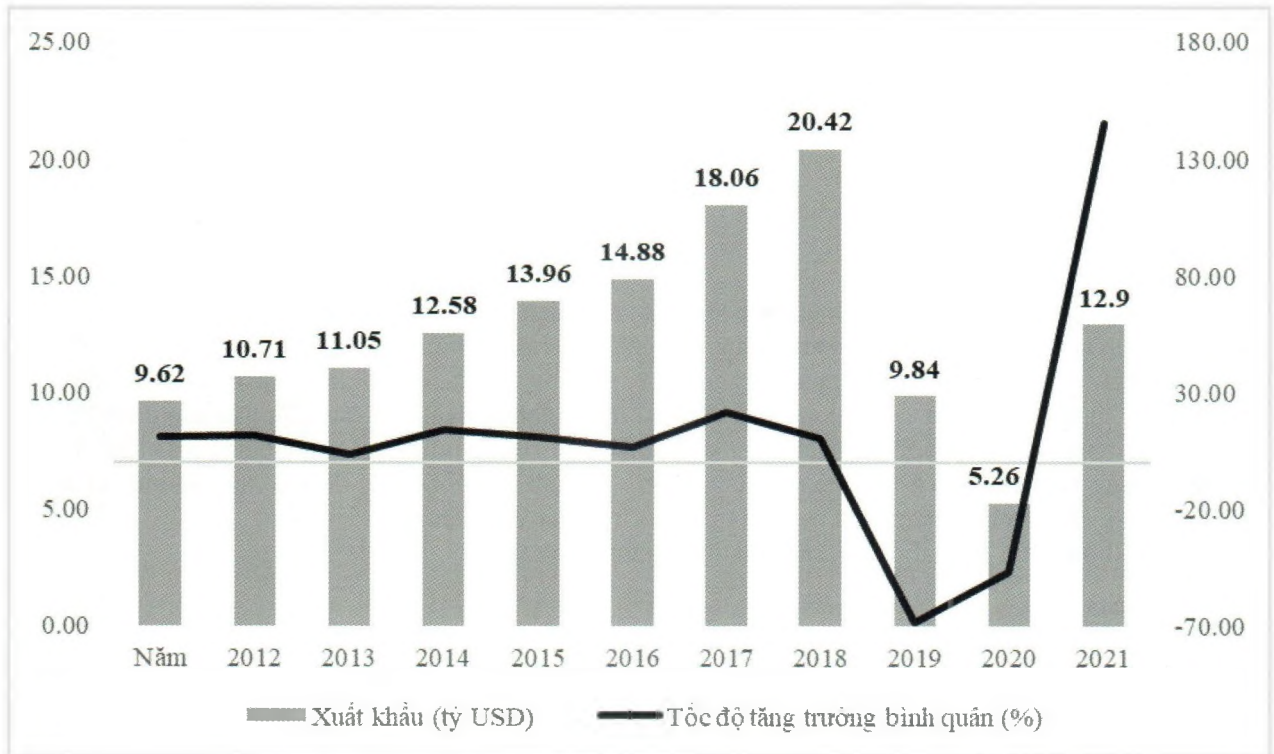
Tác động của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang tăng tốc đã khởi tạo nên một sự dịch chuyển mạnh mẽ người lao động sang công việc lấy khách hàng là trung tâm, hay sự dịch chuyển từ nông nghiệp và công nghiệp sang lĩnh vực dịch vụ. Việc áp dụng công nghệ sẽ giúp giảm chi phí, tăng năng suất làm việc, từ đó phát sinh nhiều DV phục vụ các nhu cầu ngày càng nhiều của con người. Cuộc Cách mạng 4.0 lan tỏa đã mở ra nhiều cơ hội về việc tiếp cận các thị trường XK lớn cho Việt Nam, cùng với việc ký kết nhiều Hiệp định Thương mại Tự do, đặc biệt là Hiệp định Đối tác toàn diện và Tiến bộ xuyên

Thái Bình Dương (CPTPP) có hiệu lực từ ngày 14/1/2019 và Hiệp định Thương mại Tự do EU - VN (EVFTA) có hiệu lực từ ngày 1/8/2020. Thời đại số đã thu hẹp phạm vi giữa thế giới thực và thế giới ảo, gia tăng khả năng tiếp cận của người tiêu dùng đối với các DVXX, diễn hình như học trực tuyến từ xa.

2. Thực trạng xuất khẩu dịch vụ của Việt Nam

Theo Tổng cục Thống kê, trong giai đoạn 2012-2019, XK DV của Việt Nam tăng trưởng liên tục, từ 9.62 tỷ USD năm 2012 lên 20.42 tỷ USD năm 2019 (gấp 2.1 lần), trung bình cả giai đoạn đạt hơn 11%. Có thể nói, năm 2020 và 2021 là 2 năm đầy thách thức đối với thế giới, Việt Nam cũng không ngoại lệ. Bối cảnh kinh tế thế giới trong 2 năm này bất ổn do đại dịch toàn cầu Covid - 19 mang lại. Việt Nam, với một nền kinh tế mở, ngày càng chịu nhiều sự ảnh hưởng với xu thế thế giới, trong đó có cuộc chiến tranh thương mại của Trung Quốc với một số nước khác, đặc biệt là Mỹ. Việt Nam đã vô cùng nỗ lực khi giữ cho kim ngạch XK hàng hóa vẫn tiếp tục tăng trưởng. Tuy nhiên, kim ngạch XK DV sụt giảm 68.37%, từ 20.42 tỷ USD năm 2019 xuống còn 9.84 tỷ USD năm 2020 và 5.26 tỷ USD vào năm 2021 (tương đương giảm 46.54%). Năm 2022, XK DV có nhiều chuyển biến tích cực, với tốc độ tăng trưởng lên đến 145.25%, kim ngạch XK đạt 12.9 tỷ USD (Biểu đồ 1).

Biểu đồ 1: Kim ngạch xuất khẩu dịch vụ của Việt Nam giai đoạn 2012- 2022



Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2023

Về cơ cấu XK DV của Việt Nam, giai đoạn 2012 - 2019, DV du lịch luôn chiếm tỷ trọng cao nhất, dao động từ 55 - 72% (Biểu đồ 2). Kim ngạch XK du lịch của Việt Nam sau khi gia nhập WTO không ngừng tăng trưởng kim ngạch XK du lịch đã tăng 2.66 lần, từ 4,450 tỷ USD năm 2010 lên 11,830 tỷ USD năm 2019.

XK DV vận tải cũng đóng góp không nhỏ vào kim ngạch XK DV ở nước ta, trung bình hơn 20% trong suốt giai đoạn 2012-2019, đứng thứ 2 sau XK DV du lịch. XK DV vận tải có mối liên hệ mật thiết với vận chuyển và luân chuyển hàng hóa và hành khách quốc tế. Do đó, XK DV vận tải của Việt Nam tăng trưởng song song với XK DV du lịch. Cùng với số lượng du khách quốc tế đến Việt Nam ngày càng tăng, uy tín của các hàng không Việt Nam dần được củng cố. (Hoàng Thanh, 2022).

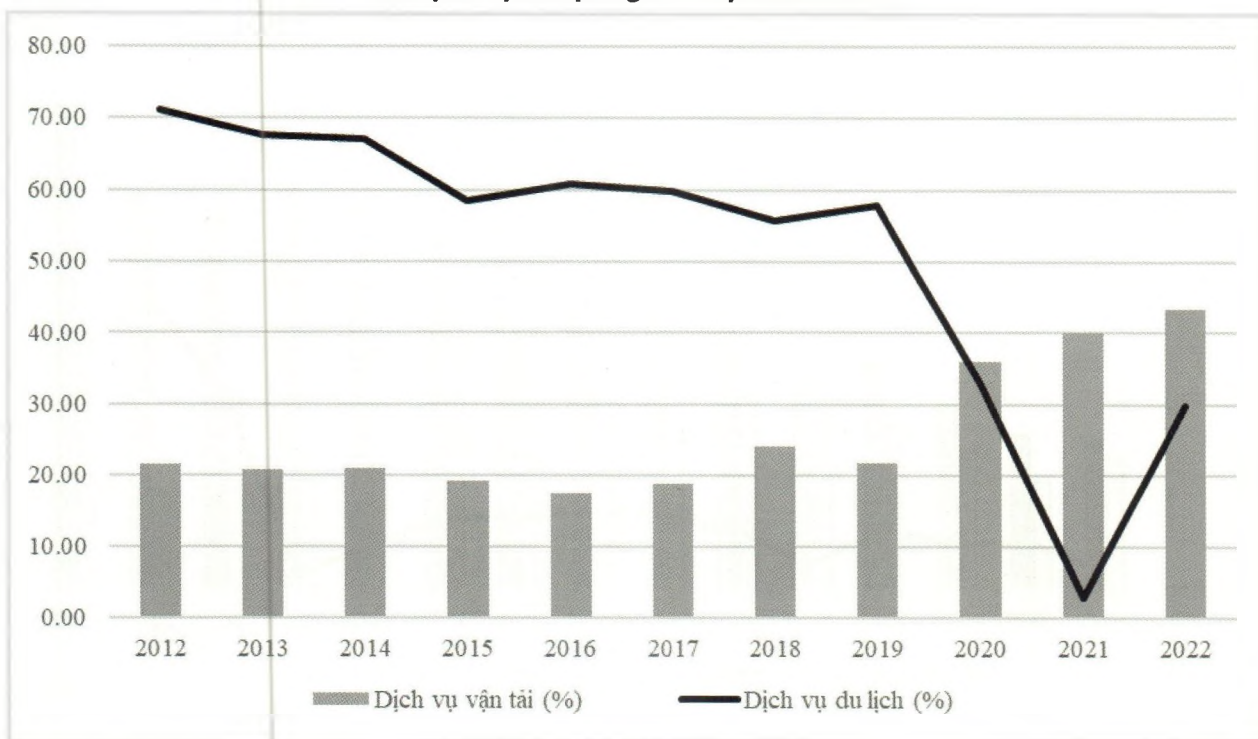
Tuy nhiên, từ năm 2020, do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, tỷ trọng XK DV du lịch bị sụt giảm, đánh mất vị thế trong cơ cấu XK DV của nước ta. Năm 2022, khi dịch Covid-19 được kiểm soát, DV vận tải và du lịch khôi phục mạnh mẽ. Diễn hình

là khách quốc tế đến nước ta đạt 3,661 nghìn lượt người, gấp 23 lần so với năm 2021; DV du lịch đạt 3.8 tỷ USD (chiếm gần 30% tổng kim ngạch XK DV), tăng gấp 25 lần so với năm trước (Tổng cục Thống kê, 2023).

Ngoài hai loại DV kể trên, tỷ trọng các loại DV khác đều chiếm tỷ trọng rất thấp. XK DV tài chính được kỳ vọng phát triển trong thời đại số hiện nay, tuy nhiên, tỷ trọng lại sụt giảm liên tục, dù số liệu cho thấy nó chỉ dao động trong khoảng 0.77 - 2.57% giai đoạn 2010-2019 (Tổng cục Thống kê, 2020). (Biểu đồ 2)

Việt Nam là một trong những quốc gia nhập siêu DV trong suốt nhiều năm liền. Sau khi gia nhập WTO vào năm 2007, tình trạng nhập siêu DV của Việt Nam liên tục gia tăng, từ 0.96 tỷ USD năm 2008 lên 3.2 tỷ USD năm 2011. Đến năm 2012, tình trạng này có phần được cải thiện, khi Việt Nam chỉ nhập siêu 1.43 tỷ USD nhưng chỉ số này lại tiếp tục tăng trong 3 năm tiếp theo. Cán cân thương mại DV Việt Nam cho thấy sự khởi sắc khi tình trạng nhập siêu liên tục giảm từ năm 2016. Đến năm 2019, Việt Nam

Biểu đồ 2: Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu dịch vụ vận tải và dịch vụ du lịch giai đoạn 2012-2022



Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2023

chi nhập siêu DV 0.95 tỷ USD, với kim ngạch XK, nhập khẩu lần lượt là 20.42 tỷ USD và 21.37 tỷ USD (Biểu đồ 3).

Năm 2020, XK DV Việt Nam đạt 9.84 tỷ USD, trong khi nhập khẩu DV giữ mức 20.31 tỷ USD, cả năm nhập siêu 10.47 tỷ USD, hơn cả kim ngạch XK DV. Năm 2021 nhập siêu DV lên tới 15.4 tỷ USD, gấp gần 3 lần kim ngạch XK DV. Tuy đã có nhiều nỗ lực và đang dần phục hồi, nhưng Việt Nam vẫn tiếp tục nhập siêu DV khi kim ngạch nhập khẩu gần gấp đôi kim ngạch XK. (Biểu đồ 3)

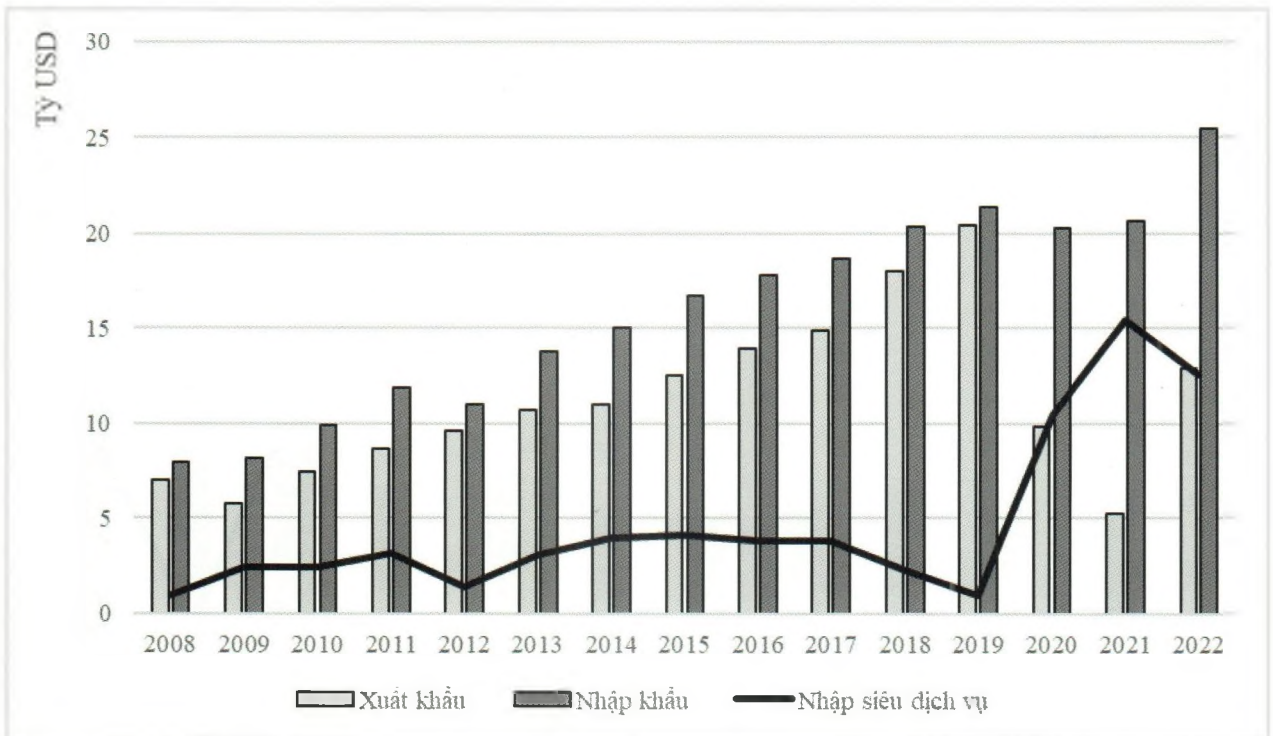
3. Đánh giá hoạt động xuất khẩu dịch vụ của Việt Nam

Thứ nhất, quy mô XK DV còn quá nhỏ. Điều này cũng đã được khẳng định trong các nghiên cứu về hoạt động XK của Việt Nam từ nhiều năm về trước, tuy nhiên, cho đến hiện tại, tình trạng này vẫn chưa được khả quan. Năm 2005, XK DV chiếm 11.8% trong tổng kim ngạch XK và giảm dần qua những năm tiếp theo, đạt 7.2% năm 2019. 3 năm gần đây, quy mô XK DV ngày càng thu hẹp, diễn hình là chỉ đạt 1.1% vào năm 2021. Năm 2022, XK DV tăng

trở lại nhưng tỷ trọng nhìn chung vẫn còn rất thấp (Phương Nam, 2023).

Thứ hai, cơ cấu XK DV tiềm ẩn mỗi nguy lớn, nhiều loại hình DV chưa phát huy hết tiềm lực. Sau khi tham gia vào GATS, DV của Việt Nam được phân rõ ràng thành 11 loại nhưng chỉ có 6/11 loại được thống kê. Giai đoạn 2020 - 2021, tình hình Covid 19 đã dẫn đến thâm hụt cán cân thương mại DV một cách nghiêm trọng. Nguyên nhân có thể kể đến là do XK DV phụ thuộc hoàn toàn vào các loại hình XK tại chỗ như du lịch và các DV hỗ trợ như DV vận tải. Từ đó, cán cân thương mại DV thâm hụt. Điều này đã minh chứng cho sự hạn chế trong cơ cấu XK DV của Việt Nam. Trong khi đó, được đánh giá là đứng đầu Đông Nam Á trong tiềm năng phát triển ngành DV tài chính Fintech nhưng kết quả Việt Nam mang đến lại không mấy khả quan. DV tài chính của Việt Nam chiếm tỷ trọng quá nhỏ (khoảng 3% năm 2021) và chưa thực sự tạo được sức cạnh tranh trên thị trường. Bên cạnh đó, DV Logistics cũng không phát huy được năng lực như kỳ vọng khi doanh nghiệp Việt Nam chiếm 90% doanh nghiệp logistics

Biểu đồ 3: Cán cân thương mại dịch vụ Việt Nam giai đoạn 2008-2022



Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2023

đang hoạt động nhưng lại chỉ chiếm khoảng 30% thị phần (Khắc Kiên, 2022).

Thứ ba, sự non trẻ và yếu kém của các loại hình DV Việt Nam tạo nên rào cản cho thị trường XK. Mặc dù tăng trưởng liên tục trong nhiều năm nay nhưng tỷ trọng DV trong cơ cấu GDP của Việt Nam vẫn còn ở mức thấp so với các nước đang phát triển, đạt 41.33% năm 2022. (Thanh Bình, 2023). Năm 2020, tình trạng nghẽn lệnh sản giao dịch chứng khoán TP. Hồ Chí Minh (HOSE) đã trở thành tiêu điểm trên các diễn đàn tài chính, dù đã có nhiều cố gắng nhưng đến hết năm 2021, tình trạng này vẫn còn tồn tại. Không những thế, giá một số loại DV ở Việt Nam bị đẩy lên mức rất cao, không tương xứng với chất lượng. (Công Tâm, 2021).

Thứ tư, Việt Nam liên tục xuất siêu hàng hóa 7 năm liên tiếp, kể cả 2 năm 2020 và 2021 đầy thách thức, cán cân thương mại hàng hóa của Việt Nam vẫn luôn đạt mức dương. Ngược lại, cán cân thương mại DV của Việt Nam luôn duy trì con số âm. Loại hình DV xuất siêu duy nhất trong cơ cấu là du lịch, đạt xuất siêu trung bình 7.5 nghìn tỷ USD giai đoạn 2010-2019 (Tổng cục Thống kê, 2020). Tuy nhiên,

đến năm 2020 và 2021 lại chuyển sang nhập siêu. Trên thực tế, sự tăng trưởng của XK DV du lịch cũng như xuất nhập khẩu hàng hóa sẽ đi kèm với sự tăng trưởng của nhập khẩu DV vận tải, do phần lớn hàng hóa sẽ được vận tải bởi những hãng nước ngoài. Ngoài ra, sự kém phát triển trong hoạt động logistics khiến cho nhập siêu Việt Nam không ngừng tăng cao. Mặt khác, tuy chất lượng ngành Hàng không Việt Nam đang dần được cải thiện, nhưng năng lực cạnh tranh với các hãng ngoài nước thì chưa thực sự cao; nhiều du khách quốc tế vẫn chọn các hãng hàng không nước ngoài khi du lịch đến Việt Nam. Một trong những yếu tố ảnh hưởng đến cán cân thương mại DV biểu hiện ở DV y tế trong nước, khi mỗi năm, người Việt chi 2 tỷ USD để ra nước ngoài chữa bệnh (Lan Anh, 2019).

4. Một số biện pháp thúc đẩy xuất khẩu dịch vụ ở Việt Nam

Thứ nhất, cơ cấu lại ngành DV, phát huy hết tiềm lực kinh tế. Như đã phân tích, một trong những hạn chế của hoạt động XK DV của Việt Nam là phụ thuộc quá nhiều vào du lịch. Nhưng thực tế cho thấy,

ngành Du lịch của Việt Nam cũng chưa thực sự tăng trưởng mạnh và cạnh tranh với các nước khác trong và ngoài khu vực. Do đó, việc cơ cấu lại các ngành DV là nhu cầu cấp thiết trong việc giảm thiểu thâm hụt cán cân thương mại DV. Cụ thể là thúc đẩy phát triển các loại hình DV có hàm lượng tri thức cao như DV tài chính, DV logistics, DV giáo dục, bưu chính, viễn thông, y tế hay bảo hiểm, đặc biệt là DV máy tính và thông tin. Bên cạnh đó, cần đầu tư nghiên cứu các loại hình DV chưa phát triển để đa dạng hóa danh mục, phát triển tối đa 11 loại hình trong phân loại của WTO. Điều này đã được nhấn mạnh trong Đề án “Kế hoạch cơ cấu lại ngành DV đến năm 2020, định hướng đến năm 2025”, tuy nhiên, Chính phủ cần triển khai chiến lược một cách đồng bộ và toàn diện, mục tiêu tất cả các doanh nghiệp Việt Nam đều tiếp cận tới đề án này.

Thứ hai, lấy công nghệ thông tin làm đòn bẩy để phát triển DV thời đại kỹ thuật số. Cụ thể ở một số lĩnh vực sau:

Đối với lĩnh vực du lịch, tất cả các khía cạnh của du lịch, bao gồm DV cung cấp chỗ ở, DV ăn uống, DV tour hay DV vận tải, đều có thể phát triển tốt dựa vào công nghệ kỹ thuật số, giúp giảm chi phí và tăng khả năng cạnh tranh của XK du lịch nước ta. Số liệu cho thấy, 80% thị phần du lịch trực tuyến Việt Nam thuộc về các doanh nghiệp nước ngoài như agoda.com; booking.com; traveloka.com hay trivago.com (Trần Bình, 2017). Không những chỉ chú trọng ứng dụng công nghệ thông tin trong việc trải nghiệm du lịch của khách quốc tế, mà điều quan trọng hơn hết là nâng cao khả năng tiếp cận của họ với du lịch Việt Nam. Cụ thể là nâng cấp các trang web, ứng dụng, tạo ra kênh quảng cáo bằng cách xây dựng các thước phim đẹp. Công nghệ số đã đưa “digital marketing” tiếp cận với DV du lịch, tạo ra xu hướng mới trong lĩnh vực này, đó là du lịch trải nghiệm nhờ vào sự phát triển vượt bậc của Internet, đặc biệt là các mạng xã hội thông qua những bài đánh giá, khuyến nghị của những người du lịch trước đó (Nguyễn Thắng, 2019).

Đối với lĩnh vực logistics và vận tải, việc ứng dụng công nghệ thông tin của thế giới đã đi quá xa so với Việt Nam. Doanh nghiệp Việt Nam thực tế chưa ý thức được việc phát triển công nghệ thông tin trong hoạt động quản lý chuỗi cung ứng. Việc áp dụng công nghệ thông tin sẽ giúp cho chi phí logistics

được giảm xuống, quản lý tích hợp được cả chuỗi DV mà không rời rạc như hiện tại, từ đó tăng sức cạnh tranh với các doanh nghiệp nước ngoài. Trong bối cảnh hội nhập, các doanh nghiệp Việt Nam cần tăng cường liên kết với thương mại điện tử để đưa E-logistics vào hoạt động cùng với những công nghệ tự động trong kho bãi như robot, xe chuyển hàng tự động; ứng dụng hiện đại như ứng dụng quét mã vạch, ứng dụng mapping hay direction routing. Điều này đã được đưa ra trong Đề án “Kế hoạch cơ cấu lại ngành DV đến năm 2020, định hướng đến năm 2025” của Chính phủ. Ngoài ra, Quyết định số 221/TTg ngày 22/2/2021 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Kế hoạch hành động nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển dịch vụ Logistics Việt Nam đến năm 2025 cũng đã minh chứng cho việc phát triển logistics là vấn đề cấp bách (Đào Ngọc Lâm, 2023).

Đối với lĩnh vực tài chính - ngân hàng, không những Nhà nước mà doanh nghiệp và người tiêu dùng cần đánh giá đúng tầm quan trọng của định hướng phát triển công nghệ trong việc huy động vốn (Kickstarter hay GoFundMe); phát triển tiền điện tử (blockchain, bitcoin hay lifecoin), nâng cấp ứng dụng mobile banking, thanh toán điện tử (Momo hay airpay), công nghệ bảo hiểm Insurtech (bao gồm cả bảo hiểm xe, nhà và dữ liệu) hay ứng dụng quản lý chi tiêu (Spendee hay Money Lover). Trong kỷ nguyên số, cần thúc đẩy xu hướng “ngân hàng không giấy”, sử dụng mô hình ngân hàng số thay thế cho mô hình truyền thống (Nguyễn Thắng, 2019).

Đối với lĩnh vực bưu chính, viễn thông, cần cập nhật ứng dụng, phát triển thương mại hóa viễn thông 5G. Dù cho là một trong những quốc gia tiên phong trong thử nghiệm 5G, nhưng nhiều năm nay, Việt Nam vẫn đang loay hoay tìm lời giải cho bài toán bứt phá của 5G. Để khai thác được tiềm năng và sự phát triển dài hạn của mạng 5G, cần có sự quan tâm và phối hợp của cả cơ quan quản lý, các nhà mạng cũng như các nhà cung cấp. Ngoài ra, công nghệ thông tin cũng cần được sử dụng trong quản trị mạng, quản trị bưu kiện, hàng hóa bằng cách mã hóa; xây dựng Chính phủ điện tử, công dân số, Chính phủ số. Tuy nhiên, song song với việc đưa công nghệ vào lĩnh vực này, an toàn và an ninh mạng cũng cần được phát triển song song.

Đối với bất kỳ lĩnh vực nào, công nghệ thông tin cũng cần được quan tâm và đưa vào ứng dụng. Vì

dụ, trong DV chứng khoán, việc nâng cấp hệ thống trên sàn giao dịch HOSE một cách nhanh chóng để giải quyết tình trạng nghẽn hệ thống, lượng giao dịch quá tải trong những năm vừa qua. Đối với DV y tế, để giảm thiểu nhập siêu và đẩy mạnh xuất siêu, có thể áp dụng công nghệ vào việc đăng ký và quản lý hồ sơ bệnh nhân, chẩn đoán ung thư bằng trí tuệ nhân tạo, xây dựng hệ thống bệnh án điện tử để cải cách phần nào thủ tục hành chính, giảm thời gian chờ đợi tại các cơ sở y tế. Ngoài ra, việc áp dụng công nghệ thông tin trong môi trường giáo dục như E - learning, phần mềm quản lý nhân viên và sinh viên cũng như ứng dụng các phương tiện kỹ thuật hiện đại vào giảng dạy góp phần nâng cao chất lượng giáo dục của Việt Nam.

Thứ ba, hoàn thiện hệ thống pháp luật thúc đẩy XK DV, bao gồm: Luật Thương mại, Luật Doanh nghiệp, Luật Thuế, Luật Chứng khoán, các văn bản hướng dẫn thi hành luật nhằm tạo ra môi trường kinh doanh và đầu tư thuận lợi cho cả doanh nghiệp trong và ngoài nước. Đồng thời, Chính phủ cần rà soát lại các quy trình nghiệp vụ, thủ tục pháp lý và điều chỉnh

để giảm thiểu các thủ tục rườm rà, nâng cao chất lượng DV hành chính, tạo điều kiện cho việc thành lập doanh nghiệp mới, đặc biệt các doanh nghiệp về DV định hướng XK. Hơn thế nữa, việc xây dựng và thực thi những chính sách, chiến lược phát triển thương mại DV phù hợp với các hiệp định song phương, đa phương cần được chú trọng và hoàn thiện.

Ngoài ra, song song với việc đầu tư nâng cấp cơ sở vật chất kỹ thuật cho DV, việc đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cũng cần được quan tâm. Cụ thể là đưa thực tiễn vào giảng dạy bằng các hình thức mô phỏng, kiến tập, thực tập, làm bài thu hoạch, tham quan; cần trau dồi các kỹ năng về công nghệ, ngoại ngữ cho đội ngũ lao động tương lai bằng cách bổ sung vào điều kiện đầu ra của bậc đại học. Đặc biệt, thúc đẩy hoạt động nghiên cứu, phát minh, sáng tạo trong lĩnh vực DV, thường xuyên tổ chức các hội thảo về đề tài DV trên toàn quốc, đầu tư cho các ý tưởng hay về công nghệ DV thời đại số cũng như tăng cường thu hút các chuyên gia về các lĩnh vực DV khác nhau là những giải pháp cần thiết để phát triển hoạt động XK DV ở nước ta ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Công Tâm (2021), Bất động sản trong “con diêm” tăng giá và nỗi lo về bong bóng, Vietnambiz. Truy cập tại: <https://vietnambiz.vn/bat-dong-san-trong-con-dien-tang-gia-va-noi-lo-ve-bong-bong-20210318115022881.htm>
2. Đào Ngọc Lâm (2023), Vai trò, mục tiêu của Logistics và những vấn đề đặt ra, Kinh tế 2022-2023: Việt Nam và Thế giới. *Tạp chí Kinh tế Việt Nam*, trang 57 - 59.
3. Hoàng Thanh (2022), Vietjet đoạt giải “Hãng hàng không mang lại giá trị tốt nhất cho khách hàng toàn cầu”. Truy cập tại: <https://tuoitre.vn/vietjet-doat-giai-hang-hang-khong-mang-lai-gia-tri-tot-nhat-cho-khach-hang-toan-cau-20220715162811525.htm>
4. Khắc Kiên (2022), Vì sao doanh nghiệp logistics thua trên sân nhà?. Truy cập tại: <https://kinhtedothi.vn/vi-sao-doanh-nghiep-logistics-thua-tren-san-nha.html>
5. Lan Anh (2019), Người bệnh Việt Nam chi 2 tỉ USD/năm đi nước ngoài khám chữa bệnh. Truy cập tại: <https://tuoitre.vn/nguoi-benh-vn-chi-2-ti-usd-nam-di-nuoc-ngoai-kham-choa-benh-20190115180355785.htm>
6. Nguyễn Thắng (2019), Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 và tác động đến Việt Nam. Truy cập tại: <http://hvcsnd.edu.vn/nghien-cuu-trao-doi/dai-hoc-40/cuoc-cach-mang-cong-nghiep-lan-thu-tu-va-tac-dong-den-viet-nam-5496>
7. Phương Nam (2023), Dịch vụ và xuất, nhập khẩu dịch vụ: Kết quả và vấn đề đặt ra; Kinh tế 2022-2023: Việt Nam và Thế giới. *Tạp chí Kinh tế Việt Nam*, trang 60 - 63.
8. Thanh Bình (2023), Thị trường chứng khoán Việt Nam: Dấu ấn 2022 và triển vọng 2023, Kinh tế 2022-2023: Việt Nam và Thế giới, *Tạp chí Kinh tế Việt Nam*, trang 64 - 68.
9. Thùy Linh (2020), Khoảng 190.000 sinh viên Việt Nam đang học tập ở nước ngoài, Giáo dục Việt Nam. Truy cập tại: <https://giaoduc.net.vn/giao-duc-24h/khoang-190-000-sinh-vien-viet-nam-dang-hoc-tap-o-nuoc-ngoai-post210991.gd>
10. Tổng cục Thống kê (2023), Thương mại - Dịch vụ. Truy cập tại: <https://www.gso.gov.vn/thuong-mai-dich-vu/>
11. Trần Bình (2017), 80% thị phần du lịch trực tuyến Việt Nam do nước ngoài nắm giữ. Truy cập tại: <https://www.sggp.org.vn/80-thi-phan-du-lich-truc-tuyen-viet-nam-do-nuoc-ngoai-nam-giu-473703.html>

Ngày nhận bài: 3/5/2023

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 19/5/2023

Ngày chấp nhận đăng bài: 2/6/2023

Thông tin tác giả:

ThS. HUỖNH ĐIỀU NGÂN

Khoa Marketing - Kinh doanh Quốc tế, Trường Đại học Công nghệ TP. Hồ Chí Minh (HUTECH)

VIETNAM'S SERVICE EXPORTS AND SOME SOLUTIONS

● Master. **HUỖNH ĐIỀU NGÂN**

Lecturer, Faculty of Marketing and International Business,
Ho Chi Minh City University of Technology

ABSTRACT:

In the context of international integration, service exports are always a driving force for any country to promote economic development and enhance competitiveness both within and outside the region. However, despite their continued growth, Vietnam's service exports have not been highly appreciated due to their small scale. Especially the decline in service export turnover or the decline in the trade balance of services over the past years has partly alerted to the weakness of Vietnam's service exports. This paper summarizes and analyzes the current service exports of Vietnam. Based on the paper's findings, some technology-focused solutions are proposed to improve Vietnam's service exports .

Keywords: service export, trade balance of services.