

# DISCIPLINĂ: FUNDAMENTELE SERVICIILOR

## TEMATICA 2

### • ABORDAREA SERVICIILOR LA NIVEL MACROECONOMIC



#### I. Cuprinsul secvenței

1. Serviciile și sectorul terțiar ..... 1
2. Rolul serviciilor în economie ..... 2
3. Factori care stimulează dezvoltarea economiei bazată pe servicii ..... 12
4. Locul serviciilor în comerțul internațional ..... 13



#### II. Obiectivele secvenței

1. Determinarea factorilor care contribuie la dezvoltarea economiei bazate pe servicii
2. Înțelegerea rolului serviciilor în economie
3. Identificarea principalelor componente, tendințe și actori în comerțul internațional de servicii



#### III. Cuvinte cheie

Contribuție PIB, dezvoltare, externalizare, locuri muncă, factori, tendințe, comerț internațional de servicii, turism, servicii informatice, servicii transport, servicii comerciale

## 2.1. Serviciile și sectorul terțiar

Activitățile legate de prestarea serviciilor au fost grupate pentru prima dată de Al. Fisher în 1935, într-un sector distinct al economiei naționale, numit sectorul terțiar. Acesta poate fi definit ca un ansamblu de activități consacrate producției nemateriale, în timp ce sectorul primar grupează activitățile agricole și extractive, iar sectorul secundar industriile prelucrătoare (Ioncică, 2003).

În 1940, această clasificare a fost perfecționată de către C. Clark, care, pe baza unei analize statistice laborioase, grupează activitățile economice în (Ioncică, 2003):

- *activități primare* – caracterizate prin utilizarea directă a resurselor naturale și prin randamente descrescânde (agricultura, vânătoarea, pescuitul, exploatarea forestieră);
- *activități secundare sau industriale* – caracterizate prin transformarea continuă și pe o scară mare a materiilor prime în produse transportabile și de asemenea, caracterizate prin productivitate ridicată și randamente crescânde.
- *activitățile terțiare* – caracterizate printr-o productivitate mai redusă (activitățile meșteșugărești, reparații, mici brutării, industria construcțiilor, activitatea băncilor, asigurările, comerțul și serviciile personale).



**De reținut**

Cei mai importanți indicatori utilizați în stabilirea dimensiunilor sectorului terțiar sunt (Ioncică, 2003):

- ✓ Contribuția serviciilor la crearea PIB;
- ✓ Ponderea populației ocupate în sectorul serviciilor;
- ✓ Numărul agenților economico-sociali activi pe sectoare;
- ✓ Mărimea și structura imobilizărilor corporale în sectorul serviciilor;
- ✓ Mărimea investițiilor și structura acestora în sectorul serviciilor.

Există numeroase servicii care sunt cuprinse în sectorul primar sau secundar (ex. reparații ale construcțiilor și utilajelor, mecanizarea, automatizarea unor lucrări sau culegerea și prelucrarea informațiilor, proiectarea). Astfel, *sfera serviciilor este mai largă decât sfera sectorului terțiar, înglobând o serie de activități nemateriale desfășurate în sectorul primar și secundar – economia serviciilor.*



**Știați că?**

## 2.2. Rolul serviciilor în economie

Importanța serviciilor rezidă din următoarele tendințe ce caracterizează economia modernă (Wölfl, 2005):

- Contribuția semnificativă a serviciilor la PIB;
- Majoritatea slujbelor noi apărute sunt în domeniul serviciilor;
- Externalizare serviciilor (outsourcing) este un fenomen din ce în ce mai des întâlnit, pe măsură ce companiile se concentrează pe competențele de bază, în timp ce funcțiile acoperite de servicii sunt subcontractate unor firme specializate (ex. contabilitate, call centers);
- Relația dintre industria producătoare de bunuri și sectorul serviciilor este dinamică;
- În prestarea serviciilor tehnologia joacă un rol din ce în ce mai important.



**De reținut**

### 2.2.1. Contribuția semnificativă a serviciilor la PIB

Din punct de vedere istoric, tranziția economiilor naționale de la agricultură la producție industrializată a durat câteva secole, în timp ce perioada de creștere a sectorului serviciilor se poate măsura în decenii. Lumea se află în mijlocul unei schimbări radicale, iar ponderea serviciilor în PIB-ul mondial a înregistrat în ultimii ani o creștere bruscă în aproape toate țările, astfel că în ziua de azi vorbim de economii bazate pe servicii. **Serviciile domină rezultatul economic mondial și valoarea adăugată acestuia.**

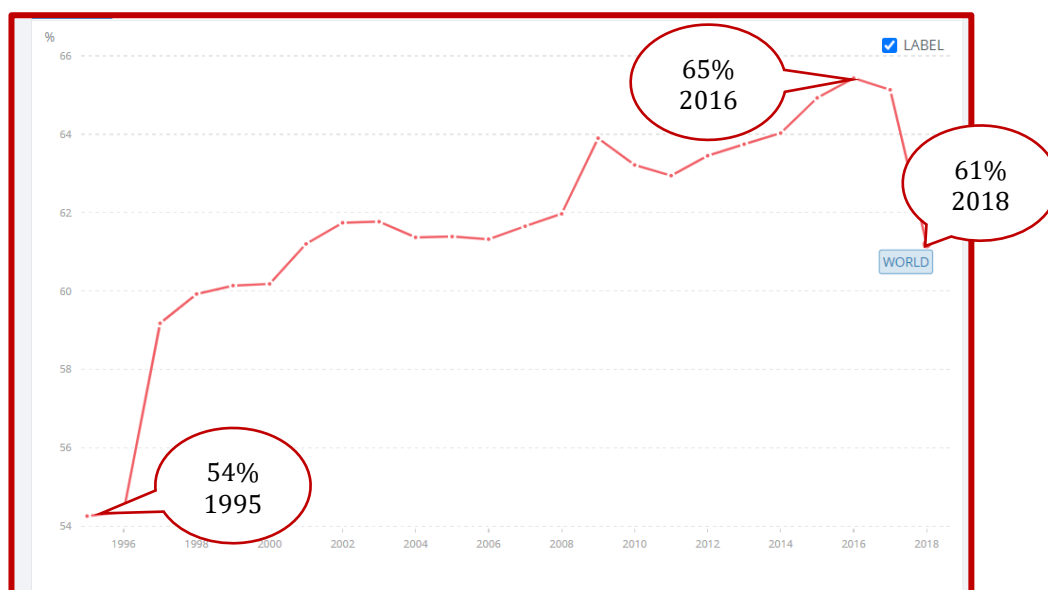
Conform datelor furnizate de Banca Mondială, în 2018 contribuția serviciilor la PIB-ul mondial a fost 61%, o scădere de câteva procente față de perioada 2016-2017 când ponderea acestora a fost de 65% din valoare economiei globale. În țările cu venituri ridicate sau foarte dezvoltate, ponderea serviciilor în PIB este semnificativ mai ridicată fiind de aproximativ 70% (în SUA contribuția serviciilor la PIB este de aproape 75%), dar țările cu venituri scăzute și medii au înregistrat cea mai mare creștere a ponderii sectorului terțiar în PIB (o creștere de aproximativ 10% în ultimii 20 ani).

**Serviciile sunt predominante în toate regiunile în curs de dezvoltare, inclusiv în țările cel mai puțin dezvoltate (LDC).**

Astfel, conform raportului Băncii Mondiale, ponderea cele 3 sectoare în PIB-ul mondial la nivelul anului 2018 este:

- agricultura: 4%
- industria: 34,8%
- **serviciile: 61,2%**

Figura 1: Evoluția contribuției serviciilor la PIB-ul mondial (%)



Sursa: prelucrare proprie pe baza datelor furnizate de Banca Mondială (The World Bank, 2020)

Creșterea producției de servicii în această perioadă corespunde în mare măsură unei scăderi a producției industriale în economiile dezvoltate și o scădere a producției agricole în economiile în curs de dezvoltare. Acest lucru poate fi văzut ca reflectând cele **două forme distincte de transformare structurală** a economiei:

- În economiile dezvoltate, sectorul serviciilor a crescut, iar resursele productive s-au mutat din sectorul industrial.
- În țările în curs de dezvoltare, în special țările cel mai puțin dezvoltate, resursele productive s-au mutat în principal din sectorul agricol, către servicii.



**De reținut**

Alte câteva date reprezentative sau relevante la nivel internațional pentru contribuția serviciilor la economia mondială sunt prezentat în Tabelul 1:

Tabelul 1: Exemple concrete legate de contribuția serviciilor la PIB

	Contribuția serviciilor la PIB (valori rotunjite) 2018
<b>Lume (media mondială)</b>	<b>61%</b>
America de Nord	75%
Uniunea Europeană	66%
America Latină și Regiunea Caraibelor	61%
Asia de Est și zona Pacific	61%
Orientul Mijlociu și Africa de Nord	51%
Africa Sub-Sahariană	51%
Asia de Sud	51 %
<b>Macao</b>	<b>95%</b>
<b>Hong Kong SAR</b>	<b>89%</b>
<b>Insulele Cayman</b>	<b>87%</b>

Monaco	87%
Luxemburg	80%
Turkmenistan	28%
Sudan	32%
Congo	35%

Sursa : prelucrare proprie pe baza datelor furnizate de Banca Mondială (The World Bank, 2020)

În România, conform datelor furnizate de Banca Mondială în anul 2019, contribuția la PIB a serviciilor a fost de 58,2%, a producției de 37,8%, iar a agriculturii de 4% .

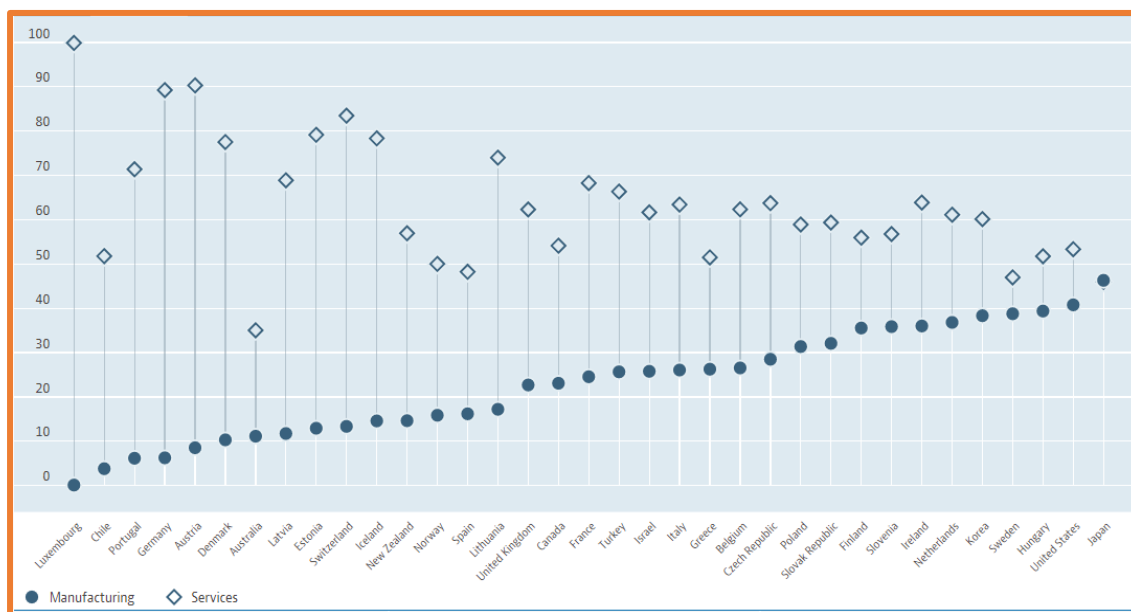
Chiar și în țările sub-dezvoltate, sau în curs de dezvoltare, sectorul serviciilor este mult mai mare decât cel reprezentat prin statisticile oficiale, ele făcând parte din ceea ce mulți identifică ca fiind „*economia subterană*”, unde multe persoane muncesc fără documente oficiale (ex. meditații la domiciliu, curățenie la domiciliu, etc.).



**De reținut**

În ceea ce privește dezvoltarea viitoare a activităților economice, investițiile „greenfield” anunțate în ultimii 15 ani s-au concentrat în principal în sectorul serviciilor. Conform raportului « World Investment Report » publicat în 2019 de către “United Nations Conference on Trade and Development” (UNCTAD) **serviciile au primit 57% din investiții**. În plus, investițiile străine directe în servicii au crescut mai repede decât investițiile în sectoarele primar și cel industrial. Ca valoare **totală a investițiilor străine directe în sectorul serviciilor pe primele poziții se situează serviciile legate de afaceri, serviciile financiare și asigurările, serviciile ITC**. Sectorul serviciilor de Sursa :

Figura 2: Valoarea investițiilor străine directe în funcție de sector în 2018 (◇=servicii)



Sursa: OECD (2020)

infrastructură a crescut și el deosebit de rapid. Ca și exemplificare se poate constata cu ușurință în **Figura 2** că la nivelul țărilor membre ale OCDE (Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică) în 2018 valoarea investițiilor străine directe în domeniul serviciilor este semnificativ mai mare decât în sectorul producției.

### 2.2.2. Domeniul serviciilor – generator de locuri de muncă

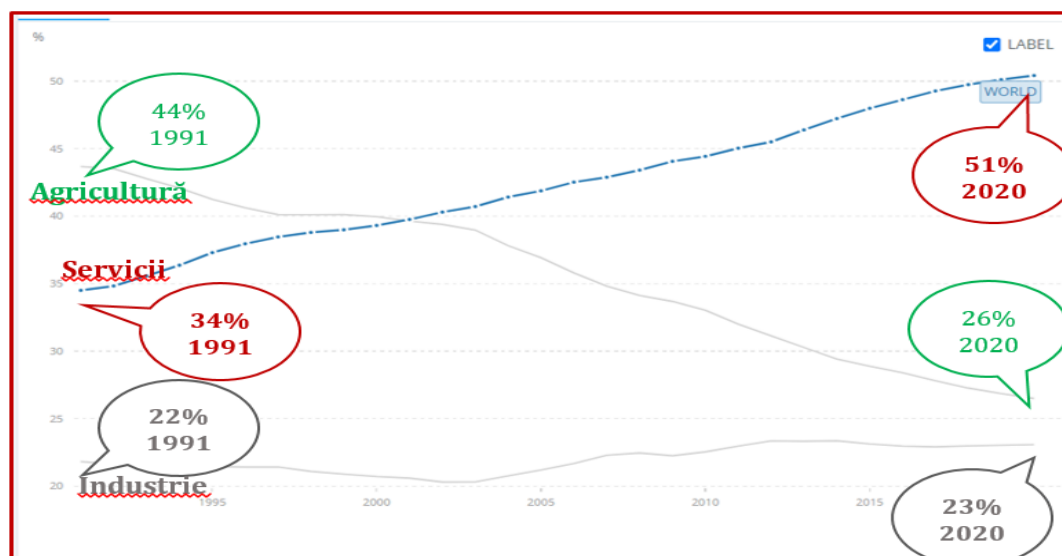
Creșterea importanței sectorului serviciilor a dus la creșterea forței de muncă ocupate în acest sector. De fapt, **pentru majoritatea economiilor lumii, sectorul serviciilor este de departe cel mai mare angajator**. Pentru 2020, Organizația Internațională a Muncii (International Labour Organization ILO, 2020) estimează că sectorul serviciilor oferă peste jumătate (52%) din locurile de muncă la nivel mondial. Ca și în producție, **importanța serviciilor este mai pronunțată în economiile dezvoltate** (unde locurile de muncă în servicii reprezintă peste 75% din total) decât în economiile în curs de dezvoltare (45% din total) sau cele mai puțin dezvoltate (32% din total). Serviciile **au devenit principalul furnizor de locuri de muncă de la mijlocul anilor 2000**, inclusiv în timpul crizei economice și financiare globale 2008-2009.



**De reținut**

Mai mult, **sectorul serviciilor este principalul responsabil pentru crearea de noi locuri de muncă la nivel global**. Pe măsură ce economia națională se dezvoltă, raportul între numărul de persoane care lucrează în domeniul agriculturii, industriei producătoare sau a mineritului și cel al persoanelor care lucrează în domeniul serviciilor se schimbă dramatic în favoarea celor din urmă. În majoritatea țărilor, sectorul serviciilor este foarte divers, incluzând mai multe domenii de activitate care fac obiectul a numeroase companii.

**Figura 3: Evoluția contribuției serviciilor la ocuparea forței de muncă comparativ cu celelalte sectoare**



Sursa : prelucrare proprie pe baza datelor furnizate de Banca Mondială (The World Bank, 2020)

Astfel, conform raportului Băncii Mondiale, ponderea persoanelor angajate în fiecare din cele 3 sectoare economice din totalul forței de muncă în anul 2020 este:

- agricultura : 26%
- industria : 23%
- **serviciile : 51%**

Contribuția serviciilor la ocuparea forței de muncă a crescut semnificativ și relativ constant în ultimii 20 de ani, înregistrând o creștere per ansamblu de 50%. Ponderea angajaților din industrie a rămas relativ egală, iar cea în agricultură s-a diminuat aproape la jumătate. Alte câteva date reprezentative sau relevante la nivel internațional pentru contribuția serviciilor la gradul de ocupare a forței de muncă sunt prezentate în Tabelul 2.

**Tabelul 2: Exemple concrete legate de contribuția serviciilor la ocuparea forței de muncă**

	<b>Contribuția serviciilor la gradul de ocupare a forței de muncă (2020)</b>
<b>Lume (media mondială)</b>	<b>50%</b>
America de Nord	79%
Uniunea Europeană	71%
America Latină și Regiunea Caraibelor	66%
Orientul Mijlociu și Africa de Nord	58%
Asia de Est și zona Pacific	50%
Africa Sub-Sahariană	36%
Asia de Sud	34 %
<b>Macao</b>	<b>90%</b>
<b>Hong Kong SAR</b>	<b>88%</b>
<b>Luxemburg</b>	<b>87%</b>
<b>Singapore</b>	<b>84%</b>
<b>Bahamas</b>	<b>84%</b>
<b>Puerto Rico</b>	<b>83%</b>
<b>Israel</b>	<b>82%</b>
<b>Somalia</b>	<b>13%</b>
<b>Etiopia</b>	<b>24%</b>
<b>Congo</b>	<b>25%</b>

Sursa : prelucrare proprie pe baza datelor furnizate de Banca Mondială (The World Bank, 2020)

Totuși, ținând cont că sectorul serviciilor crește rapid, teoretic în toate țările lumii, noile locuri de muncă (job-uri) apar cu precădere în servicii. Această schimbare, în ceea ce privește ocuparea forței de muncă în servicii, este privită ca una din cele mai îndelungate și stabile tendințe ale economiei mondiale (Rust & Huang, 2014). Aceste noi locuri de muncă nu se referă doar la posturi relativ slab plătite, ca cele din restaurante, hoteluri sau call centers. Multe locuri de muncă bine plătite, ce necesită certificări, o bună pregătire educațională și oferă perspectiva unei cariere de succes, apar datorită creșterii rapide a economiilor și domeniilor bazate pe cunoaștere ca serviciile informatice, serviciile profesionale, cele pentru mediul de afaceri, educație și sănătate.

O altă caracteristică a slujbelor din domeniul serviciilor este faptul că la nivel global, **persoanele de gen feminin preferă locurile de muncă din acest sector**, adică o pondere de 58% din total, conform datelor disponibile la finalul anului 2018. În cadrul economiilor în curs de dezvoltare ponderea locurilor de muncă ocupate de femei în sectorul serviciilor este de 41%, a doua poziție după sectorul agricol.



**Temă de  
reflecție**

1. Care credeți că este explicația pentru faptul că slujbele din domeniul serviciilor atrag cu precădere persoane de sex feminin?

**Tabelul 3: Repartizarea după gen a forței de muncă în sectorul serviciilor, la nivel internațional (2018)**

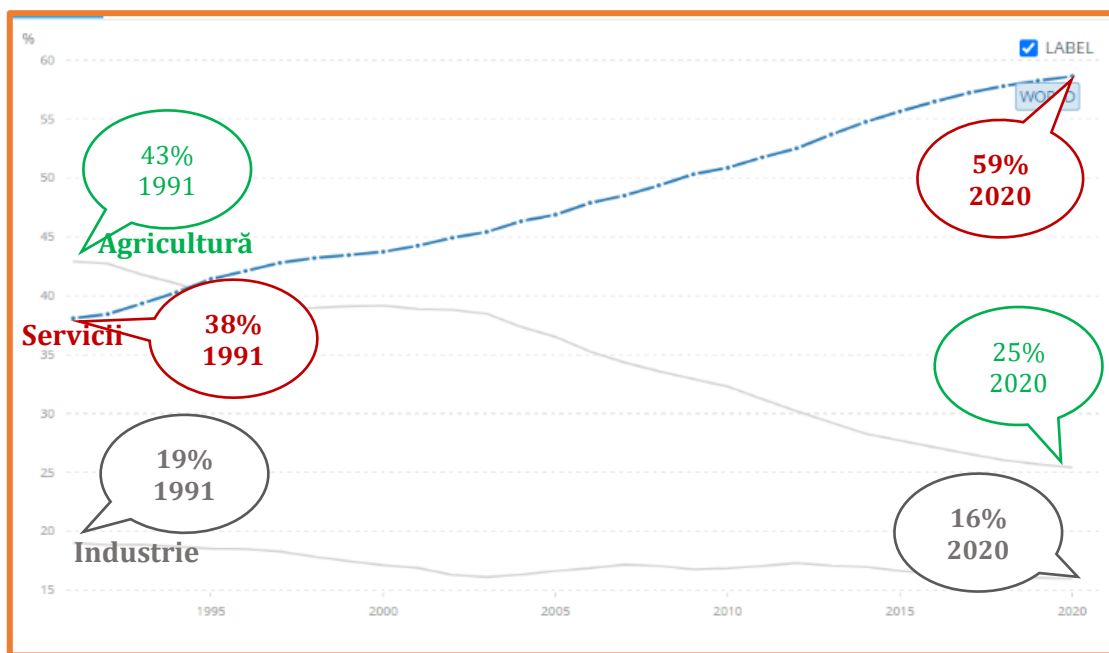
	Genul Masculin (%)	Genul Feminin (%)
<b>Lume (media mondială)</b>	<b>45%</b>	<b>58%</b>
America de Nord	70%	91%
Europa și Asia Centrală	57%	80%
America Latină și Regiunea Caraibelor	55%	81%
Orientul Mijlociu și Africa de Nord	55%	66%
Asia de Est și zona Pacific	43%	55%
Africa Sub-Sahariană	33%	40%
Asia de Sud	36 %	25%

Sursa : prelucrare proprie pe baza datelor furnizate de Banca Mondială (The World Bank, 2020)

Astfel, pe parcursul ultimilor 20 de ani, ponderea femeilor angajate în sectorul serviciilor (din totalul forței de muncă ocupate de persoanele de gen feminin) a crescut de 1.5 ori (de la 38% ajungând la o valoare de aproape 60% în anul 2020). În acest interval de timp, ponderea persoanelor de gen feminin angajate în sectorul primar aproape s-a înjumătățit, iar ponderea în sectorul industriei a scăzut relativ puțin.



**Figura 4: Evoluția numărului de persoane de gen feminin angajate în sectorul serviciilor comparativ cu celelalte sectoare (%)**



Sursa : prelucrare proprie pe baza datelor furnizate de Banca Mondială (The World Bank, 2020)

**Angajarea în servicii este, de asemenea, importantă pentru lucrătorii migranți**, deoarece unele țări gazdă, precum Canada și Statele Unite ale Americii, se bazează foarte mult pe migrații din sectoarele lor largi de servicii. Prin urmare, politicile **legate de servicii sunt relevante pentru ocuparea forței de muncă incluzive**, în special în contextul unui nivel ridicat și persistent al șomajului în țările emițătoare.

### 2.2.3. Serviciile interne și externalizarea lor

Sectorul serviciilor are și o componentă ascunsă, prezentă în acele companii care sunt clasificate ca având activități în domenii precum producția de bunuri, agricultura și mineritul. Așa-numitele *servicii interne* acoperă o gamă largă de activități precum recrutarea personalului, publicarea de materiale interne, servicii juridice sau de contabilitate, managementul resurselor umane, serviciile de curățenie, serviciile de mentenanță, transport și multe altele.



**De reținut**

Din ce în ce mai multe organizații aleg să *externalizeze* (*outsource*) aceste servicii interne către un subcontractor specializat în prestarea lor. Pe măsură ce aceste servicii se externalizează, ele devin o parte competitivă a pieței libere și implicit o parte din componenta de servicii a economiei. Chiar și atunci când aceste servicii nu se externalizează, ele pot fi considerate ca prestări către consumatorii interni (ex. acțiuni de marketing intern adresate angajaților).

#### 2.2.4. Relația dinamică dintre industria producătoare de bunuri și cea a serviciilor

Relația dintre servicii și industria producătoare de bunuri este pe cât de dinamică, pe atât de complexă. Astfel, *serviciile sunt un element esențial al creșterii economice*, ca de exemplu fără nevoia de transport, nu este nevoie de camioane, autobuze, nave și avioane, etc.

Un alt aspect important este *legătura strânsă* care există între industria producătoare de bunuri și cea a serviciilor. Spre exemplu, dezvoltarea de programe software duce la crearea unor calculatoare mai puternice și viceversa. Totuși, atât industria hardware (ex. calculatoare și echipamente periferice, echipamente de telecomunicații), cât și industria software (ex. programe, aplicații informatice) sunt dependente unele de altele (nici o categorie nu are valoare comercială fără cealaltă categorie).

Aceasta duce în timp la oferirea de pachete complexe, sau „soluții” din partea companiilor care acționează pe piață.



**De reținut**

A treia caracteristică a relației este faptul că *serviciile sunt tot mai integrate* în varianta finală a bunurilor comercializate. Astfel, valoarea finală a unui automobil este mai ridicată datorită efortului inovator care se reflectă în tehnologia utilizată, în expertiza designului care face ca autoturismul să fie atrăgător din punct de vedere estetic, în asistența tehnică oferită ca serviciu post-vânzare care ajută la diferențierea ofertei. **Sectorul serviciilor, în special serviciile de infrastructură, pot furniza inputuri intermediare pentru toate activitățile economice.** Cu toate acestea, importanța tot mai mare a activităților legate de servicii în companiile producătoare de bunuri nu este adesea surprinsă. Un astfel de proces, denumit « servicification » (se referă la importanța crescândă a serviciilor în toate sectoarele economice) facilitează producția și exporturile pe parcursul proceselor de producție, în principal în partea de back office și etapele de producție (de exemplu, controlul calității și serviciile de inginerie), precum și în etapele ante-producție, post-producție și post-vânzare. În 2015, serviciile « de tip suport » sau sprijinire a activităților (cum ar fi cercetarea și dezvoltarea, ingineria și distribuția) au reprezentat 25-60% din ocuparea forței de muncă în cadrul firmelor producătoare de bunuri (UNCTAD, 2020).

Pentru a adăuga un plus de valoare și conținut legat de inovație produselor lor, pentru a crea și păstra relații de durată cu clienții și pentru a menține activitățile și funcțiile strategice legate de desfășurarea afacerilor în interior, **firmele își pot dezvolta propriile capacități legate de servicii, nu doar să le externalizeze.** În eșantionul țărilor acoperite de un studiu realizat de Miroudot și Cadestin (2017), componenta sau inputul de servicii a reprezentat 37% din valoarea producției (bunurilor) exportate; adăugarea sau includerea unor activități legate de servicii de către firmelor producătoare de bunuri a permis creșterea cotei exporturilor de bunuri industriale la 53%.

În final, tot mai multe companii aleg să ofere *bunuri complementare serviciilor*, care devin astfel un avantaj competitiv. Spre exemplu, modificarea abonamentului de telefonie mobilă, sau a prestatorului, vine deseori însoțită de obținerea unui telefon gratuit sau la preț redus.

### 2.2.5. Rolul tehnologiei în prestarea serviciilor

Privite per ansamblu, activitățile din sfera *TIC (Tehnologia Informației și a Comunicațiilor)* oferă consumatorilor *posibilitatea de a beneficia de un număr tot mai mare de servicii, în timp real sau defazat, fără a fi nevoie de prezența fizică a acestora*. Astfel, spre deosebire de serviciile tradiționale unde clientul trebuie să fie în locația de prestare, în ziua de astăzi, noile tehnologii disponibile fac posibilă participarea activă, fără deplasare geografică. De exemplu, pasionații de muzică clasică pot alege să se deplaseze la sala de concerte, sau pot alege să asculte concertul transmis în timp real la televizor sau să urmărească o înregistrare pe YouTube.



**Știați că?**

O altă caracteristică importantă a tehnologiei este că *oferă companiilor posibilitatea de a crea un singur produs, care deși nu este produs în masă, poate fi consumat în masă, fie într-o formulă standard sau una personalizată*. Astfel au apărut o serie de prestatori de aplicații software, care pot fi descărcate de pe internet și instalate pe calculatorul personal, în esență realizându-se consumul multiplu al unui singur serviciu.

De asemenea, tehnologia afectează relația dintre prestatori și consumatori în moduri considerate imposibile până acum. Prin dezvoltarea unor aparate tot mai performante, dar și a unor aplicații de tip software, există acum posibilitatea de a avea un antrenor personal virtual, care poate fi alături de client, oriunde dorește acesta. Noile aplicații pe telefonul mobil oferă acum posibilitatea și a unui consult psihologic, experiență ce până de curând era considerată ca fiind realizabilă numai cu personal de prestare specializat.

Un alt efect important al tehnologiei moderne este că *scade eterogenitatea serviciilor*, ceea ce crește șansele de a standardiza calitatea acestora. Astfel unul dintre domeniile în care se poate observa acest aspect este cel al serviciilor financiar-bancare unde o serie de operațiuni de ghișeu au fost mutate la automate (ex. retragerea și depunerea de numerar, sau plata facturilor la ATM).



**De reținut**

Privite mai în detaliu, așa cum a demonstrat pandemia de COVID-19, **serviciile de telecomunicații și cele care țin de Tehnologia Informațiilor și Comunicațiilor (TIC)**

**au devenit esențiale pentru toate activitățile economice.**

Digitalizarea permite o productivitate sporită și o eficiență mai mare, precum și reducerea costurilor de producție, tranzacție și comerț (UNCTAD, 2020). Însă, în prezent, lumea se caracterizează printr-un **decalaj semnificativ între țările « sub-conectate » și cele hiper-digitalizate**. De exemplu, în țările cel mai puțin dezvoltate (LDC), doar una din cinci persoane folosește internetul, comparativ cu patru din cinci în țările dezvoltate. Acesta este doar un aspect al decalajului digital. În alte domenii, cum ar fi capacitatea de valorificare a datelor digitale și a tehnologiilor de vârf, decalajul este considerabil mai mare. Mai mult, progresul în reducerea decalajului digital dintre țările dezvoltate și țările în curs de dezvoltare rămâne insuficient. **Diviziunea digitală** se observă și în exporturile de telecomunicații și servicii TIC.



**De reținut**

„Geografia” economiei digitale nu afișează o diviziunea tradițională Nord-Sud. Economia digitală este împărțită în mod constant de o țară dezvoltată și o țară în curs de dezvoltare: Statele Unite Americii și China. De exemplu, aceste două țări cumulează 75% din toate brevetele legate de tehnologiile blockchain, 50% din cheltuielile globale pentru « Internet of Things » (« *Internet of Things* » sau *IoT* descrie rețeaua de obiecte sau « lucruri » - care sunt prevăzute cu identificatori unici (UID) și capacitatea de a transfera sau schimba date cu alte dispozitive și sisteme prin Internet) și mai mult de 75% din piața mondială a serviciilor de « public cloud computing » (*cloudul public este definit ca serviciile « computing » oferite de furnizori terți pe internetul public, făcându-le disponibile oricui dorește să le utilizeze sau să le cumpere*, Microsoft Azure, 2020.) Și, poate cel mai surprinzător, cele două țări dețin 90% din valoarea de piață a celor mai mari 70 de platforme digitale din lume. Ponderea Europei este de 4%, iar Africa și America Latină împreună au doar 1%. (UNCTAD, 2020)



**Știați că?**

**Șapte „super platforme”** - Microsoft, urmate de Apple, Amazon, Google, Facebook, Tencent, Alibaba - reprezintă **două treimi din valoarea totală a pieței**. Astfel, în multe evoluții tehnologice digitale, restul lumii, în special Africa și America Latină, se află cu mult în spatele Statelor Unite și Chinei. Unele dintre fricțiunile comerciale actuale reflectă tocmai căutarea dominanței globale în zonele tehnologiei de vârf sau avangardiste.

### 2.3. Factori care stimulează dezvoltarea economiei bazată pe servicii

Dezvoltarea economiei moderne care pune accentul pe servicii nu a fost întâmplătoare, ea fiind stimulată de existența mai multor factori. Dintre aceștia, un rol major au jucat: politica guvernamentală, schimbările petrecute la nivel social, tendințele din mediul de afaceri, dezvoltarea tot mai accentuată a tehnologiei și globalizarea ca și fenomen general (Wirtz & Lovelock, 2016).



**De reținut**

**Tabelul 4: Factori care influențează dezvoltarea economiei bazate pe servicii**

<b>Politica guvernamentală</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modificări ale legislației</li> <li>• Privatizarea unor sectoare de activitate</li> <li>• Noi reguli privind protecția consumatorilor, a angajaților și a mediului</li> <li>• Noi acorduri legate de comercializarea serviciilor</li> </ul>
<b>Schimbările sociale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creșterea așteptărilor consumatorilor</li> <li>• Existența rețelele sociale globale</li> <li>• Creșterea standardului de viață</li> <li>• Scăderea timpului liber disponibil</li> <li>• Creșterea dorinței de a cumpăra experiențe, nu bunuri</li> <li>• Creșterea numărului de calculatoare, telefoane smart și echipament hi-tech cu utilizare personală</li> <li>• Accesul mai ușor la informații</li> <li>• Imigrarea</li> <li>• Populația globală în creștere, dar îmbătrânită</li> </ul>
<b>Tendințele mediului de afaceri</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dorința de creștere a valorii pentru acționari</li> <li>• Accentul pus pe productivitate și scăderea costurilor</li> <li>• Producătorii adaugă valoare ofertei prin servicii și/sau vând și separat servicii</li> <li>• Creșterea numărului de alianțe strategice și a outsourcing-ului</li> <li>• Concentrarea pe calitate și pe satisfacția consumatorului</li> <li>• Dezvoltarea sistemului de francize și creșterea numărului acestora</li> <li>• Creșterea numărului de organizații non-profit</li> </ul>
<b>Dezvoltarea tehnologiei</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dezvoltarea internetului</li> <li>• Dezvoltarea tehnologiilor și rețele wireless</li> <li>• Digitalizarea informației (text, grafică, audio, video)</li> <li>• Tehnologia de tip „cloud”</li> <li>• Conținutul generat de utilizator</li> <li>• Serviciile bazate pe locație</li> <li>• Informația de tip „Big data”</li> <li>• Dezvoltarea inteligenței artificiale</li> <li>• Îmbunătățirea rezultatelor pentru analizele predictive</li> </ul>

<b>Globalizarea</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creșterea numărului de companii internaționale</li> <li>• Dezvoltarea transportului internațional</li> <li>• Creșterea numărului de fuziuni între companii și al alianțelor internaționale</li> <li>• Pătrunderea companiilor străine pe piețe domestice</li> </ul>
---------------------	--

**Sursa:** Wirtz & Lovelock, 2016



**Temă de  
reflecție**

Identificați pentru fiecare din cele cinci categorii de factori exemple concrete ale modului în care aceștia au influențat/influentează dezvoltarea serviciilor.

La nivel global, aceste tendințe au avut următoarele rezultate:

- Noile piețe și categorii de produse creează o cerere crescută pentru servicii, ceea ce intensifică nivelul concurenței pe multe piețe deja existente.
- Inovația din domeniul serviciilor și a sistemelor de distribuție este stimulată de aplicarea noilor tehnologii.

În aceste condiții, se poate spune că succesul depinde de (Armstrong & Kotler, 2015):

- ✗ Cunoașterea concurenților și înțelegerea nevoilor consumatorilor;
- ✗ Aplicarea unor modele de afaceri viabile cu noul tip de economie și orientare de piață;
- ✗ Crearea de valoare, atât pentru consumatori, cât și pentru companii;
- ✗ Concentrarea pe marketingul și managementul serviciilor.



**De reținut**

## 2.4. Locul serviciilor în comerțul internațional

Conform *Organizației Mondiale a Comerțului (World Trade Organization, 2020)*, la nivelul anului 2019, în termeni valorici, comerțul internațional a scăzut cu 3% față de anul 2018 – an în care înregistrase o creștere de 10.2%. În mod distinct, exportul global de mărfuri (bunuri) a scăzut cu 0.1% față de anul 2018, atingând o cifră de 19.051 de miliarde \$, în timp ce *exporturile de servicii comerciale au crescut cu 2,1 %*, ajungând la valoarea de 5 898 de miliarde \$ (o rată de creștere semnificativ mai mică față



**Știați că?**



de creșterea de 8,2% din 2018). Volumul comerțului mondial cu mărfuri a scăzut în 2019 pentru prima dată de la criza financiară din 2008-2009. Principalii factori care au cauzat această situație ar fi:

- creșterea tensiunilor comerciale, în special disputa comercială de lungă durată dintre Statele Unite și China, ce a dus la creșterea tarifelor și a contribuit la incertitudinea politicii comerciale;
- „închiderea” guvernului în Statele Unite în 2018-19;
- Brexit (plecarea Regatului Unit al Marii Britanii din Uniunea Europeană);
- schimbările politicii monetare în marile economii;
- slăbirea creșterii economice.

În ceea ce privește exportul de servicii în mod particular, **creșterea relativ modestă din 2019 se datorează în primul rând reducerilor reale ale activității economice** mai degrabă decât fluctuațiilor de curs valutar.

Este important de precizat faptul că ***există un grad extrem de ridicat de concentrare a exportului de servicii comerciale***, primele 10 țări exportatoare cumulând mai mult de jumătate (50%) din comerțul global. Primele 40 de țări din clasament reprezintă aproape 90% din valoarea exporturilor de servicii la nivel global

Tabelul 5: Topul primilor 10 exportatori mondiali de servicii comerciale (2019)

Ponderea în total sau cota de piață (2019)	
SUA	14.1%
Marea Britanie	6.8%
Germania	5.5%
Franța	4.7%
China	4.6%
Olanda	4.3%
Irlanda	3.9%
India	3.5%
Singapore	3.4%
Japonia	3.3%
<b>TOTAL</b>	<b>54.2%</b>
<i>Celelalte state</i>	<i>45.8%</i>

Sursa: World Trade Statistical Review, 2020

Qatarul și Emiratele Arabe Unite sunt statele care au crescut cel mai mult în clasamentul mondial al comerțului internațional de servicii din 2009 până în 2019 (în mod concret, Qatar a înregistrat cel mai mare salt în ierarhie, trecând de la locul 74 în 2009 la locul 41 în 2019.). Amplasarea lor geografică centrală (Orientul Mijlociu) a însemnat un avantaj competitiv și o oportunitate excelentă pentru exportul serviciilor de transport. Un alt factor semnificativ pentru avansul acestor țări s-a datorat creșterii turismului intra-regional.

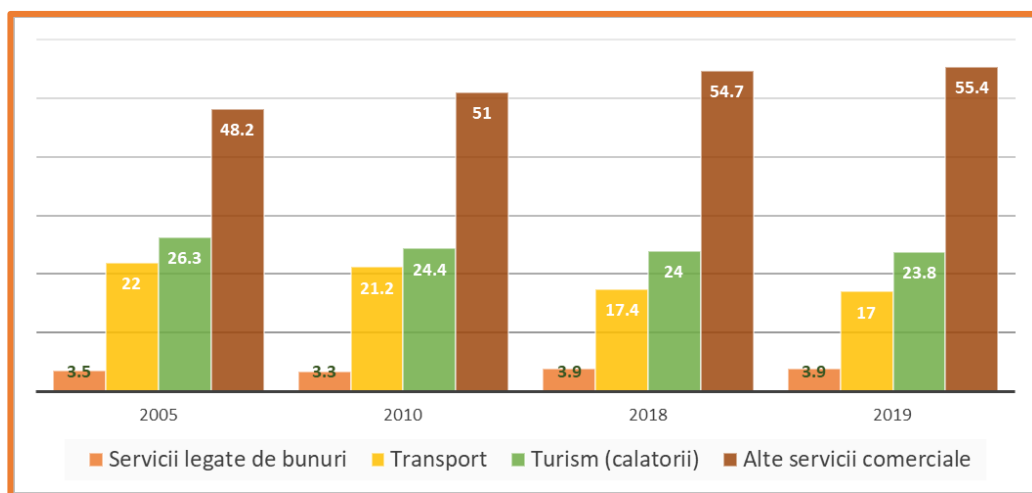
România ocupă poziția 39, cu o valoare a exporturilor de 30 de miliarde de dolari la nivelul anului 2019, cu o cotă de piață de 0.5% din exporturile mondiale de servicii.

Analiza exportului de servicii comerciale face referire la **următoarele 4 categorii de servicii**:

1. **Transport** (valoarea exporturilor în 2019: 1.118 miliarde de dolari)
2. **Turism (călătorii)** (valoarea exporturilor în 2019: 1.416 miliarde de dolari)
3. **Servicii legate de bunuri** (valoarea exporturilor în 2019: 196 miliarde de dolari)
4. **Alte servicii comerciale** (valoarea exporturilor în 2019: 3.168 miliarde de dolari)

În ceea ce privește evoluția fiecărei componente, în ultimii 15 ani, ponderea „serviciilor legate de bunuri” și a „altor servicii comerciale” a crescut, în timp ce ponderea serviciilor turistice și a celor de transport a scăzut.

Figura 5: Evoluția exporturilor de servicii comerciale pe subcategorii (ponderi)



Sursa: prelucrare proprie pe baza datelor furnizate de World Trade Statistical Review, 2020

În categoria „**Alte servicii comerciale**”, categoria care domină ca valoare sau pondere comerțul cu servicii comerciale la nivel mondial sunt incluse serviciile de:

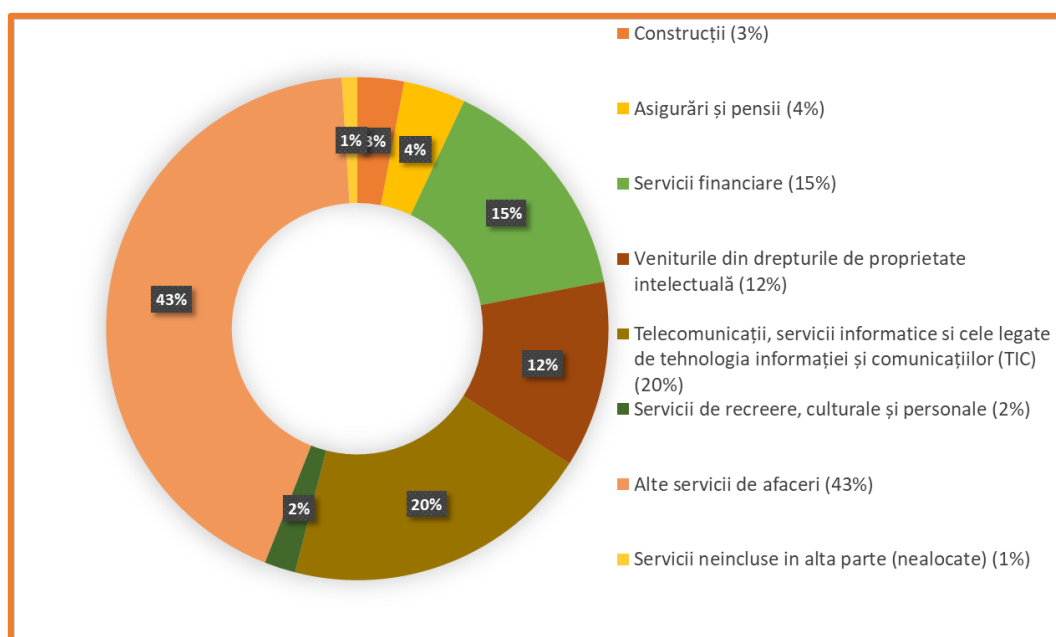
- construcțiile;
- asigurările și pensiile;
- serviciile financiare;
- drepturile de proprietate intelectuală, neincluse în altă parte;
- telecomunicații, servicii informatice/servicii legate de tehnologia informației și comunicațiilor (TIC);
- serviciile de recreere, culturale și personale;
- alte servicii de afaceri.



**De reținut**



Figura 6: Structura exportului subcategoriei „Alte servicii comerciale” (2019)



Sursa: Sursa: World Trade Statistical Review, 2020

Componentele „Alte servicii de afaceri” (43%) și „Telecomunicații, servicii informatice și cele legate de tehnologia informației și comunicațiilor (TIC)” (20%) **au fost și au rămas** cele mai mari categorii de servicii exportate ca pondere în categoria „Alte servicii comerciale”. **„Computer services”, care reprezintă 81% din sub-sectorul** „telecomunicații, servicii informatice/servicii legate de tehnologia informației și comunicațiilor (TIC) au crescut cu 11% în 2019, continuând o expansiune neîntreruptă de la criza financiară din 2009.



**Temă de  
reflecție**

Folosind bazele de date furnizate de Banca Mondială, identificați și ierarhizați statele lumii în ordinea descrescătoare a exportului de servicii comerciale, pe categorii de servicii (turism, TIC, financiare).

#### 2.4.1. Situația preliminară a comerțului internațional de servicii comerciale în 2020

Spre deosebire de bunuri, serviciile nu pot fi produse, stocate și vândute într-o etapă ulterioară. **Venituri din export pierdute datorită zborurilor, meselor la restaurant sau rezervărilor la hotel anulate se pierd permanent și nu pot fi recuperate.** Călătoriile internaționale, din motive personale sau de afaceri, transportul aerian,

serviciile de recreere și divertisment, activități culturale și sportive sunt toate puternic corelate. **Acestea reprezintă mai mult de 40% din exporturile de servicii comerciale la nivel mondial** (WTO, 2020). Aceste servicii au fost direct afectate de pandemia COVID-19 din cauza restricțiilor de călătorie și măsurilor de distanțare socială atât în țara de rezidență (acasă), cât și în țările gazdă (destinațiile vizitate). Restricțiile legate de călătorii și transporturi au avut un impact brusc asupra exporturilor și importurilor de turism (călătorii). Spre exemplu, exporturile de turism din SUA (liderul mondial ca și încasări din turismul internațional) au scăzut cu 73% în aprilie 2020, comparativ cu aprilie 2019. China, cel mai mare importator de turism (emitent de turiști internaționali), a cunoscut o scădere a cheltuielilor cu turismul internațional de peste 60% atât în martie, cât și în aprilie 2020, față de același interval din anul precedent.

În martie 2020, **exporturile de servicii ale celor mai importante țări au scăzut brusc**, cu exporturile Italiei în declin cu 40% comparativ cu martie 2019. În medie, în aceste economii, care au reprezentat mai mult de jumătate din exporturile globale de servicii în 2019, valoarea exporturilor a scăzut cu aproximativ 15% în martie 2020. Datele din aprilie 2020 arată scăderi și mai pronunțate. În SUA principalul comerciant de servicii, exporturile au scăzut cu 14%. În Regatul Unit, al doilea cel mai mare exportator, scăderea a fost de 22%. (WTO, 2020)



**O categorie de servicii care a „beneficiat” de pandemie sunt serviciile IT**, care au înregistrat o creștere a cererii datorită mai multor persoane care lucrează de acasă. Criza COVID-19 a permis firmelor care au investit în digitalizare să-și asigure în continuare activitățile și productivitatea prin intermediul telemuncii („remote working”). Această tendință, care exista și înainte de pandemie, a stimulat și mai mult serviciile IT datorită unor domenii ce vizează infrastructura de securitate cibernetică, cloud computing, dezvoltarea platformelor de servicii și locuri de muncă virtuale. Astfel, exporturile de servicii au crescut țările în care exporturile sunt dominate de serviciile IT. În martie 2020, exporturile de servicii din India și Ucraina au crescut cu 1%, respectiv 3%. În Irlanda, datele pentru primul trimestru din 2020 arată o creștere de 8%, susținută de o creștere de peste 15% a exporturilor de servicii (serviciile IT au reprezentat 51% din exporturile de servicii ale Irlandei în 2019). (WTO, 2020)

#### ***2.4.2. Rolul componentei turism (călătorii) ca parte a sectorului serviciilor***

Încetinirea globală a economiei rezultată din tensiunile și incertitudinile comerciale, respectiv pandemia COVID-19, au avut un impact semnificativ asupra turismului internațional. Exportul de turism (sau încasările din turismul internațional) au crescut cu doar 1% în 2019, procent semnificativ mai mic decât 8%, rata de creștere din 2018, respectiv 2017. Acest lucru s-a datorat scăderii numărului de sosiri turistice internaționale la nivel global ca urmare a unui venit disponibil mai mic pentru mulți

consumatori, deprecierea monedei în unele țări, și deciziei multor consumatori de a nu mai călători în străinătate.

Totuși în continuare, în 2019, încasările din turismul internațional au reprezentat aproape un sfert din exporturile globale de servicii comerciale, totalizând 1 440 de miliarde de dolari și reprezentând 1,7% din PIB-ul mondial. Referindu-ne la o abordare mai largă (incluzând pe lângă turismul internațional și turismul intern), **motivele pentru care sectorul turismului contează atât de mult în economia mondială** din următoarele motive (UNWTO, 2020):



**De reținut**

- Contribuția totală (directă, indirectă și indusă) a sectorului turism și călătorii este de aproape 10% din PIB-ul mondial;
- Exportul de servicii turistice reprezintă 25% din exporturile globale de servicii turistice;
- Unii specialiști consideră sectorul turismului și călătoriilor ca fiind cel mai mare angajator la nivel mondial, aproximativ 1 din 10 persoane lucrând în acest domeniu;
- Sectorul este o adevărată forță globală pentru creștere economică și dezvoltare, determinând crearea de locuri de muncă mai bune și servind drept catalizator pentru inovare și antreprenoriat;
- Pentru țările cele mai puțin dezvoltate (LDC) veniturile din exportul de turism reprezintă cea mai mare sursă a veniturilor provenite din exportul de servicii.
- Turismul contribuie la construirea unor vieți mai bune pentru milioane de indivizi și transformă comunități întregi.

Pentru prima dată de la criza financiară mondială din 2009, SUA, țara cu cele mai mari încasări din turismul internațional din lume cu o cotă globală de 13,4%, a înregistrat o scădere (-2%) în exporturile de călătorii. În plus, China, țara cu cele mai mari cheltuieli legate de turismul internațional (18% din importul de turism) a cunoscut o scădere de 9% a cheltuielilor turistice internaționale.

## BIBLIOGRAFIE

1. Armstrong, G., & Kotler, P. (2015). *Introducere în marketing*. 12e ed. (D. Moise, & I. Plăiaș, Trans.) New Jersey: Pearson.
2. International Labour Organization. (2020). Retrieved Octombrie 2020, from ILO, International Labour Organization: <https://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm>
3. Ionică, M. (2003). *Economia serviciilor. Teorie și practică*. București: Ediția a 3-a, revăzută și adăugită, Ed. Uranus.
4. Lovelock, C. H., & Wright, L. K. (1999). *Principles of Service Marketing and Management*. New Jersey: Prentice Hall; 2nd edition.
5. Miroudot, S., & Cadestin, C. (2017). Services In Global Value Chains: From Inputs to Value-Creating Activities. *OECD Trade Policy Papers*(197). Retrieved from <https://ideas.repec.org/p/oec/traaab/197-en.html>
6. OECD. (2020). *Inward FDI stocks by industry (indicator)*. doi:10.1787/2bf57022-en
7. Rust, R.T. & Huang, M-H. (2014). The Service Revolution and the Transformation of Marketing Science. *Marketing Science*, 33 (2), p. 206-221.
8. The World Bank. (2020). *WDI Database Archives (beta)*. Retrieved Octombrie 2020, from <https://data.worldbank.org/>: <https://databank.worldbank.org/reports.aspx?source=1277&series=NP.SRV.TOTL.ZG>
9. United Nations Conference on Trade and Development. (2011). *World Investment Report 2011: Non-Equity Modes of International Production and Development*. Retrieved Octombrie 2020, from UNCTAD Prosperity for All: [https://unctad.org/system/files/official-document/wir2011\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/wir2011_en.pdf)
10. United Nations Conference on Trade and Development. (2020). *World Investment Report 2019*. Retrieved Octombrie 2020, from UNCTAD Prosperity for All: <https://unctad.org/webflyer/world-investment-report-2019>
11. UNWTO - World Tourism Organization. (2020). *International Tourism Highlights, 2019 Edition*. Retrieved Iulie 2020, from <https://www.e-unwto.org/>: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>
12. Vorzsak, A., Paina, N. D., Pop, M. D., Pop, C. M., & Szego, I. (2006). *Marketingul serviciilor - Probleme de ansamblu ale terțiarului*. Cluj-Napoca: Alma Mater.
13. Wirtz, J., & Lovelock, C. (2016). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. New Jersey: World Scientific.
14. Wölfl, A. (2005). *The Service Economy În OECD Countries*. Retrieved from OECD/Centre d'études prospectives et d'informations internationales (CEPII) - OECD Science, Technology and Industry Working Papers : <http://dx.doi.org/10.1787/212257000720>.
15. World Trade Organization. (2020). *World Trade Statistical Review 2020*. Retrieved August 2020, from World Trade Organization: [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/wts2020\\_e/wts20\\_toc\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2020_e/wts20_toc_e.htm)

