

Služby v ére globalizácie

Valéria MICHALOVÁ*

Úvod

Fakty potvrdzujú, že služby majú vo formujúcej sa globálnej ekonomike dominantné zastúpenie. V rozvinutých trhových ekonomikách je podiel odvetvia služieb na tvorbe HDP vyše 70 % a v rozvíjajúcich sa krajinách okolo 50 %. V službách sa vytvára viac pracovných miest ako v poľnohospodárstve a v priemysle, dokonca v Európskej únii sú služby jediným sektorom, v ktorom sa vytvorili za posledných 20 rokov nové pracovné miesta.

Takáto expanzia sa očakáva aj v budúcnosti. Viac ako štvrtinu svetového obchodu tvorí obchod so službami, pričom jeho dynamika je vyššia ako pri tovaroch. V neposlednom rade, vyše 60 % priamych zahraničných investícií (PZI) smeruje do sektora služieb.

V priebehu reformného procesu sa v ekonomike Slovenska zvýšil podiel služieb na vrcholných makroagregátoch takou mierou ako za predchádzajúcich 25 rokov – na úroveň okolo 55 % (v rokoch 1989–1999 na tvorbe HDP o 26,8 percentuálnych bodov a na zamestnanosti o 10 percentuálnych bodov). Nestačilo to však na absorbovanie uvoľnenej pracovnej sily a znižovanie miery nezamestnanosti.

Expertí EÚ sa zhodujú nielen v tom, že služby tvoria základ ekonomického rastu (aj vďaka technologickému pokroku a rastu príjmov), že zohrávajú kľúčovú úlohu pri tvorbe nových pracovných miest, pridanej hodnoty a vytváraní podnikateľských príležitostí, ale aj v tom, že budú základom ekonomického úspechu Európy v 21. storočí [1].

Ako na tieto skutočnosti reflektuje ekonomická veda, ako to vysvetľuje? Dochádza k zhode názorov na postavenie služieb v modernej ekonomike? Predstavuje globalizácia a internacionalizácia služieb špecifické aspekty a výzvy najmä z pohľadu tranzitívnych ekonomík a v rámci nich aj ekonomiky Slovenska a ktorých odborov sa najviac týka?

Odpovede na tieto otázky sú náplňou predmetnej state. Cieľom je priblížiť prebiehajúcu diskusiu k týmto otázkam a poukázať na najvýznamnejšie aspekty služieb v globalizačnom procese.

* doc. Ing. Valéria MICHALOVÁ, CSc., Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, Katedra služieb a cestovného ruchu, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava 5; e-mail: michalov@dec.euba.sk

1. Východiskové aspekty

Prebiehajúca globalizácia svetovej ekonomiky sa spája s obdobím dožívania starej civilizácie a ekonomiky a nástupu novej generácie civilizácie. Na jej označenie sa používa viacero pojmov – *tretia vlna*, *informačná spoločnosť*, *znalostná a digitálna ekonomika* alebo *nová ekonomika* či *ekonomika služieb* podľa tohto, z ktorého kľúčového aspektu sa vychádza. Táto nová ekonomika sa stáva rozhodujúcou v globálnej súťaži o postavenie v celosvetovom spoločenstve národov, keďže predstavuje obrovský potenciál pre ekonomický rast, zvyšovanie produktivity, zamestnanosti, a teda aj blahobytu ľudí. Prevažujúcimi produktmi v nej sú služby. Na posúdenie ich úlohy a významu v súčasnej ekonomike je určujúce, z akého aspektu sa k nim pristupuje, či z tradičného, ktorý sa uplatňoval v priemyselnej ekonomike a ktorému zodpovedá členenie hospodárstva na sektory (poľnohospodárstva, priemyslu a služieb a v rámci nich systemizovaných odvetví), alebo z pozície reflektujúcej funkciu služieb pri využití zdrojov tvorby bohatstva. V priemyselnej ekonomike sa zvyšovanie bohatstva zabezpečovalo hlavne produkciou výrobkov podľa zásady: čím viac jedla sa vyprodukuje, postaví viac bytov a vyrobí viac energie, tým sa budú mať ľudia lepšie. Pritom vplyv výrobných činností na životné prostredie sa v údajoch o tvorbe bohatstva nebral do úvahy.

Približne pred 20–30 rokmi sa tento základný predpoklad začal radikálne meniť. Vnútri priemyselných odvetví došlo k revolúcii v tom zmysle, že funkcie služieb prenikli do všetkých fáz produkčného procesu a všetkých odvetví a nadobudli väčší význam ako výrobné funkcie.¹

Napríklad vo výrobných činnostiach spoločnosti IBM pracuje menej zamestnancov ako v službách. Vyše 33 % príjmov tejto spoločnosti pochádza z takých služieb, ako sú lízing počítačov, údržba, softvér. Predáva teda IBM výrobky alebo služby? Ďalším príkladom je firma General Motors. Tá sústreďuje vo svojich rukách toľko finančných prostriedkov a bankových operácií, že ju možno nazvať bankou. Expertné ocenenia dokazujú, že čistá hodnota materiálových nákladov vo výrobkoch je zriedkavo vyššia ako 20 % konečnej ceny. Viac ako 70–80 % predstavujú náklady na to, čo označujeme ako služby. To znamená, že služby zaberajú najväčšiu časť investícií aj v tých najtradičnejších priemyselných podnikoch.

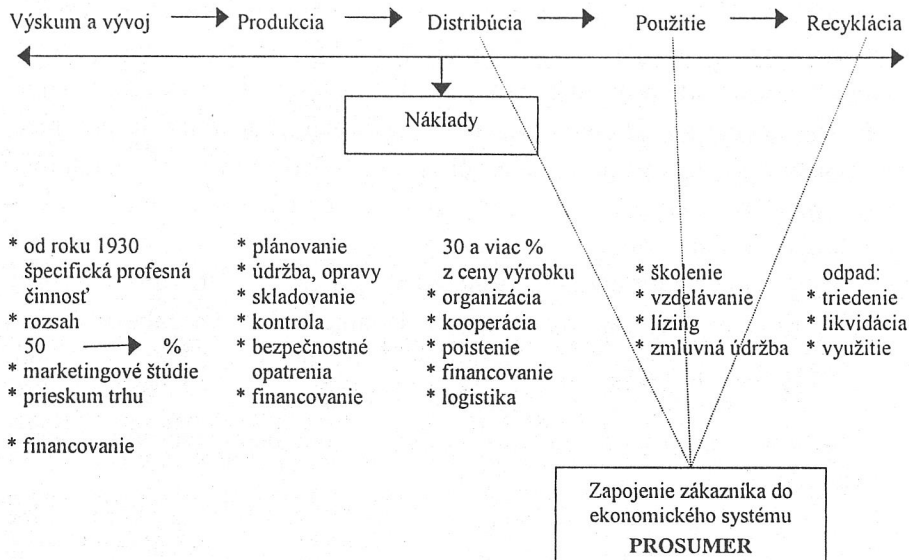
Horizontálnym prienikom služieb do všetkých fáz a etáp produkčného procesu (predvýrobných, výrobných, distribučných, pri používaní výrobkov a stále viac pri likvidovaní odpadu a znečistenia) sa zvyšuje ekonomický výkon a výrobné odvetvia (poľnohospodárske a priemyselné) sú čoraz viac závislé od rozvoja služieb [2]. Zákazník – spotrebiteľ je zapojený do tohto systému hlavne na úrovni

¹ Tieto myšlienky O. Giarinio sú reakciou na niektoré názory Roberta W. Fogela, ktoré prezentoval na stretnutí Americkej ekonomickej asociácie v januári 1999 v New Yorku.

distribúcie, používania a recyklácie odpadu. Tento jav, označený A. Tofflerom ako *prosumer* (*producer and consumer*), spolu s kvalitatívnou zmenou funkcie služieb v modernej ekonomike vyjadruje obrázok 1.

Obrázok 1

Funkcie služieb v modernej ekonomike



Prameň: Grafické znázornenie spracované podľa [3].

Relatívne vysoké zastúpenie služieb v ekonomike nielen v trhovovo rozvinutých krajinách, ale aj v tranzitívnych a rozvojových krajinách, súvisiace s presadzovaním ich funkcií, treba dešifrovať na *nízkoproduktívne* (predindustriálne) a *vysokoproduktívne služby* (s vysokou mierou pridanej hodnoty, založené na poznatkoch, vedomostiach, informáciách), od ktorých závisí celková tvorba ekonomického bohatstva. V Slovenskej republike v prvých rokoch reformného procesu sa zamestnanosť zvýšila hlavne v obchode, v ostatných sociálnych a osobných službách, menšou mierou v štátnej správe a vo finančných službách. Až v po roku 1997 sa dynamizovali prírastky zamestnanosti v obchodných, hotelových a reštauračných službách.

Vysoká dynamika odborov náročných na poznatky a ich rastúce zastúpenie v produkcii služieb vyžaduje vyškolit' ľudí všetkých vekových kategórií, čo je výzva pre vzdelávacie systémy.

V danom kontexte možno uviesť aj ďalšie príklady ekonomických participácií služieb presadzujúcich sa v globálnych procesoch, ktoré vyžadujú nové postoje a hodnotiaci prístup:

- Hmotné produkty sú v ekonomickom živote hlavné, ale bez investícií do služieb väčšina nebude užitočná alebo využitá.

- Výrobky a služby sú v skutočnosti komplementárne zložky v ekonomickom procese (ani jeden telefonický hovor sa nemôže uskutočniť bez technického vybavenia, ani jeden výrobok sa nedostáva do spotreby bez dodatočných služieb).

- Obchod potrebuje stále viac služieb, aby mohol byť schopný prevádzky, ale aj spojenie so spotrebiteľmi aktívne zapájanými do procesu spotreby.

- V súčasnej ekonomike s prevahou služieb je rozhodujúca nielen cena výrobku, ale aj cena a kvalita služby, ktorá umožňuje využitie výrobkov (servisné, školiace, výpočtové, lízingové, poradenské).

- Presadzovaním nových produktov na trhu (počítače) klasická ekonomická rovnováha medzi dopytom a ponukou stráca svoju istotu, pravdepodobnostnou povahou budúcich nákladov. Už dnes sa oceňovanie ponáša viac na systém, ktorý sa používa v poisťovníctve, kde cena je fixovaná na určitú neistú udalosť, ktorá sa môže stať v budúcnosti, vrátane niektorých nákladov napríklad na likvidovanie odpadu, vyžadujúcich ohodnotenie v momente predaja. Toto sa približuje spôsobu uvažovania poisťovacieho agenta – budúce pravdepodobné udalosti ovplyvnia náklady každého ekonomického výkonu (napr. pri lízingu).

- Základný koncept pre manažment kľúčových ekonomických problémov dnešnej doby tvorí poisťovanie s jeho schopnosťou riadiť riziká a neistotu. Tento koncept sa dostáva do centra ekonomického a politického diania v budúcnosti a zveruje sa súkromnému sektoru s cieľom zvýšiť efektívnosť práce a znížiť štátny deficit [2].

Uvedené aspekty opodstatňujú ku konštatovaniu, že na získanie adekvátnejších výsledkov merania a ocenenia služieb v ekonomických procesoch je nevyhnutné uplatniť novšie postupy, oproti tým, ktoré reflektovali éru priemyselnej ekonomiky. Ich rozvinutie a implementovanie je výzvou pre súčasnú vedu a prax.

2. Globalizácia a internacionalizácia služieb

Globalizácia spôsobuje zmeny vo svetovom obchode. Objem obchodu rastie, ale stále viac jeho obratu sa uskutočňuje nie tam, kde prebiehajú výrobné procesy, ale tam, kde sa produkty užívajú a nakoniec odhadzujú. Dochádza k premiestňovaniu produkčného systému k zákazníkovi. Samozrejme, medzinárodná výmena tovarov sa stále realizuje a je dôležitá, ale postupne sa presadzujú priame zahraničné investície kvôli tomu, že sú potrebné na budovanie infraštruktúry. Internacionalizácia (vo svete, v Európe) vedie k akvizíciám a investíciám zameraným na posilnenie distribučnej schopnosti firiem, pričom sa berú do úvahy odlišnosti trhu a produktov, ktoré možno predat' alebo ponúknuť každému trhu.

V situácii, keď väčšina vyspelých ekonomík je ekonomikami s prevahou služieb, zahraničné investície nepredstavujú alternatívu k exportu, ako to bolo v klasickej priemyselnej ekonomike, ale sú s ním úzko prepojené, a naopak, použitie produktu (jeho spotreba) je spojené s prítomnosťou a aktívnou účasťou spotrebiteľa. Prekonaním bariér a prekážok, ako aj nedorozumení sa otvára cesta pre výnosné stratégie rozvíjajúcej sa svetovej ekonomiky.

Globálna obchodná stratégia preto vedie ku kombinovaniu investícií s obchodom (prostredníctvom akvizícií alebo iných prostriedkov) rozvíjaním miestneho ľudského kapitálu a zdrojov. To je kľúčový aspekt globálnej economickej politiky. Svet sa stáva svetom bez hraníc, ale v kvalitatívne novej situácii a s hlbším prepojením, pretože investície vytvárajú oveľa závažnejšiu situáciu, čo podporuje zároveň samosprávu (autonómiu) [3]. V tomto kontexte môže Svetová obchodná organizácia (WTO) vystupovať ako hlavný koordinátor pri vytváraní bohatstva krajín. Práve WTO vo svojich vyhláseniach poukazuje na význam priamych zahraničných investícií pri budovaní výkonnejšej svetovej ekonomiky, z čoho potom rezultuje idea, že tieto praktiky a kroky prevažujú nad teóriou komparatívnej výhody. Nadobudnuté právo a riadiace dimenzie opodstatňujú k záujmu svetových producentov založiť výkonnejšie a efektívnejšie produkčné lokálne systémy tam, kde sú investičné príležitosti lepšie garantované. V ekonomickom zmysle sa teda objavuje veľký všeobecný záujem, do ktorého môžu prispieť všetci: chudobnejší, ktorí sa stávajú bohatšími tým, že sú priestorom (terénom), na ktorom sa môžu rozvíjať nové trhy, pričom na základe svojich schopností sa môžu zapájať ako *prosumeri* (producenti a spotrebiteľia) a participovať na riadení produkčných systémov. *Ide o kľúčovú ideu sprostredkovateľského významu priamych zahraničných investícií v ére globalizácie a existencie ekonomiky služieb. Hlavnou úlohou krajín sa stáva zabezpečiť vzdelanie a lokálne podnikateľské kapacity.*

Priame zahraničné investície (PZI) sa považujú za najdôležitejšieho nositeľa tovarov a služieb na zahraničné trhy a za spojivo národných ekonomík. Stávajú sa kľúčovým prvkom globalizácie v kontexte novej ekonomiky služieb. Ich význam v súčasnej svetovej ekonomike spočíva vo viacerých aspektoch: investície sú v najširšom zmysle zdrojom ekonomického rastu a priame zahraničné investície majú výhodu v tom, že prinášajú nielen kapitál, ale aj technológiu, výskumné a vývojové poznatky, organizačné a manažérske praktiky a prístup na trhy (marketingové siete). Sú v skutočnosti balíkom s hmotnými a nehmotnými aktívami. Priame zahraničné investície sú dnes najdôležitejším prostriedkom umožňujúcim vstup výrobkov a služieb na zahraničné trhy a na druhej strane ich spájanie s národnými ekonomikami. Priame zahraničné investície sú úzko späté s obchodnými a technologickými tokmi.

Transfery PZI, obchodu a technológií vykonávajú najmä transnacionálne korporácie, ktoré čoraz viac uplatňujú stratégie napomáhajúce to, aby sa ich geograficky rozptýlené pobočky stali subjektom zjednocujúcej stratégie. Výsledkom by mal byť vznik medzinárodného produkčného systému ako jadra globalizačnej svetovej ekonomiky. Takmer všetky krajiny začali hodnotiť význam priamych zahraničných investícií pre svoju ekonomiku a usilujú sa o ich získanie prostredníctvom vládnej politiky [4].

Treba však poznamenať, že závislosť medzi obchodom a investíciami nie je dostatočne preskúmaná, a preto existujú aj mylné predstavy, ktoré možno analogicky prirovnať situácii, keď sa Kolumbus domnieval, že pristanie v Indii, namiesto toho v skutočnosti objavil nový kontinent [3].

Všeobecná dohoda o obchode so službami (GATS – *General Agreement on Trade in Services*) v časti pravidiel o „komerčnej prítomnosti“ uvádza, že PZI sú nevyhnutné na export mnohých služieb. Keďže GATS je dôležitou súčasťou WTO a zohráva vo svetovom obchode stále významnejšiu úlohu, je potrebné eliminovať nedostatky vyplývajúce z konvenčného pohľadu na služby, aby predpokladané účinky služieb mohli mať bezprostredný dosah na svetovú ekonomiku.

Na vykonávanie množstva obchodných transakcií, ktoré prebiehajú v praxi, sa vytvorili štandardné telekomunikačné svetové siete a zlepšili sa dopravné siete. Tie prestupujú národné hranice, pričom spôsobujú, že národné politiky sa stávajú menej dôležité ako globálne. Ako konštatuje R. B. Reich v publikácii *Dielo národov (Príprava na kapitalizmus 21. storočia)* to, čo bude vymedzovať národné hranice, bude kvalifikácia, vzdelanie a znalosti občanov [5]. Krajiny rozvíjajúce nové spôsoby tvorby a využívania znalostí a poznatkov zarobia (a už aj teraz zarábajú) najviac, a to predajom informácií, inovácií, manažmentových postupov, softvéru, vzdelania, výchovy či finančných služieb. Obchodná bilancia, resp. bilancia služieb to v zložke *ostatné komerčné služby* potvrdzuje (graf 1).

Globalizáciu služieb, okrem rozvoja nových technológií, posilňuje deregulácia odvetví služieb, ako aj privatizácia mnohých štátnych podnikov služieb, odstraňovanie obchodných bariér v službách, spolu s dostupnosťou trhov práce. *Firmy poskytujúce služby to využívajú, prispôsobujú sa dopytu, pretože im to umožňuje vykonávať efektívnejšie operácie, stávajú sa konkurencieschopnejšie a samotná povaha služieb prekonáva národné hranice.*

Trend smerom ku globalizácii služieb ozrejmuje aj ďalšie rozvíjajúce sa postupy. Ako dôkaz uvádzam niekoľko špecifických príkladov:

Aeroflot, ruská národná letecká spoločnosť uzavrela kontrakt s americkou spoločnosťou *Marriott Corporation's In-Flite Services* na zabezpečovanie stravovacích služieb. V New Yorku? Nie. Zmluva predpokladá riadenie „centrálnej kuchyne“ Aeroflotu z Moskvy.

Životná poisťovňa v New Yorku založila novú kanceláriu na riešenie sťažností svojich amerických klientov, čo by jej umožnilo redukovat' náklady súvisiace so sťažnosťami pri zachovaní stanovenej úrovne služieb. V New Yorku? Nie. V írskom Shannone. Každé popoludnie sa došlé žiadosti naložia do prúdového lietadla *Aer Lingus* a odošlú sa do Írska, kde je veľa vyškolených pracovníkov na ich vybavenie. Iný príklad vynikajúcej firmy v oblasti služieb a jej uplatnenia: škandinávska letecká spoločnosť zabezpečuje tréning personálu *Texas Air* (kontinentálne aerolínie). Alebo: americká spoločnosť *Service Master Company* zabezpečuje riadenie podporných služieb pre japonské nemocnice.

V súčasnosti sa komerčná banka *Abudhabi* spojila s Indickou národnou bankou *Travancore*, aby rozšírila svoje služby pre príbuzných vlastníkov účtov v Golskom zálive. Táto služba zahraničným klientom na zahraničných trhoch je stále atraktívnejšou, ale nepreskúmanou zložkou zahraničného obchodu.

Toto sú živé príklady toho, do akého rozsahu sa dostala svetová ekonomika služieb hlavne vďaka zlepšeniam v doprave a v telekomunikáciách na báze technických štandardov. Významnejším trendom smerom ku globalizácii je sila výkonu služby na hociktorom mieste. A práve časové rozdiely vo svete podporujú 24-hodinové služby na finančných trhoch. Mnohé americké firmy našli zlatú baňu v Indii a v Írsku na vypracúvanie softvérových programov, aj keď takýto postup nemožno absolutizovať. Nové telekomunikačné technológie posilnili trend umožňujúci lokalizáciu informačných operácií v podstate všade na svete, a to využívaním výhod dostupnej kvalifikovanej a lacnej pracovnej sily [6].

Je známe, že existuje ešte veľa prekážok internacionalizácie služieb. Sú však predmetom rokovaní WTO, ale aj v rámci spoločného trhu EÚ, pretože tlaky na odstraňovanie bariér v obchode so službami budú pokračovať. Tento fenomén bude stimulovať krajiny s lacnou pracovnou silou k znižovaniu bariér cezhraničného prenosu informácií, ako aj k rozvoju telekomunikačných služieb. Rastúci potenciál vytvárania pracovných miest jednou krajinou pre druhú, ako aj voľné prúdenie kapitálu spojí krajiny v ich ekonomických aktivitách. Obavy z dôsledkov existujú aj tu, pre manažérov je to však ďalšia výzva ku globálnej konkurencii na trhu práce, aj podnikania vôbec.

3. Črty medzinárodného obchodu so službami

Na podporu uvedených konštatovaní je opodstatnené špecifikovať črty vývoja medzinárodného obchodu so službami. Zarad'uje sa k nim:

- *Zvyšovanie celkového objemu svetového obchodu komerčných služieb.* Zatiaľ čo v roku 1985 dosahoval 401 mld USD, do roku 1999 sa zvýšil na 1 383 mld USD.
- *Predstih priemerného ročného tempa rastu svetového obchodu so službami* (9,2 %) oproti obchodu so statkami (8,4 %) v rokoch 1985–1999.

• *Zlepšovanie relácie* exportovaných komerčných služieb k statkom, a to z 22,4 % roku 1985 na 24,7 % roku 1999. Zvyšuje sa v súvislosti s ekonomickou vyspelosťou krajiny. Napríklad v USA dosahoval podiel služieb k tovarom v exporte 39 %, v Španielsku 48 %, v Rakúsku 47 %, vo Veľkej Británii 39 %, vo Francúzsku 28 %. *Slovenská republika dosahovala v tomto ukazovateli úroveň 18,5 % (r. 1999).*

• *Koncentrácia medzinárodného obchodu so službami* do desiatich krajín (USA, Spojené kráľovstvo, Francúzsko, Nemecko, Taliansko, Japonsko, Holandsko, Španielsko, Belgicko-Luxembursko, Kanada), ktoré zabezpečujú 61 % z celkového exportu služieb a 58 % z celkového importu služieb. *Slovenská republika participuje na svetovom obchode so službami podielom vyše jednej tisíciny.*

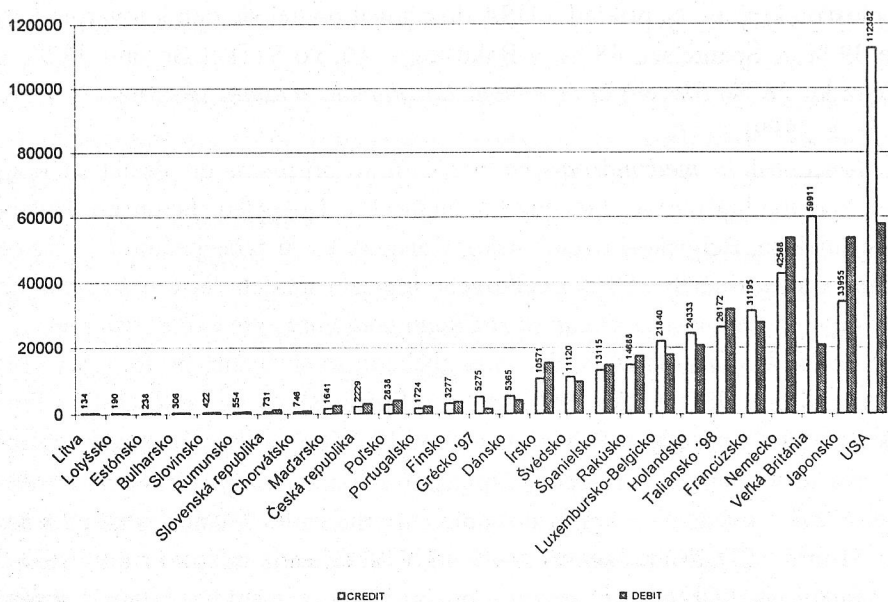
• *Selekcia krajín s aktívnou bilanciou* obchodu so službami. Sú to: USA s prebytkom +78 mld USD v roku 1999, spolu so Španielskom +23 mld USD, s Francúzskom +19 %, s Veľkou Britániou +19 mld USD a so Švajčiarskom +11 mld USD. Na druhej strane Nemecko, Japonsko a Írsko sú *najväčšími importérmi* služieb. Prvá z uvedených krajín dosiahla záporné saldo bilancie služieb v rozsahu -51 mld USD, druhé Japonsko -49 mld USD a tretie Írsko -11 mld USD.

• *Štruktúrna diferenciácia krajín* – pozoruhodné výsledky v bilancii dopravných služieb, s vysokým aktívnym saldom, dosahuje Holandsko a Belgicko, v cestovaní USA, Španielsko, Francúzsko a Taliansko. Značné záporné saldo vykazuje v turizme Nemecko a Japonsko. V skupine ostatných komerčných služieb dosahujú vysoký prebytok v bilancii služieb USA (57 mld USD za rok 1999), Veľká Británia (36 mld USD) a Švajčiarsko cca 11 mld USD (pozri graf 1). Na druhej strane značné záporné saldo v tejto skupine vykazuje Japonsko, Nemecko a Írsko. *Tranzitívne ekonomiky vrátane SR dosahujú v tejto zložke bilancie služieb záporné saldo a v porovnaní s krajinami EÚ, ako aj USA a Japonskom, veľmi nízku úroveň. Prispieva k tomu aj skutočnosť, že úroveň exportu služieb v týchto krajinách zaostáva za ich ekonomickou úrovňou, najmä v porovnaní s krajinami EÚ 15, s výnimkou Lotyšska, Estónska a Slovenska (graf 2).*

• *Štruktúrna vývojová diferenciácia medzinárodného obchodu so službami.* Podiel dopravných služieb výrazne poklesol (zo 40 % roku 1970 na 22 % roku 1999) zakladaním výrobných jednotiek v rozvíjajúcich sa krajinách a prílevom priamych zahraničných investícií. Na druhej strane sa zvýšilo zastúpenie cestovania (turizmu) v medzinárodnom obchode (z 25 % na 32 %). Podstatný pokles zaznamenali vládne služby (zo 14 % na 3 %). *Najväčší relatívny nárast sa však dosiahol pri ostatných komerčných službách (± 21 % na 43 %), medzi nimi najmä počítačové a informačné, finančné, komunikačné, poisťovnícke a ostatné obchodné služby, vyžadujúce vysokú odbornosť (služby právnické, inžinierske, konštrukčné, účtovnícke, konzultačné, poradenské), v súvislosti s ich externalizáciou, špecializáciou a profesionalizáciou.*

Graf 1

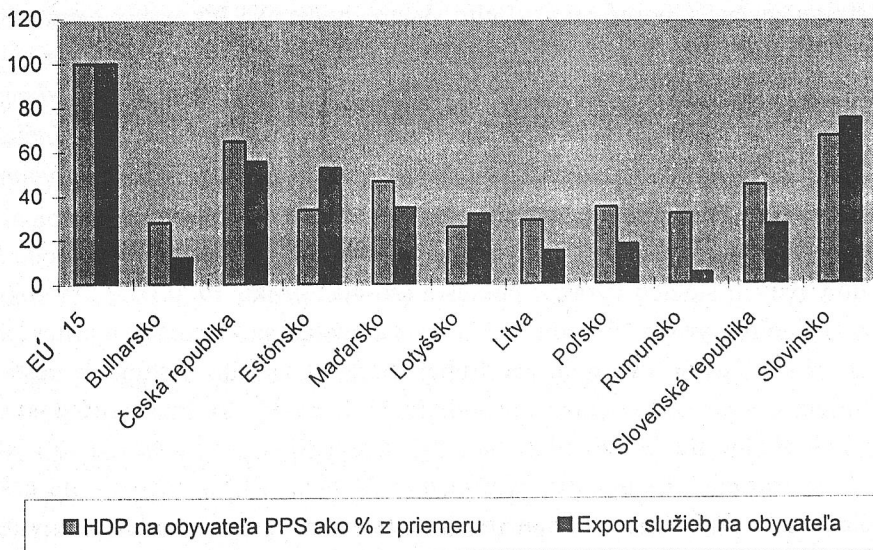
Export – import ostatných komerčných služieb v mil. USD za rok 1999



Prameň: [14].

Graf 2

Porovnanie ekonomickej úrovne a úrovne exportu služieb Slovenskej republiky a vybraných tranzitívnych ekonomík s EÚ v roku 1996



PPS – parita kúpnej sily.

Prameň: [14].

Dynamika vývoja obchodu s informačnými službami potvrdzuje, že informácie v súčasnosti nadobúdajú nebyvalý význam. Na trhu vyhráva ten, kto disponuje v správnom čase lepšími informáciami, pričom sa to prejavuje enormným rastom v medzinárodných transakciách. Napríklad v rokoch 1995–1999 medziročný rast počítačových a informačných služieb dosahoval v krajinách G7 15,5 %, finančných služieb 13,7 %, komunikačných 7,9 %, poisťovníckych 6,6 %, ostatných obchodných služieb 5,9 %. Pritom rozvoj cestovania dosiahol 3,3 % ročného rastu.

Zintenzívňovanie obchodu so službami na medzinárodnom trhu sa spája s vyššou podporou vládami. Vede k tomu viacero dôvodov.

Po prvé, vzrastá úloha a zastúpenie služieb v ekonomickom rozvoji (na tvorbe produktu, zamestnanosti, ako aj pri vytváraní podnikateľských príležitostí).

Po druhé, pozornosť venovaná službám sa spája s očakávaním účinkov z prijatých opatrení na rozvoj obchodu so službami.

Tieto opatrenia vyplývajú z presadzovanej liberalizácie medzinárodného obchodu so službami a s ňou spojeného znižovania ciel, ako aj deregulácie v odvetviach infraštruktúrneho charakteru, s tradičným monopolným postavením. Deregulácia napomáha vstup súkromného sektora do danej sféry a v konkurenčnom tlaku znižuje ceny dopravných a telekomunikačných služieb (pozitívna sieťová externalita).

Po tretie, internacionalizácia ponúka zúčastneným krajinám veľa výhod. Tri základné z nich sú:

a) *Lepšia kvalita služieb* – vyplýva z toho, že medzinárodná expanzia služieb a odborníkov podporuje výmenu techniky, inovácií a spôsobov zlepšovania kvality služieb, ktorá je nevyhnutnosťou v súčasnom medzinárodnom obchode.

b) *Redukcia nákladov* – internacionalizácia znamená, že sa dosiahol určitý stupeň úspor. Úspory majú pozitívny efekt na ceny v prospech klienta. Expanziou sa optimalizujú zdroje, výrobné faktory, najmä práca.

c) *Väčšia dôvera* – medzinárodná expanzia je založená na potrebe udržať si dôveryhodnosť a reputáciu. Prestíž medzinárodného dodávateľa umožňuje vytvoriť spoľahlivejšie vzťahy, ako tie, ktoré vybudovali lokálne firmy (pozri [8, s. 11]).

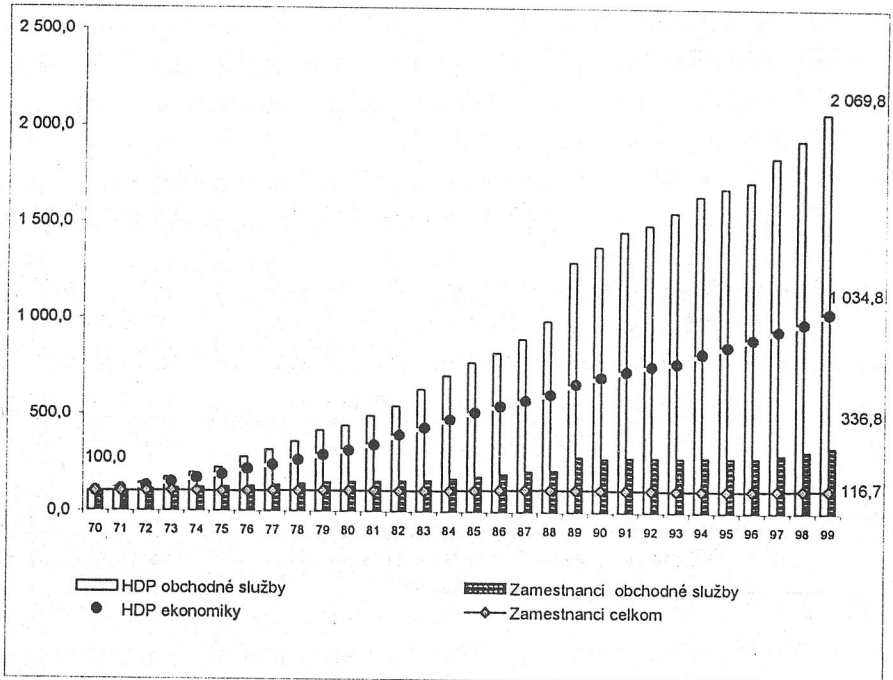
Vzhľadom na to, že obchodné (*business*) služby predstavujú najdynamickejšiu zložku medzinárodného obchodu so službami, že sa považujú za jeden z rozhodujúcich činiteľov úspešnej konkurencieschopnosti na svetových trhoch, najmä pokiaľ ide o produkciu spracovateľských odvetví priemyslu, že vývozom týchto služieb dochádza k medzinárodnému transferu moderných technológií, nových metód organizácie a riadenia výroby, je opodstatnené ozrejmiť ich význam a funkciu v modernej ekonomike.

4. Obchodné služby (Business Services²)

Situácia a rozvoj obchodných služieb je v centre pozornosti ekonómov, stratégov a politikov vo svete aj v EÚ. Už v roku 1995 hospodárska rada Európskej únie vyzvala Európsku komisiu, aby zhodnotila obchodné služby z hľadiska ich prínosu ku konkurencieschopnosti priemyslu a vytváraniu nových pracovných príležitostí, internacionalizácii podnikania, zvlášť malého a stredného podnikania.

Graf 3

Dynamika rastu ekonomiky a obchodných služieb v Dánsku v rokoch 1970–1999



Prameň: [15].

Zároveň vyzvala na preverenie podmienok, v ktorých sa obchodné služby poskytujú, so zámerom zlepšiť ich a optimalizovať. Odôvodňovala to tým, že v EÚ je v porovnaní s USA nevyužitý potenciál viac než troch miliónov pracovných miest v sektore obchodných služieb. V čom sa teda vidí ich význam a funkcia?

Podľa expertov priemyselnej rady EÚ, kľúčový význam obchodných služieb spočíva v ich dynamickom potenciáli, v podpore ekonomického rastu a zvyšovania konkurencieschopnosti priemyslu³ (pozri [9]).

² Podľa NACE zahŕňajú obchodné služby činnosti v oblasti nehnuteľností, prenájom, počítačové a iné obchodné služby (poradenské, reklamné, sprostredkovacie, ochranné, priemyselného čistenia, veľtržné a výstavnícke, vrátane výskumno-vývojových činností).

Obchodné služby predstavovali zároveň vysoko dynamickú zložku rozvinutých ekonomík, čo možno demonštrovať na príklade ekonomiky Dánska (graf 3). Ved' základný index rastu HDP obchodných služieb dosiahol za roky 1970–1999 dvojnásobnú hodnotu v porovnaní s ekonomikou ako celkom.

Pokiaľ ide o *ekonomický rast*, v tomto prípade obchodné služby pôsobia jednak ako podporný faktor, v niektorých prípadoch ako iniciujúci faktor. Táto úloha obchodných služieb v ekonomike sa zvyšuje, čoho dôkazom sú jednak údaje o ich podiele na tvorbe pridanej hodnoty, zamestnanosti a medzinárodnom obchode, ako aj dôkazy o ich sprostredkovanom pôsobení. Na jednej strane sú obchodné služby výsledkom procesov a zmien prebiehajúcich v ekonomike, na druhej strane sú príčinou jej pružnosti a integrácie jej zložiek. Rast obchodných služieb je nevyhnutným sprievodným javom celkového ekonomického rastu. Porovnanie zastúpenia obchodných služieb v ekonomike krajín OECD (tab. 1) poukazuje na rezervy a priestor pre ich rozvoj v SR, ako aj v krajinách V4.

Tabuľka 1

Obchodné služby v krajinách OECD v rokoch 1997–1999

Krajina	Rok	% pridanej hodnoty	% zamestnanosti
Rakúsko	1999	14.7	6.8
Belgicko	1999	19.5	11.7
Dánsko	1997	16.1	9.0
Fínsko	1999	15.4	8.3
Francúzsko	1998	22.5	11.6
Nemecko	1999	23.7	10.6
Grécko	1999	15.0	4.5
Írsko	1998	14.6	7.3
Taliansko	1999	17.5	9.7
Luxembursko	1999	17.3	13.1
Holandsko	1999	18.5	15.9
Portugalsko	1997	10.8	6.4
Švédsko	1998	19.0	9.1
Veľká Británia	1999	19.8	.
Priemer EÚ 14		17.5	9.5
USA	1999	20.7	12.5
Japonsko	1998	21.4	7.2
Česká republika	1999	10.6	8.5
Maďarsko	1998	13.1	4.4
Poľsko	1999	10.4	4.9
Slovenská republika	1997	10.3	3.5*
Priemer V4		11.1	5.3

*Ak jednou z hlavných úloh hospodárskej komisie EÚ, v rámci prijatej *Stratégie a politiky podpory pre obchodné služby* je zlepšiť údaje a informačný systém, potom v prípade Slovenskej republiky a štatistického informačného systému je to rovnako, ak nie naliehavejšia úloha. Ved' napríklad štatistické údaje o zamestnanosti v hospodárstve Slovenska sa odlišovali v odvetví *Nehmotnosti, prenájom, obchodné služby* medzi Štatistickou ročenkou (*Zamestnanosť*) a Výberovým zisťovaním pracovných síl medzi rokmi 1996, 1997 o vyše 50 %.

Prameň: [15].

³ Pojmom *priemysel* sa chápu odvetvia výrobných činností, ako aj činností služieb realizovaných na trhu (odvetvová štruktúra ekonomiky), či už sú navzájom previazané, alebo nie.

Porovnanie obchodných služieb s inými odvetviami hospodárstva ukázalo, že napríklad obchodné služby v USA (r. 1997) vytvárali 10-krát viac pridanej hodnoty ako poľnohospodárstvo; 5-krát viac ako stavebníctvo, takmer toľko ako priemysel; 1,3-krát viac ako obchod, hotely a reštaurácie spolu; 1,5-krát viac ako odvetvie finančných služieb (bankovníctvo a poisťovníctvo). Čo sa týka zamestnanosti, keďže jej podiel je podstatne nižší (ako to ukazujú údaje v tab. 1), obchodné služby viažu viac pracovníkov len v porovnaní s odvetvím doprava, telekomunikácie, bankovníctvo a poisťovníctvo spolu, ale menej ako priemysel alebo obchod.

Relácia podielu obchodných služieb na tvorbe pridanej hodnoty a zamestnanosti zároveň potvrdzuje vysokú produktivnosť týchto činností. Nižšie relatívne zastúpenie obchodných služieb v SR a v krajinách V4 vyplýva okrem iného z kratšieho obdobia ich presadzovania sa v trhovej ekonomike, ktoré priemyselné krajiny našartovali po roku 1970, zatiaľ čo tranzitívne ekonomiky až po roku 1990, čo vedie k pretrvávajúcemu zápornému saldu v bilancii služieb.

Štruktúrnú prestavbu hospodárstva rozvinutých krajín na príklade podielu priemyslu a obchodných služieb v tvorbe pridanej hodnoty ilustrujú údaje v tabuľke 2, ktorá zároveň poukazuje na zaostávanie slovenskej ekonomiky voči európskym krajinám a pretrvávajúci industriálny profil, na čo poukazujú ekonomickí experti a čo je v kontraste so zrýchľujúcim sa procesom celosvetovej ekonomickej a civilizačnej transformácie.

Tabuľka 2

Porovnanie tvorby pridanej hodnoty s obchodnými službami a priemyslom za rok 1999

Krajina	Obchodné služby (v %)	Priemysel (v %)	Relácia: obchodné služby/priemysel
Slovenská republika	11.7	33.9	34.5
Rakúsko	14.7	22.3	65.9
Francúzsko	22.5	19.7	114.2
Nemecko	23.7	23.9	99.2

Prameň: [15].

Obchodné služby prispievajú k ekonomickému rastu dvoma spôsobmi:

a) *priamo* – tvorbou pridanej hodnoty a zamestnanosti v rámci sektora služieb a ekonomiky;

b) *nepriamo* – podporou zvyšovania výroby v ostatných odvetviach a sektoroch kde zmluvne participujú.

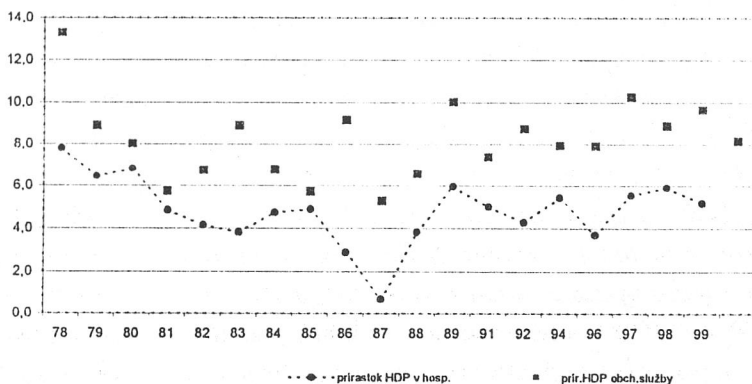
Plnenie tejto funkcie sa kvalifikuje v takom zmysle, že ekonomický rozvoj závisí predovšetkým od nájdenia optimálnej kombinácie prostriedkov. Poskytovanie niektorých obchodných služieb predstavuje objavenie skrytých prvkov, ktoré neboli predtým kvalifikované ako výhody. Keďže dôležitou súčasťou politiky podpory napríklad európskej konkurencieschopnosti je presadzovanie

nehmotných investícií (know-how, inovácie, manažment a pod.), obchodné služby poskytujú kľúčové podnety k týmto investíciám.

Dlhodobé pozorovanie rastu obchodných služieb nielen v USA, ale aj v rozvinutých krajinách EÚ (Dánsko, Francúzsko, Holandsko, Nórsko, Švédsko, Veľká Británia, Rakúsko) potvrdilo nielen ich vyššiu dynamiku, ale aj pozitívny vzťah v ekonomickom cykle (pozri graf 4).

Graf 4

Ročné tempá prírastku HDP v hospodárstve a v obchodných službách v Holandsku v rokoch 1978–1999



Prameň: [15].

4.1. Podpora konkurencieschopnosti

Obchodné služby spájajú ekonomické činnosti medzi sebou, ostatnými službami a odvetviami. Informácie sprostredkované obchodnými službami sa prenášajú medzi poľnohospodárskymi, priemyselnými a obchodnými trhovými segmentmi, ktoré by inak zostali mimo kontaktu. Funkciou začleňovania rôznorodých činností hospodárstva do produktívneho systému uľahčujú ich adaptáciu na zmenené podmienky a dosiahnutie konkurencieschopnosti v globalizujúcom sa hospodárstve. Spájanie ekonomických subjektov sa nedeje len v domácom prostredí, ale aj v medzinárodnom. Niektoré obchodné služby podporujú prístup na zahraničné trhy a obstarávajú informácie o medzinárodnom konkurenčnom prostredí, pomáhajú manažmentu pri tvorbe rozhodnutí o vstupe na medzinárodnú scénu a o pôsobení na nej.

Na lepšie pochopenie tejto funkcie je opodstatnené ozrejmiť, čo sa rozumie pojmom *konkurencieschopnosť*, keďže tá sa stala stredobodom hospodárskej politiky a politikov, a takisto súčasťou stratégie súkromného podnikateľského sektora. Túto skutočnosť potvrdzuje aj výročná správa Európskej komisie týkajúca

sa konkurencieschopnosti, v ktorej sa uvádza: „... konkurencieschopnosť firiem je kľúčová pre ich úspech na trhu. Konkurencieschopnosť krajín je kľúčová pre ich schopnosť zveľaďovať svoje bohatstvo“ [9].

Je prekvapujúce konštatovať, že napriek tomu, že konkurencieschopnosť sa stala všeobecne známym a častým pojmom a kľúčovým indikátorom úspechu alebo prehry hospodárskej politiky, resp. podnikových stratégií, je zložitá najmä v ekonomickej literatúre jej presnú definíciu. Jeden z dôvodov je potreba definovať ju pre rôzne prípady, napríklad aby sa charakterizovala konkurencia medzi firmami, podnikmi, v rámci regiónov i medzi národmi. Veď je samozrejmé, že konkurencieschopnosť ekonomiky sa nemôže porovnávať takými istými nástrojmi ako konkurencieschopnosť malých a stredných podnikov.

Konkurencieschopnosť firiem a podnikov sa meria pomocou výhod, ktoré majú medzi sebou konkurenti na domácich alebo medzinárodných trhoch, ako je napríklad ich schopnosť uspokojiť potreby zákazníkov efektívnejšie a za nižšie náklady ako ich konkurencia, alebo schopnosť ponúknuť lepšie služby. Pre regióny a národy je ekonomická konkurencieschopnosť lepšie definovateľná ich schopnosťou poskytovať ľuďom vysoké životné štandardy, často merané HDP na obyvateľa, spolu s vysokou mierou zamestnanosti.

V projekte OECD, zameranom na štruktúru podmienok pre podnikovú konkurencieschopnosť, sa definuje ako „schopnosť firiem, podnikov, regiónov, národov alebo nadnárodných regiónov generovať relatívne vysoký príjem a držať zamestnanosť na prijateľnej úrovni, kým sú a zostávajú vystavené medzinárodnej konkurencii“ [1].

Táto definícia sa hodí pre mikro- i makroekonomiku, je však vhodnejšia pre makroúroveň, vzhľadom na to, že odzrkadľuje hlavný cieľ, ktorým je zvyšovanie životného štandardu. Konkurencieschopnosť firiem a podnikov sa posudzuje a meria výhodami, ktoré dosahujú na domácich alebo medzinárodných trhoch. Konkrétne je to, ako sme už uviedli, ich schopnosť uspokojiť potreby klientov efektívnejšie a za nižšie náklady než konkurencia alebo ich schopnosť ponúkať lepšie služby. Tým generujú vysoké príjmy a sú schopní udržať zamestnanosť na potrebnej úrovni. Obchodné služby sú dôležité aj pri poskytovaní pomoci malým a stredným podnikom, aby využili svoj potenciál a prispeli k inováciám a ekonomickému rastu.

Podrobnejšie vysvetlenie ekonomického významu obchodných služieb vidia experti hospodárskej rady EÚ v týchto štyroch aspektoch:

- v aktívnom prepojení a dynamických vzťahoch k priemyselným činnostiam,
- vo vytváraní konkurenčných výhod,
- vo zvyšovaní poznatkov a prenose inovácií do praxe,
- v možnostiach vytvárania pracovných miest.

Dynamika vzťahov obchodných služieb k priemyselným činnostiam

Obchodné služby predstavujú východisko pre činnosti vykonávané v rámci spracovateľského priemyslu v posledných dvoch desaťročiach, čo je jedna z príčin rastu zamestnanosti a pridanej hodnoty v odvetví. Nejde však len o jednoduchú výmenu služieb vykonávaných vnútri podniku za externú dodávku. Ide o aktívne prepojenie a účasť na konkurencieschopnosti priemyselných podnikov z dôvodu ich rastúcej integrácie do priemyselnej výroby. Obchodné služby sa požadujú preto, aby výrobné firmy uskutočnili potrebné zmeny. Napríklad aby sa pružnejšie prispôsobili vo výrobnom reťazci, zvýšili kvalitu ľudského a technologického výrobného potenciálu, dosiahli produktovú diferenciáciu, držali krok s rýchlym technologickým vývojom a smerovali ku komplexnejším a k medzinárodným trhom. Tieto nehmotné vstupy pridanej hodnoty sa stávajú oveľa dôležitejšie ako tradičné hmotné investície.

Medzi obchodným službami a priemyselnými podnikmi existuje dôležitý aktívny vzťah a vzájomné posilnenie. Rast obchodných služieb je spôsobený rastúcim dopytom priemyselných firiem a rast priemyslu je stále viac spojený s využívaním obchodných služieb. Tento vzťah zvyšuje produkciu a zamestnanosť, a preto vyžaduje zvýšenú pozornosť v strategickom rozhodovaní. Je stále viac jasné, že veľká časť nákladov priemyselných firiem vzniká nielen v rámci výroby, ale aj v odvetví obchodných služieb. Tieto vstupné intermediálne služby musia byť rovnako konkurencieschopné. V opačnom prípade to redukuje konkurencieschopnosť výrobných podnikov ako celku, čo je hlavný dôvod na zlepšenie podmienok, v ktorých obchodné služby pôsobia.

Konkrétne príklady efektívneho pôsobenia obchodných služieb spočívajú napríklad vo väčšej flexibilitate obchodných služieb, špecializácii, produktovej diferenciácii na základe želaní zákazníkov, v zameraní na organizačné zmeny a ich riešenie, na redukcii nákladov, zlepšenie kvality, lepšiu prístupnosť k poznatkom, na informácie o nových technológiách, vyhľadávanie nových trhov (internacionalizácii) atď. *Práve pôsobenie tohto komplexu faktorov obchodných služieb vedie k zvyšovaniu produktivity, konkurencie a zamestnanosti, čo sú tri hlavné prvky priemyselnej konkurencieschopnosti a hospodárskeho rastu.*

Charakterizované procesy a zmeny vyúsťujú do väčšej integrácie priemyselnej výroby a služieb a vedú k prehĺbovaniu vzťahov medzi výrobnými podnikmi a podnikmi služieb. Práve obchodné služby sú najvýznamnejším zástupcom integrácie tovarov a služieb i najatraktívnejšou zložkou novej ekonomickej štruktúry.

Vytváranie konkurenčných výhod spôsobených využívaním obchodných služieb

Sú identifikované tri konkurenčné výhody vyplývajúce z používania obchodných služieb, a to: *nízke ceny, vysoká kvalita a väčšia internacionalizácia.*

Čo sa týka *nízkych cien*, existencia vysokorozvinutého trhu obchodných služieb znižuje cenové napätie v priemyselných činnostiach, spôsobené zvyšovaním

produktivity, zmenou fixných nákladov na variabilné, tvorbou nového dopytu po obchodných službách, čo všetko spolu vedie k zvyšovaniu konkurencie a k znižovaniu cien.

Pokiaľ ide o *kvalitu*, spôsob, akým prispievajú obchodné služby ku kvalite prevádzky výrobných firiem, nesúvisí len so špecializáciou, ale aj so skutočnosťou, že niektoré služby priamo umožňujú spracovateľskému priemyslu a jeho službám zvyšovať ich vlastné štandardy kvality procesov a produktov. Niektoré obchodné služby, ako kontrola kvality, certifikácia, dizajn alebo technické služby, prispievajú k dobrej kvalite a produktovej diferenciacii. Ďalšie služby, ako reklama, výskum trhu alebo veľtrhy a výstavy, poskytujú kľúčové informačné vstupy od klientov a konkurentov o slabých stránkach produktu, otázkach kvality, zvyšovania diferenciacie a podnikateľských stratégiách, ktoré určujú potreby trhu.

Vstup na zahraničné trhy uľahčujú obchodné služby jednak tým, že posilňujú konkurencieschopnosť podnikov, pripravujú klientov na silnejšiu konkurenciu v zahraničí. Okrem toho niektoré špeciálne obchodné služby musia načrtnúť a rozvíjať medzinárodnú stratégiu (poradenstvo v riadení, veľtrhy a výstavy, výskum trhu, reklama, informačné technológie atď.). Tento spôsob pomoci môže byť zvlášť dôležitý pre malé firmy vstupujúce na nové trhy.

Obchodné služby *uľahčujú prekonanie takých prekážok obchodu*, ako sú napríklad rozdiely v legislatíve, v ekonomike a kultúre v rámci jednotlivých trhov. Zatiaľ čo regulačné bariéry vnútri trhu musia byť adresné, ostatné možno prekonať pomocou takých služieb, ako je poradenstvo v riadení, v informačných technológiách, tlmočenie, preklady, právnické služby a pod.

Priame zahraničné investície a obchod v rámci firiem a medzi nimi dovoľuje používateľom prístup k multinacionálnym obchodným službám. Dokonca priame obchodovanie, ktoré je druhým spôsobom internacionalizácie obchodných služieb, rastie vysokým tempom, oveľa vyšším ako ostatné služby a výroba.

Zvyšovanie poznatkov a inovácie

Mnoho obchodných služieb je založených na poznatkoch. Tie predstavujú, resp. poskytujú strategické informácie, ktoré umožňujú priemyselným firmám prispôbiť sa technickému rozvoju, internacionalizácii a stále väčšej zložitosti na trhu a v spoločnosti. Toto sú kľúčové aspekty technologickej inovácie. O nových technológiách sa často informuje, čo vedie k ich aktualizácii. Súčasne obchodné služby zvyšujú efektívnosť technologických vstupov, pretože progresívne služby informačných technológií umožňujú lepšie využitie existujúcich technológií. Na druhej strane nové technológie umožňujú expanziu trhu obchodných služieb zvyšovaním ich obchodovateľnosti, najmä tých, ktoré sú geograficky alebo časovo obmedzené produkciou a spotrebou. Nové technológie vedú k vyššej výkonnosti obchodných služieb a naopak. Z týchto dôvodov výskum a vývoj,

informačné technológie a inovačné stratégie potrebujú sústredenie na silnom technologickom základe aj na účely inovácií v obchodných službách. (Príklad zaostávania európskych krajín oproti USA.)

Obchodné služby prispievajú aj k inovácii procesov a produktov netechnického rázu. Vyplýva to priamo z podstaty služieb poskytovaných iným podnikom ako aj z vplyvu konkurencie vytváranej firmami, ktoré majú úžitok z poskytovaných služieb. Týmto spôsobom obchodné služby stimulujú celý rad inovačných aktivít.

Možnosti pre tvorbu pracovných miest

Dynamické odvetvie obchodných služieb je dôležité v tvorbe zamestnanosti vo vlastných radoch. No ich hlavný význam spočíva v priamej tvorbe pridanej hodnoty a vstupov do výroby, ktoré generujú vyššiu ekonomickú aktivitu a tá spätne vytvára nové možnosti zamestnanosti.

Obchodné služby podporujú výrobné firmy vo vytváraní pracovných miest, čo je spôsobené ziskami, ktoré dosahujú v podmienkach procesu inovácie produktov, reorganizácie firmy, zvyšovania kvalifikácie pracovnej sily a trhovej stratégie. Rast kvalifikácie a špecializovaných odborných znalostí v obchodných službách, osobitne vo výbere pracovnej sily, poskytuje výber, výcvik, obmenu a lepší a personálny manažment.

Spočiatku obchodné služby očividne smerujú k redukcii niektorých pracovných miest vo výrobných firmách v dôsledku využitia externých služieb (iba v niektorých prípadoch). Ale zvýšenie zamestnanosti vo firmách obchodných služieb je významnejšie a väčšie ako zníženie zamestnanosti v dôsledku odbúravaní niektorých činností firmy.

V prvých etapách sa obchodné služby viac dotýkajú konkurenčnej schopnosti priemyslu ako zamestnanosti v priemysle. V súčasnosti platí: *konkurenčná schopnosť vedie k zamestnanosti, konkurenčná schopnosť samotná vytvára vo svetovej ekonomike stálu a dlhodobú zamestnanosť.*

Obchodné služby predstavujú potenciálny zdroj zamestnanosti, ale sú aj potenciálnym zdrojom vytvárania nových zamestnaní. V zamestnanosti spojenej s obchodnými službami je väčšia možnosť rozvoja nového typu zamestnaní, ktoré rátajú s vyšším stupňom flexibility a sú lepšie prispôbené meniacemu sa ekonomickému prostrediu.

Napríklad práca na čiastočný úväzok (*networking*) a práca na diaľku (*teleworking*) už majú silnú základňu v mnohých druhoch obchodných služieb. To vytvára nové príležitosti pre kvalifikovaných pracovníkov a pre špecifické skupiny, ako sú mladí ľudia, ktorí potrebujú získať znalosti a skúsenosti, ženy hľadajúce prácu na čiastočný úväzok a skupiny, ktoré majú problémy s dopravou do zamestnania.

Záver

Hľadanie ciest pre hospodársky rast a konkurencieschopnosť je naliehavá úloha a otvorená otázka všetkých krajín vrátane Slovenskej republiky. Pri doterajšej prioritne priemyselnej orientácii slovenského hospodárstva je riešenie týchto otázok zostrené. Napriek tomu, že podiel služieb v ekonomike sa v reformnom období zvýšil, zastúpenie vysokoproduktívnych služieb a ich participácia v medzinárodnom obchode je nižšia a nezodpovedá ekonomickej rozvinutosti slovenskej ekonomiky.

Preto ak sa služby považujú za základ ekonomického úspechu aj v nastupujúcom desaťročí a storočí, potom v zápase o zajtrajšok slovenskej ekonomiky je orientácia na služby (s vyššou mierou pridanej hodnoty, obchodné) veľkou výzvou a príležitosťou pre formujúce sa podnikateľské subjekty v prebiehajúcom globalizačnom procese.

Došlo v decembri 2001

Literatúra

- [1] Services in Europe. EUROSTAT, European Commission 1999.
- [2] GIARINI, O.: The Globalisation of Services in Economic Theory and Economic Practice: Some Key Issues. PROGRES, č. 30, Geneva, december 1999/január 2000.
- [3] GIARINI, O.: Christopher Columbus, the WTO and the Global Service Economy. PROGRES, č. 32, Geneva, december 2000/január 2001.
- [4] Trade and Foreign Direct Investment. WTO 1996.
- [5] REICH, R. B.: Das Werk der Völker (Vorbereitung auf den Kapitalismus des 21. Jahrhunderts). In: SCHNABEL, H.: Medzinárodné podnikanie v procese globalizácie. Bratislava, Sprint 2000.
- [6] MUHAMED, M.: Globalisation of Services. www.indiaserver.com/businessline/1997/11/06
- [7] MICHALOVÁ, V.: Služby na domácom a medzinárodnom trhu. In: Kol.: Služby a cestovný ruch. Bratislava, Sprint 2001.
- [8] MICHALOVÁ, V.: Medzinárodný obchod s komerčnými službami a postavenie SR v jeho rámci. International Business Cooperation, 2001, č. 4.
- [9] The Contribution of Business Services to Industrial Performance. A Common Policy Framework. Brussels, Commission of the European Communities 1998.
- [10] RUBALCABA-BERMEJO, L.: Business Services in European Industry. Brussels, EC 1999.
- [11] Strategic Business Services. Paris, OECD 1996.
- [12] MICHALOVÁ, V.: Obchodné služby. Bratislava, Ekonóm 2001.
- [13] MICHALOVÁ, V.: Globalizácia a služby, špecifické aspekty a výzvy. In: Trendy rozvoja teórie a praxe v obchodnom podnikaní v ére globalizácie. [Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie.] Mojmírovce, november 2001, ISBN 80-225-14764.
- [14] Balance of Payments Statistics Yearbook. Labour Force Statistics 1971–1999. International Monetary Found 2000.
- [15] Services Statistics on Value Added and Employment 2001. National Accounts of OECD Countries. Paris, OECD 2001.

SERVICES IN THE ERA OF GLOBALIZATION

Valéria MICHALOVÁ

The article deals with the key aspects of the globalisation process and services concerning their dominant representation in the economy. It also points out some overcome practice and assertion of new functions of wealth in the modern economy.

It explains in detail the connections between the current globalisation and internationalisation of services.

On the basis of observance it specifies the trends and features of the international trade with services as well as participation of the Slovak economy in within.

During the 10-year reform process, the share of services in the economy of the Slovakia has been increased to the level of 57 % (1999). The increase of the GDP creation was increased of 27 points within and of the employment of 10 points. This is such a rate of increase as in previous 25 years. This growth was not enough to absorb the released labour force and to decrease the level of unemployment. In 2001 it was 19.8 %.

In the given context, the article aims at the question whether globalisation and internationalisation of services means specific challenges from the position of transition economics and in within also for the economy of the Slovakia.

Concerning international trade with services, the Slovak Republic participates at the global business with services by one thousandth part. The relation of exported commercial services to the goods reached a level lower of one third in the SR compared to the global average. The balance of services of the SR however is slightly active, but in the part *other commercial services* it accounts for considerably negative balance, similarly as in other transition economies. The share of business services on the creation of value added in the Slovak Republic represents half level compared to the developed countries of OECD. The growth of business services in the economy connected with the reform process and it represents the period of the last 10 years.

The structural conversion of the Slovak economy is documented also by the relation of the GDP creation of industry and business services. While in 1999 it was 34.5 % in the SR, 66 % in Austria, 99 % in Germany, 114.0 % in France. This comparison points out the lag of business services production in the Slovak economy compared to the European Community countries. The Slovak economy is characterised by to stand out of industrial share to which economic experts point out and what is in contrast with accelerating process of the global economy of transformation.

From the observance of the places and function of the services sector in the economy in the period of globalisation it results that searching for ways for economic growth and competitiveness is an urgent task and open issue of all the countries including Slovakia. Solving of these issues is more difficult in relation to existing priority of industrial orientation of the Slovak economy. Despite the fact, that the share of services in the economy

in the reforming period has been increased, the share of highly productive services and their participation in the international business is lower and it is not in conformity with the economic development of the Slovak economy. Therefore if services are being considered as the basis of economic success even in the coming decade and century, then in the struggle for tomorrow of the Slovak economy the orientation towards services (especially with the higher level of value added) is a great challenge and opportunity for forming business entities in the continuing globalisation process.