

Obchodné služby ako determinant rastu a konkurencieschopnosti ekonomiky

Valéria MICHALOVÁ*

Business Services as Determinant of the Economy's Growth and Competitiveness

Abstract

The paper deals with business services as a component of the economy and market. The scope of business services in theory and practice is defined and the changes occurring in the classification of economic activities are described. Reasons why business services have been gaining ground are explained, and their functions and tasks related in particular to the support of economic growth and competitiveness are clarified. Their position in the economy is analysed with special regard to EC countries and Slovakia's economy during the process of integration into the EC economic environment. External dimensions of business services in EU countries in terms of participation in the overall exports of services and active balance are specified in the paper. Key aspects of EC policies in the area of business services are identified.

Keywords: *business services, economic growth, competitiveness, production and employment, market, internationalisation, economic policy*

JEL Classification: E23, E24, F29, L19, L84, O25

Úvod

Rastúca zložitost' podnikových procesov v prebiehajúcej globalizácii, zvyšovanie konkurenčných tlakov, ako aj rýchlejšie presadzovanie nových informačných a komunikačných technológií (IKT) výrazne menia situáciu na trhu a predstavujú nové výzvy pre ekonomické subjekty. Podnety na tieto výzvy a ich riešenia smerujúce do *know-how*, inovácií, zvyšovania kvality produktov, ale aj lepšieho prístupu ku kapitálu a na nové trhy poskytujú obchodné služby.

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

Obchodné služby sú rozsiahlou a najdynamickejšou odvetvovou a trhovou zložkou európskej ekonomiky s perspektívou najväčšieho nového dopytu a ponuky v ekonomických a sociálnych systémoch a tým aj tvorby pracovných miest (EESC, 2008). Úlohy a funkcie obchodných služieb pri budovaní novej európskej ekonomiky na báze inovácií, konkurencieschopnosti a slobody podnikania sú kľúčové pre prebiehajúcu etapu naplňovania cieľov lisabonského programu z dôvodu, že EÚ potrebuje výkonné, produktívne a konkurencieschopné obchodné služby, aby čelila dôsledkom globalizácie.

Svoju dôležitosť a význam získali obchodné služby v období po druhej svetovej vojne v USA. Vysokými mierami rastu sa vyznačovali od dekády 70. rokov minulého storočia v súvislosti so štruktúrnymi zmenami podporenými technologickým pokrokom v trhových ekonomikách, následkom ktorých sa zosilnila vzájomná závislosť výroby a služieb v hospodárstve. Poznatky svetovej a európskej vedy o obchodných službách sformované v týchto súvislostiach sú významné nielen v globálnom rámci, ale osobitne pre slovenskú ekonomickú teóriu a prax. Veď vyše 40-ročná absencia uplatňovania trhových vzťahov spôsobila poznatkové a praktické vákuum, ktoré je potrebné urýchlene prekonať, pretože slovenská ekonomika sa uskutočnenými reformami a zmenami dostala do novej vývojovej fázy, s novými úlohami aj problémami, pri riešení ktorých majú obchodné služby svoje opodstatnenie. Obchodné služby sú dnes už integrované do každého štádia hodnotového reťazca, sú nutným základom na realizáciu každej činnosti podniku či organizácie výrobného charakteru alebo služieb, aby si udržali konkurencieschopnosť. Napriek tomu, že podiel obchodných služieb na vrcholných makroagregátoch sa v priebehu procesu budovania trhovej ekonomiky zvýšil, zastúpenie poznatkovo intenzívnych obchodných služieb a ich umiestnenie vo výmennom produkte je slabšou stránkou slovenskej ekonomiky. Pritom hľadanie ciest pre hospodársky rast a konkurencieschopnosť, ako aj prekonávanie dôsledkov krízových javov, je pre slovenskú ekonomiku a spoločnosť v súčasnej etape rovnako otvorená otázka a naliehavá úloha ako pre celú EÚ.

Cieľom príspevku je charakterizovať obchodné služby ako zložku hospodárstva a trhu, ozrejmiť ich význam a funkcie pri podpore ekonomického rastu a konkurencieschopnosti, najmä však analyzovať ich postavenie v ekonomike a politike EÚ a v rámci toho aj v SR.

1. Obchodné služby ako zložka hospodárstva a trhu

Obchodné služby (*business services*) v súčasnej teórii a praxi predstavujú *ekonomické činnosti, ktoré ovplyvňujú konkurencieschopnosť podnikov ich využívaním ako intermediálnych vstupov v reťazci tvorby hodnôt, ako aj na základe*

rastu kvality a prostredníctvom inovácií, vyplývajúcich z interakcie medzi poskytovateľom a klientom (Rubalcaba, 1999; EESC, 2006). Vyznačujú sa tou vlastnosťou, že väčšinu z nich možno vykonávať buď priamo v podniku, alebo ich zadať externej špecializovanej firme (*outsourcing*). V tomto kontexte a z *pozície klienta pôsobia na kvalitu a výkonnosť produkčných činností prostredníctvom doplnenia alebo nahradenia funkcií vnútro podnikových služieb* (Kox a Rubalcaba, 2007; EESC, 2008). Predmetné vymedzenie obchodných služieb odzrkadľuje ich smerovanie v ekonomickom prostredí, interaktívny charakter subjektov dopytu a ponuky, ako aj ich funkciu v podpore rastu kvality a inovácií ako faktora konkurencieschopnosti.

Obchodné služby zahrnujú širokú škálu produktov služieb, tak poznatkovo náročných s vysokou mierou pridanej hodnoty, s významným vplyvom na rast ekonomiky a tvorbu inovácií, ako aj služieb s nízkou mierou pridanej hodnoty. Z tohto hľadiska sa rozlišujú dve hlavné kategórie obchodných služieb:

- *Poznatkovo intenzívne obchodné služby* zamerané na riešenie problémov klientov súvisiacich s podnikateľskými procesmi, a to vysokokvalifikovanými pracovníkmi (poradenské, konzultačné k informačným technológiám, právne, účtovnícke, architektonicko-inžinierske, výskumno-vývojové, reklamné, prieskumu trhu, dizajnérske, marketingové, personálne).

- *Operatívne (prevádzkové) služby*, pre ktoré je charakteristická nízka miera pridanej hodnoty, nevyžadujú prítomnosť špecialistov pri ich vykonávaní (priemyselné čistenie, bezpečnostné, sekretárske práce, prenájom, sprostredkovateľské služby, *call centrá*) (EESC, 2008).

Z makroekonomického hľadiska predstavovali obchodné služby do roku 2008 v odvetvovej klasifikácii ekonomických činností (OKEČ) samostatné odvetvie K – *Nehnutelnosti, prenájom, obchodné služby, výskum a vývoj* (vrátane počítačových), s piatimi identifikovanými skupinami. V revidovanej klasifikácii ekonomických činností NACE Rev. 2, ktorá vstúpila do platnosti od roku 2009 a ktorá je záväzná pre členské štáty EÚ Nariadením Európskeho parlamentu a Rady č. 1893/2006, ekvivalentu obchodných služieb zodpovedajú nové sekcie/odvetvia:

M – Odborné, vedecké a technické činnosti, vyžadujúce vysoký stupeň vzdelania, poskytujúce užívateľom úzko špecializované znalosti a praktické skúsenosti, považované za charakteristické znaky poznatkovej ekonomiky a korešpondujúce s kategóriou poznatkovo intenzívnych služieb (kód 69 – 74);

N – Administratívne a podporné služby, pri ktorých prvotným účelom nie sú špecializované vedomosti a ktoré zodpovedajú kategórii operatívno-prevádzkových služieb (kód 77 – 78, 80 – 82). (Počítačové a informačné služby sú zaradené do sekcie J – *Informácie a komunikácia*.)

Obchodné služby ako významná zložka medzinárodného obchodu sa v zmysle medzinárodných zvyklostí a definícií kategorizujú ako nefaktorové služby. V štatistike medzinárodného obchodu chápanie obchodných služieb odzrkadľujú rozlišované skupiny počítačových a informačných služieb, honoráre a licencie a ostatné obchodné služby, s podrobnejším identifikovaním v platobnej bilancii príslušnej krajiny.

2. Význam a úlohy obchodných služieb v ekonomike

V produkčno-obchodných vzťahoch zohrávajú obchodné služby dôležitú úlohu. Z osobitného monitoringu európskeho trhu vyplynulo, že 86 % obratu vytvoreného podnikmi obchodných služieb smerovalo do iných podnikov v odvetviach výrobného sektora a sektora služieb, 10 % smerovalo do inštitúcií verejného sektora a 4 % do domácností. Samotný výrobný sektor sa zvyšovaním rozsahu *outsourcingu* činností podieľal na celkovom obrate podnikov obchodných služieb okolo 20 % (Eurostat, 2007b). Aktívne vstupy obchodných služieb do ekonomiky sa prejavujú:

- *V podpore ekonomického rastu* – priamo tvorbou pridanej hodnoty a zamestnanosti v danom odvetví služieb a nepriamo podporou zvyšovania výroby v ostatných odvetviach a sektoroch, kde zmluvne participujú. Plnenie tejto úlohy sa charakterizuje v takom zmysle, že ekonomický rozvoj závisí hlavne od nájdenia optimálnej kombinácie prostriedkov, ku ktorému prispievajú obchodné služby. Pri aktívnom prepojení a dynamických vzťahoch k priemyselným činnostiam nejde o jednoduchú výmenu služieb vykonávaných vnútri podniku za externú dodávku. Tieto služby sú žiadané preto, aby výrobné firmy uskutočnili potrebné zmeny. Napríklad aby sa pružnejšie prispôbili vo výrobnom reťazci, zvýšili kvalitu ľudského a technologického výrobného potenciálu, dosiahli produktovú diferenciáciu, držali krok s rýchlym technologickým vývojom a smerovali ku komplexnejším a medzinárodným trhom. Tieto nehmotné vstupy pridanej hodnoty sa stávajú oveľa dôležitejšími ako tradičné hmotné investície.

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. Spočiatku obchodné služby očividne smerujú k redukcii niektorých pracovných miest vo výrobných firmách v dôsledku využitia externých služieb. Ale zvýšenie zamestnanosti vo firmách obchodných služieb je významnejšie a väčšie ako zníženie zamestnanosti v dôsledku odbúravanja niektorých činností firmy. Obchodné služby predstavujú potenciálny zdroj zamestnanosti, ale sú i potenciálnym zdrojom nových zamestnaní. V zamestnanosti spojenej s obchodnými

službami je väčšia možnosť rozvoja nového typu zamestnaní, ktoré predpokladajú vyšší stupeň flexibility a sú lepšie prispôsobené meniacemu sa ekonomickému prostrediu,

- *V podpore konkurencieschopnosti* – obchodné služby spájajú ekonomické činnosti medzi sebou, ostatnými službami a odvetviami. Informácie sprostredkované predmetnými službami sa prenášajú medzi poľnohospodárskymi, priemyselnými a obchodnými trhovými segmentmi, ktoré by inak zostali mimo kontaktu. Funkciu začleňovania rôznorodých činností hospodárstva do produktívneho systému uľahčujú ich adaptáciu na zmenené podmienky a konkurencieschopnosť 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 a pôsobení na medzinárodnej scéne (Commission of the EC, 1998).

Podpore konkurencieschopnosti pomáhajú obchodné služby *zvyšovaním poznatkov a prenosom inovácií*. Mnoho obchodných služieb je založených na poznatkoch. Tie predstavujú, resp. poskytujú strategické informácie, umožňujúce priemyselným firmám prispôsobiť sa technickému rozvoju, internacionalizácii a čoraz väčšej zložitosti na trhu a v spoločnosti. Obchodné služby sú zdrojom inovácií v poznatkovej ekonomike. Podľa Európskeho hospodárskeho a sociálneho výboru (EHSV) je potrebné podporovať výskum s cieľom ďalšieho rozvoja „vedy o službách,“ predovšetkým metodológiu *know-how* jednak na aplikáciu v hospodárskych procesoch (EESC, 2006), jednak ako druhú líniu vytvárania komparatívnych výhod (Šikula a kol., 2008).

Obchodné služby stimulujú celý rad inovačných aktivít a inovácie sú jednoznačne účinným nástrojom aj boja proti hospodárskej kríze (Milecová, 2009). Hoci počas fázy poklesu hospodárstva majú manažéri tendenciu neinvestovať do inovácií, zaujať opatrný postoj k voleným krokom, čo je logické správanie, riešenie krízovej situácie vyžaduje zintenzívnenie inovačnej aktivity podnikateľských subjektov a hľadanie riešení akčnými plánmi alebo inovačnými stratégiami, keďže diferenciácia prostredníctvom inovácií je kľúčovým prvkom konkurencieschopnosti podnikov (OECD, 2009).

Obchodné služby zvyšujú efektívnosť technologických vstupov, pretože progresívne služby informačných technológií umožňujú lepšie využitie existujúcich technológií.

Na druhej strane, nové technológie (IKT) napomáhajú inovačné procesy aj v obchodných službách (organizácie práce, riadenia vedomostí a vytvárania sietí, v dodávke služieb najmä MSP prostredníctvom vysokorýchlostného širokopásmového prepojenia na internet v Európe), a zároveň riešiť problémy bezpečnosti,

umožňujú expanziu trhu obchodných služieb, najmä tých, ktoré sú geograficky alebo časovo obmedzené produkciou a spotrebou. V tomto kontexte zohráva dôležitú úlohu Európska komisia s iniciatívou *i2010*.

3. Postavenie obchodných služieb v ekonomike EÚ

Obchodné služby v EÚ 27 roku 2005 vytvorili 10,7 % pridanej hodnoty s počtom 24,5 mil. zamestnaných osôb a 5 379 mil. podnikateľských subjektov. K tvorbe pridanej hodnoty a pracovných miest daného odvetvia prispeli najmä odbory ostatných obchodných činností, výskum a vývoj len malou mierou, čo odzrkadľuje tabuľka 1.

Tabuľka 1

Podiel odborov obchodných služieb na tvorbe pridanej hodnoty a zamestnanosti v EÚ 27 v roku 2005

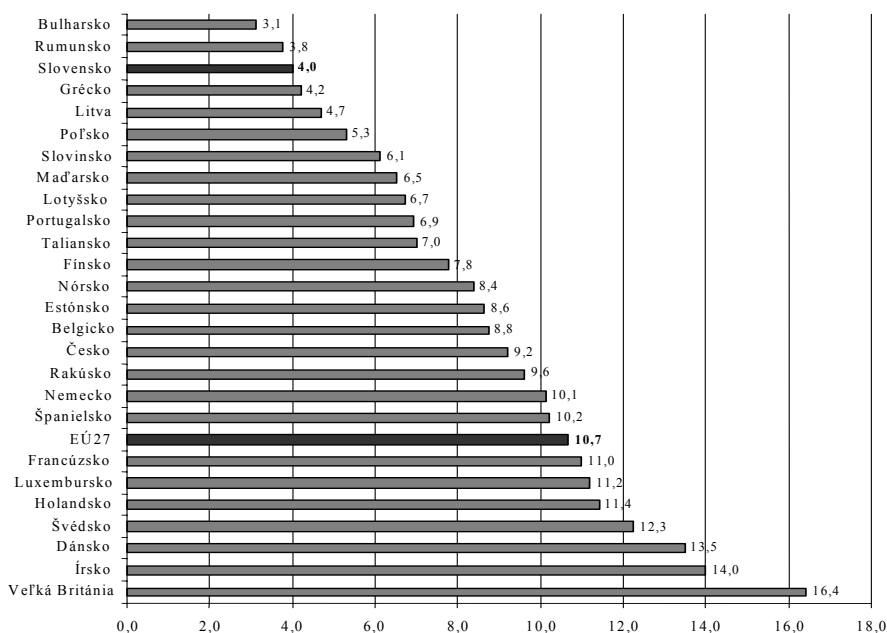
Odbory obchodných služieb	Pridaná hodnota v %	Zamestnanosť v %
Spolu	100	100
Činnosti s nehnuteľnosťami	21.2	11.0
Prenájom strojov a prístrojov	6.4	2.4
Počítačové a súvisiace činnosti	14.5	11.0
Výskum a vývoj	1.9	1.6
Ostatné obchodné činnosti	56.0	74.0

Prameň: Spracované podľa Eurostatu (2008a).

Zastúpenie obchodných služieb na tvorbe pridanej hodnoty v členských štátoch EÚ bolo diferencované – od 3,1 % v Bulharsku, po 16,4 % vo Veľkej Británii. Ako vidieť z grafu 1, sedem členských štátov dosahovalo podiel nad priemerom EÚ 27. Vysoký podiel, nad 10 %, dosiahlo aj Nemecko a Španielsko. Krajiny EÚ 15 zabezpečovali spolu v roku 2005 produkciu obchodných služieb na úrovni 96,8 % a zvyšok 3,2 % pripadol na 10 nových členských štátov, na celkovej tvorbe HDP sa však podieľali 5,7 %. Táto disparita je vyššia na Slovensku, ktoré v danom roku participovalo na tvorbe pridanej hodnoty obchodnými službami 1,3 % a na celkovom HDP 3,5 %.

Zovšeobecnene možno konštatovať, že krajiny s vysokou tvorbou HDP na obyvateľa sa vyznačujú aj vysokým podielom obchodných služieb v ekonomike a naopak. Pozitívne vzťahy medzi úlohou obchodných služieb a ekonomickou úrovňou odzrkadľujúcou štruktúrne zmeny v rámci nej boli exaktne skúmané koreláciou HDP na obyvateľa a podielom odvetvia obchodných služieb na celkovej zamestnanosti. Potvrdila sa vysoká závislosť týchto makroukazovateľov v rámci krajín EÚ (Kox a Rubalcaba, 2007).

Graf 1
Podiel obchodných služieb na HDP v EÚ 27 (v %), rok 2005



Poznámka: Malta a Cyprus nezverejnili údaje.

Prameň: Eurostat Yearbook (2008; 2009).

Okrem nízkej participácie na produkcii obchodných služieb sa nové členské štáty vyznačovali aj nízkymi nákladmi práce. Ak v EÚ 27 dosahovali 30,5 tis. eur na zamestnanca, v Bulharsku len 2,8 tis. eur. Celkove priemerné náklady práce v nových členských štátoch sa pohybovali pod úrovňou EÚ 27, od 9,2 % (Bulharsko), po 43,9 % (Česko), a predstavovali jeden z faktorov konkurencieschopnosti na trhu služieb. V SR priemerné náklady práce v odvetví obchodných služieb dosiahli 9,0 tis. eur, teda 29,5 % priemeru EÚ 27.

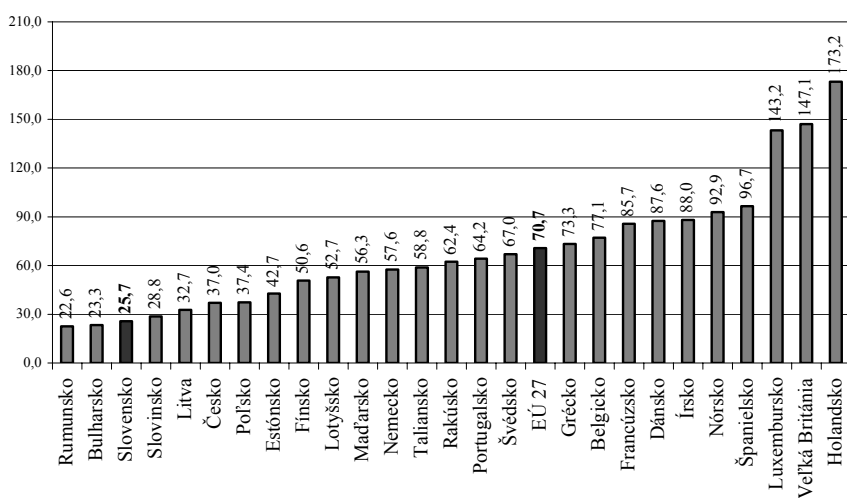
Na druhej strane, nové členské štáty EÚ sa tiež vyznačovali vysokým tempom rastu obchodných služieb. Ak v priemere za EÚ 27 sa v rokoch 2005 – 2007 dosahovalo v počítačových a ostatných obchodných činnostiach 9,7 %, v Rumunsku sa zaznamenalo 81 %, v Lotyšsku 36 %, v Estónsku 27 %, v Litve 22 %, v Poľsku 16 % a v SR 13 %. Pritom v krajinách EÚ 15 miera rastu obchodných služieb sa pohybovala pod touto úrovňou. V Dánsku dosiahla 12,5 %, vo Fínsku 11,5 %, na Cypre 11,9 %, v Belgicku 10,7 %.

V európskej ekonomike sa trh s obchodnými službami radí vývojom tržieb a dopytu k najdynamickejšim (medzi rokmi 2000 – 2007 dosahovala dynamika rastu počítačových a ostatných obchodných činností najvyššiu úroveň spomedzi odvetví trhových služieb 9,7 %), z hľadiska veľkosti (počtom podnikov a zamestnancov) druhým najväčším po distribučných činnostiach a z hľadiska fungovania k problémovým (nedostatočná integrácia, konkurencia, kvalita produktov a vstupov, informovanosť, regionálna dostupnosť v nových členských štátoch). Na eliminovanie existujúcich prekážok na trhu služieb a zjednodušenie administratívy Európsky parlament schválil *Smernicu o službách na vnútornom trhu* ako legislatívny nástroj, ktorou sa naplní požiadavka voľného trhu a ktorej účinky sa predpokladajú v hospodárskom rozvoji celej EÚ a vo všetkých jeho aspektoch (COM, 2004).

Miesto obchodných služieb v štruktúrnych zmenách v ekonomikách krajín EÚ objektivizuje relácia odvetvia obchodných služieb a priemyslu na tvorbe pracovných miest. Za EÚ 27 ako celok dosahuje hodnotu 70,7 %. V troch členských štátoch v Luxembursku, vo Veľkej Británii a v Holandsku majú obchodné služby strategické postavenie v tvorbe pracovných miest (43 % – 73 % nad úrovňou priemyslu), v šiestich členských štátoch (Grécku, Belgicku, vo Francúzsku, Dánsku, Írsku a Španielsku) sa produkcia obchodných služieb približovala úrovni priemyslu. Nové členské štáty zaznamenávajú aj v tomto ukazovateli najnižšie hodnoty.

Graf 2

Relácie zamestnanosti v obchodných službách a priemysle EÚ (v %), rok 2005



Prameň: Eurostat Yearbook (2009).

4. Externé dimenzie obchodných služieb

Pri prenikaní ekonomických aktivít firiem obchodných služieb za národné hranice je pre ne, ako aj pre krajiny dôležité, či tieto služby dokážu vytvoriť nejakú komparatívnu výhodu. Trh obchodných služieb je taký rozvinutý, že môže buď podporiť tieto výhody, alebo naopak, zabrániť firmám, ktoré neponúkajú produkciu dostatočného množstva alebo kvality, realizovať svoje zámery.

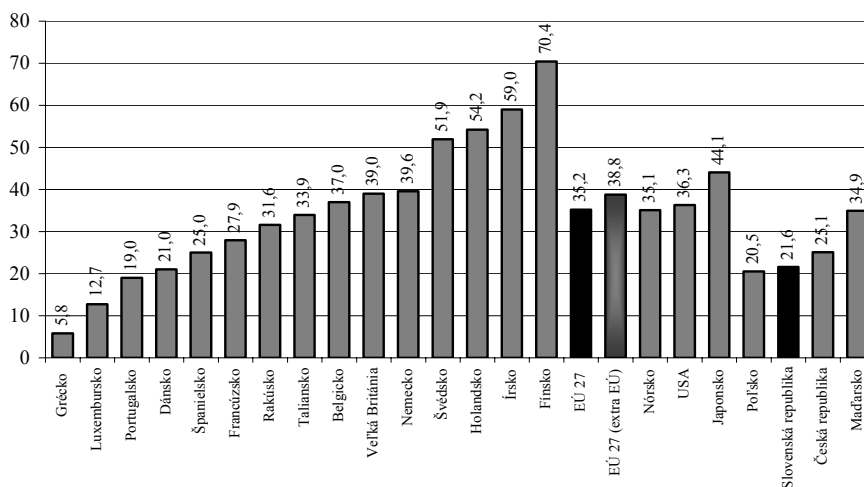
K charakteristickým črtám externých dimenzií obchodných služieb krajín EÚ sa radí:

- *vysoká diferenciácia zastúpenia obchodných služieb na celkovom exporte služieb* od 70,4 % Fínsko, po 5,8 % Grécko (orientácia na cestovný ruch), pričom vysoký podiel nad 50 % dosahovali štyri krajiny EÚ Fínsko, Írsko, Holandsko, Švédsko, čo potvrdzuje ich špecializáciu na obchodné služby a konkurencieschopnosť; v SR dosiahol podiel obchodných služieb na exporte služieb 21,6 %, a bol takmer o 5 percentuálnych bodov nižší oproti Česku a o 13 bodov nižší ako dosahovalo Maďarsko;

- *profitabilita niektorých krajín vyplývajúca z aktívneho salda obchodnej bilancie služieb, výraznejšia v Nemecku, Luxembursku, Holandsku, vo Fínsku, v Belgicku, Rakúsku, vo Švédsku*, najvyššia z krajín EÚ 27 vo Veľkej Británii s ročným prebytkom 39,9 mld USD v roku 2006.

G r a f 3

Podiel obchodných služieb na celkovom exporte služieb vo vybraných krajinách (v %), rok 2006



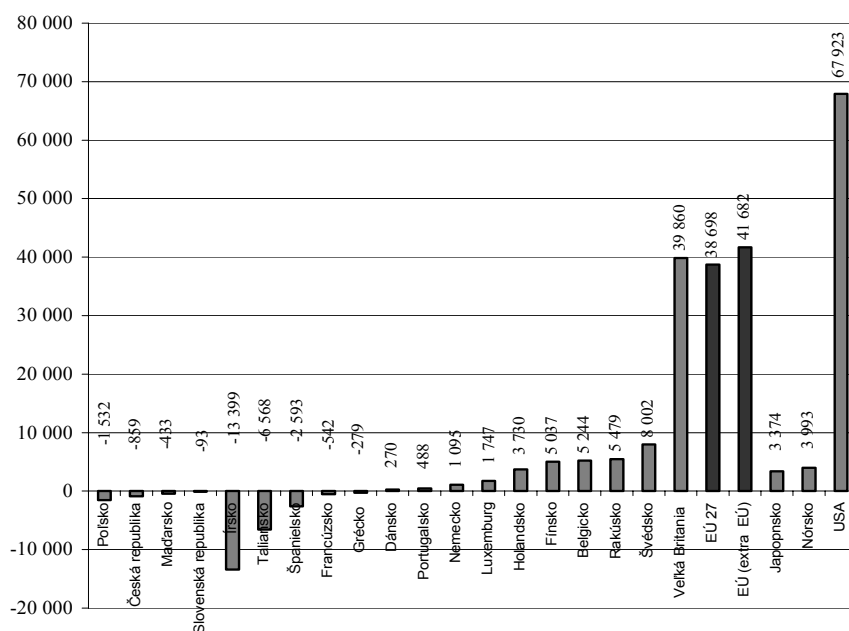
Poznámka: Obchodné služby zahrnujú: počítačové a informačné, honoráre a licencie a ostatné obchodné služby (operačného lízingu a profesionálne – právne, poradenstvo v riadení, reklamné, výskumu trhu, architektonicko-inžinierske).

Prameň: Eurostat (2008b).

Nové členské štáty EÚ vykázali v roku 2006 záporné hodnoty vo všetkých zložkách obchodných služieb, okrem Maďarska (ostatné obchodné služby), dokonca Slovensko v roku 2008 strojnásobilo schodok v zložke ostatné služby v zahraničnoobchodnej bilancii služieb nárastom platieb a pri súčasnom poklese príjmov (graf 4).

G r a f 4

Saldo obchodných služieb v zahraničnoobchodnej bilancii služieb vo vybraných krajinách (v mil. USD), rok 2006



Prameň: OECD (2008).

Ako dôvody exportovania obchodných služieb sa výskumom v teréne identifikovali: na prvom mieste ponuka špecializovaného produktu (47 %), príslušnosť v multinárodnej firme na druhom mieste, malý rozsah domáceho trhu na treťom, stimulácia dopytu internetom a *outsourcing* na ďalšom mieste. Za najvýznamnejšie bariéry umiestňovania obchodných služieb na medzinárodnom trhu sa dopytovaním v praxi identifikovali: neexportovateľnosť produktu firmou, zriadenie komerčnej pobočky v zahraničí, zložitosť identifikovania potenciálneho klienta v zahraničí, absencia medzinárodných štandardov služieb, jazykové a kultúrne bariéry, dane a garancie poistenia, pohyb personálu pri dočasnom charaktere (Eurostat, 2007b).

5. Obchodné služby v ekonomike Slovenska

Analýza postavenia obchodných služieb v ekonomike EÚ 27 a v rámci nej pozícia Slovenska, a to 25. miesto v podiele produkcie na HDP, disparita medzi celkovou produkciou HDP a produkciou obchodných služieb, trvale záporné saldo predmetnej zložky zahraničnoobchodnej bilancie služieb poukazujú na nižšiu špecializáciu v odboroch činností daného odvetvia a ich nižšiu konkurencieschopnosť. Napriek tomu, že dynamika rastu produkcie odvetvím obchodných služieb medzi rokmi 1993 – 2006 dosahovala v SR (priemerné ročné tempo 2,4 %,) a aj v krízovom období 7/2009 : 7/2008 index rastu činností s nehnuteľnosťami, odborné, vedecké a technické činnosti dosiahol hodnotu 99,3 %, s. c., že prírastok zamestnanosti bol v tomto odvetví z trhových služieb v rokoch 2003 – 2007 najvyšší, nepostačovalo to na adekvátne umiestnenie vo výkonoch hospodárstva EÚ. V súvislosti so vstupom Slovenskej republiky do EÚ sa zlepšili a rozšírili podmienky v ponuke služieb, harmonizovala sa legislatíva v rámci spoločného hospodárskeho priestoru, výrazne sa zjednodušili procedúry a znížili sa transakčné náklady. Na druhej strane sa zvýšila konkurencia na trhu, požiadavky na kvalitu poskytovaných služieb a manažérskych postupov.

V tomto kontexte je opodstatnené uviesť, že funkčný trh obchodných služieb vyžaduje tak priebornú ponuku, ako aj prítlačivý dopyt. Expertné ocenenie tejto zložky trhu na Slovensku ukázalo, že okrem zlej finančnej situácie subjektov dopytu, najmä malých a začínajúcich firiem, prejavuje sa slabá znalosť konkrétneho prínosu služieb z ich strany, ako aj nízka kultúra vnímania hodnoty služieb a ich nízka kvalita (MH SR, 2006). Vyškolenie a sformovanie podnikateľského subjektu pre odbory obchodných služieb je náročnejšie na poznatky, *know-how* a od ľudského faktora ako kľúčového produkčného zdroja vyžaduje jednak profesionálne vedomosti, jednak obchodné zručnosti (súčasne sa produkuje a predáva) i medziľudské schopnosti, vzhľadom na to, že dochádza k interakcii. Z uvedených dôvodov sú marketingové funkcie a procesy v tejto oblasti zložitejšie, zahŕňujú tak tradičnú marketingovú funkciu (prieskum trhu, podporu predaja, reklamu, *public relations*), ako aj druhú, interaktívnu marketingovú funkciu spojenú s interakciou poskytovateľa a klienta, kde nastávajú momenty pravdy alebo príležitostí a kde účelom je vytvoriť dobrú funkčnú kvalitu, resp. dobrý interakčný marketingový efekt, keďže klienti tu plnia dvojité úlohy – spotrebúvajú a využívajú služby, ale zároveň prispievajú k procesu ich tvorby (pridanej hodnote).

Daný stav, ako aj skutočnosť príležitosti tvorby nových pracovných miest na liberalizujúcom sa európskom trhu služieb je výzvou tak pre vzdelávacie procesy mladej generácie, ako aj aktívnej populácie v sektore služieb v SR. V súvislosti s implementovaním Smernice o službách na vnútornom trhu do legislatívy

a praxe SR a po expertnom ocenení jej dosahu na zamestnanosť v odvetví obchodných služieb o 25 % do roku 2012 sa na adresu slovenských podnikateľských subjektov, najmä malých a stredných podnikov (MSP) služieb z hľadiska dosiahnutia ich konkurenčnej schopnosti na trhu, konštatovalo: kvalitné služby potrebujú dobrú prípravu, vzdelávanie v praxi (celoživotné), využívanie najnovších technológií a dobré technické vybavenie. Slovenské podnikateľské subjekty nie sú zvyknuté na celoživotné vzdelávanie a nemajú adekvátne technologické vybavenie (MH SR, 2008). Napriek značnému potenciálu malých a stredných podnikov SR, ich slabou stránkou je ovládanie cudzích jazykov a využívanie najnovších technológií. Nemožno konkurovať len nízkou cenou, hoci pre tento aspekt spolu s vyhovujúcou infraštruktúrou, nižším zdanením a odvodovým zaťažením sa Slovensko stalo zaujímavou lokalitou pre svetové firmy na *outsourcing* (Holubcová, 2008). Teda ak chce Slovensko uspieť na trhu služieb EÚ a vytvárať kvalifikované pracovné miesta v tomto odvetví, potom kvalitu vo všetkých aspektoch ponuky musí radikálne zmeniť. A to je výzva pre všetky zložky, ktoré na tomto procese participujú: vzdelávacie, riadiace a výkonné.

6. Politiky Európskej únie pre obchodné služby

Vychádzajúc z toho, že obchodné služby sa považujú za motor európskej konkurencieschopnosti, keďže poskytujú kľúčové podnety na nehmotné investície (*know-how*, kvalita, inovácie), prispievajú k internacionalizácii podnikania, pomáhajú malým a stredným podnikom využiť svoj potenciál rastu a inovácií, aj s prihliadnutím na to, že sú to väčšinou MSP vyžadujúce vhodné vonkajšie prostredie na prosperitu, sú zahrnuté do politiky podpory v rámci hospodárskej politiky EÚ.

Ciele politiky EÚ pre obchodné služby v prvej fáze zahrnovali stimulovanie rastu tohto odvetvia, aktivovanie tvorivej kapacity pracovných síl, napomáhanie integrácie nových služieb, podporovanie konkurencieschopnosti subjektov na medzinárodnej úrovni a integrácie trhov, ako aj podporovanie zvýšenia kvality služieb a intervencie tam, kde trh zlyháva (EC, 1998). V ďalšej fáze politické ciele a opatrenia smerovali na odstránenie prekážok bezproblémového fungovania tohto odvetvia, najmä však na monitorovanie a vyhodnotenie zmien pracovných podmienok a príležitostí vyplývajúcich zo štruktúrnych zmien, ktoré sú východiskom aj pre obchodné služby. Na úrovni trhu sa opatrenia zamerali na podporu obchodných služieb ako prostriedku zlepšovania výkonnosti a produktivity, ich rozsiahlejšieho a efektívnejšieho využitia, najmä MSP, a na podporu zamestnanosti v predmetných službách (EESC, 2006).

Je potrebné zdôrazniť, že mnohé regióny sa vyznačujú nízkym zastúpením obchodných služieb v produkčnom potenciáli, pretože ten sa koncentruje vo veľkých metropolách a vysokopríjmových regiónoch. Na regionálnej úrovni je preto dôležité podporovať obchodné služby, stimulovať ich dopyt a ponuku, podporiť sieť lokálnych producentov a v rámci nich zvyšovať synergiu.

S prihliadnutím na zámer stať sa najkonkurencieschopnejšou ekonomikou sveta založenou na poznatkoch, s väčším množstvom kvalitnejších pracovných príležitostí, ako aj na možné aktivity podpory obchodných služieb, EHSV stanovil pre toto odvetvie desať priorít. Medzi nimi je to v prvom rade: vytvorenie analytickej skupiny vyššej úrovne na monitorovanie, identifikovanie a hodnotenie tých politík, ktoré sú pre toto odvetvie potrebné a efektívne, a náčrt konkrétnych politických krokov na riešenie hlavných nedostatkov a potrieb. V oblasti politiky pracovného trhu druhý zámer smeruje na uskutočnenie hĺbkového prieskumu, ktorý by mal obsahovať aj oblasť výučby, tréningu a celoživotného vzdelávania, s cieľom identifikovať výzvy vyplývajúce z nových typov pracovných miest vznikajúcich interakciou medzi obchodnými službami a priemyslom. V tejto súvislosti sa uvažuje s náčrtom agendy na prediskutovanie špecifických zmien v pracovných podmienkach a pracovných príležitostiach, ktoré vyplývajú zo štruktúrnych zmien ovplyvňujúcich odbory obchodných služieb. V inovačnej politike, ako tretej oblasti priorít, sa odporučilo silne podporiť programy v prospech výskumu a vývoja, s akcentom na organizačné inovácie a inovačný manažment poznatkovo intenzívnych obchodných služieb. Podniky sa budú podporovať, aby zakladali štandardy obchodných služieb. K významným prioritám sa radí aj propagácia vedy o službách ako novej disciplíny vo vzdelávaní a tréningoch. Európsky hospodársky a sociálny výbor identifikoval oblasti, v ktorých je potrebné dosiahnuť zjednodušenie a redukciu regulačného bremena bez zníženia zdravotných a bezpečnostných podmienok na pracovisku.

Súčasne sa členským štátom odporúča lepšie spolupracovať na zlepšení štatistiky o obchodných službách, najmä o výkonoch a dosahoch na ekonomiku členských štátov krajín (EESC, 2008).

Záver

Zintenzívňovanie tlakov na rast výkonnosti a konkurencieschopnosti produkčných subjektov na domácom a zahraničnom trhu zvyšuje význam a úlohu obchodných služieb v týchto procesoch, keďže ako intermediálne vstupy poskytujú podnety a riešenia na posilňovanie kvality produktov, presadzovanie inovácií, uľahčovanie prístupu ku kapitálu a na nové trhy.

Aj Slovensko, aby čelilo výzvam globalizácie a integrácie, potrebuje, rovnako ako celá Európska únia, výkonné a konkurencieschopné obchodné služby, najmä poznatkovo intenzívne, považované za charakteristický znak poznatkovej ekonomiky. Napriek tomu, že zastúpenie obchodných služieb sa vo výkonových ukazovateľoch SR v priebehu procesu jej budovania na trhovú ekonomiku zvýšilo, nepostačilo to na ich významnejšie umiestnenie v rámci európskeho hospodárskeho zoskupenia, do ktorého sa začlenilo. Keďže aktivity EÚ v politike podpory obchodných služieb v súčasnej etape smerujú prioritne na skupiny vyššej úrovne (poznatkovo intenzívne), ďalej na identifikáciu nových typov zamestnaneckých pozícií vzniknutých interakciou medzi obchodnými službami a priemyslom, ako aj oblastí výučby, tréningu a celoživotného vzdelávania, na presadzovanie inovačných aktivít, zakladanie štandardov, a v neposlednom rade na podporu a propagáciu vedy o službách ako novej disciplíny vo vzdelávaní a tréningoch, mali by predstavovať aj priority slovenskej ekonomiky a politiky. Ved' pre naplnenie strategického cieľa hospodárskeho vývoja Slovenska, ktorým je dobiehanie vyspelých krajín v dlhodobejšom horizonte, sú uvedené aspekty kľúčovým predpokladom.

Literatúra

- Commission of the European Communities (1998): The Contribution of Business Services to Industrial Performance. A Common Policy Framework. COM (1998) 534 final, 25 s. Brussels.
- Commission of the European Communities (2003): The Competitiveness of Business-related Services and their Contribution to the Performance of European Enterprises. COM (2003) 747 final, 42 s. Brussels.
- Commission of the European Communities (2004): Extended Impact Assessment of Proposal for a Directive on Services in the Internal Market. COM (2004) 2 final, 63 s. Brussels
<http://ec.europa.eu/governance/impact/ia_carried_out/docs/ia_2003/sec_2004_0021_en.pdf>
- EESC (2006): Services and European Manufacturing Industries: Interactions and Impacts on Employment, Competitiveness and Productivity. CCMI/035 – CESE 1146/2006 EN/o, 17 s. Brussels: European Economic and Social Committee.
- EESC (2008): Developments in the Business Services Sector in Europe. Official Journal of the European Union, C 318/04.
- EUROSTAT (2007a): Facts and Figures. European Business. ISBN 978-92-79-07024-2.
- EUROSTAT (2007b): Export of Business Services. Statistics in Focus, 74.
- EUROSTAT (2008a): Main Features of the EU-27 Service Sector. Statistics in Focus, 78.
- EUROSTAT (2008b): OECD Statistics on International Trade in Services.
- Eurostat Yearbook (2008): Europe in Figures. CD-ROM.
- Eurostat Yearbook (2009): Europe in Figures. CD-ROM.
- HOLUBCOVÁ, I. (2008): Obchodné služby ako súčasť outsourcingu a jedna z hybných síl trhu služieb. In: Hybné sily trhu služieb v procese globalizácie, internacionalizácie a integrácie. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 164 s. ISBN 978-80-225-2533-6.
- KOX, H. – RUBALCABA, L. (2007): Business Services in European Economic Growth. Houndmills: Palgrave Macmillan. On-line < <http://www.palgrave.com/PDFs/0230002021.Pdf>>.

- MH SR (2006): Východiská politiky podpory trhových služieb do roku 2013 s výhľadom do roku 2020. Bratislava: Deloitte – MH SR.
- MH SR (2008): Dopady implementovania smernice č. 2006/123ES o službách na vnútornom trhu v SR. Výročná správa MH SR za rok 2008. Bratislava: Ministerstvo hospodárstva SR – EKONOM-SERVIS.
- MILECOVÁ, M. (2009): Inovácie v čase krízy. Zisk, č. 7 – 8, s. 6 – 7.
- OECD (2009): Policy Responses to the Economic Crisis: Investing in Innovation for Long-term Growth. Dostupné na internete: <<http://www.oecd.org/dataoecd/59/45/42983414.pdf>>.
- OECD (2008): OECD Statistics on International Trade in Services. Vol. I.
- ORFÁMUS, D. (2009): Kríza – šanca pre outsourcing. PROFIT, č. 7, s. 32 – 33.
- RUBALCABA-BERMEJO, L. (1999): Business Services in European Industry. Growth, Employment and Competitiveness. Brussels: European Communities, 496 s. ISBN 92-828-6697-1.
- RUBALCABA, L. (2007): Business Services in the Global Economy: New Evidence from a European Perspective. [Working Paper, No. 2. 91 s..] Birmingham: The University of Birmingham School of Geography, Earth and Environmental Sciences. ISBN:0704426412/9780704426412.
- ŠIKULA, M. a kol. (2008): Dlhodobá vízia rozvoja slovenskej spoločnosti. Bratislava: Ekonomický ústav SAV – VEDA, vydavateľstvo SAV, 274 s. ISBN 978-80-7144-168-7; ISBN 978-80-224-1050-2.