

Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici



Ekonomická fakulta

Ján Šebo, Daniela Danková

TEÓRIA A EKONÓMIA SLUŽIEB

2019

Ján Šebo, Daniela Danková

TEÓRIA A EKONÓMIA SLUŽIEB

2019

© Ján Šebo, Daniela Danková

Schválila edičná komisia Ekonomickej fakulty UMB v Banskej Bystrici ako vysokoškolské skriptá.

Rukopis neprešiel jazykovou úpravou.

ISBN 978-80-557-1530-8

Obsah

Zoznam obrázkov, tabuliek a grafov	6
I. TEÓRIA SLUŽIEB	8
1. Namiesto úvodu alebo „Prečo študovať služby?“	8
2. Rozvoj sektora služieb.....	12
2.1 Postavenie služieb v ekonomike.....	12
2.1.1 Reštrukturalizácia ekonomiky k službovým ekonomikám	15
2.1.2 Externalizácia a služby.....	16
2.2 Faktory ovplyvňujúce rozvoj služieb	18
2.3 Globalizácia služieb.....	25
2.3.1 Služby ako hnací faktor globalizácie	26
2.3.2 Špecializácia ekonomík cez služby.....	29
2.3.3 Teórie hospodárskych zmien z pohľadu služieb	30
2.3.4 Teória sieťovej ekonomiky	33
3. Pochopenie rôznorodosti a komplexnosti služieb	36
3.1 Úrovne služieb.....	36
3.2 Makro-úroveň členenia služieb	42
3.3 Mikro-úroveň členenia služieb	44
4. Špecifiká službotvorného procesu	52
4.1 Komparatívna analýza výrobného a službotvorného procesu	52
4.2 Základné požiadavky službotvorného procesu.....	55
II. EKONÓMIA SLUŽIEB	59
5. Teória ekonomiky služieb	59
5.1 Rast funkcií služieb v produkčnom systéme ekonomiky	62
5.2 Spriemyselňovanie služieb	64
5.3 Horizontálna integrácia výrobných činností.....	65
5.4 Presun od hodnoty výrobkov k hodnote systémov	66
5.5 Komplexnosť a zraniteľnosť fungovania systému	68
5.6 Ekonomika služieb ako spôsob riadenia rizika	70
6. Makroekonómia služieb	72
6.1 Makroekonomické otázky sektora služieb	72
6.2 Organizácia služieb v ekonomike.....	74
6.3 Štatistické vyjadrenie sektora služieb v ekonomike.....	77

6.3.1	Systém národných účtov	79
6.3.2	Klasifikácia ekonomických činností v podmienkach SR.....	80
6.4	Objem a podiel služieb na tvorbe HDP	83
6.5	Produktivita v službách	88
6.5.1	Produktivita práce	89
6.5.2	Produktivita kapitálu	91
6.5.3	Viacfaktorová produktivita	92
6.5.4	Problémy merania produktivity	94
6.6	Objem a podiel služieb na zamestnanosti.....	97
6.7	Objem a podiel služieb na investíciách	104
6.8	Anticyklické správanie sektora služieb	106
7.	Mikroekonómia služieb	110
7.1	Podstata služieb	110
7.2	Služba ako ekonomická kategória	114
7.2.1	Vymedzenie služby negatívne k chápaniu výrobku.....	116
7.2.2	Podnikovo-hospodárske ponímanie služby.....	120
7.2.3	SSME prístup k tvorbe hodnoty.....	121
7.3	Jednotná teória služieb a jej praktické implikácie	124
	Zoznam použitej literatúry	127

Zoznam obrázkov, tabuliek a grafov

Zoznam obrázkov

Obrázok 1 Úloha služieb v ekonomike	13
Obrázok 2 Faktory ovplyvňujúce rozvoj služieb	21
Obrázok 3 Úroveň služby.....	36
Obrázok 4 Shostackov molekulárny model pasažierov v lietadle.....	39
Obrázok 5 Kvet služby.....	40
Obrázok 6 Reťazec tvorby zisku v službách	58
Obrázok 7 Nové chápanie produkčného reťazca v teórii ekonomiky služieb.....	62
Obrázok 8 Podiel služieb na tvorbe HDP v EÚ v roku 2017	84
Obrázok 9 Mapa sveta z pohľadu podielu sektorov na tvorbe HDP a použitia pracovnej sily	85
Obrázok 10 Vývoj formovania fixného kapitálu (investícií) v ekonomike SR.....	105
Obrázok 11 Ekonomický cyklus	106
Obrázok 12 Posun medzi tvorbou hodnoty cez výrobky a služby	119
Obrázok 13 Vývoj v tvorbe hodnoty	122

Zoznam tabuliek

Tabuľka 1 Vývoj spoločnosti a jej základných črt.....	19
Tabuľka 2 Vzťah medzi štandardizáciou a individualizáciou služieb	48
Tabuľka 3 Prehľad jednodimenzionálnej klasifikácie služieb	50
Tabuľka 4 Klasifikácia ekonomických činností podľa ŠKEČ	81
Tabuľka 5 Príspevok odvetví služieb k tvorbe hrubej pridanej hodnoty v krajinách OECD ..	87
Tabuľka 6 Spôsoby merania produktivity	94
Tabuľka 7 Úroveň produktivity v odvetviach služieb v krajinách OECD	96
Tabuľka 8 Podiel odvetví služieb na celkovej zamestnanosti vybraných krajín OECD.....	102
Tabuľka 9 Korelačný vzťah vývoja zamestnanosti v odvetviach sektora služieb a ekonomického cyklu	108
Tabuľka 10 Vymedzenie služby negatívne k výrobku.....	118

Zoznam grafov

Graf 1 Podiel sektorov na tvorbe HDP v roku 2017 v krajinách OECD	86
Graf 2 Zamestnanosť v sektore služieb vo vybraných krajinách za rok 2017	98

Graf 3 Vývoj zamestnanosti v sektore služieb vo vybraných krajinách (v %)	99
Graf 4 Podiel odvetví na zamestnanosti v krajinách OECD	100
Graf 5 Trend vývoja zamestnanosti podľa sektorov (priemer krajín OECD)	101
Graf 6 Dynamika vývoja zamestnanosti v sektore služieb vo vybraných krajinách OECD..	103
Graf 7 Dynamika rastu zamestnanosti v sektore služieb vo vybraných krajinách OECD	104

I. TEÓRIA SLUŽIEB

1. Namiesto úvodu alebo „Prečo študovať služby?“

„SLUŽBY vytvárajú a poskytujú HODNOTU, ktorá pomáha naplňovať TÚŽBY KLIENTA.“

Publikáciu, ktorú práve držíte v rukách, sme vytvárali s vedomím predstaviť materiál, ktorý by prinášal ucelenejší pohľad na služby v modernej spoločnosti nielen z pohľadu teoretických postulátov, ale najmä z uchopiteľného pohľadu ekonómie a manažmentu, čím by sme vytvorili použiteľný materiál pre pochopenie výziev v riadení službových organizácií.

Služby sa stali dominantnými v našej spoločnosti. Či už budete manažovať tradičnú organizáciu poskytujúcu služby alebo aj výrobnú spoločnosť, pridávanie hodnoty cez služby sa stalo základným spôsobom prežitia a zvyšovania konkurencieschopnosti. Tento vývoj k službám je funkciou zvýšeného nároku na rýchlosť poskytovania služieb, dostupnosti samoobslužných technológií v službách, nárastu outsourcingu a sieťovania a zvýšenej konkurencie. Rozvoj konkurenčných síl nás núti bojovať niečím iným ako len výrobkami. Dnešní zákazníci vyžadujú hodnotu v službách, individuálne prispôsobené riešenia a nezabudnuteľné zážitky.

Skúsenosti s oboma typmi organizácií (výrobnými aj službovými) odкрývajú absolútny kontrast medzi nimi z pohľadu riadenia. Avšak stiera sa rozdiel z pohľadu klienta. Ak sa rozvoj výroby nových fyzických výrobkov zakladá na presne štruktúrovaných procesoch, vývoj nových služieb je stále výsledkom prinajlepšom ad hoc procesov a neriadenej inovácie. Zvýšenie úspešnosti pri vývoji a dizajne nových služieb od vás vyžaduje viac ako len prevzatie systémov, ktoré fungujú vo výrobných podnikoch, a následné prispôbenie službám. Nemýľte sa, služby takto nefungujú. Sú odlišné. Našou motiváciou k písaniu tejto publikácie bolo predstaviť vhodnú ucelenú konštrukciu nazerania na služby, ich úspešného manažovania a neustáleho zlepšovania a inovácie súčasných ako aj rozvoja nových služieb, a to tak, že sa služby stanú pre vašich súčasných aj potenciálnych klientov jedinečné.

Ako spotrebiteľia používame služby každý deň. Niekedy nekonečné hodiny na mobilnom telefóne, vybavovanie žiadostí a dokladov u orgánov verejnej správy, pozeranie televíznych programov, návšteva zubára, cestovanie autobusom – toto všetko sú príklady služieb slúžiacich na uspokojenie individuálnych potrieb. Veľké vzdelávacie centrá a inštitúcie, kde sa

vzdelávame, predstavujú tiež zložitú komplexnú štruktúru služieb. Napríklad vysokoškolské zariadenia častokrát v sebe zahŕňa knižnicu, jedáleň, obchod s literatúrou, ubytovacie služby a dokonca aj banku. Ak bývate na internáte, je vám okrem ubytovacích služieb pravdepodobne poskytovaná služba stravovania, zdravotná starostlivosť, vnútorné a vonkajšie relaxačné a zábavné zariadenia a možno aj kino.

Spotrebitelia však nie sú vždy spokojní s cenou a kvalitou poskytovaných služieb. Ako spotrebitelia sa veľmi správe sťažujeme na byrokráciu, na nekompetentný personál, nevhodný prevádzkový čas pre poskytovanú službu, na slabý výkon a zbytočne komplikované procesy. Rozčuľujeme sa nad zložitou dostupnosťou požadovanej služby, nad zložitou vybavovaním a kde všade je zákazník nútený čakať. To všetko však slúži ako podnet na to, aby sme sa systematicky zaoberali zlepšovaním služieb.

Poskytovatelia služieb sú častokrát vnímaní ako subjekty, ktoré majú rozdielne záujmy ako spotrebitelia. Mnoho poskytovateľov sa sťažuje, aké ťažké je vytvárať zisk, ako ťažko je nájsť kvalifikovaných a motivovaných zamestnancov alebo akým spôsobom by mali prejavovať vďačnosť spotrebiteľom za ich lojalitu. Niektoré firmy veria, že bezpečná cesta spočíva vo finančnom riadení organizácie v zmysle tvrdého riadenia štruktúry nákladov a eliminovania zbytočných neproduktívnych činností.

Našťastie väčšina spoločností poskytuje služby, ktoré vedia potešiť a uspokojiť zákazníka, vytvoriť na tomto procese zisk a zamestnávajú príjemných a kompetentných ľudí, ktorí tieto služby prezentujú a poskytujú k spokojnosti zákazníkov ako aj firiem, ktoré reprezentujú. Svetovo obdivované organizácie akými sú napríklad *Google*, *Singapore Airlines*, *eBay*, *Four Seasons* alebo slovenské spoločnosti ako *Eset*, *Sygic* a mnoho ďalších perfektne reprezentujú spoločnosti, ktoré vo väčšine ponúkaných služieb ponúkajú dokonalosť, komfort, vysokú hodnotu a sú schopné úspešne riadiť komplexné službové procesy v dnešnej dynamickej spoločnosti.

Služby sa stali dominantným faktorom v ekonomikách vyspelých krajín. Či už budete riadiť tradičnú spoločnosť poskytujúcu služby alebo výrobný podnik, poskytovanie hodnoty prostredníctvom služieb sa stalo základným spôsobom ako obstať v konkurencii. Vývoj smerom k službám je funkciou dopytu zvýšených časových požiadaviek, dostupnosti samoobslužných technológií, rastu outsourcingových aktivít, budovania fyzických i virtuálnych sietí a zvýšenej konkurencie. Vývoj konkurenčných síl núti spoločnosti súťažiť na inej úrovni než len prostredníctvom hodnoty samotného ponúkaného produktu. Dnešní zákazníci vyžadujú hodnoty cez služby, komplexné a zrozumiteľné riešenia a hodnotné skúsenosti a zážitky. Cenová konkurencia je manažérsky prekonaná a ekonomicky

samovražedná cesta. Boj o zákazníka sa presúva do iných oblastí. Jednou z nich je služba, ktorá tvorí základ tvorby úžitku pre zákazníka.

Súťaženie prostredníctvom služieb sa stalo viac než celosvetovým trendom. Tak v spoločnostiach poskytujúcich tradičné služby (finančné, v oblasti cestovného ruchu, dopravy,...) ako aj spoločnostiach produkujúcich fyzické produkty sa poskytovanie hodnoty prostredníctvom služieb stalo spôsobom života a prežitia na trhu.

Z pozície riaditeľa spoločnosti je jeho úlohou nastaviť stratégiu v oblasti služieb a zapojiť ľudí do inovačných procesov a procesov neustáleho zlepšovania služieb. Či už ako obchodný alebo prevádzkový manažér s priamym stykom so zákazníkom, či dokonca ako pracovník vo výrobe, ich prácou je lepšie porozumieť zákazníkovi, ich problémom, ktoré sa snažia riešiť, a zlepšiť ich životy. Či už je ich úloha založená na vytváraní predpokladov alebo priama realizácia, zabezpečiť vysokokvalitné služby je ich zodpovednosť.

Obchodná logika súťaženia prostredníctvom služieb je jednoduchá: „Vyriešenie zákazníkových želaní a problémov riešeniami založenými na vysoko hodnotných a zároveň nákladovo efektívnych službách je najlepším spôsobom ako si udržať zákazníka a zabrániť mu realizovať obchody s konkurenciou.“

Otázkou zostáva, čo núti manažérov upriamiť pozornosť na súťaženie v oblasti služieb? A čo vlastne robí služby a manažment služieb rozdielnymi od výrobkov a výrobného manažmentu?

Publikácia má vysvetľovať princípy, ktoré menia chápanie služieb a prístup k ich riadeniu. Nezameriava sa prioritne na technické nástroje riadenia, i keď sa im v publikácii nevyhýbame. Aj preto je obsah publikácie zameraný na určenie postavenia služieb v ekonomickom systéme spoločnosti. Vysvetľujeme, prečo dobrá hospodárska politika počíta s rozvojom sektora služieb ako kľúčovým článkom trvalého ekonomického rastu a bohatnutia ekonomiky. Čitateľom objasňuje podstatu a špecifiká služieb z pohľadu rizík riadenia organizácie a kontinuálneho zlepšovania a inovovania služieb. Odkrýva vývojové tendencie v oblasti služieb a buduje základy pre ďalšie štúdium služieb cez ostatné ekonomické a manažérske oblasti. Hlbšie sa zaoberá mikroekonomickými aspektmi služieb a základmi manažovania službových procesov smerom k dokonalosti cez kontinuálne zlepšovanie a zvyšovanie pridanej hodnoty služieb. Po preštudovaní publikácie by mal byť čitateľ schopný pochopiť podstatu služieb a službových procesov, vysvetliť a rozlíšiť podstatu služieb, riadiť službotvorné procesy a ostatné stránky služieb pri akceptovaní významného postavenia zákazníka a jeho potrieb pri tvorbe a kontinuálnom zvyšovaní (inovovaní) hodnoty služby. Mal by pochopiť princípy inovácií a kontinuálneho zlepšovania pri poskytovaní služieb, neustále

hľadať nové spôsoby uspokojenia potrieb s využitím moderných technológií a odmietnuť typický prístup „takto sa to robilo doteraz, tak to budeme robiť aj ďalej“. Publikácia má za cieľ provokovať smerom od „neviem“, „nemôžem“ a „nedá sa“ k „viem“, „môžem“ a „chcem“.

2. Rozvoj sektora služieb

2.1 Postavenie služieb v ekonomike

Prečo sú služby také dôležité pre úspech ekonomiky? Viditeľným dôvodom je, že služby sa stali dominantným prvkom moderných vyspelých ekonomík. Podiel služieb na hrubom domácom produkte vyspelých krajín neustále rastie, pričom neustále vyšší podiel pripadá na služby, ktoré sa označujú ako procesy tvoriace hodnotu, bez ktorých by samotný produkt (výrobok) bol sám osebe nepoužiteľný, resp. jeho pridaná hodnota by bola extrémne nízka. Služby preto získavajú na dôležitosti a stávajú sa základom spotrebiteľských rozhodnutí.

Cenová konkurencia je riziková, a preto sa moderné spoločnosti venujú predovšetkým konkurencii v oblasti kvality, času dodania služby, komplexnosti servisu, platobných podmienok, atď. A to všetko sú služby, ktoré vytvárajú hodnotu pre zákazníka, za ktorú je ochotný zaplatiť. Pretože mu služby pomohli vyriešiť jeho problém.

Ďalšou oblasťou, ktorú sú služby schopné zabezpečiť je vernosť zákazníka. Samozrejme, že možno namietat, že táto oblasť je úlohou marketingu, ale „ľudia z marketingového“ tiež nemôžu robiť svoju robotu dobre bez kvalitného materiálu. Vernosť zákazníka sa získava zapojením všetkých článkov hodnotového reťazca do procesu poskytovania služby a v tom je ich veľká výhoda a zároveň nevýhoda. Udržať si zákazníka zároveň znamená neustále zlepšovať proces poskytovania služby za účelom zvyšovania poskytnutej úžitkovej hodnoty zákazníkovi. Tento proces sa nezaobíde bez tzv. inovačného riadenia, ktoré zabezpečuje dostatočnú základňu pre tvorbu zlepšení, objavovanie nových postupov, hodnôt a v neposlednom rade učí organizáciu úspešne čeliť týmto výzvam konkurencie a budúcnosti.

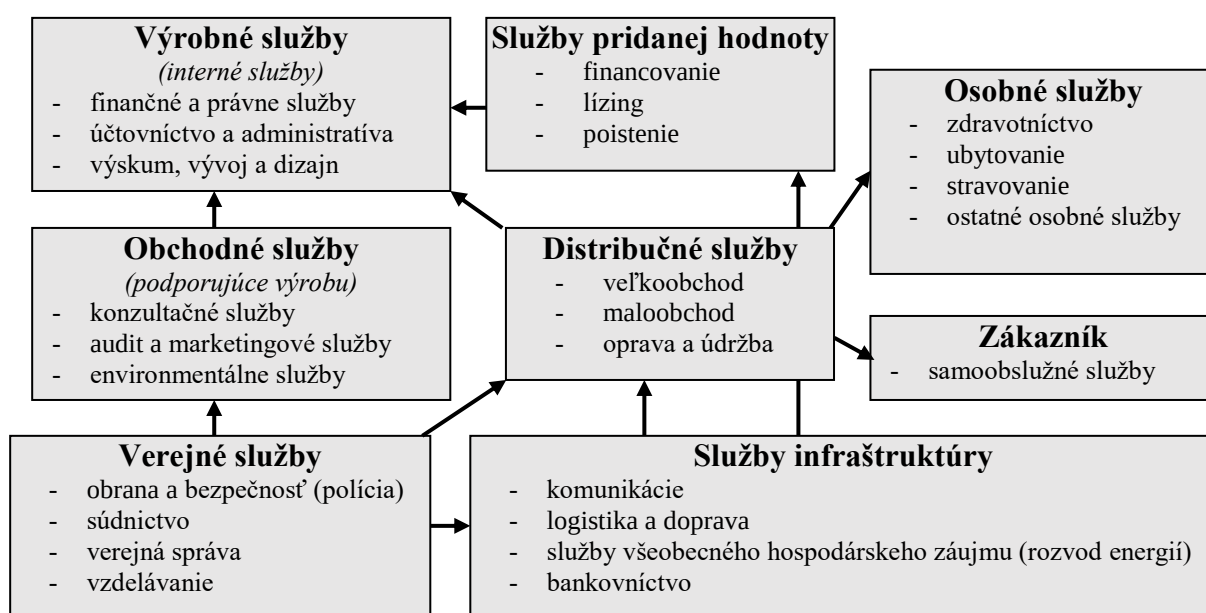
Organizácie poskytujúce služby sa pohybujú v rozmedzí obrovských medzinárodných združení ako napríklad letecké spoločnosti, bankovníctvo, telekomunikácie, hotelové reťazce až po malé firmy jednotlivcov, ktorí prevádzkujú malé službové organizácie, vrátane reštaurácií, bufetov, taxi atď.

Niektoré podniky vytvárajúce časovo náročné fyzické produkty, ako je tlačová a fotografická úprava. Ak toto poskytnú inej spoločnosti, pretože to dokážu rýchlejšie vytvoriť ako iný, a tým vytvoria väčšiu pridanú hodnotu, môžeme ich označiť ako obchodnú službu. V tomto je tajomstvo rozvoja sektora služieb v moderných ekonomikách. Vo vnútri mnohých veľkých spoločností, ktoré sú štatisticky označované ako výrobný, poľnohospodársky a ťažobný priemysel. Hovorí sa im vnútorné služby, ktoré kryjú množstvo aktivít

(environmentálne služby, doprava a logistické služby, administratívne služby, vývoj, atď.) S rastúcim rozsahom organizácie vyhľadávajú dodávateľov, ktorí dokážu vyrábať efektívnejšie a tým pádom ušetriť náklady a získajú ešte nových spotrebiteľov. Celý rozvoj obchodných (business) služieb je založený na jednoduchom ekonomickom vzorci úspor z rozsahu a novom manažérskom prístupe nazývanom „masové prispôsobovanie“ požiadavkám klientov (mass customization).

Preto sa v modernej spoločnosti rýchlo rozvíja sektor obchodných služieb, ktorých podstatou je vlastne odbremeniť producenta výrobku od ostatných zabezpečovacích činností, ktoré priamo nesúvisia s hlavným predmetom jeho činnosti, ale tieto činnosti sú nevyhnutné pre zvládnutie výrobného procesu. Obdobne vo výrobných činnostiach *IBM* pracuje menej zamestnancov ako v službách. Vyše 33% príjmov tejto spoločnosti pochádza z takých služieb, ako sú leasing počítačov, údržba, softvér. Predáva *IBM* výrobky alebo služby? Kvôli získaniu úplnosti obrazu o službových vstupoch vo výrobných odvetviach treba podchytiť výdavky na výskum a vývoj, riadiacich, technických, administratívnych pracovníkov, interne zabezpečované služby informačné a ďalšie. (Michalová, 2004)

Vzťahy v ekonomike a postavenie služieb znázorňuje nasledovný obrázok.



Obrázok 1 Úloha služieb v ekonomike

Prameň: Fitzsimmons, J.: Service Management, 5th edition. New Jersey : McGraw Hill. 2005

Čo sa týka rozlišovania a ohraničovania jednotlivých sektorov podľa úrovne citlivosti vnímania technického a technologického pokroku, predpokladalo sa intenzívne presadzovanie pokroku v priemysle, menej v poľnohospodárstve a relatívne málo v službách. Táto téza už dávno nemá všeobecnú platnosť. Nástupom mikroelektroniky, nanotechnológií

a biotechnológií došlo k uplatneniu modernej technológie aj v odvetviach služieb, resp. práve v nich. Je pravda, že zavádzanie nanotechnológií prináša technické a štruktúrne zmeny vo všetkých sférach ekonomiky. Poskytuje však dosiaľ nepoznané možnosti i v službách, pretože umožňuje až niekoľkonásobné inovácie, čím utvára a vyžaduje úplne nový profil materiálo-technickej základne služieb. Na základe mikroelektroniky, počítačovej techniky, využitia nanotechnológií a umelej inteligencie schopnej spracovávať obrovské množstvo dát v zložitých algoritmoch vzniká totiž nový systém informácií, nový informačno-komunikačný systém, nové spôsoby šírenia údajov a ich zaznamenávanie, nový finančný a trhový systém, nové druhy služieb. Vznikajú nové potreby zákazníkov, čo vedie aj k vzniku nových dodávateľov a poskytovateľov týchto služieb a k narušeniu monopolného postavenia hráčov v tejto oblasti. Nové činnosti naskočia otázku komplexnej technickej prestavby siete služieb a zriaďovania novej siete a infraštruktúry. Presadzujeme názor, že vznik nových ekosystémov v spojení s novou technológiou je jednou z najnovších a pravdepodobne najdôležitejších tendencií súčasnej doby a nevyhnutnou podmienkou na efektívne fungovanie primárneho i sekundárneho sektora. Spojenie technológie a služieb umožní vybudovanie sietí, prostredníctvom ktorých účastníci, ktorí k nim majú prístup, môžu vytvoriť špecifické zhodnocujúce vzťahy.

Okrem toho nová technika umožňuje zriaďovať samostatné výrobné jednotky služieb. Tie poskytujú služby lacnejšie, pružnejšie, ako keď sú súčasťou priemyselného podniku (výskum, vývoj, reklamné, výpočtové a podobné činnosti), vtedy, ak sú pod tlakom konkurencie, teda dostatočne rozvinutej ponuky na trhu.

V súvislosti s technickým pokrokom sa v rámci predmetnej kritiky poukazuje aj na dôsledky presadzovania substitučných procesov medzi službami a výrobkami spôsobujúcimi zmenu v spotrebných službách i v dopyte po nich. Ako príklad možno uviesť používanie rôznych mechanizmov v domácnosti (práčka, kosačka, vysávač), tiež antikoncepcných prostriedkov znižujúcich požiadavky na zdravotnícke služby, kozmetických prípravkov redukujúcich dopyt po osobných službách a podobne.

Používanie technických zariadení umožňuje vykonávanie aktivít typu „Do-it-your-self“ (urob si sám) v širokom okruhu činností ako je príprava jedla, údržba a čistenie odevov, interiérov a pod. Zmeny v spotrebe služieb spôsobuje aj uplatňovanie samoobslužných prvkov napr. v obchode, finančníctve, v stravovacích a dopravných službách. Vzniká tým nový druh spotrebiteľa, Tofflerom označený „PROSUMER“ (producer and consumer), v ktorom sa spájajú dva identifikovateľné aspekty: peňažný a nepeňažný (monetarizovaný a nemonetarizovaný). Predpokladá účasť spotrebiteľa na obraze produkcie tak, aby bol efektívnym a použiteľným výstupom. Zložitosť vzťahov a podmienok v ekonomikách v 70. a

80. rokoch 20. storočia viedla k zmene výrobných systémov (poradenské služby, právne, marketingové, vývojové, informačné). Keďže ekonomické činnosti sa v klasifikačnom systéme národných účtov sledujú inštitucionálne a podľa prevažujúcej činnosti, spadajú do výrobného výstupu (sektora), pričom do sektora služieb sa zaraďujú len v prípade ich vyčleňovania, teda nadobudnutia trhovej formy. (Michalová, 2004)

Vlády a neziskové organizácie sú tiež aktívne v poskytovaní služieb, hoci rozsah účasti v sektore služieb sa líši v závislosti od veľkosti ekonomiky, verejných politík vlády a tradícií v danej krajine, ktoré vždy odrážajú tradície a sociálne hodnoty obyvateľov danej krajiny. Mnohé vlády (či už národné, regionálne alebo miestne), vzdelávacie inštitúcie (školy, univerzity), nemocnice, zariadenia sociálnych služieb, či múzeá, galérie alebo iné typické neziskovo orientované organizácie poskytujú tak neziskovo orientované služby (balíky služieb), avšak mnoho z nich poskytuje časť služieb na komerčnom základe, pričom v niektorých krajinách existujú aj ziskovo orientované varianty týchto inštitúcií.

2.1.1 Reštrukturalizácia ekonomiky k službovým ekonomikám

Pozorovanie vývoja v odvetviach služieb v súvislosti so systémovými zmenami v hospodárstvach v 70. rokoch viedlo k prekonaniu názoru na jeho homogenitu a k opodstatnenosti rozlišovania (Michalová, 2004):

1. intermediálnych služieb, ktoré sa prezentujú vo forme služieb výrobné orientovaných, predstavujúcich vstup do produkcie výrobkov alebo iných služieb, ktoré sú poskytované v rámci konceptu interných služieb priamo v organizácii alebo ako obchodné služby podnikom,
2. služieb konečného dopytu jednotlivcov a domácností (ako súčasť súkromnej spotreby) a spoločenských služieb spotrebúvaných skupinou osôb (ako súčasť verejnej spotreby).

V tejto súvislosti sa vývoj služieb interpretuje ako prejav nového rozdelenia rastu medzi intermediálny a konečný dopyt, pričom za príčiny tohto nového rozdelenia, resp. faktory vývoja, sa považujú:

1. komplementárnosť statkov a služieb,
2. riadenie komplexnosti výroby (technickej a sociálnej zložky),
3. riadenie rizika vyžadujúceho veľký komplex informácií.

Hlboké zmeny v službách sa vysvetľujú zmenou záujmu od fyzických investícií, ktoré boli centrom priemyselného modelu, k intelektuálnym investíciám a k poznatkom. Nové druhy intermediálnych služieb predstavujú:

- nový dopyt podnikov (po poradenských, auditorských, informačných, reklamných, sprostredkovateľských, bezpečnostných službách),
- novú kombináciu výrobných faktorov (práce, kapitálu, informácií),
- zavedenie informačných a komunikačných technológií.

Existencia a presadzovanie intermediálnych služieb a objasnenie ich pôsobenia viedlo k úvahám zamietajúcim izolované pohľady na služby a k uprednostňovaniu prístupu vychádzajúceho zo vzájomnej závislosti hospodárstva ako takého a jeho jednotlivých odvetví. Podľa Quinna a Paguetta (1989) sú tieto odvetvia vysoko prepojené a závislé. Tieto myšlienky sú zhmotnené v teóriách interdependencie. Predmetné označenie vyplýva z komplementárneho vzťahu priemyselnej produkcie a služieb (finančných, poisťovníckych, dopravných, telekomunikačných, obchodných, odzrkadľujúcich sa vo výslednom produkte).

Hlbšie pozorovanie charakteru intersektorových vzťahov ukázalo kvalitatívne odlišnú závislosť služieb konečného dopytu (osobných a spoločenských) od produktov priemyselných, ktorá sa prejavuje skôr ako následok rozvoja tohto sektora, teda v obrátenom poradí ako pri intermediálnych službách, kde sa pôsobenie pozoruje ako predpoklad rozvoja priemyslu. V mnohých prípadoch rozvoj produkcie služieb nie je výsledkom rastu alebo jeho sprievodným javom, mal by to byť jeden z jeho predpokladov. Argumentujú, že výkonný a dobre zabehnutý bankový systém, poisťovníctvo, telekomunikácie, doprava sú nevyhnutné podmienky na rozvoj ekonomiky a nie ich následkom. V tejto súvislosti sa presadzuje názor, že konvenčné delenie hospodárstva na sektory nie celkom správne odzrkadľuje skutočnú ekonomickú aktivitu. Jeho vhodnosť spočívala v zistení rozdielov jednotlivých typov ekonomických činností, keď poľnohospodárske činnosti súvisia s primárnou produkciou potravín, ťažiskom priemyselných činností je transformácia surovín na výrobky a činnosti služieb sa spájajú s ľudskými a vecnými objektmi. Povaha ekonomických činností sa však natoľko zmenila, že sektorové členenie sa považuje za neopodstatnené.

2.1.2 Externalizácia a služby

Rozsah a intenzita medzisektorových zmien, ktoré sa presadzovali po krízových javoch, súviseli aj s reorganizáciou výrobných procesov, nástupom a urýchlením procesov externalizácie služieb. Rozumie sa ňou vyčleňovanie služieb z podnikateľského priemyselného sektora na právne samostatnú trhovo-podnikateľskú formu.

Externalizácia je výsledkom rozhodnutia výstižne charakterizovaného „Make or Buy“ (urob alebo nakúp). Je výhodným využitím procesov deľby práce, t. j. možnosti uplatnenia

trhových vzťahov, dosiahnutia škály efektov a/alebo kvalitatívne vyššieho ocenenia služieb s uplatnením predností špecializácie.

Externalizácia služieb je proces „zoštíhľovania ekonomických subjektov, v ktorom sa podniky a inštitúcie zbavujú pre nich ekonomicky neefektívnych a nákladovo náročných službových činností, pričom dôraz sa kladie na tzv. „core business“ (hlavnú podnikateľskú činnosť). Externalizácia sa vysvetľuje tiež ako nové rozdelenie pracovných síl vynútené novými požiadavkami priemyselných subjektov na odvetvia služieb pri jeho reorganizácii po prvom a druhom ropnom šoku.

Tento trend nabral na význame predovšetkým po páde technologických akcií v rokoch 2000, ktorým sa odštartoval proces výrazného zoštíhľovania prebyrokratizovaných obchodných modelov organizácií a zamerania na hlavnú podnikateľskú činnosť. Dôsledkom takéhoto zoštíhľovania podniku je nový dopyt, ktorý môže byť uspokojený prostredníctvom dvoch druhov ponuky:

1. novovytvorenou firmou, ktorá vznikla organizačným (aj právnym) vyčlenením z materskej firmy alebo inštitúcie,
2. firmou vzniknutou nezávisle od odberateľa na novom obchodnom modeli.

Externalizáciu služieb podľa príslušnosti k sektoru rozlišujeme na typy:

typ A - vyčleňovanie služieb zo sektora poľnohospodárstva (napr. šľachtenie nových odrôd alebo živočíchov);

typ B - vyčleňovanie zo sektora priemyslu (napr. správa informačnej siete firmy, účtovné služby, výskum a vývoj nových produktov, tzv. R&D,...);

typ C - vyčleňovanie určitých druhov služieb z podnikov služieb na iné subjekty, čo sa v praxi označuje ako špecializácia (napr. pri službách bankových domov oddelenie správy aktív klientov do novozaložených „asset management spoločností“, oddelenie spotrebiteľských úverov do nových spoločností,...).

Takto vytvorené nové segmenty služieb postavené na obchodnom modeli ekonomicky racionálnych úspor z rozsahu spojených so štandardizáciou služieb a masovou „customizáciou“ súvisia s racionalizáciou a závisia od interných a externých faktorov. Interné faktory znamenajú reorganizáciu firmy, kým externé zase potrebu väčšieho množstva informácií, ktoré by umožnili ovládať oveľa neistejšie prostredie na trhu. Vzniká nový silný dopyt pre celú škálu nových funkcií služieb, z ktorých niektoré sa vykonávali v rámci priemyslu. Aby sa tieto funkcie mohli účinne plniť, musia sa reorganizovať. To zlepšuje prepojenie medzi priemyslom a službami, ktoré nie je ani dimenzionálne, ani geograficky limitované. Šíri sa do celého hospodárstva. Proces šírenia osvetľuje intenzita rastu služieb najmä v subsektore výrobných

služieb a v ich rámci obchodných služieb („business services“) zabezpečujúcich túto novú funkciu.

Extemalizačné procesy a v rámci nich expanzia služieb vedie spätne ku konkurenčným tlakom na priemyselný sektor a podnikateľov cez skladbu rozvíjajúcej sa špecializovanej ponuky služieb a v konečnej fáze až k produkcii vysokohodnotných výrobkov. S týmto procesom korešpondujú predovšetkým intelektuálne náročné a profesionálne služby, ku ktorým sa zaraďujú predovšetkým právne a podnikateľské poradenstvo, architektonické a inžinierske služby, výskum a vývoj, technické testovanie a dizajnérstvo, sprostredkovanie na trhu práce, reklamné činnosti a pod. Rozvíjajú sa spolu s priemyselnými činnosťami.

Význam takejto úzkej interakcie oboch zložiek - priemyslu a služieb - spočíva v tom, že ponuka predmetných služieb prispieva k modernejšiemu riadeniu výroby a odbytu priemyselných podnikov a na druhej strane organizačné štruktúry podnikov indukujú dopyt po nových, kvalitatívne vysoko hodnotných službách.

2.2 Faktory ovplyvňujúce rozvoj služieb

Vývoj služieb závisí predovšetkým od úrovne vývoja spoločnosti. V závislosti na type vývoja spoločnosti sa menia aj hodnoty ľudí, čo vplýva na rozvoj a štruktúru služieb. Názor na vývoj spoločnosti a postavenie služieb v nej podľa príspevku Fitzsimmonsa (2005) znázorňuje nasledujúca tabuľka.

Tabuľka 1 Vývoj spoločnosti a jej základných črt

Spoločnosť	Pred-industriálna	Industriálna	Post-industriálna	Informačná
Vzťahy	S prírodou	S pretvorenou prírodou	Medzi ľuďmi	Medzi technológiami
Dominantné činnosti	Ťažba surovín a poľnohospodárstvo	Výroba tovarov	SLUŽBY	Technológie
Využitie pracovnej sily	Fyzická ľudská práca	Prevaha práce pri strojoch	Kreativnosť, intelekt, umenie	Zábava, kreativnosť, umenie
Jednotka sociálneho života	Rozšírená rodina	Jednotlivec	Komunita	virtuálna komunita
Meranie životnej úrovne	Živobytie	Množstvo statkov	Kvalita života meraná ako zdravie, vzdelanie a životné prostredie	Možnosti Inovácie Netradičné životné skúsenosti Zážitky
Štruktúra spoločnosti	Tradičná autokratická	Byrokratická hierarchická	Interdependencia (vzájomná závislosť) a globalizácia	Interdependencia (vzájomná závislosť) a globalizácia
Technológia	Jednoduché ručné náradie	Stroje a zariadenia	Informácie	Umelá inteligencia

Prameň: Vlastné spracovanie na základe Fitzsimmons, J. 2005. Service Management. New Jersey: McGraw Hill, 2005.

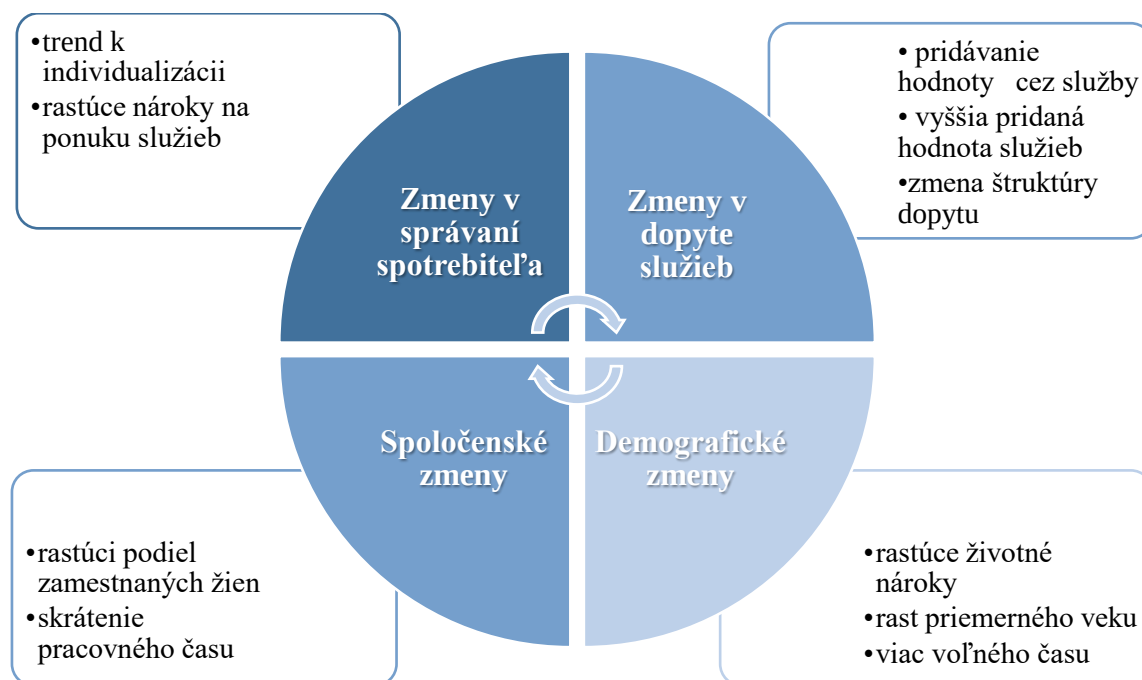
Z uvedenej tabuľky jasne vyplýva, ktorým smerom sa bude uberať vývoj služieb do budúcnosti. Silný vývoj (čo do rozsahu aj štruktúry) zaznamenajú služby interpersonálneho typu s prevládajúcim charakterom kreatívnej, duševnej, intelektuálne a umeleckej tvorby zameranej na vybrané komunity nielen z geografického charakteru, ale aj charakteru záujmového a profesionálneho, ktoré budú prispievať k rozvoju kvality života a budú zvyrazňovať globalizačné tendencie. Najvýznamnejším faktorom bude prenos a poskytovanie informácií a umelá inteligencia. Vytvárať sa budú najmä virtuálne pracovné a aj osobné tímy a kolektívy. Vzdialenosť prestáva byť vďaka technológiám podstatná. Zároveň sa znižuje čas potrebný na spoznanie nového životného prostredia vďaka okamžitým informáciám o danom mieste, podmienkach života, spôsobe fungovania systému a podobne. Početnosť informácií sa postupne nahrádza kvalitou informácií a ich účinnosťou v momente potreby a použitia.

Rast podielu služieb vyplýva z celkových spoločenských zmien. Zvýšený podiel zamestnaných žien viedol k presunu doteraz v domácnostiach vykonávaných služieb na komerčných poskytovateľov (napr. služby gastronómie, upratovacie služby). Pod vplyvom

ponuky „priemyslu“ služieb voľného času sa skracuje pracovný čas. Zreteľný trend k internacionalizácii a globalizácii obchodných a súkromných kontaktov, zvyšuje ponuku početných služieb z oblasti cestovania, finančných služieb, poradenstva, ale aj elektronického sprostredkovania informácií. Rozvoj služieb výrazne determinujú a urýchľujú aj také spoločenské trendy, ako:

- zmeny vládnej politiky smerujúce k znižovaniu vládnych zásahov a miery regulácie vybraných sfér,
- proces privatizácie verejných a neziskových služieb,
- technologické inovácie v oblasti produkcie služieb, marketingu služieb a v oblasti informácií,
- rast produktivity práce,
- zvyšovanie kvality služieb,
- rozvoj služieb pre výrobu,
- potreba subjektov poskytujúcich verejné a neziskové služby hľadať nové zdroje príjmov na svoju činnosť a ďalšie.

Rast odvetví služieb je ovplyvnený aj ďalšími faktormi. Môžu byť zhrnuté do štyroch oblastí, kde sú definované vplyvy demografické, sociálne, ekonomické a politické. Faktory ovplyvňujúce rozvoj sektora služieb znázorňuje nasledovný obrázok.



Obrázok 2 Faktory ovplyvňujúce rozvoj služieb

Prameň: Vlastné spracovanie podľa MATEIDES, A., ĎAĎO, J.: Služby. Bratislava: EPOS, 2002.

Tieto faktory je možné detailnejšie rozobrať a vyjadriť ich význam pri formovaní služieb do budúcnosti (Ďaďo, 2002).

1. zmeny v správaní sa spotrebiteľov

Spotrebiteľia sú skúsenejší a náročnejší pri výbere a nákupe služieb. Racionálnejšie posudzujú reklamu služieb. Spotrebiteľia sú náročnejší na informácie, pri ponuke služby (ako nehmotného produktu) požadujú dôkaz o reálnosti ponuky. Vernosť značke budujú až na skúsenosti. Spotrebiteľia menia modely svojho nákupného správania, očakávajú vyššiu pridanú hodnotu v službe, orientujú sa na produkty, ktoré na seba viažu vyššiu mieru služieb. Spotrebiteľ sa prejavuje viac a viac ako individuum, čo vedie k individualizácii a rôznorodosti služieb.

2. demografické zmeny

Rast životných nárokov, rast kúpnej sily obyvateľstva, zvyšovanie podielu obyvateľstva v dôchodkovom veku, dôsledkom čoho sú zmeny trávenia voľného času, rastúci záujem o zdravý spôsob života a rastúci záujem o zdravotnú a ošetrovateľskú starostlivosť. V rámci demografických zmien je treba spomenúť predovšetkým rast priemerného veku obyvateľstva, ktorý vedie k vyššiemu prírastku podielu starších ľudí, a tak k rastúcej potrebe ich opatery, ale tiež pre ich vek vhodných služieb z oblasti poistenia, zdravotníctva a pod. Zmena štruktúry

osídlenia regiónov, presuny obyvateľstva medzi mestom a vidiekom, zmena spôsobu života ľudí si vyžaduje zmenu a rozvoj infraštruktúry a pomocných služieb.

3. spoločenské (sociálne) zmeny

Rast zamestnanosti žien viedol k presunu tzv. tradičných domácich prác mimo domácnosť (pranie, čistenie, oprava odevov, starostlivosť o deti, rýchle stravovanie).

Dva príjmy v domácnosti zvýšili dopyt po osobných službách viedli k rozvoju osobných finančných služieb. Vzrástla životná úroveň, čo viedlo k rozvoju služieb v oblasti zábavy, cestovania, vzdelávania, osobnej hygieny, služieb viazaných na bývanie. S rastom vybavenia domácnosti rástol aj dopyt po službách spojených s údržbou predmetov dlhodobej spotreby.

Rozvoj medzinárodných mobilit formoval náročnejší spotrebiteľský vkus i spotrebiteľské nároky na nové služby. Zákazník má možnosť porovnávať služby doma a v zahraničí. Zmena životného štýlu vedie k zmene štruktúry dopytu po službách, dopyt je komplexnejší, rastie dopyt po nových službách (právnych, poradenských, finančných).

Komunikácia a cestovanie zvyšujú ambície populácie. Obyvateľstvo hľadá nové možnosti vzdelávania sa, chce získať nové zručnosti (lyžovanie, potápanie, jazykové znalosti), čo vedie k dopytu po vzdelávacích aktivitách a informáciách. Rastie záujem o služby spojené s osobnou hygienou, starostlivosťou o telo a ducha človeka.

4. zmeny v dopyte služieb vyvolané ponukou spotrebných a investičných statkov

Vzrastajúca technická komplexnosť mnohých statkov vyžaduje podporné služby, ako napr. údržbu, počítačové školenia, skladovanie dát alebo inštalčné služby. Narastajúca ponuka produktov a služieb sama o sebe vedie k tomu, že veľa spotrebiteľov nedokáže (aj vzhľadom na nedostatok času), aby urobili porovnanie služieb na trhu. To si vyžaduje rast počtu profesií, ako napr. poisťovací agent, počítačový konzultant, komerčný právnik, patentový poradca a podobne. Tieto profesie spotrebiteľovi triedia široké ponukové spektrum, dávajú mu odporúčania vzhľadom na trhom ponúkané služby a tieto v danom prípade aj nakupujú pre zákazníka.

Rastúca homogenita priemyslom ponúkaných produktov je základom pre rastúcu ponuku služieb, ktoré zvyšujú hodnotu základného výrobku. Výrobcovia vidia práve v službách dopĺňajúcich produkt najväčšiu šancu pre dlhotrvajúcu účinnú diferenciáciu od konkurencie. Podiel služieb na komplexnej ponuke bude ďalej kontinuálne vzrastať. Nároky na efektívnosť vo výrobnnej i v nevýrobnej sfére a nároky na rast disponibilných zdrojov časti obyvateľstva vedú k tomu, že určité služby sa prestávajú vykonávať tzv. svojpomocne alebo vo vlastnej réžii.

Vznikajú špecializované organizácie preberajúce od nich určité služby, na ktoré sa špecializujú a ktoré vykonávajú efektívnejšie a kvalitnejšie. Tento proces sa označuje ako „outsourcing“.

5. *ekonomické zmeny*

Globalizácia zvyšuje potrebu komunikovať, cestovať, rastie dopyt po informačných službách. Rastúca špecializácia podnikov vedie k rozvoju spolupráce s externými dodávateľmi služieb (reklama, tlačiarenské služby, výskum trhu, preprava, tlmočenie, servis a iné profesionálne služby). Ekonomická integrácia vytvára predpoklad pre prenikanie služieb na medzinárodné trhy.

6. *politické a právne zmeny*

Vládny sektor vedie k vzniku rozsiahlej infraštruktúry služieb. Internacionalizácia prináša nové právne, finančné a iné profesionálne služby. Svedčí o tom rozvoj služieb poskytovaných medzinárodnými organizáciami v oblasti požičiavania automobilov, bánk, hotelov, leteckých spoločností, poisťovní, poradenských firiem, audítorských služieb, cestovných kancelárií a pod. Časté právne zmeny a prijímanie nových právnych úprav vedie k rozvoju právnych, poradenských a poisťovacích služieb.

Zmeny v správaní spotrebiteľov sú vyvolávané aj trendom k väčšiemu komfortu a pohodlnosti, ktorý je podporený ponukou mnohých nových služieb. Aj dobré skúsenosti, ktoré majú spotrebiteľia s ponukou orientovanou na kvalitu úspešných poskytovateľov služieb rôznych odborov (napr. jednotlivých leteckých spoločností) vedú k rastu požiadaviek na množstvo spotrebúvaných služieb. Toto vedie aj k novým kritériám ohodnotenia pre iné služby (napr. cestovanie železnicou) a rozvoj iných alebo nových služieb.

Druhou širokou oblasťou poskytovania služieb sú služby poskytované organizáciám. V tejto oblasti možno uviesť ďalšie faktory, ktoré ovplyvňujú pozitívne rozvoj služieb. Napríklad:

- prechod na externý nákup služieb od iných dodávateľov - vedie k zvyšovaniu efektívnosti činnosti oboch zúčastnených strán (dodávateľa i odberateľa),
- služby sa stávajú súčasťou hmotných produktov (školenia, servis, poradenstvo, inštalácia, financovanie, skladovanie, lízing a pod.),
- ponuka služieb sa stáva konkurenčným nástrojom výrobcov klasických hmotných produktov,
- služba pridáva hmotným produktom vyššiu hodnotu a tým sa stáva ziskotvorným faktorom.

Dynamiku služieb v súčasnosti popri zmene životného štýlu ovplyvňuje aj ponuka nových služieb ako poisťovníctvo, bankovníctvo, informačné technológie, telekomunikácie,

internet, poradenstvo, marketingové služby, služby rekreácie a voľného času, ale aj služby z kategórie zábavy (označované aj ako „zábavný priemysel – entertainment business“).

Ďalšou významnou oblasťou rozvoja služieb sú odvetvia moderných technológií. V posledných rokoch sa do pozornosti manažérov dostal a značne rozšíril aj predaj služieb v celosvetovom meradle prostredníctvom elektronického obchodu. Objem exportu služieb v tejto oblasti zaznamenáva vysokú dynamiku. V najvyspelejších krajinách tvorí podiel služieb zo sféry informatiky, softvéru, databáz, aplikácii, služieb spojených s internetom na objeme exportu v priemere 20 - 30%. Oblasť elektronického obchodu a rozvoja internetu vytvoril predpoklad, že ide o veľmi dynamické odvetvie služieb. Do tejto kategórie služieb možno zaradiť napr. prevádzkovanie serverov, skladovanie dát, tvorba a aktualizácia databáz, vyhľadávanie dát, tvorba webových stránok, on-line konzultácie, spracovanie elektronických objednávok, reklamu na internete a celý rad ďalších. Webová stránka, ako hypermédium na internete, predstavuje pre služby globálny službotvorný, komunikačný a distribučný kanál. Zákazníkovi sa cez jeho počítač a monitor dostáva na stôl text, obraz - grafika i zvuk, no predovšetkým služba a jej úžitok.

Rozšíreným trendom v oblasti služieb je „consumer e-commerce“ (nákup služieb a výrobkov cez internetové kanály – *Amazon, eBay*, atď. a vyhľadávanie informácií *Google, Baidu, Facebook*,...) a tzv. „e-life“ (elektronický život), ktorý je spojený s komunikáciou, vzdelávaním, nakupovaním, spoločenským životom, atď. prostredníctvom internetu a jeho aplikácií (webtelefóny, webkamery, on-line hry a spoločenské služby).

Veľmi výrazný rast zaznamenávajú podľa tejto charakteristiky on-line hry a platformy poskytujúce rôzne zážitky. Nečudo, že najrýchlejší rast zaznamenávajú predovšetkým rôzne internetové portály a interaktívne služby, ktoré poskytujú vo svojom portfóliu napríklad vyhľadávače spoločností *Alphabet (Google)*, *Apple*, rôzne zdieľané platformy na zábavu, komunikáciu a prenos informácií ako napríklad *iTunes, Last.fm, YouTube*. Najnovšie služby domácej zábavy už nestoja na hardware, ale práve na „contente“ (obsahu), ako napríklad *Amazon Echo, Google Home* alebo *Sonos*.

(„Mimochodom, vlastníci a manažment spoločnosti Alphabet veľmi rýchlo pochopili rastový potenciál YouTube a vývoj v tomto odvetví a preto ho na začiatku roka 2007 odkúpili do vlastného portfólia služieb. Následne sa v júli 2007 uskutočnila po prvý krát v dejinách ľudstva on-line debata prezidentských kandidátov v USA prostredníctvom príspevkov voličov sprostredkovaných týmto portálom. O desať rokov neskôr si už iný spôsob debaty ani nevieme predstaviť a generácie narodené po roku 2000 budú len veľmi ťažko akceptovať tradičné spôsoby prijímania informácií cez TV, tlačené noviny alebo rozhlas.“)

Celý tento proces sa označuje ako „servizácia“ ekonomiky. Rozvoj služieb je jedným z významných dôvodov, prečo sa v posledných rokoch upúšťa od striktne izolovaného pohľadu na služby a rýchlo sa rozvíja nový prístup a pohľad na riadenie služieb založenom na integrovanom prístupe strategického a operačného manažmentu, marketingu, sociálnych a behaviorálnych prístupov, technických vied založených na inžinieringu služieb a nových info-komunikačných prístupoch k službám.

2.3 Globalizácia služieb

Súčasťou makroekonomického skúmania služieb sú otázky súvisiace s procesom globalizácie služieb. Globalizáciou sa vysvetľujú štrukturálne zmeny národných ekonomík v tomto storočí a presadzovanie služieb v ich rámci. Globalizácia sa chápe ako príčina (alebo dôsledok?) zmien v ekonomikách a je prezentovaná množstvom teórií hospodárskych zmien, ktoré zvýrazňujú kritiku a neuplatniteľnosť teórie troch sektorov pri budovaní modernej spoločnosti. Na pozadí rozvojových črt a reštrukturalizácie služieb vyvolanej systémovými zmenami v 70. rokoch sa vysvetľuje rozšírenie dopytu po službách, zmena pozície služieb ako predpoklad rozvoja ekonomiky, úzka spätosť výrobných a službových procesov, ktoré viedli ku globalizácii služieb. Význam a vplyv služieb v súčasnej modernej ekonomike sa ozrejmuje prostredníctvom sformovaných nových teoretických škôl, ktoré dominujú súčasnému makroekonomickému mysleniu, predovšetkým je to teória sieťovej ekonomiky a teória ekonómie služieb. Tieto poznatky dopĺňa sociálna stratégia ekonomiky služieb a nové chápanie produktívnej práce v ekonomike služieb.

Soubbotin a Sheram (2000) chápu globalizáciu ako vzrastajúcu vzájomnú závislosť krajín, vyplývajúcu z rastúceho obchodu, financií, ľudí, myšlienok na jednom globálnom trhu. Podľa OECD je globalizácia posun od sveta typických národných ekonomík ku globálnej ekonomike, v ktorej produkcia je internacionalizovaná a finančný kapitál sa voľne prelieva z krajiny do krajiny. Procesom globalizácie sa tak svet stáva akousi sieťou vzájomných vzťahov a vplyvov v oblasti kultúry, životného prostredia, politických systémov, ekonomického rozvoja, ale aj v oblasti bežného ľudského života v krajinách po celom svete. Vplyv globalizácie na ekonomický rast môžeme pozorovať na príklade niektorých rozvojových krajín. Collier (2007) uvádza tri procesy, prostredníctvom ktorých globalizácia pôsobí na ekonomiky rozvojových krajín, a to obchod s tovarom, tok kapitálu a migrácia obyvateľstva. Organizácia, ktorá sa ako prvá presunie z krajiny vysokých miezd do krajiny s nízkymi mzdami bude dosahovať väčší

zisk ako v krajine s vyššími mzdami. Postupne ju nasleduje ďalšia organizácia. Jej presun spôsobí, že obe organizácie budú dosahovať zisk a to aj vďaka úsporám z rozsahu. Nasledujú ich ďalšie organizácie. Takto sa výroba postupne presunie na iné miesto (krajiny) a spôsobí v danej krajine rast miezd. Príklad presunu organizácii môžeme ilustrovať na USA a západnej Európe, keď presunuli svoje aktivity, alebo aspoň časť z nich do Ázie (predovšetkým Čína a India). Podľa Colliera (2007) v Ázii síce postupne dochádza k nárastu miezd, ale keďže bol pôvodný mzdový rozdiel veľký a zároveň sa na tomto kontinente nachádza veľké množstvo lacnej pracovnej sily, bude tu proces konvergenzie prebiehať ešte mnoho rokov. V prípade kapitálového toku Collier (2007) hovorí o nedostatku súkromných investícií v rozvojových krajinách, zapríčineným nízkym ratingom týchto krajín. V tejto súvislosti porovnáva Afriku a Indonéziu. Zistil, že Afričania v roku 1990 mali až 38% svojho súkromného bohatstva v zahraničí, len Uganda držala v 80.-tych rokoch dve tretiny svojho majetku v zahraničí, zatiaľ čo Indonézania napriek vysokej korupcii držala svoje bohatstvo vo svojej krajine. Nízka miera dôveryhodnosti ovplyvnila nielen zahraničných, ale aj domácich investorov. Hromadný odliv kapitálu považuje Collier (2007) za prvý stupeň globalizácie rozvojových krajín. Druhým stupňom má byť emigrácia predovšetkým vzdelaných ľudí.

2.3.1 Služby ako hnací faktor globalizácie

Reštrukturalizácia sektora služieb, spočívajúca v presadení intermediálnych služieb a ich kľúčovej úlohy vo výrobných procesoch, je základom nového ocenenia významu služieb v ekonomike a nových pohľadov na ne. Predstavuje služby ako hnací motor globalizácie, ktorých rozvoj už nemá post-industriálny charakter, ale charakter ko-industriálny, keďže sa úzko viaže na kooperáciu a integráciu s novými priemyselnými, poväčšine informatizovanými a aj poľnohospodárskymi (agrárnymi) činnosťami a je dôsledkom intenzívnej deľby práce, zložitých medziľudských a medzinštitucionálnych vzťahov pri globalizácii produkcie. Vo formujúcej sa globálnej ekonomike plnia služby integrujúcu funkciu. (Michalová, 2004)

V tomto kontexte organizácia OECD charakterizuje globalizáciu ako „proces, v dôsledku ktorého trhy a výroba v rozličných krajinách sa stávajú od seba čoraz závislejšie - vďaka dynamike obchodu s tovarom, službami, mobilnosti kapitálu a technológií“.

Globalizácia služieb spôsobuje, že sa národné ekonomiky stávajú funkčne prepojenými, vysoko integrovaným komplexom, ale zároveň rastú prvky rizika a neurčitosti (čo však niektorí odborníci považujú za prirodzený atribút reality, a teda za príležitosť, nie za ohrozenie rozvoja). Uvedený všeobecný integračný rámec sa charakterizuje ako „konvergencia“ produkcie

výrobkov a služieb, vzhľadom na to, že sa predmetné procesy stávajú čoraz podobnejšími. Vyjadruje aj vzájomnú závislosť, následkom ktorej je dôležité pre zvýšenie produktivity a pre ponuku nových služieb rýchle uplatňovať nové informačné a telekomunikačné technológie, čo zvyšuje ich vzájomnú závislosť. Zbližovanie produkcie výrobkov a služieb má vplyv, resp. sa prejavuje (Michalová, 2004):

1. v rozšírení masovej produkcie služieb, ktorej typickým príkladom sú napr. fast-food služby (systém tzv. rýchleho stravovania), bankové služby (ATM), tzv. službové „one-fit-all“ (jeden formát vhodných pre všetkých) riešenia a širšie presadzovanie samoobslužných prvkov v službách,
2. vo zvyšovaní kapitálovej intenzity a v uplatňovaní nových technológií (tzv. priemyselnosť služieb – „mass services“),
3. vo zvyšujúcej sa flexibilitě produkcie služieb s možnosťou presadzovania prvkov individualizácie namiesto masovej produkcie (vyjadrené v koncepte „mass customization“),
4. v skrátení produkčných cyklov (Just-In-Time služby),
5. v zbližovaní vzťahov dopytu a ponuky služieb (sprostredkovateľské platformy, kde sa automaticky páruje dopyt a ponuka),
6. v stúpajúcom význame informačných funkcií služieb v spracovateľskom priemysle, najmä v inovačných a integračných procesoch.

Význam služieb stúpol vo všetkých produkčných procesoch, čím sa stávajú integrálnou súčasťou ekonomiky a ovplyvňujú dynamiku celkového ekonomického systému presahujúceho hranice jednotlivých štátov. Táto skutočnosť viedla k sformovaniu tzv. novej teoretickej školy, ktorá kvalifikuje vývojové procesy ako „globálnu ekonomiku služieb“, resp. ekonomiku služieb. Vzhľadom na to, že ide o hlbšie prepracované teórie, dve z nich prezentujeme podrobnejšie, a to teóriu sieťovej ekonomiky a ekonomiku služieb.

Najčastejšie je ekonomický rast interpretovaný ako zmena v hospodárstve, ktorá sa prejavuje v prírastku základných makroekonomických veličín v čase (Lisý, 2011). Ide o prírastok reálneho HDP v krátkom období a prírastkom potenciálneho HDP v dlhom období, t.j. ak hrubý domáci produkt (Y) je väčší ako v predchádzajúcom období, tak hovoríme o ekonomickom raste. Prostredníctvom HDP a iných makroekonomických ukazovateľov meriame výkonnosť ekonomiky. Ekonomický rast môžeme vyjadriť 3 spôsobmi:

- v absolútnej veličine prírastok HDP v obdobiach: $\Delta Y = Y_t - Y_{t-1}$
- koeficientom ekonomického rastu (r): $r = Y_t / Y_{t-1}$
- tempom ekonomického rastu (g): $g = Y_{t-1} - Y_t / Y_t$

HDP je celková trhov hodnota všetkých konečných tovarov a služieb vyprodukovaných za rok v danej krajine, pričom vychádza z údajov na jedného obyvateľa a tietosla sú uvádzané v tzv. parite kúpnej sily, o znamená že sú upravené podľa rozdielov v cenových úrovniach jednotlivých krajín.

$$HDP = C + I + G + X$$

kde:

C – spotrebné výdavky,

I – investicne výdavky,

G – vládne výdavky,

X – isty export (export – import).

alsim indexom ekonomického rastu, ktorý Organizácia spojených národov (OSN) uvádza, je Human Development Index (HDI), teda index ľudského rozvoja. Ten okrem HDP zohladnuje aj odhad strednej dĺžky života a úroveň vzdelania v tej ktorej krajine. Index ľudského rozvoja (HDI) meria priemerné výkony v krajine v troch základných dimenziách ľudského rozvoja: udske zdravie (vyjadrené priemernou očakávanou dĺžkou života pri narodení), úroveň vzdelania (stanovuje sa pomocou dvoch ukazovateľov, a to podiel gramotného obyvatestva a kombinovaná miera zápisu obyvatestva z prislunej vekovej skupiny navštevujúcich školy prvého, druhého a tretieho stupna) a hmotná životná úroveň (vyjadruje sa hrubým domácim produktom na osobu). HDI sa vypoita ako jednoduchý aritmetický priemer indexov všetkých troch dimenzií, kde pre každu z troch dimenzií je určená maximálna a minimálna hodnota, ktoré služia na stanovenie hodnoty čiastkového indexu (UNDP, Human Development Report, 2016). Hodnota HDI sa pohybuje v intervale $<0 - 1>$, pričom im viac sa hodnota HDI blíži k hornej hranici daného intervalu, tým je ekonomický a socialny rozvoj v sledovanej krajine vysi. Podľa Kotynkovej a Kubelkovej (2010) hodnoty HDI krajiny členia do troch kategórií podľa ich ekonomického a socialneho rozvoja:

- vysoko rozvinuté krajiny pri $HDI \geq 0,8$;
- stredne rozvinuté krajiny pri HDI v rozmedzí $0,5 - 0,799$;
- najmenej rozvinuté krajiny pri $HDI < 0,5$.

Podľa Human Development Report za rok 2016 sa Slovensko umiestnilo na 40. mieste s hodnotou 0,845. Na prvých miestach sa umiestnili Nórsko (0,949), Austrália (0,939) a ˇSvajciarsko s rovnakou hodnotou HDI (0,939). Na konci rebríčka sa nachádzajú africké krajiny ako napriklad Kongo (0,592), Nigéria (0,527) a Niger (0,353).

2.3.2 Špecializácia ekonomík cez služby

Špecializácia ekonomík umožňuje rozvoj medzinárodného obchodu medzi krajinami s rôznou úrovňou vyspelosti. Aby sme zistili, v ktorej oblasti krajina vyniká a na čo má zamerať svoju produkciu, využívame teóriu absolútnej a komparatívnej výhody. Podľa Samuelsona a Nordhamusa (1991) absolútna výhoda predstavuje schopnosť jednej krajiny vyrábať komoditu efektívnejšie (t. j. s väčším výstupom na jednotku vstupu) ako iná krajina. Túto teóriu ako prvý načrtol Adam Smith vo svojej knihe *Bohatstvo národov* z roku 1776. Anglický ekonóm David Ricardo vo svojej knihe *Základy ekonómie a zdaňovania* z roku 1817 bližšie rozvinul teóriu komparatívnych výhod, podľa ktorej každá krajina sa špecializuje na výrobu a vývoz tých statkov, ktoré môže vyrábať s relatívne nižšími nákladmi (kde je relatívne efektívnejšia ako iná krajina), naopak každá krajina bude dovážať tie statky, ktoré vyrába s relatívne vyššími nákladmi (kde je relatívne menej efektívna ako iné krajiny) (Samuelson a Nordhaus, 1991).

Medzinárodnú špecializáciu konkrétnej krajiny a jej komparatívnych výhod (resp. nevýhod) je možné merať pomocou ukazovateľa odhadovanej komparatívnej výhody (Lafay, 1990). Tento ukazovateľ porovnáva obchodnú bilanciu daného produktu k s teoretickou rovnováhou, ktorá korešponduje s chýbajúcou špecializáciou. Ukazovateľ je založený na rozložení celkového salda jednotlivých produktov, a to podľa ich podielov na celkovom obchode krajiny. Tento ukazovateľ je aditívny a pri konštrukcii sa súčet všetkých produktov rovná nule. **Ukazovateľ medzinárodnej špecializácie** umožňuje sledovať špecializované modely v rámci teoretického stavu vyváženého obchodu. Pozitívna (negatívna) hodnota ukazovateľa naznačuje, že daná krajina má pre príslušný produkt komparatívnu výhodu (nevýhodu). Pre danú krajinu ukazovateľ odhadovanej komparatívnej výhody (RCA) môžeme vyjadriť vzťahom:

$$RCA = \left(\frac{1000}{X_T + M_T} \right) \left[(X_k - M_k) - (X_T - M_T) \left(\frac{X_k + M_k}{X_T + M_T} \right) \right]$$

kde:

RCA – prejavovaná komparatívna výhoda krajiny pre príslušný produkt (službu)

k – príslušný produkt (služba),

X – úroveň exportu,

M – úroveň importu,

T – celková úroveň produktu za príslušnú krajinu.

Druhou možnosťou merania špecifikácie krajiny je prostredníctvom **Michaleyho indexu**. Michaleyho index analyzuje rozdiel podielu skúmanej komoditnej skupiny na celkovom národnom exporte a podielu skúmanej komoditnej skupiny na národnom importe.

$$M_{ij} = \frac{X_{ij}}{\sum_i X_{ij}} - \frac{M_{ij}}{\sum_{ij} M_{ij}}$$

kde:

X_{ij} – export komoditnej skupiny i krajiny j,

M_{ij} – import komoditnej skupiny i krajiny j,

$\sum_i X_{ij}$ – celkový národný export,

$\sum_i M_{ij}$ – celkový národný import.

Pre Michaelyho index platí (Bobáková, Hečková, 2007):

- $0 < M_{ij} < 1$ poukazuje na istú mieru špecializácie krajiny v danej komoditnej skupine,
- $-1 < M_{ij} < 0$ indikuje nedostatočnú špecializáciu krajiny v danej komoditnej skupine.

Treťou možnosťou merania špecializácie je **Krugmanov index špecializácie**. Krugmanov index špecializácie znázorňuje štruktúru hospodárstva v príslušnej krajine vo vzťahu k štruktúre v EÚ.

$$K^t(t) = \sum abs[V_i^k(t) - V^k(t)]$$

kde:

$V_t^k(t)$ – podiel odvetvia k v krajine i a období t,

$V_k(t)$ – podiel odvetvia k v EÚ bez krajiny i.

Krugmanov index špecializácie môže dosahovať dve hraničné hodnoty: 0 – ak odvetvová štruktúra ekonomiky v príslušnej krajine je totožná so zvyškom EÚ, t. j. krajina nie je špecializovaná, a 2 – ak odvetvová štruktúra ekonomiky v príslušnej krajine nie je identická so zvyškom EÚ, t. j. krajina je silne odvetvovo špecializovaná. (Čutková a Donoval, 2004).

Slovensko má komparatívnu výhodu v oblasti dopravy, cestovného ruchu, komunikačných služieb, ale hlavne v počítačových a IT službách ako aj v business službách.

2.3.3 Teórie hospodárskych zmien z pohľadu služieb

Ako sme už vyššie uviedli, charakteristickou črtou vývoja národných ekonomík v predchádzajúcom storočí bola klesajúca váha poľnohospodárstva z hľadiska podielu živej

práce s postupným presunom ťažiska ekonomických činností do priemyslu a potom k službám. Tieto zmeny ekonomickej aktivity sa odrážajú v zastúpení príslušných sektorov na zamestnanosti a tvorbe úhrnného produktu. Tento vývoj je dokumentovaný a prezentovaný v teoretických prístupoch, v tzv. teóriách hospodárskych zmien.

K teóriám hospodárskych zmien sa zaraďujú (Michalová, 2004):

1. Teória hospodárskych stupňov (ako predchodca moderných teórií dlhodobých štruktúrnych zmien) vznikla už v polovici 19. storočia kvôli zhodnoteniu významu služieb oproti klasickej ekonomickej škole s úvahami, ktoré majú pôvod už v gréckej antike. Predstavuje bohatú paletu teórií hospodárskych stupňov, formovaných v rámci nemeckej historickej školy a tiež teóriu štádií vývoja tohto storočia. Filozofia tejto teórie má spoločný základ spočívajúci v účelnom (evolučnom) priebehu vývoja hospodárstva od najnižších stupňov k vyšším, až k najvyššiemu stupňu, charakterizovanom ako „organické chápanie“. Organické chápanie vysvetľuje, že budúci stav je pokračovaním predchádzajúceho a z toho vyplýva celý vývojový chod smerujúci k cieľu, ktorý je pre tento vývoj spoluurčujúci.

Pozoruhodné v tejto súvislosti je, že z oblasti služieb to bolo len odvetvie obchodu, ktoré preukázalo v skorších vývojových stupňoch dôležitú úlohu, pričom ostatným odvetviám sektora služieb (ako sú doprava, bankovníctvo, poisťovníctvo, školstvo) sa prisudzuje význam až na pokročilejšom stupni vývoja. Môžeme tvrdiť, že v niektorých ekonomikách sa službám dlhodobo pripisovala pozícia čistého spotrebiteľa zdrojov bez pridávania akejkoľvek hodnoty k rastu spoločnosti meranej národnohospodárskymi ukazovateľmi. Tento názor prevládal v česko-slovenskej ekonomickej škole takmer do 60-tych rokov minulého storočia (Benčo, 2005; Kuvíková, 1988).

Do tejto skupiny teórií sa zaraďuje aj teória štádií ekonomického rastu W. Rostowa, v rámci ktorej v piatich vývojových stupňoch nie sú služby osobitne špecifikované, ale chápané len zo strany dopytu ako luxusný statok a zo strany ponuky ako predpoklad pre vyššie rozvojové stupne. Zaraďujú sa sem banky, doprava, vzdelávanie.

2. Teória troch sektorov, ktorej hlavnými predstaviteľmi boli A. Fischer, C. Clark a J. Fourastié, vo zvyčajnej interpretácii budovala na predpoklade zákonitostí vývoja všetkých hospodárstiev z dominantného agrárneho sektora na priemyselný až k spoločnosti služieb. Takémuto vývoju zodpovedajú určité determinanty: na strane dopytu vo vzťahu k produkcii služieb je to rast príjmov na hlavu, ktorých vplyv na služby sa vysvetľuje v rozšírení platnosti Engelovho zákona. Podľa neho pri raste príjmov klesajú výdavky na základné životné statky, najmä potraviny a záujem sa presúva najskôr na priemyselné výrobky a potom na služby.

Zo strany ponuky predmetná teória vysvetľuje vplyv technického pokroku a produktivity práce na zmeny v zamestnanosti zvlášť v sekundárnom sektore, čím dochádza k uvoľneniu pracovnej sily a jej presunu do služieb. Tu sa predpokladá nízky pokrok v produktivite práce a pracovne intenzívnejšie zaťaženie, avšak už sa začínajú akceptovať názory, že sektor služieb je schopný vytvárať hodnotu.

3. Globálne koncepcie post-industriálnych zmien a v rámci nich:

a) *dezindustrializačná téza*. Je odvodená z krízového symptómu priemyselných krajín na konci 70. rokov v dôsledku spomalenia rastu a vzniknutých problémov zamestnanosti, najmä absolútneho aj relatívneho poklesu spracovateľského priemyslu s dosahom na úhrnný produkt a s tým spojenou dezindustrializáciou. Postavenie a narastajúca vážnosť sektora služieb sa vysvetľuje ako zrkadlový obraz priemyselného poklesu, ktorý však v dôsledku nadbytku kapacít v priemysle vyvoláva racionalizačné opatrenia. Poukazuje sa aj na skutočnosť, že k rastu došlo najmä vo verejných službách. Rozpracovanie predmetnej tézy nachádzame v prácach D. Riddleovej, Bluestona a Harrisona.

b) *Téza o post-industriálnej spoločnosti*, ktorou sa vysvetľujú štrukturálne zmeny hospodárstva v kontexte zvyšujúceho sa významu služieb, sa spája aj s pojmom spoločnosť služieb. Jej významným predstaviteľom je americký sociológ D. Bell. Vo svojej koncepcii sformuloval 5 komponentov (dimenzií) post-industriálnej spoločnosti. Sú to:

- 1) hospodársky sektor a v rámci neho charakteristický prechod od produkcie statkov k ekonomike služieb,
- 2) štruktúra povolání ako profesionalizovaných a kvalifikovaných povolání,
- 3) centralizácia teoretických znalostí ako prameňa inovácií a východiskových bodov spoločensko-politických programov (výskumné inštitúcie, univerzity),
- 4) orientácia na budúcnosť, spočívajúca v usmerňovaní technického pokroku zhodnotenia a docenenia technológií,
- 5) tvorba rozhodnutí a v rámci nej vytváranie nových intelektuálnych technológií.

Do centra koncepcie post-industriálnej spoločnosti posunul Bell spotrebu a zamestnanosť najmä v odvetví ochrany zdravia, vzdelávania, zotavenia a umenia. Hlavnú príčinu spoločensko-štrukturálnych zmien od statkov k službám videl v akceptovaní vedy ako prameňa inovačného vývoja v riadení. Vzdelávanie a veda prebrali kľúčové miesto. V spoločenskej pozícii jednotlivca rozhoduje odborná kvalifikácia. K tejto koncepcii sa prikláňajú aj autori domácej slovenskej školy ako napríklad Benčo, Kuvíková a ďalší.

c) *Teória informačnej spoločnosti* ako ďalšia globálna teória hospodárskych štrukturálnych zmien nadväzuje na teóriu post-industriálnej spoločnosti. V nej je vyzdvihnutá

klúčová úloha vedy a informácií pre spoločenský a hospodársky pokrok. Odzrkadľuje nadobúdanie významu rýchlo sa rozvíjajúceho odvetvia nových informačných a komunikačných technológií. Činnosti tohto druhu sa zaraďovali do IV. sektora ekonomiky. Sektor informácií sa definuje ako odvetvie vedomostí zahrnujúce: vzdelávacie aktivity (vrátane odborného vzdelávania), bázu technického rozvoja verejná alebo súkromná), výrobu zariadení na spracovanie a prenos informácií, produkciu informačných služieb a komunikačné prostriedky (telekomunikácie, masmédiá).

V nedávnej minulosti boli často podrobované kritike rozdielne i spoločné prvky teórie národohospodárskych štrukturálnych zmien na jednotlivých vývojových stupňoch, čo sa týka závažnosti a následnej dominancie služieb. Platí to najmä pre teóriu troch sektorov, ktorá slúžila ako referenčný rámec početných empirických pozorovaní štrukturálnych zmien hospodárstva a ako teoretický základ ekonomických rozvojových koncepcií. Kritika spočívala najmä (Michalová, 2004):

- v inštitucionálnom (odvetvovom), ale nie funkčnom ohraničení sektorového členenia ekonomických činností, čím sa nedajú spoznať štrukturálne zmeny vnútri odvetví a čo v prípade tzv. externalizačných procesov vedie k štatistickému zväčšeniu III. sektora alebo v opačnom prípade k decimovaniu vykazovaného rozsahu služieb v ekonomike,
- v úvahe o sektore služieb ako konglomeráte viac alebo menej homogénnych aktivít;
- v koncentrácii, resp. zúženom význame služieb na tradične osobné služby konečnej spotreby pri súčasnom zanedbávaní služieb výrobné orientovaných a spoločenských.

Rozdiel medzi inštitucionálnym a funkčným ohraničením sektora služieb názorne vyjadril vo svojej práci W. Gruhler (1990), keď dokázal a prezentoval, že prostredníctvom členenia prác v nemeckom výrobnom priemysle na rozličné kategórie len 31,5% všetkých zamestnaných ľudí v priemysle v r. 1987 boli zamestnanci samotných výrobných procesov. Pri klasifikácii prác podľa funkčných typov možno povedať, že vo výrobnom sektore Nemecka dnes v skutočnosti prevládajú služby.

2.3.4 Teória sieťovej ekonomiky

K teoretickej škole o globálnej ekonomike služieb sa zaraďuje „teória sieťovej ekonomiky“ ako nový spôsob organizácie ekonomiky. Vychádza z toho, že v súčasnom ekonomickom dianí ponuka a dopyt, výrobné a výmenné procesy nemožno už jednoznačne oddeliť. Vznikajú nové siete vzťahov, či už elektronické, alebo korporáčne (intra-, trans-, inter- a metakorporáčne), ktoré nabúravajú tradičné chápanie samostatných ekonomických jednotiek.

Vďaka zvyšovaniu elektronických, informačných a počítačových sietí sa menia organizačné štruktúry a podnikateľské stratégie. Pre podniky a korporácie to znamená posun k novým, vyšším výrobným možnostiam, v teórii a praxi zas spochybňuje doterajšiu dichotómiu medzi priemyslom a službami, resp. hmotnými statkami a službami. Táto dichotómia, ale aj štandardizácia a individualizácia výrobkov, intermediálne a finálne služby, internacionalizácia a externalizácia služieb podľa autora vychádzajú z dožívajúcej organizácie ekonomiky. Pre novú organizáciu sú charakteristické pojmy: sieť a integrácia (Michalová, 2004).

Definícia siete obsahuje 3 dimenzie:

1. dimenziu infraštruktúr,
2. dimenziu služieb, ktorá obsahuje prírastok hodnoty,
3. dimenziu „infoštruktúry“ (alebo pravidiel), ktorá podmieňuje prístup do siete, použitie a rozdelenie prírastku hodnoty.

Trojica „infraštruktúra, služby, infoštruktúra“, pomocou ktorej definujeme sieť, je pre informačnú ekonomiku ekvivalentom kombinácie „stroje (premena hmoty), pravidiel vlastníctva“ v materialistickej ekonomike. Takto vo všeobecnosti definované siete sú v centre informačnej ekonomiky. Ako sa postupne formuje táto ekonomika, vyvíja sa zvláštny spôsob organizácie, ktorý prekonáva rozdiel medzi rôznymi typmi sietí. Rovnako model organizácie priemyslu (pás/továreň/výrobný postup) prekonával rozdiely medzi jednotlivými priemyselnými činnosťami. Pojem siete sa potom javí ako odpoveď na rastúcu neurčitosť hraníc medzi produkciou (služby, výrobku, informácie), transakciou (výmenou) a spotrebou (použitím).

Nové možnosti z hľadiska strategickej iniciatívy predstavuje aj prepojenosť výrobkov a služieb podľa ich charakteru, čím sa utvára komplexný súbor buď služieb, alebo hmotných statkov a služieb, alebo hmotných statkov. Nové možnosti kombinácie sa získavajú tým, že služby sa rozložia na jednotlivé autonómne prvky, ktoré môžu ľahšie nadobúdať inovačný charakter a potom sa spätne originálne spájať. Napríklad v rámci dopravných služieb takýmto prvkom je manipulácia s batožinami, reštauračné služby, rezervácia miest. Po ich rozložení možno hľadať spôsoby inovácie a zefektívňovania. Iným príkladom môže byť edičná činnosť v členení na kopírovaciu a edičnú činnosť. Rozloženie a spájanie hmotných statkov a služieb je predpokladom inovácie. Takto produkované nové komplexné služby (complex packages) nachádzame častejšie v službách podnikom (finančné služby - usmerňovanie zmenárenského a kurzového rizika) ako v klasických službách konečnej spotreby. Základom úspešnosti rozvoja tohto konceptu je uplatnenie tvrdého manažérskeho prístupu k službám založenom na procesnom chápaní tvorby hodnoty.

Oblasť služieb poskytuje v súčasnosti aj nové cesty k zvyšovaniu hodnoty individualizáciou poskytovania služby založenej na inovatívnych prístupoch, ktorej význam spočíva:

- v technike pružnej výroby malých sérií (t. j. aby sa pri výrobe individuálnych výrobkov dosiahli také výsledky, ktoré by bolo možné porovnať s výsledkami masovej výroby),
- v zavádzaní informatiky a telekomunikácií vo vzťahoch, čo umožňuje oveľa hlbšiu charakteristiku zákazníka, ktorá sa stáva činiteľom vstupujúcim do výrobného procesu,
- v zdôraznení kvality a významu použitia, čo otvára široký priestor na zohľadnenie individuálnych vzťahov medzi výrobcom a kupujúcim (v čase).

Podľa OECD inováciou sa rozumie každá novinka, ktorá je preukázateľne užitočná a ktorá prináša úžitok. Hnutie „sur mesure de masse“ (na individuálnu objednávku pre široký okruh spotrebiteľov), ktoré v súčasnosti pozorujeme, zodpovedá sérii technického, ekonomického a organizačného vývoja.

Jedným z dôsledkov narastajúceho prelínania priemyselnej sféry a sféry služieb je, že výroba prestáva byť „čiernou skrinkou“ pre spotrebiteľa, ktorý stále viac preniká do výrobného procesu. Je preto stále ťažšie určiť, či to, čo je kúpené, je výrobok alebo „služba“. Nie je teda už podstatnou otázkou, či sú vzťahy v danom podniku interné alebo externé, ale aké sú pravidlá štruktúry vzťahov, podmieňujúcich odpoveď na otázky:

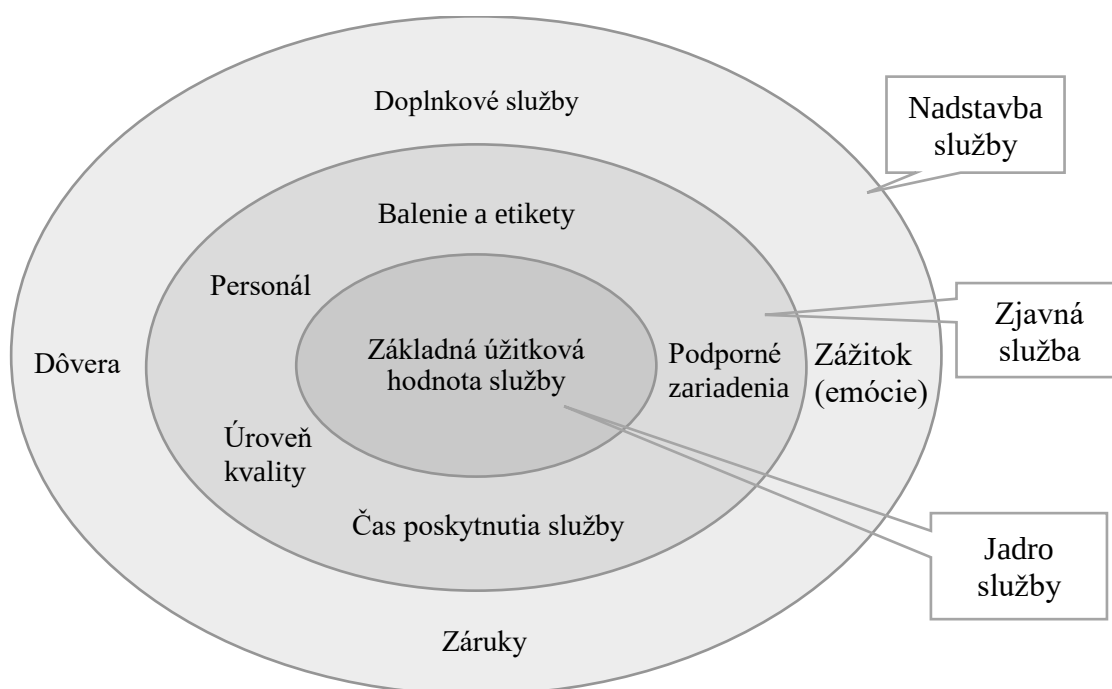
- a) od koho závisí tvorba prírastku hodnoty,
- b) kto bude schopný si prírastok hodnoty privlastniť.

Tieto nové dynamiky, spôsobené objavením komplexných služieb a štruktúry sietí, čerpajú základné charakteristické znaky z informačného trhu. Zvyšujúci sa význam informácie vyvoláva komplexné kombinačné možnosti, rozvoj silných zväzkov medzi účastníkmi bez potreby štrukturálnej integrácie.

3. Pochopenie rôznorodosti a komplexnosti služieb

3.1 Úrovně služieb

Služby je nutné skúmať aj na základe úrovne ich komplexnosti. Nikde v praxi sa človek nestretne len s jednou úrovňou služby. Vždy ju dopĺňajú nižšie úrovne, ktoré zvyšujú úžitkovú hodnotu základnej úrovne. Grafické vyjadrenie tohto prístupu k chápaniu podstaty služieb je znázornené obrázku.



Obrázok 3 Úroveň služby

Prameň: Vlastné spracovanie podľa Kotler, P. – Bloom, P.N. 1984. Marketing Professional Services. New Jersey: Prentice Hall. 1984, s. 153.

Najzákladnejšiu úroveň služby predstavuje jadro služby, ktorým sa odpovedá na otázku: „Čo v skutočnosti hľadá klient? Akú potrebu v skutočnosti má služba uspokojovať? Čo je hlavnou podstatou našej služby?“

3.1.1 Jadro služby

Jadro služby predstavuje spôsob uspokojenia zákazníkovej hlavnej potreby prostredníctvom hlavných úžitkových vlastností služby - napr. uspokojenie potreby hladu prostredníctvom jedla (výrobku) ponúkaného stravovacím zariadením (reštauráciou, bufetom, samoobslužným predajným automatom, študentskou alebo podnikovou jedálňou, atď.). Všetky tieto služby uspokojujú tú istú potrebu – hlad. Rozdielom sú všetky ostatné úrovne služby, ktoré spôsobujú, že sa jednotlivé služby poskytované rozdielnymi stravovacími zariadeniami od seba diametrálne líšia.

Zjavná služba predstavuje prvú úroveň okolo jadra služby, ktorá je vždy hmotne prístupná klientovi v nejakej hmatateľnej a zjavnej forme. Ide o päť základných atribútov služby, ktoré klienti prijímajú ako určité úžitky a ktoré hľadajú. Sú to:

1. *Personál* - ľudia, ktorí poskytujú služby.
2. *Úroveň kvality* - rozumie sa ňou úroveň profesionálnej kompetencie, v ktorej je služba poskytovaná.
3. *Čas poskytnutia služby* - množstvo času, ktoré sa skladá z dvoch zložiek:
 - a) *čas čakania* – čas, ktorý musí klient počkať, kým je poskytovanie služby začaté (dodanie služby, čakanie v rade, čakanie v systéme);
 - b) *čas poskytovania služby* – doba, po ktorú mu je samotná služba poskytovaná (klient sa nachádza v systéme a je mu poskytovaná samotná služba).
4. *Podporné zariadenie* - ide o stroje, nástroje a iné kapacity, ktoré poskytovateľ používa na vykonanie danej služby.
5. *Balenie a etikety* - ide o názov a s tým spojený opis danej služby alebo súboru služieb. V niektorých prípadoch sa do tohto atribútu vnáša aj imidž. Je to dôležité predovšetkým pri absolútne nehmatateľných službách, akými sú napríklad konzultácie, právne služby, vzdelávacie služby. Imidž zariadenia je vlastne akýmsi balením tejto služby, ktoré umožňuje zvýrazniť funkčné vlastnosti služieb.

Druhou úrovňou služby je tzv. nadstavba služby. Nadstavba služby sa skladá z niekoľkých atribútov:

1. *doplňkové služby*. Doplnkové služby pomáhajú a zlepšujú používanie jadra služby a zjavnú službu. Producent služieb môže ponúknuť na trhu aj dodatočné výhody, ktoré siahajú za rozsah vnímaných služieb, teda doplnkovú službu. Uspokojuje dodatočné potreby klientov alebo odlišuje tieto služby od konkurencie. Konkurencia v doplnkových službách sa stáva čím ďalej nevyhnutnejšou. Vidíme teda, že služby, najmä novšie rozvíjané odbory nie sú

jednoduchou záležitosťou, ale komplexnou ponukou. Pozostáva zo základnej služby, súboru vnímateľných vlastností a súboru doplnkových výhod. Firma by mala preskúmať každú z týchto úrovní a navrhnúť ich tak, aby ich odlišila od konkurencie a ponúkla určité kvality na určité trhy.

2. *dôvera.*

3. *záruky.*

4. *zážitok (emócie).*

Skúsme sa preto pozrieť na túto problematiku úrovní služieb a ich praktického využitia pri budovaní služby pozrieť bližšie.

V úvode publikácie sme zdôrazňovali, že z ekonomického hľadiska je cenová konkurencia (poskytovanie neustále lacnejších služieb) likvidačná. Úlohou manažérov je hľadať cestu boja s konkurenciou na základe iných atribútov, predovšetkým tvorby úžitkovej hodnoty pre zákazníka. Tá je definovaná predovšetkým vyššie spomínanými úrovňami služieb a zároveň spôsobom tvorby tejto hodnoty (dizajnu služby). Pozrime sa preto najskôr na koncept tvorby vyššej úžitkovej hodnoty cez úrovne služieb.

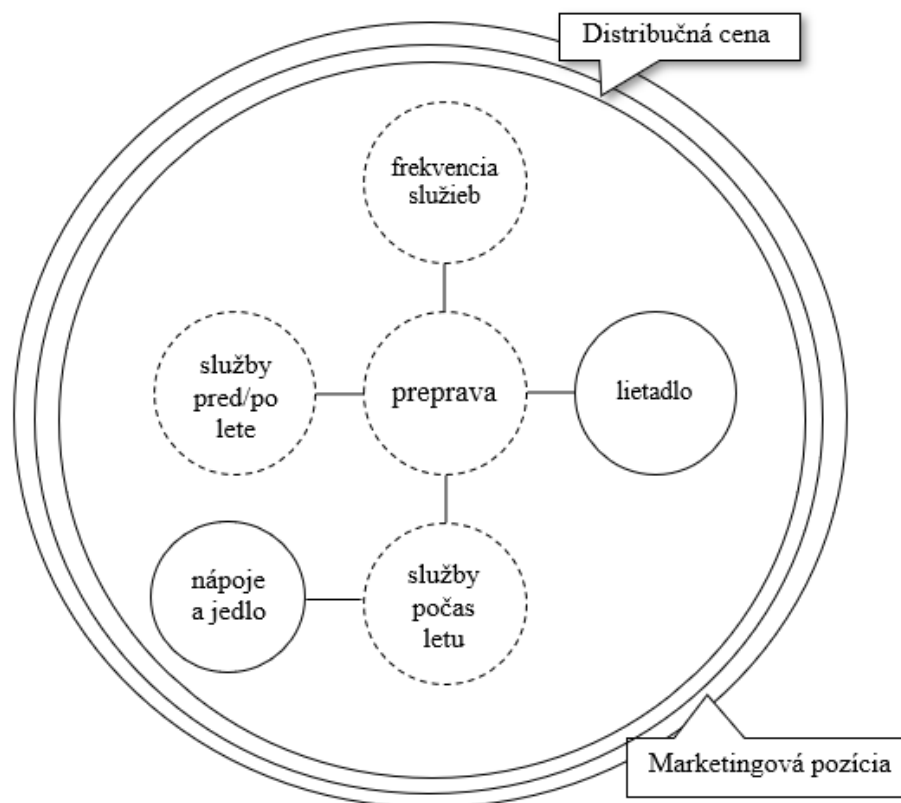
3.1.2 Rozšírený produkt

Teória i prax používajú pojem rozšírený produkt na opis kombinácie jadra produktu s balíkom hodnotou pridávajúcich doplnkových zložiek. Teoretici majú rozvinutých niekoľko systémov na opis rozšíreného produktu.

Lynn Shostackov molekulárny model - môže sa aplikovať na tovary alebo služby.

Tento model používa chemickú obdobu na pomoc obchodníkom predstaviť si a zorganizovať niečo, čo sa označuje ako „totálna trhová podstata“ V strede je benefit jadra, ktoré predstavuje základné potreby zákazníka. Okolo molekuly je séria kruhov, ktoré predstavujú cenu, distribúciu a umiestnenie na trhu. Zmena jednej zložky môže kompletne zmeniť celú podstatu.

Molekulárny model pomáha identifikovať hmotné a nehmotné zložky spojené s dodaním služby. Zdôraznením hmotných zložiek, obchodníci môžu určiť, či ich služba je hmotne-prevládajúca, alebo nehmotne. Napr. v leteckej spoločnosti, nehmotné zložky predstavujú transport, ale samotné lietadlá a nápoje a jedlo počas letu sú hmotné.



Obrázok 4 Shostackov molekulárny model pasažierov v lietadle

Prameň: Vlastné spracovanie, 2018

Legenda: - - - nehmatateľné prvky služieb; — hmatateľné prvky služieb;

Eiglier a Langeard rozvinuli iný model na opis rozšíreného produktu. V ich modeli je jadro služby je obklopené kruhom obsahujúcim sériu doplnkových služieb, ktoré špecifikujú jednotlivý produkt. Ich metóda zdôrazňuje vzájomnú závislosť mnohých komponentov. Rozlišujú medzi zložkami potrebnými na pomoc pri používaní jadra služieb (recepčia v hoteli) a tými, ktoré zlepšujú jadro (fitnes v hoteli).

3.1.3 Doplnkové služby

Čím viac skúsime rozlíšiť typy jadier služieb, tým viac zistíme, že väčšina z nich má veľa doplnkových služieb spoločných. Hoci jadrá produktu sa môžu značne líšiť, mnohé doplnkové zložky - ako informácia, platby, objednávky - sú rovnaké.

Je 12 rôznych doplnkových služieb, ale skoro všetky môžeme klasifikovať do jedného z nasledujúcich 8 blokov.

Rozoznávame **pomocné doplnkové služby**, ktoré pomáhajú pri používaní jadra produktu, alebo sú potrebné pri dodaní služby. Patria sem - informácia, objednávky, účtovanie, platba.

Zvýšené doplnkové služby, ktoré pridávajú extra hodnotu pre zákazníkov. Patria sem - porada (konzultácie), pohostinnosť, úschova, výnimky

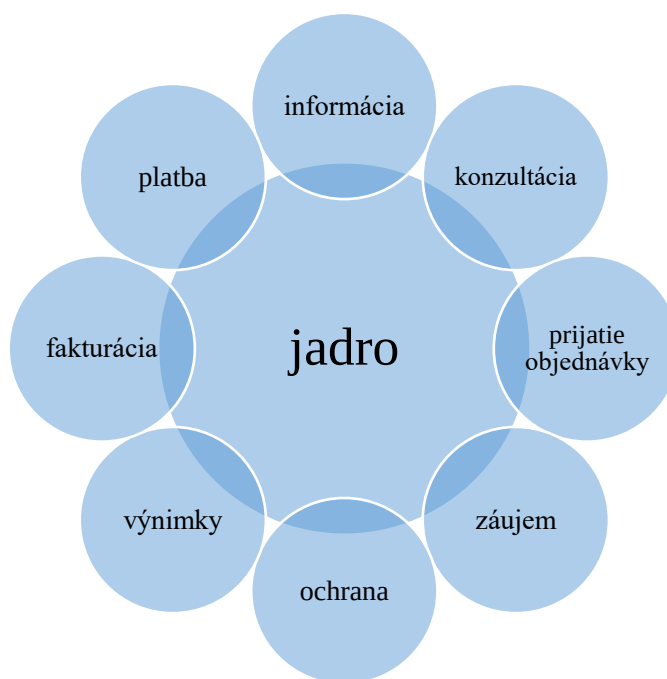
Týchto 8 blokov je zobrazených ako okvetné lístky okolo stredu jadra- nazývame to **Kvet služieb**.

Sú usporiadané v smere hodinových ručičiek, tak ako sa s nimi môže zákazník stretnúť (hoc táto postupnosť sa môže meniť).

V dobre zabehnutej službe sú kvietky aj jadro svieže a atraktívne. Ale v zle zorganizovanej službe je to kvietok s opadanými, zvädnutými alebo bezfarebnými lístkami. Dokonca môže byť jadro perfektné, ale celý kvet je neatraktívny. Mali by sme uvažovať ako zákazníci.

Keď sme nespokojný s jednotlivým nákupom, bolo to jadro, čo bolo zlé, alebo bol problém s jedným alebo viacerými doplnkovými službami?

Nie všetky jadrá sú obklopené doplnkovými zložkami so všetkými 8 lístkami. Podstata produktu pomáha určiť, ktoré doplnkové služby musia byť ponúknuté a ktoré by mohli pridávať hodnotu jadru služby. Nasledujúci obrázok znázorňuje **kvet služby**, teda jadro obklopené okvetnými lístkami – doplnkovými službami.



Obrázok 5 Kvet služby

Prameň: Vlastné spracovanie podľa MATEIDES, A., ĎAĎO, J.: Služby. Bratislava: EPOS, 2002.

Na získanie plnej hodnoty zo služby, zákazník potrebuje podstatné informácie. Nový zákazníci sú zvlášť hladný po informáciách. Potrebujú vedieť miesto, kde sa produkt predáva (alebo detaily ako ho objednať cez telefón alebo internet), otváracie hodiny, ceny. Ďalšie informácie, niekedy právom požadované, by mali zahŕňať podmienky predaja a použitia, upozornenia, pripomienky.

Predajcovia by si mali byť istý informáciami, ktoré poskytujú a mali by byť aktuálne a presné.

Tradičná cesta ako poskytnúť informácie vedie cez zamestnancov, nápisy, brožúry. Ďalšie médiá zahŕňajú počítačové príručky, alebo on-line návody organizácie používajú Internet na široký okruh užitočných aplikácií zahŕňajúcich poskytovanie informácií o odchodoch vlakov a lietadiel, hoteloch a rezervácií, reštaurácií.

Osem kategórií doplnkových služieb, ktoré vytvárajú The Flower of Service (kvet služby) poskytne veľa informácií o zlepšení jadra produktu. Podstatou doplnkových služieb by malo byť reprezentovanie potrieb zákazníka. Niektoré uľahčujú prijatie služby zákazníkom, niektoré kvalitatívne rozširujú jadro služby. Niektoré zložky ako zúčtovanie či samotná platba sú vybavené osobou, ktorá danú službu poskytuje. Ak však zákazník nie je spokojný čo len s jednou časťou procesu, naruša to jeho celkový kladný dojem zo služby.

Kľúčom k správne pochopeniu jadra služby je, že pri poskytovaní rozdielnych služieb sa používajú veľmi podobné doplnkové služby. Výsledkom tohto javu je fakt, že zákazníci porovnávajú poskytovanie tých istých služieb v rôznych krajinách, napr. „ak moje obľúbené aerolínie dokážu prijať rezerváciu pohotovo, prečo to nedokáže obyčajná francúzska reštaurácia?“ Takéto otázky dokazujú, že najlepšou voľbou pre manažérov je študovať biznis mimo ich vlastných hospodárstiev.

Nie každá služba je obklopená množstvom doplnkových služieb. Všetci sa stretávame s názorom, že najdôležitejšími faktormi sú pohostinnosť či veľmi blízky kontakt so zákazníkmi. Ak títo priamo nenavštevujú miesto poskytovania služby, pohostinnosť sa môže obmedziť na listové či telefónne zdvorilosti. Ďalšou dôležitou zložkou je ochrana osobných údajov hlavne v elektronických či telefonických službách.

Problémom však je, ktoré doplnkové služby je vhodné ponúknuť a ktoré by boli ocenené zákazníkmi. Preto je dôležité poznať odpoveď na otázku, ktoré služby majú byť súčasťou štandardného balíka a ktoré majú byť ponúknuté ako niečo extra?

Na otázku poskytovania doplnkových služieb nie sú žiadne zákony, ale manažéri by mali byť usmerňovaní trhom i potrebami zákazníkov a taktiež by mali rešpektovať stratégiu podniku a štandard danej služby.

3.2 Makro-úroveň členenia služieb

Na makroúrovni sa členia služby podľa:

- a) charakteru činností (odvetvový princíp)
- b) funkčného pôsobenia,
- c) typu dopytu,
- d) spôsobu realizácie;
- e) umiestnenia na trhu

a) charakter činností (odvetvový princíp)

Charakteru činnosti zodpovedá členenie služieb do príslušných odvetví podľa výsledkov na danom úseku spoločenskej deľby práce. Konvenčne sa v zmysle európskeho štandardu trhových ekonomík medzi službové odvetvia zaraďujú všetky okrem odvetví materiálnej produkcie (poľnohospodárstva, lesníctva, priemyslu a stavebníctva). Ide o tieto odvetvové zoskupenia:

- 1.prirodzené (sieťové) monopoly,
- 2.ubytovacie a stravovacie služby,
- 3.dopravné služby,
- 4.prenos informácií,
- 5.peňažné, úverové a poisťovacie služby,
- 6.právne a hospodárske služby,
- 7.slужby osobnej hygieny a čistenia,
- 8.slужby kultúry, športu a ostatné služby voľného času,
- 9.zdravotnícke služby,
- 10. osobné sociálne služby,
- 11. vzdelávacie služby,
- 12. veda a výskum,
- 13. verejná správa,
- 14. občianske a záujmové združenia.

b) funkčné pôsobenie

Podľa funkčného pôsobenia sa služby v trhovej ekonomike členia na štyri základné subsektory:

1. *Výrobné služby*: Predstavujú bezprostredné alebo pomocné služby vo výrobnom procese iných výrobkov, alebo služieb v štartovacej i výstupnej fáze. Sú teda sprostredkovateľmi produkčného procesu, pomáhajú mu pri mobilizácii zdrojov, rozvoji koncepcie výrobkov, procesov organizácie práce a manažmentu výroby, distribúcie a predaja finálnej produkcie. Patria sem služby peňažníctva, poisťovníctva, činnosti v oblasti nehnuteľnosti, prenájom strojov a prístrojov, spracovanie dát, výskum a vývoj a obchodné služby pre podniky.
2. *Distribučné služby*: Sprostredkujú distribúciu, rozdeľovanie a skladovanie výrobkov, informácií a prepravu osôb. Zahŕňajú veľkoobchodné činnosti, maloobchodné aktivity, služby dopravné, pôšt a telekomunikácií.
3. *Osobné služby*: Zamerané sú na potreby individuálnych zákazníkov, pričom typickými zložkami tejto skupiny sú hotelové, reštauračné, rekreačné, kultúrne, zábavné, hygienické, služby pre domácnosti, opravárske, čistiarenské, holičské a podobne.
4. *Spoločenské*: Poskytujú sa zväčša na neziskových princípoch a spravidla ich dotuje štát. Zaraďujú sa sem služby zdravotníctva, vzdelávacie, rôzne sociálne a rad verejných služieb, vládnych, bezpečnostných, právnych, ako aj činnosti rôznych organizácií a spolkov.

c) typ dopytu

Podľa typu dopytu rozlišujeme dve základné zložky:

- *investičné (intermediálne)*, označované aj ako služby pre výrobnú spotrebu, ktoré sa spájajú s prípravou a obsluhou výrobného procesu, s cieľom vyrobiť konečný produkt. Príkladom tejto skupiny sú služby bankové, poisťovnícke, telekomunikačné, dopravné, výpočtové, poradenské, účtovnícke, reklamné, právne, architektonické, inžinierske, pátracie a ochranné, priemyselného čistenia, údržbárske, opravárske, prenájmu, technické testovanie a podobne.
- *spotrebné*, ktoré sa poskytujú v oblasti konečnej spotreby a uspokojujú potreby jednotlivcov a domácností. Patria sem služby osobnej dopravy, zábavné, kultúrne, holičské, kadernícke, kozmetické, čistiarenské, cestovných kancelárií, súkromné vyučovanie, hotelové, reštauračné, poisťovnícke, opravárske, prenájom bytov, zdravotnícke, sociálne.

d) spôsob realizácie

Podľa spôsobu realizácie sa služby rozlišujú na:

- *trhové služby* - zahŕňajú všetky služby, ktoré môžu byť predmetom predaja a kúpy na trhu za ceny,
- *netrhové služby* - nevyrábajú sa na komerčné účely a ich produkcia sa neorganizuje na báze trhu.

e) umiestnenie na trhu

Podľa umiestnenia na trhu sa členia na:

- služby *orientované na domáci trh* a spravidla neexportovateľné. Sem patria predovšetkým služby osobné (odvoz smetí, pohrebné) a verejná správa.
- *exportovateľné služby*, tak výrobné, ako aj spotrebné, vymieňané medzi rezidentmi a nerezidentmi, ako sú služby dopravné, telekomunikačné, poštové, finančné, poisťovnícke, kultúrne, zábavné, cestovného ruchu.

3.3 Mikro-úroveň členenia služieb

Na podnikovo-hospodárskej úrovni sa uplatňuje viacero prístupov klasifikácie služieb. Môžu byť jednorozmerné (na základe jedného znaku) alebo viacrozmerné (najmenej dva znaky).

Z hľadiska charakteru spotreby a spotrebiteľa poznáme viacero možných prístupov k členeniu služieb:

a) Spotrebné služby a výrobné služby, ktoré sa ďalej členia na tie služby, ktoré sa v pracovnom procese jednorazovo spotrebujú a na služby, ktoré do pracovného procesu vstupujú viackrát (výrobné služby investičného charakteru).

b) Služby spotrebovávané subjektom, ktorý rozhodol o spotrebe služby, verzus **spotrebovávané iným subjektom**.

c) Vlastná spotreba služieb (veľmi významný faktor v neziskovom marketingu, kedy je vlastník/producent zároveň aj spotrebiteľom - realizuje sa napr. v oblasti záujmových združení) a **spotreba inými subjektmi**.

d) Služby s kontinuálnou a individuálnou produkciou. Pri kontinuálnej produkcii služieb sa spotrebitelia domáhajú výkonu pravidelne len k určitému času (napr. poistenie motorového vozidla, ktoré sa využíva len v prípade nehody).

e) Podľa cieľa služby môžeme rozdeliť služby do nasledovných hlavných špecifických skupín, kde služby sú zamerané na:

- sprostredkovanie využitia existujúcich statkov (doprava),

- zvýšenie alebo udržanie úžitkovosti existujúcich statkov (opravy),
- odstránenie dôsledkov používania statkov (čistenie),
- na získanie informácie,
- na tvorbu estetického prínosu,
- tvorbu ľudského kapitálu (vzdelávanie, zdravotníctvo),
- fungovanie vo forme produkčného faktora

f) Veľmi často sa používa členenie služieb **podľa objektu služby** na **osobné** služby (objektom je človek) a **vecné** služby (objektom je vec). Z praktického pohľadu (z pohľadu objektu) sa ako významnejšie javí rozdelenie služieb na osobné a vecné. Toto klasifikačné kritérium berie do úvahy pôsobenie objektu na predmet služby a podľa toho možno služby klasifikovať nasledovne:

- pokiaľ ide o vzťah typu „osoba – osoba“, potom má služba charakter osobnej služby,
- pokiaľ ide o vzťah „osoba – vec“, potom má služba charakter vecnej služby.

Osobitným prípadom môže byť vzťah typu „vec – osoba“ a „vec – vec“, ktorý vystupuje do popredia v súvislosti s procesmi spriemyselnovania služieb - automatizáciou a komputerizáciou. V tomto prípade môžeme použiť termín „automatmi poskytované osobné a vecné služby“.

g) Z hľadiska požiadaviek na službový potenciál je potrebné rozlišovať medzi **službami profesionálneho charakteru** (vyžadujúce vysoký stupeň vzdelania a celkovej kvalifikácie pracovnej sily) a **službami nevyžadujúcimi špecifickú kvalifikáciu**.

h) Z hľadiska **štruktúry službového potenciálu** môžeme služby členiť na:

- služby vybavené predovšetkým pracovnou silou,
- služby vybavené dominantne alebo výlučne technickými faktormi,
- služby zmiešaného charakteru,

i) Z hľadiska **konkurenčného prostredia** môžeme služby členiť na:

- služby poskytované vo výlučnej kompetencii verejnej organizácie (vojenská a civilná obrana),
- služby poskytované vo výlučnej kompetencii súkromnej organizácie,
- služby poskytované v monopolnom prostredí, ktoré je narušované nelegálnou konkurenciou (daňové poradenstvo),
- služby poskytované v „pseudotrhovom“ prostredí - prostredie nefinančnej konkurencie medzi jednotlivými poskytovateľmi
- služby poskytované v plne konkurenčnom prostredí.

Pre plánovanie kapacít môžu byť veľmi významné nasledovné možnosti klasifikácie služieb:

j) Služby s povinnou spotrebou (povinnosť spotrebovať určitú službu najčastejšie vyplýva zo štátneho regulačného opatrenia - povinná školská dochádzka) a **služby s dobrovoľnou spotrebou**.

k) Služby spotrebovávané v pracovnom čase a služby spotrebovávané vo voľnom čase.

i) Triediacim znakom môže byť intenzita a charakter dopytu po službách:

- služby s negatívnym dopytom (požiarna ochrana, záchranná služba)
- služby s chýbajúcim dopytom (odvoz a likvidácia odpadov)
- služby s latentným dopytom (údržba zelene pri rodinných domoch, čistenie bazénov a úprava vody v nich)
- služby s viaznucim dopytom (učenie sa cudzích jazykov)
- služby s kolísajúcim dopytom (cestovný ruch)
- služby s optimálnym dopytom (bankové služby)
- služby s nadmerným dopytom (lyžovanie v chránenej oblasti, doprava v prírodných rezerváciách)
- služby so škodlivým dopytom (verejné domy, kasína)

k) Ďalšia kategorizácia služieb rozlišuje služby s dominujúcim procesom, ako napríklad predstavenie v divadle alebo vyučovanie, od **služieb s dominujúcim výsledkom**, ako sú oprava prístroja alebo doručovanie listov a balíkov poštou. Tieto dve skupiny sa nedajú oddeliť ostrou hranicou, pretože aj pri službách s dominujúcim procesom je možné zistiť výsledok. Mohli by sme ale povedať, že pri službách s dominujúcim procesom je obsahom služobného prísluhu zážitok (kontakt) a dojmy počas tohto kontaktu sú základom pre posúdenie kvality. Často pozorujeme, že dimenzia „čas“ hrá v mnohých ohľadoch rozhodujúcu úlohu. Návštevník novoročného koncertu Slovenskej filharmónie nevyžaduje od orchestra hrať najrýchlejším možným tempom, aby mohol ísť znova domov a povedať „mal som lístky na novoročný koncert“ (orientácia na výsledok). Milovník hudby sa predovšetkým oddá hlbokému pôžitku počas tejto neobyčajnej udalosti (orientácia na proces). Naproti tomu pre zákazníka vyberajúceho peniaze z bankomatu v žiadnom prípade nie je prvoradý priebeh procesu. Výber peňazí je postupnosťou krokov, vedúcich k želanému výsledku – výberu zvolenej sumy peňazí. Proces prebiehajúci v pozadí (zadanie dát, kontrolu identity prostredníctvom kódu, bezpečnostná kontrola prístupu ku kontu a pod.) zákazník vníma len čiastočne. Proces

vystupuje do popredia vtedy, ak je výsledok neuspokojivý: karta je vtiahnutá, vyplatená suma nesúhlasí, prístroj môže vydať len veľké bankovky, trvá to dlho, prístroj je poškodený a pod.

l) Podľa charakteru spotrebiteľa a služby rozlišujeme stav keď:

- Spotrebiteľ služieb je definovaný (predpísaný), alebo organizácia má možnosť vyberať si spotrebiteľov služieb.
- Služba organizácie je exaktne definovaná a nie je možné sa od nej odchýliť. Služba je definovaná rámcovo, alebo služba nie je predpísaná, organizácia si môže voľne realizovať produkčnú politiku.

m) Významným faktorom pre klasifikáciu služieb môže byť tiež viazanosť ponuky služieb:

- ponuka služieb má izolovaný charakter,
- ponuka služieb vyžaduje určitý rozsah komplementárnych činností,
- ponuka služieb má nevyhnutne komplexný charakter.

Kombinácia triediaceho kritéria spotrebiteľa služby (trhovo orientovaná dimenzia) a charakteru služby (podnikovo orientovaná dimenzia) premieta (kombinuje) viaceré kritériá.

n) Tak ako sa rozlišuje medzi spotrebnými a investičnými statkami, je možné rozlišovať aj spotrebné a investičné služby.

o) Podľa toho, či je odberateľ služby konečným spotrebiteľom (spotrebná služba), alebo podnikateľom (investičná služba) a podľa spôsobu poskytovania služby môžeme služby členiť nasledovne:

1. Základné spotrebné služby, pri ktorých sa výkon realizuje cez inštitucionálneho poskytovateľa služby (napr. prenajímateľ áut).
2. Sekundárne spotrebné služby - tu sa môže jednať o inštitucionálneho poskytovateľa služieb (napr. prenajímateľ áut, ktorý ponúka aj poistenie), ako aj o podnikateľa vyrábajúceho tovary (napr. výrobca áut, ktorý ponúka poistenie).
3. Základné investičné služby (investorská činnosť, expertízy).
4. Sekundárne investičné služby (poradenstvo, školenia, softvérové služby).
5. Spotrebiteľom je štát (verejná autorita), ktorá vystupuje ako objednávateľ a platiteľ za služby, pričom spotrebiteľom je občan.

p) Pri triedení služieb možno tieto klasifikovať v závislosti od typu prítomnosti spotrebiteľa, ktoré následne môžeme členiť na typy, kde:

- i) musí byť zákazník **fyzicky prítomný**
 - počas produkcie služby (lekárske ošetrenie),

- aby inicioval alebo ukončil proces služby (odniesť auto do opravy a nakoniec ho vyzdvihnúť).

ii) musí byť zákazník počas procesu služby **duchom prítomný (sústredený)**.

Vzťah medzi individualizáciou a štandardizáciou služieb sa prejavuje aj v miere interakcie pracovníka služieb so zákazníkom. Podľa toho, ako sa individualizácia a interakcia v konkrétnej službe prejavuje, musí firma voliť aj diferencovaný prístup k poskytovaniu služieb. Kombináciu uvedených rovín zobrazuje nasledujúca tabuľka.

Tabuľka 2 Vzťah medzi štandardizáciou a individualizáciou služieb

Stupeň individualizácie	Individuálny	Poistenie	Poradenstvo podnikateľom
	Štandardizovaný	Preprava tovaru	Skupinový jazykový kurz
	Nezávislý		Interaktívny
	Stupeň interakcie		

Prameň: Vlastné spracovanie na základe MATEIDES, A., ĎAĎO, J.: Služby. Bratislava: EPOS, 2002.

q) Členenie služieb podľa **štandardizovanosti a individuality** môžeme charakterizovať prostredníctvom nasledovných typov:

1. Prísne štandardizované - poskytovanie služby môže obsahovať štandardizovaný výsledok ako dôsledok prísne štandardizovaného procesu. Neuvažuje sa so špecifikáciou prostredníctvom zákazníka. Verejnoprávny rozhlas je príkladom, kedy sú programová ponuka a vysielacie služby produkované, nakupované a vysielané bez príspevku a spolupráce so zákazníkmi. To isté sa týka aj verejnej dopravy: zákazník sa môže orientovať pomocou plánu a nájsť pre neho najvhodnejšie dopravné spojenie z miesta A do miesta B. Individuálne určenie času a trasy, aké je možné pri ceste taxíkom, verejná doprava neumožňuje.

2. Prísne štandardizované a sčasti individualizované - napriek štandardizovanému poskytovaniu služieb existuje rad služieb, pri ktorých je možné individuálne vytvorenie výsledku, prípadne využitie potenciálu služby. Priebeh najrozličnejších bankových obchodov prebieha podľa štandardizovaného postupu, ktorý je postupný a dá sa jasne definovať. Výsledok služby je stanovený individuálne podľa zákazníckych želaní. Zákazník má určitý úverový rámec (sumu), ktorou môže disponovať a pritom je určené s akým úrokovým zaťažením musí rátať v určenom období. Pre tieto platobné podmienky existujú hranice, preto sa banka snaží ponúknuť najlepšie možné riešenie. Ešte badateľnejšie sú zákaznícke potenciály individuality bankových služieb, pri ktorých je ponúkaná len určitá infraštruktúra, ktorú môže zákazník využívať: vedenie konta, poukazovanie peňazí, bankomaty a mnoho iných služieb. Služby poštových úradov sú tiež výrazne procesné štandardizované a zároveň dávajú zákazníkovi možnosť individuálneho využitia a ovplyvnenia výsledku služby: infraštruktúra telefónnych liniek dnes slúži aj na prenos dát počítačových sietí. Charakter a účel pošty je jediný, a to využívanie a poskytovanie infraštruktúry.
3. Prísna individualizácia a sčasti štandardizácia - existujú služby, pri ktorých sa výsledok neprispôsobuje zákazníkovi, no proces služby má rozličný priebeh. Rôzne ponúkané triedy v leteckej preprave osôb sú veľmi dobrým príkladom diferenciacie procesu, ktorá sa odzrkadľuje aj v cenovej politike. Výsledok služby - prekonanie vzdialenosti - je pre všetkých pasažierov rovnaký. Tí, čo zaplatia viac a letia prvou triedou nepriletia skôr do cieľového miesta, ako ostatní zákazníci. Proces služby nie je rovnaký, lebo obsahuje prednostné vybavenie v mieste štartu i pristátia, pohodlnejšie sedenie počas letu, ostatné služby (menu, ponuka filmov a hudby). Tým sa proces služby prispôsobuje individuálnym predstavám zákazníkov. Pokiaľ ide napr. o univerzity, spadajú do tejto kategórie všetky semináre, vedené formou paralelných podujatí. Približne rovnaké témy sú predkladané rôznymi prednášajúcimi. Pri výsledku je vítaná rozsiahla štandardizácia. Je to viditeľné aj z toho, že pri tomto druhu seminára majú študenti často spoločný termín skúšky, pričom skúšková téma je pre všetkých rovnaká. Pri takých podujatiach si študent môže podľa svojich preferencií zvoliť len určitého prednášajúceho, ktorý má umožniť štandardnú prípravu na skúšku, avšak vyhradzuje si spôsob uskutočňovania vyučovania, štýl a prostriedky sprostredkovania vedomostí. Tým je úplne umožnená individualizácia v sfére procesu.
4. Prísna individualizácia - v tejto kategórii je možná široká diferenciacia, čo sa týka výsledku, ako aj procesu služby. Patria sem všetky služby, ktoré sú poskytované osobami osobám,

pretože pri nich hrá už spomínaný externý faktor podstatnú úlohu. Kvôli rozdielnosti zákazníckych očakávaní a problémom sa pri službách poskytovaných zástupcami slobodných povolání (lekár, advokát) sotva podarí dosiahnuť vyššiu mieru štandardizácie. Títo neponúkajú žiaden konkrétny produkt, ale mnohokrát také služby, ktoré sú vykonateľné podľa špecifikácie zákazníkom. Problémy zákazníkov sú síce podobné, no sotva sa dajú prekonať pomocou určitých „receptov“. Práve preto, že tu dochádza k interakcii medzi ľuďmi, sa proces štandardizácie procesu komplikuje, prípadne je možných niekoľko individuálnych riešení.

r) Pri analýze služieb môžeme rozlišovať medzi **osobnými a automatizovanými službami**. Pri osobných službách dominuje vo výrobnom procese ľudský výkon (napr. poradca podnikateľa, právnik, lekár). Ak sú následne priemyselne znásobené, už nemôžeme hovoriť o osobných službách, pretože prechádzajú do podoby tovaru, ako napr. kazety, platne, CD, knihy. Ak je osobná služba týmto spôsobom viazaná na nosné médium, hovorí sa skôr o zdokonalenej službe. Vzhľadom na rastúci význam „nových technológií“ v oblasti služieb (napr. databankové systémy, samoobslužné automaty) sa zvyšuje význam automatmi produkovanych služieb.

Jednoduché zhrnutie rôznych pohľadov klasifikácie služieb uvádza nasledovná tabuľka.

Tabuľka 3 Prehľad jednodimenzionálnej klasifikácie služieb

Znak	Forma vyjadrenia
elasticita dopytu a príjmu	- služby s cenovo elastickým dopytom
	- služby s cenovo neelastickým dopytom
	- nevyhnutné služby
	- luxusné služby
	- služby obstarania
podnikovo-hospodárske funkčné oblasti	- služby produkcie (výroby)
	- služby odbytu
	- služby financovania
	- služby na trhu obstarania
čiastkové trhy	- služby na odbytovom trhu
	- služby na peňažnom trhu
	- služby na trhu práce
	- sprostredkovanie (spojenie) úžitku produktov
	- nárast hodnoty alebo zachovania produktov
	- odstránenie zhoršenia úžitku na produktoch
	- informácia, estetický pôžitok a povznesenie
	- služby ako produkčný (výrobný) faktor
hlavný nasadený faktor	- služby vyprodukované (poskytnuté) ľuďmi
	- služby vyprodukované (poskytnuté) strojmi
druh zmluvného vzťahu	- individuálne (jednorázové) poskytnuté služby
	- dlhodobé poskytované služby
	- nepriame služby

priestorová identita predávajúceho a kupujúceho	- priame služby
Individualita	- individuálne služby
	- štandardizované služby
vzťah (hľadisko) produktu	- komplementárne služby
	- Substitučné služby
spojenie produktu	- izolované služby
	- kombinované služby
trvácnosť úžitku	- produkčné služby
	- investičné služby
podstata výkonu	- služby ako hlavný výkon
	- služby ako doplnkový výkon
oblasť použitia (z hľadiska výkonu)	- služby k internému použitiu
	- služby určené k odbytu
právne postavenie nositeľa výkonu (služby)	- súkromné služby
	- verejné služby
potreba času	- služby šetriace čas
	- služby vyžadujúce viac času
časové pôsobenie úžitku	- trvanlivé služby
	- netrvanlivé služby
hľadisko použitia	- spotrebné služby
	- investičné služby
vyjadrenie faktora práce	- telesné služby
	- duševné služby
fyzická spotreba	- individuálne služby
	- kolektívne služby
kúpne fázy	- služby predkúpnej fázy
	- služby postkúpnej fázy

Prameň: Mateides, Ďaďo: Služby. Bratislava: EPOS, 2002, s. 70.

4. Špecifiká službotvorného procesu

4.1 Komparatívna analýza výrobného a službotvorného procesu

V službách je nízka miera anonymity poskytovateľa služby, preto nároky na personál patria medzi dominujúce. Tým nechceme povedať, že samotná služba a priestory, v ktorých sa ponúka a dodáva nemusia spĺňať vysoké nároky. Jednotlivé špecifické znaky služieb, ktoré budeme charakterizovať podrobnejšie, sú:

- priamy kontakt,
- problém transportu a skladovania externého faktora,
- problém štandardizácie,
- marketingová orientácia v procese produkcie služby,
- problém asymetrického rozdelenia informácií,
- demarketing pri simultánne vykonávaných službách.

Priamy kontakt - nemateriálny charakter služieb spôsobuje, že proces produkcie služieb je zároveň aj procesom ich spotreby. Znamená to, že služba vzniká a spotrebúva sa na jednom mieste a v danom časovom momente, kde musí byť prítomný službový potenciál (subjekt), ktorý službu poskytuje, ako aj objekt, ktorý službu spotrebúva. Medzi subjektom a objektom vznikajú (v závislosti od poskytovanej služby) viaceré možné druhy vzťahov (najmä vo vzťahu, či ide o osobnú alebo vecnú službu). Z podmienky priameho kontaktu vyplýva potreba splnenia nasledovných predpokladov ako nevyhnutnej podmienky úspešnej realizácie služieb:

1. *Pripravenosť službového potenciálu*, t. j. priestorová a časová pripravenosť k činnosti, ako aj kvalitatívna a kvantitatívna pripravenosť predaja. Myslí sa tým napr. pripravenosť osoby vedúceho výučby a všetkých faktorov nutných k poskytnutiu služby vzdelávania. V prípade vyučovacieho procesu to znamená pripravenosť priestorov, podkladov, podporných prostriedkov (spätný projektor, tabuľa, učebné materiály), ako materiálneho potenciálu ponuky a osoby vedúceho výučby, ktorý musí byť pripravený svojimi znalosťami, skúsenosťami a schopnosťami.

2. *Pripravenosť objektu služby* - pripravenosť objektu je jednou z významných požiadaviek na vykonanie mnohých druhov služieb z priestorovo-časového, kvalitatívneho a kvantitatívneho hľadiska. Klasickým príkladom je vyučovací proces. Pri vyučovaní je rozhodujúca pre vykonanie služby prítomnosť študentov a ich spôsobilosť prijímať informácie.

3. *Vytvorenie predpokladov pre miestne a časové spojenie subjektu a objektu služby* - službový potenciál a objekty prijímania služby musia byť k danému časovému okamihu použiteľné a pripravené odovzdávať aj prijímať. V rámci vyučovania (služby školstva) ide o to, aby študent bol prítomný na vyučovaní v danom časovom momente.

4. *Miestna a časová prítomnosť v procese tvorby a spotreby služby* – osobný kontakt, prítomnosť službového potenciálu a objektu je konštituujuúcim znakom klasickej služby. Na tejto báze sa zakladá tiež nemožnosť produkcie do zásoby a neskladovateľnosť služieb (príp. existuje táto možnosť ako obmedzená). Tento bod, priestorové a časové zosúladenie, nesmie byť vykladaný príliš úzko. Nepredpokladá kontinuálnu, neprerušovanú kontaktnú situáciu, alebo prítomnosť spotrebiteľa počas celkového procesu. Aj počas neprítomnosti objektu služby sa môžu realizovať rozsiahle prípravné práce alebo hodnotenia. Vyučovací proces je jedným z príkladov, kedy sú okrem vlastnej služby v posluchárni poskytované tiež významné vedľajšie služby, ktoré nie sú viditeľné, alebo si ich študenti neuvedomujú. Jadro služby je v prípade výučby podávané prostredníctvom osobného priameho kontaktu medzi prednášajúcim a študentom v posluchárni. Kritérium prítomnosti je dôležité pre odlíšenie služieb od materiálnych statkov. Môže platiť pravidlo: čím materiálnejšie sú znaky potenciálu služby, tým vo väčšej miere môžu byť v odbyte použité podobné formy ako pri výrobkoch. V procesoch poskytovania a spotreby služieb participujú tri základné faktory - objednávateľ, službový potenciál a objekt. **Objednávateľ** je subjekt, ktorý vyžaduje poskytnutie služby alebo poskytnutie služby financuje. Tieto procesy môžu byť za určitých okolností oddelené. **Službový potenciál** zabezpečuje miestnu a časovú prítomnosť služby. Jeho základnými zložkami sú pracovníci, vybavenie miesta poskytovania služby, použité pomôcky, príp. aj prostredie ako také, Významnou zložkou službového potenciálu je tzv. *kontaktný subjekt* - pracovníci prichádzajúci do priameho styku s objektom pracovného procesu. Pre službový potenciál platia nasledovné dve podmienky: 1. Musí byť fakticky i právne k dispozícii na danom mieste a v danom čase v požadovanej kvalite a kapacite. 2. Musí byť pripravený poskytnúť službu v aktívnej interakcii s objektom. **Objektom** môže byť osoba alebo vec, u ktorej vplyvom procesu poskytnutia služby dochádza k zmene určitej vlastnosti, a to buď okamžite alebo až po určitom časovom odstupe. Na *objekt poskytovania služby* sa vzťahujú tieto štyri požiadavky:

1. Musí byť na mieste spotreby služby v čase jej produkcie (miestna a časová prítomnosť).

2. Musí byť pripravený službu spotrebovať - od objektu sa vyžaduje, aby spĺňal požadované predpoklady, ktoré ho kvalifikujú pre spotrebu danej služby. Nepostačuje len to,

že objekt službu požaduje. Musí byť schopný minimálne službu prijať po kvalitatívnej i kvantitatívnej stránke a tiež niekedy musí byť oprávnený službu prijať.

3. Aktívna participácia v procese produkcie a spotreby (platí v zásade len pre osobné služby, napr. určujeme si tvar účesu).

4. Pre väčšinu procesov platí aj predpoklad, že objekt má záujem službu spotrebovať - existencia dopytu po službách (túto podmienku nie je možné jednoducho absolutizovať, pretože existuje atribút tzv. „vynútenej spotreby“ a existuje tiež „automatická“ spotreba kolektívnych statkov).

Problém transportu a skladovania externého faktora vzniká ako dôsledok špecifických funkcií externého faktora (napr. skladovanie na opravu prichystaných televízorov, umiestnenie chorého pred operáciou alebo čakanie pacientov v čakárni). Táto problematika je charakteristická pre viaceré služby a musí sa na ňu reagovať (napr. zodpovedajúce zariadenie čakární alebo zavedenie systému rezervácie).

Problém štandardizácie služieb. Z integrácie externého faktora do procesu poskytovania služieb vyplýva individualistický, personálne intenzívny, ťažko štandardizovateľný charakter mnohých služieb. Služby dennej spotreby môžu byť predávané ako masové produkty, v ktorých sú potenciály, procesy alebo výsledky aspoň čiastočne štandardizované. No existujú služby, kde proces štandardizácie možno uplatniť v oveľa vyššej miere (doručovanie cez UPS, vybavenie „business class“ v lietadle, hotelové služby, prenosová rýchlosť internetu, veľkosť prenajatej plochy billboardu ako súčasť reklamných služieb a pod.).

Marketingová orientácia v procese výroby služieb. V protiklade k výrobe tovaru je spotrebiteľ služby počas procesu poskytovania služieb prítomný do tej miery, do akej on sám vystupuje ako externý faktor. Z toho vyplýva pre poskytovateľa služieb úloha zabezpečiť marketingovo orientované usporiadanie procesu služieb. Na jednej strane si treba všímať potreby dopytu po službe počas samotného vytvárania služieb (napr. príjemné zariadenie miestnosti, rozhovor so zákazníkom u kaderníka, hudba v pozadí, káva ako doplnok a pod.) a na druhej strane má osobitný význam starostlivá príprava poskytovania služieb pri priamom kontakte so zákazníkom.

Problémy asymetrického rozdelenia informácií. Na základe skutočnosti, že pre zákazníka sú dôležité vlastnosti služieb neznáme, nepozorovateľné alebo neposúditelné, je častým znakom služieb asymetrické rozdelenie informácií medzi zúčastnenými stránkami v interakčnom procese. Asymetria je predstavovaná objemom informácií na strane poskytovateľa a na strane spotrebiteľa služby.

Demarketing pri simultánne vykonávaných službách. Integrácia externého faktora spôsobuje, že proces výroby služieb sa uskutočňuje často v prítomnosti ďalších spotrebiteľov (napr. návšteva pohostinstva, dovolenka, jazykový kurz). Spotreba služieb je v tomto prípade ovplyvňovaná vlastnosťami a správaním sa ostatných spotrebiteľov. Producent služieb sa musí prostredníctvom demarketingu (utlmujúci dopyt) starať o to, aby tieto vplyvy spotrebiteľovi z pohľadu kvality prekážali čo najmenej. Poskytovateľ služieb tu môže siahnuť po rôznych nástrojoch marketingového mixu, ktoré budú pôsobiť obmedzujúco (napríklad zaviesť „klubovú kartu“ pre návštevníka diskotéky alebo inak selektovať, či vylúčiť zákazníkov).

4.2 Základné požiadavky službotvorného procesu

Dlhodobý úspech úzko závisí na neustálom kontakte službotvorného procesu so základnými požiadavkami, ktoré ovplyvňujú, či zákazník bude pokračovať v obchodovaní s vaším podnikom.

Zabezpečenie základných požiadaviek, ktoré sú zákazníkovi prisľúbené, t.j. správny produkt, správne miesto, správny čas, správny spôsob (v službách správni ľudia), sú základom excelentnosti služieb. Mnohokrát sa organizácia prestane sústreďovať na podstatu svojho podnikania. Nahradí prevádzkovú excelentnosť len hlasným kričaním o svojej perfektnosti bez akejkoľvek podstaty. Zákazníci nie sú zaujatí, stráca sa dôvera, začínajú prehodnocovať svoj budúci postoj, pribúdajú námietky a v konečnom dôsledku pomaly odchádzajú.

Profesionál v oblasti služieb pochopí, že dôvera vytvorená v zákazníkovi vzniká pomaly prostredníctvom neustáleho zabezpečovania perfektných služieb. Množstvo spoločností dosiahlo obrovský úspech práve poctivým a dlhodobým zameraním sa na základné požiadavky službotvorného procesu a tvorby hodnoty pre zákazníka. Ak podnik dlhodobo poskytuje služby založené na základných požiadavkách, tento proces vytvára u zákazníka dôveru. Vytvára základy, ktoré sú nevyhnutné na pridávanie hodnoty a úžitku u zákazníka. Bez základov,

ktorými sú čas, peniaze a úsilie, pridávanie hodnoty je bezpredmetné. Základnými pochybeniami pri tvorbe základov sú predovšetkým:

- otriasanie zákazníkovej dôvery v schopnosti organizácie,
- podlamovanie schopnosti organizácie získať si reputáciu poskytovateľa excelentných služieb,
- znižovanie možností pre zákazníkov opätovné vrátenie sa a/alebo pozitívne referencie.

Profesionál v oblasti služieb pozná elementy základných sľubov organizácie. Sústreďí úsilie na rutinu, denné vykonávanie úloh v nasledovných elementoch:

1. **správny produkt:** Zabezpečuje, aby zákazník dostal to, čo si objednal. Zabezpečuje, že to, čo je propagované, má spoločnosť na sklade a je schopná to poskytnúť. Zabezpečuje, že zákazníci dostanú produkt, ktorý chcú (a nielen to, čo chce spoločnosť predat').
2. **správny čas:** Zabezpečuje, že spoločnosť dodržiava stanovené dodacie lehoty. Zavolá späť, keď je to dohodnuté. Fakturuje načas. Ukáže sa načas.
3. **správne miesto:** Poskytované služby sú zabezpečované na správnom mieste. Stretnutia sa konajú na správnom mieste. Faktúry a dotazníky majú vždy správnu adresu. Vhodné miesta na úschovu tovaru a iného majetku potrebného na poskytovanie služby.
4. **správny spôsob:** Všetko je poskytované správnym prístupom (profesionalita niekedy musí ustúpiť osobnému prístupu), zdvorilosťou a entuziazmom. Nevyhnutnosťou je ochota pomôcť, úslužnosť a hlboká vedomosť o poskytovaných produktoch, službách a procesoch.

Profesionál vie, že zákazníkove chápanie a vnímanie základného sľubu organizácie vychádza z dvoch typov záväzkov:

a) *Explicitné záväzky* pochádzajú od vyhlásení zamestnancov poskytujúcich služby priamo zákazníkov, či už priamo alebo prostredníctvom reklamy, zmlúv alebo písomných dohôd. Veci stanovené v explicitných záväzkoch musia byť nevyhnutne zabezpečené. Explicitné záväzky nikdy nesmú vytvárať zmätok alebo priestor pre argumentáciu.

b) *Implicitné záväzky* sú vytvárané prostredníctvom domnienok zákazníka o tom, ako by mala byť služba poskytovaná, resp. aký druh spolupráce vyžaduje. Aj keď nič nie je pri implicitných záväzkoch v písomnej podobe alebo dohodnuté, profesionál si je vedomý, že práve tieto typy záväzkov sú veľmi dôležité pre zákazníka, ktorý ich vníma ako explicitné záväzky. Úlohou organizácie je ich odhaliť a premeniť na explicitné, resp. minimálne vedieť

o zákazníkovej predstave a mať ju podporenú vyjadreniami zákazníka v takom rozsahu, aby sa predišlo nedorozumeniam, ktoré majú za následok zvyšovanie nákladov spoločnosti.

Uvádzame niekoľko príkladov implicitných záväzkov, o ktorých zákazníci predpokladajú, že budú súčasťou prísľubov organizácie:

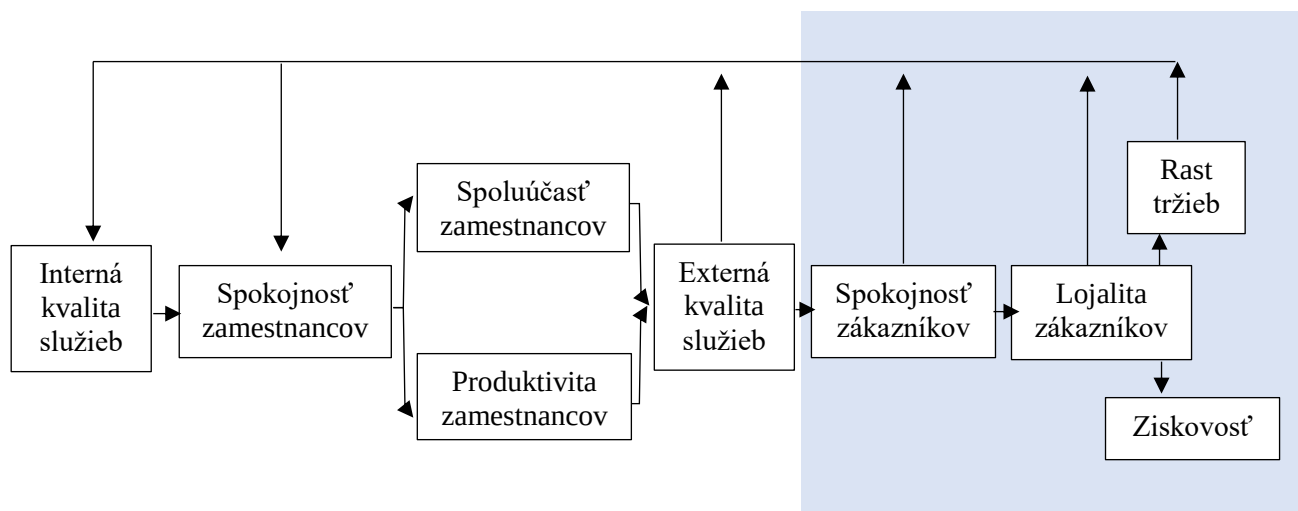
- zákazník predpokladá, že všetky faktúry budú v poriadku,
- zákazník predpokladá, že organizácie bez argumentácie prijme reklamáciu aj deň po vypršaní záručnej lehoty,
- zákazník predpokladá, že keď si priplatí za kvalitu, bude mať nadštandardné podmienky v úžitkovej hodnote,
- zákazník predpokladá, že keď je zariadenie krásne a cena dosť vysoká (v porovnaní s konkurenciou), dostane aj nadštandardné služby,
- zákazník predpokladá, že jeho osobné veci pri spotrebe služby v zariadení sa nestratia,
- zákazník predpokladá, že zamestnanci budú vždy zdvorilí a erudovaní v danej problematike,...

Manažér zodpovedný za poskytovanie služieb vie, že výkon zamestnancov je kritickým bodom očakávaní zákazníkov. Zákazníci vnímajú výkon zamestnancov ako hlavnú súčasť tvorby hodnoty kupovanej služby. Ich výkon je denno-denne hodnotený zákazníkmi.

Manažér vie, že výkon zamestnancov je súčasťou hodnoty služby kupovanej zákazníkmi, že výkon zamestnancov reprezentuje charakter a kvalitu organizácie a v konečnom dôsledku výkon zamestnancov je samotná služba.

Pri výbere zamestnancov na kľúčové pozície, t.j. pozície, ktoré sú v priamom kontakte so zákazníkmi, je nevyhnutné sa zamerať na osobnostné charakteristiky. Tieto vlastnosti sú vždy intenzívne vnímané zákazníkmi a sú to predovšetkým: starostlivosť a záujem, erudovanosť v poskytovanej službe a produkte, ochota pomôcť, zdvorilosť, zodpovednosť a aktívnosť. Ich nedostatok sa okamžite prejaví na výsledkoch organizácie a vyžadujú okamžité riešenie. Tieto vlastnosti zamestnancov sa považujú za kritický faktor úspechu organizácie.

„Kľúčom k uspokojeniu zákazníka takmer nikdy nie je prekonanie zákazníkových očakávaní, ale predovšetkým to, či sme vôbec schopní nájsť, pochopiť a zabezpečiť uspokojenie zákazníkovej definície minimálnej tolerovateľnej hranice kompetencií organizácie v tých oblastiach, o ktorých si zákazník aj my myslíme, že sú naozaj dobré“ (Shaff, 2000).



Obrázok 6 Reťazec tvorby zisku v službách

Prameň: Vlastné spracovanie podľa Heskett a kol., Putting the Service-Profit Chain to Work, 1994

Dôležitým faktorom pri vytváraní úspechu organizácie sú tzv. úspešné príbehy, ktoré sa tvoria medzi spokojnými zákazníkmi. Odborníci odhadujú, že práve oni spôsobujú efekt gule, ktorá je však pri rôznych službách rôzneho charakteru, každopádne má však v určitom momente tvar geometrickej funkcie. Obdobne to funguje aj pri negatívnych príbehoch, ktoré kolujú medzi zákazníkmi.

II. EKONÓMIA SLUŽIEB

5. Teória ekonomiky služieb

V súčasnosti možno za „mainstreamový“ prístup budovania poznatkovej bázy o modernej ekonomike založenej na službách považovať teóriu ekonomiky služieb. Tento prístup nemožno označiť za čisto makro alebo mikroekonomický. Taktiež ho nemožno označiť za manažérsky prístup. Teória ekonomiky služieb je založená na komplexnejšom prezentovaní dôkazov o význame služieb ako centrálnej súčasti národného hospodárstva v dôsledku rozširovania ich funkcií v ekonomickom systéme krajiny tak na makroúrovni ako aj na úrovni podnikovej.

Hľadanie nových dimenzií spoločenského a ekonomického pokroku v predmetnej teórii nadväzuje na poznatky o limitoch rastu iniciované Rímskym klubom¹ a v dožívaní veľkého cyklu klasickej priemyselnej revolúcie, ktorá sa vyznačovala veľkovýrobou a masovou spotrebou, resp. väčšími a rýchlejšími strojmi, v investovaní viac do výrobných odvetví a materiálov ako do nemateriálnych zložiek podnikania, viac do strojov ako do organizácie, do hmatateľných produktov ako do komunikácie. Ropná kríza na začiatku 70. rokov a obdobie konfliktov po „zlatom štvrtstoročí“ boli medzníkom signalizujúcim zmenu základných podmienok ekonomického rozvoja. Pri prudkom poklese ekonomického rastu sa stáva kľúčovou otázkou lepšie využívanie dostupných zdrojov. Hospodárska kríza signalizovala, že niečo podstatné sa zmenilo. Rozvoj priemyslu sa čoraz menej týkal výroby a čoraz rozhodujúcejšie boli otázky jeho organizácie. Napríklad v chemickom priemysle bolo otázkou, ako zorganizovať výrobu bezpečnú pre robotníkov, ako kontrolovať bezpečnosť výrobkov, ktoré idú na trh. V leteckom priemysle už nebolo najdôležitejším vyrábať čoraz rýchlejšie a väčšie lietadlá. Letecké spoločnosti mali záujem predovšetkým o bezpečnosť pasažierov, organizáciu letísk, optimálne spôsoby prepravy množstva ľudí na jedno miesto za určitý čas. Tieto a im podobné činnosti majú svoje ťažisko v oblasti služieb, prípadne aj v plnom rozsahu v nej spočívajú. Rozhodujúce teda boli služby uplatňované pri riadení a v prepravnom procese.

¹ Rímsky klub je sústredenie vedcov upozorňujúcich na ekonomické a ekologické riziká spojené s vysokou mierou ekonomického rastu. Na základe reálnych údajov sa snaží dokázať, že ak sa bude pokračovať v doterajších tempách ekonomického rastu, naša planéta narazí na niekoľko vážnych problémov: demografickú explóziu, znečistenie životného prostredia a priepasť Sever-Juh. Už v roku 1972 Rímsky klub publikoval správu o „Limitoch rastu“ (The Limits to Growth), teda rok pred veľkou ropnou krízou. Obsahovala určité proroctvo, ktoré dovtedy bolo len intuíciou poukazujúcou na vyčerpatelnosť zásob zdrojov, najmä energetických. Keďže sa správa objavila v čase „zlatého štvrtstoročia“, t.j. 25 rokov nepretržitého ekonomického rastu nasledujúceho po druhej svetovej vojne, s ktorým vtedy vypracované prognózy počítali aj naďalej, otvorenie diskusie o hraniciach rastu a zdrojov pomohlo lepšie zvládnuť krízové problémy v sedemdesiatych rokoch.

Takýto vývoj bol charakteristický pre väčšinu odvetví ekonomiky. Vyššia koncentrácia výroby v priemysle kvôli rastu ekonomiky, ale aj v doprave a iných odvetviach, zvyšuje organizačné problémy a spôsobuje rast cien služieb, podmieňujúcich fungovanie celého systému ekonomiky. Sú to otázky organizácie, logistiky, lebo treba vedieť zaobchádzať s množstvom ľudí a výrobkov, organizovať skladovanie, distribúciu, chrániť skladové hospodárstvo, zvládnuť neistotu vo fáze výroby, ako aj vo fáze využitia výrobkov, recykláciu materiálov a výrobkov až do konca ich životnosti. (Michalová, 2004).

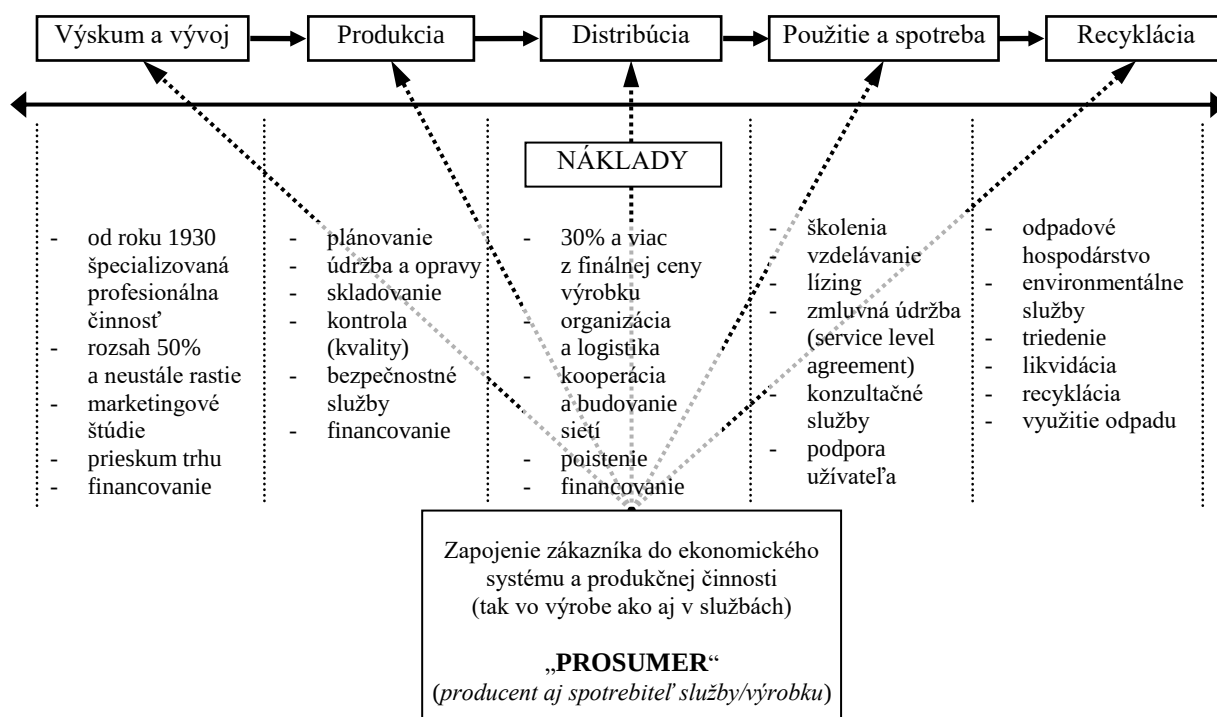
V 70. rokoch minulého storočia sa považovalo za technicky výhodné realizovať rozsiahlu výrobu bez ohľadu na vstupné suroviny. Postupne sa však stalo problematickým získať vstupné suroviny, skladovať ich, skladovať polotovary, realizovať hotové výrobky, chrániť skladové hospodárstvo. Čoraz dôležitejšou sa stávala bezpečnosť vo výrobe i v procese použitia. Ťažiskové otázky sa sústreďovali viac na organizáciu, bezpečnosť, manažment, obchodovanie, logistiku. Najdôležitejším teda nebolo zvyšovať výrobu tradičným spôsobom. Čoraz viac sa integrovala a stávala závislou od systému distribúcie, od služieb výskumu, bezpečnostných a pod. Ekonomické analýzy a projekty mali zmysel iba vtedy, ak sa v nich integroval moment nápadu cez výskum, vývoj, až po odbyt výrobku a likvidáciu odpadu vzniknutého po použití. Sú to všetko činnosti služieb, tvoriace spojovací článok medzi technológiou a ekonomickým rozvojom, ktoré umožnili vysokú úroveň uplatnenia technológie a ekonomiky priemyselných odvetví. Lepšie poznanie technológie na posúdenie možného rizika vyžadovali aj finančné a poisťovacie spoločnosti. I v týchto službách došlo k radikálnym zmenám. Čo Smith a Marx považovali za neproduktívne a druhoradé, stalo sa primárnym. Dnes stojí poistenie na začiatku každého investičného projektu. Bez poistenia sa nezaobíde medzinárodný obchod, medzinárodné pôžičky. Dokonca politické riziká sú objektom istého druhu poistenia. Zmeny a dôsledky v ekonomickom rozvoji prinútili zmeniť postoj k službám. Dovtedy sa nebrali natoľko vážne. (Michalová, 2004)

Služby sa stávajú súčasťou všetkých sektorov ekonomiky. Nestačí len dopestovať poľnohospodárske produkty, treba ich niekde skladovať, chrániť, predať. Čím zložitejšie sú výrobky, tým viac vyžadujú služby. Výroba počítačov, elektronických zariadení, farmaceutických výrobkov a pod. vyžaduje najskôr dlhé obdobie výskumu a vývoja. Ak ide o vyspelú techniku, náklady na výskum a vývoj sú často vyššie ako samotné výrobné náklady. Vo vyspelých krajinách sa investuje do výskumu a vývoja v chemickom priemysle 5 - 30 %, v elektronike 30 a viac percent z hodnoty odbytu. Takže výskum a vývoj - čo sú služby - predstavujú značnú časť činnosti hospodárstva. Nevýhodou je, že potrebujú investície a pracovné sily mnoho rokov pred začatím výroby.

Rozvinutím nového výrobku vznikajú problémy s plánovaním výroby ako aj jej financovaním. Veľa peňazí potrebuje marketing, zisťovanie záujmu spotrebiteľov. Čím vyššia je technologická úroveň výroby, tým väčšie problémy možno mať so získavaním kvalifikovaných pracovných síl. Pri modernej technike sa objavuje aj dodatočný problém logistiky. Po výrobnej fáze nasleduje distribúcia výrobkov, ktorá je čoraz nákladnejšia a zložitejšia. Napríklad v automobilovom priemysle západných krajín predstavujú distribučné náklady okolo 30 % z ceny automobilu. Čím vyspelejšia technika sa vyrába, tým dôležitejšie je naučiť spotrebiteľov používať ju. V období klasickej priemyselnej ekonomiky pri kúpe kladiva stačilo naučiť sa zatĺkať klinec do steny. V ekonomike služieb nestačí kúpiť si osobný počítač, pokiaľ sa neinvestujú ďalšie peniaze a čas na to, aby sa kupujúci naučil používať ho. A to neplatí iba pre počítače, ale pre väčšinu ďalších výrobkov (automobil).

Ak sa k uvedeným činnostiam v poslednej fáze prirátajú problémy s odpadom a náklady na jeho odstraňovanie, potom sa odhaduje, že až približne 80% ceny výrobku predstavujú náklady na to, čo označujeme ako služby. Predpokladá sa, že sú to služby a technológie ako spojovacie články, ktoré budú musieť vyriešiť aj hlavné problémy súčasného ekonomického rozvoja. Novým trendom v riadení spoločnosti sa stáva environmentálny manažment a služby s ním spojené, ktoré presadzujú dlhodobú udržateľnosť výroby vzhľadom na stabilitu a dokonca rozvoj zdravého životného prostredia. Všetky tieto činnosti sú primárne realizované službami.

Rýchle tempo rastu služieb a ich nové funkčné postavenie je preto základom vzniku „teórie ekonomiky služieb“. Tento pojem sa vzťahuje na zmeny v procese produkcie výrobkov a služieb a v technologickom obsahu výroby, vedúcom k zmenám v delbe práce, ako aj na štruktúry ekonomiky, jej organizácie a fungovania. Podporným kritériom existencie ekonomiky služieb je, že vyše 50% nákladov vchádza do výroby produktu zodpovedajúcimi funkciami služieb, ktoré mu pridávajú hodnotu a zvyšujú jeho dostupnosť a využiteľnosť. Nové chápanie produkčného reťazca zmeneného práve o významný rast služieb v ňom spolu s postavením zákazníka v produkčnom procese znázorňuje nasledovný obrázok.



Obrázok 7 Nové chápanie produkčného reťazca v teórii ekonomiky služieb

Prameň: Vlastné spracovanie podľa Michalová, V – Šuterová, V.: Služby. Hronský Beňadik : NETRI, 2004.

Podľa Michalovej a Šuterovej (2004) sa vyššie uvedené všeobecné okolnosti vzniku teórie ekonomiky služieb konkrétne vysvetľujú a prejavujú nasledovnými aspektmi.

5.1 Rast funkcií služieb v produkčnom systéme ekonomiky

Rast funkcií služieb je priamym výsledkom rozvoja produkčných techník a systémov, ktoré sa do začiatku 20. storočia zdokonaľovali prevažne nazhromaždenými skúsenosťami ľudí a premietali sa do zmeny organizovania práce, počnúc profesionalizáciou výskumu, cez osamostatňovanie činnosti skladovania, logistiky, organizácie trhu, financovania, participácie pri využití výrobkov, ako aj pri likvidovaní odpadu a znečisťovania životného prostredia na všetkých stupňoch. Do tvorby bohatstva zasahujú služby na niekoľkých úrovniach produkčného reťazca:

1. výskum a vývoj

Služby vykonávané dlho pred začiatkom výroby, ako sú napr. výskumné a vývojové služby. Tu je nutné poznamenať, že až od roku 1930 sa táto funkcia stala špecifickou a

profesionálnou činnosťou so zvláštnym rozpočtovým hospodárením, ktorá dnes zamestnáva milióny ľudí a predstavuje vysoké rozpočty či už v organizáciách súkromného, alebo verejného sektora. V niektorých odboroch s vyspelou technológiou môže táto predvýrobná činnosť predstavovať vyše 50 % z celkových nákladov na sériovú výrobu. Aj také funkcie služieb, ako sú napr. investičné programy a marketingové štúdie, prieskum trhu, často prebiehajú pred začatím akýchkoľvek výrobných procesov.

2. výrobný (produkčný) a logisticko-distribučný cyklus

Koncentrácia a špecializácia produkčných systémov vyžadujú, aby sa kládol čoraz väčší dôraz na také činnosti služieb, ako sú plánovanie, organizácia, riadenie a kontrola, údržba a opravy, distribúcia, skladovanie, kontrola kvality a opatrenia v oblasti bezpečnosti produkčných systémov. Logistika a distribúcia je sama osebe veľmi komplexnou oblasťou služieb a je nevyhnutná na účinnú organizáciu systémov výroby a služieb, ktoré sú zamerané na prepojenie produkcie so spotrebou. Rovnako nenahraditeľnými sa stali služby finančné a poisťovacie vzťahujúce sa na celý produkčný systém, jednotlivé výstupy (výrobky, služby, informácie) a ich rozdeľovanie. Ak si predstavíme, že investície do energetických systémov (atómová elektrárň, energetická prenosová sústava alebo ropovody) sa vyšplhajú do miliárd eur, nároky na komplexné služby a činnosti zainteresovaných finančných a poisťovacích inštitúcií sú kľúčové.

3. používanie a spotreba

Typickou pracovnou hypotézou etapy (éry) priemyselnej revolúcie je porovnanie výrobného procesu ako ukončeného v momente, keď výrobok bol predaný na trh. V globálnom chápaní ekonomiky služieb sa komplexný akt výroby končí, ak bolo využitie výrobkov a služieb maximalizované počas ich životnosti a ak berieme do úvahy sériu predvýrobných, výrobných a povýrobných nákladov. Ekonomická hodnota v teórii ekonomiky služieb zahŕňa aj fázu používania a spotreby. Kým v priemyselnej ekonomike kľúčovým problémom bola nákladovo vyjadrená hodnota výrobku, v ekonomike služieb sa pre určenie hodnoty kladie iná otázka: „Aká je úžitková hodnota výrobku, služby alebo informácie, riešeniu akého problému, ako dobre (komplexne) a ako dlho slúži?“

Veľmi špecifickou pridanou hodnotou služieb v modernej ekonomike je využitie ich funkcií spojených s používaním akéhokoľvek druhu výrobku, inej služby alebo informácie počas ich životnosti. Od užívateľov sa stále viac vyžaduje, aby investovali do svojho vzdelania umožňujúceho premenu potenciálnej hodnoty nejakého výrobku, služby alebo informácie na

praktickú hodnotu. Užívatelia sa veľmi často stávajú súčasťou produkčného systému, keď uvádzajú predmety do činnosti a realizujú ich potenciálnu hodnotu.

4. recyklácia

Každý výrobok sa nakoniec stane odpadom. Služby preto prichádzajú čoraz častejšie k slovu pri zvládnutí problémov environmentálnych problémov, problémov s odpadom a znečistením na všetkých stupňoch produkčného procesu a takisto po uplynutí životnosti výrobkov, keď sa výrobky samy stávajú odpadom. Odpadové hmoty boli vždy vedľajším produktom všetkých druhov ľudských činností a hlavne výroby.

5.2 Spriemyselňovanie služieb

Všade okolo nás viditeľný rozvoj ekonomiky služieb sa musí chápať ako globálny proces vznikajúci z priemyselnej revolúcie a nie jednoducho len ako výsledok rozmachu tradičných činností služieb. Rast spriemyselňovania služieb prostredníctvom modernej techniky a technológie, ktorá radikálne mení metódy práce veľkej časti tradičných služieb, spôsobuje veľký vzostup spotreby činného ľudského kapitálu v procese produkcie služieb. Je dôležité pochopiť, že moderná technika a technológia radikálne zmenili metódy práce nielen v poľnohospodárstve a priemyselnej výrobe, ale vo veľkej časti tradičných služieb. V súvislosti s technicky najrozvinutejšími sektormi už autori Giarini a Roulet (1985) zdôrazňujú fakt, že tradičné (masové) služby sa podrobujú procesu industrializácie. Samozrejme, toto je dôležitý jav, ale prehliada sa značný rast funkcií služieb vnútri tradičných výrobných sektorov.

O tridsať rokov po Giarinim a Rouletovi sa celý koncept spriemyselňovania služieb dostáva do svojho rozmachu a v súčasnosti je známy pod pojmom „Industry 4.0“, kde dochádza nielen k robotizácii výroby, ale najmä k automatizácii opakujúcich sa podporných služieb vo výrobe i v samotnom sektore služieb. Novým trendom je robotizácia, t.j. nahrádzanie automatizovaných služieb „robotmi“. Tie v sa v službách však nechápu ako samotné fyzické stroje, ale skôr ako technológie (softwarové riešenia), ktoré prepájajú rôzne mikro-kontrolery (snímače) za účelom časovania poskytnutia služby, ktorá je automatizovaná. Príkladom môže byť „robotom“ spracovaný „cestovný príkaz“, ktorý sa automatizovane vyplní podľa zadanej jazdy v navigačnom systéme služobného auta. Robot vyplní všetky požadované údaje, stiahne kurzový lístok, cenu paliva a nároky z príslušnej právnej normy, spočíta výšku cestovných náhrad a po ukončení pracovnej jazdy vyplnený príkaz odošle na autorizáciu pracovníkovi. Iným vhodným príkladom spriemyselňovania služieb môže byť automatizované služby

upratovacích spoločností. Manuálnu službu umývania podláh preberá stroj, ktorý je automatizovaný a ovládaný vlastným navigačným systémom, ktorý preskúma miestnosť a navrhne najvhodnejšiu trasu. Pracovník sa tak môže venovať inej časti upratovania, čím sa výrazne zvyšuje produktivita práce celej operácie – upratovanie priestoru.

Automatizácia v službách, ktoré sú do značnej časti opakovateľné sa v nových významoch spájajú s finančníctvom ako aj reguláciou. Poznáme ich pod pojmami „FinTech“, „InsureTech“ alebo „RegTech“. Sú to vlastne koncepty automatizácie (robotizácie) poskytovania služieb. Vo finančníctve je extrémne rýchlo rastúcou službou práve „robotom“ poskytované finančné plánovanie a investovanie, známe ako „RoboAdvice“.

5.3 Horizontálna integrácia výrobných činností

Tradičná ekonomická teória stále rozlišuje tri sektory produkčnej činnosti: primárny (poľnohospodárstvo), sekundárny (priemysel) a terciárny (služby). Toto vertikálne rozdelenie do sektorov viedlo k vzniku teórií ekonomického rastu, podľa ktorých existuje historický prechod od poľnohospodárstva k priemyselným spoločnostiam a v súčasnosti od priemyselnej spoločnosti k spoločnosti služieb. Takáto teória je založená na industrializačnom procese, kde ešte nie sú priemyselné prevažujúce poľnohospodárske činnosti a kde terciárny sektor slúži veľmi často ako „zvyšok“, v ktorom sa umiestňujú všetky ekonomické aktivity, ktoré sa jednoducho nemôžu nazvať priemyselnými. V skutočnosti sa pre tieto tri typy spoločnosti (poľnohospodárska, priemyselná a služby) stáva veľmi dôležitým stanoviť priority, ktoré umožňujú stimulovať a zdokonaľovať produkciu bohatstva a blahobytu. (Michalová - Šuterová, 2004)

Teória ekonomiky služieb tvrdí, že v moderných ekonomikách je skutočným javom progresívne, horizontálne vzájomné prenikanie a prepájanie troch sektorov, a nie znižovanie alebo rast niektorého z nich. Nová ekonomika služieb teda nekorešponduje s terciárnym sektorom v tradičnom zmysle, ale je založená na skutočnosti, že funkcie služieb ovládajú všetky ostatné typy ekonomických činností. Od priemyselnej revolúcie bola každá potreba definovaná ako základná potreba, uspokojovaná produkciou priemyslu. Toto sa udržiavalo klasickou ekonomickou teóriou, ktorú až doteraz inšpiroval vývoj industrializačného procesu. Engelov zákon hovorí, že vo väčšine prípadov služby uspokojujú len druhotné potreby (podriadené prvotným potrebám). V tomto zmysle sa predpokladá, že priemyselná revolúcia účinne zabezpečuje jedlo, bývanie, zdravie. Až keď sa uspokojia tieto potreby, možno konzumovať

určité služby. Ale skutočné zmeny smerom k ekonomike služieb vychádzajú práve z faktu, že služby sa stávajú nevyhnutnými už pri sprístupňovaní produktov a služieb uspokojujúcich základné potreby. V ekonomike služieb je výrobok užitočný len vďaka ich fungovaniu.

Ako príklad uvádza Michalová (2004) odvetvie poisťovníctva. Až do r. 1970 sa poistenie (vrátane poistenia osôb) chápalo ako druhotná činnosť v tradičnom ekonomickom zmysle: tieto služby sa mohli rozvíjať, len keď sa uspokojili primárne potreby. Napriek tomu, že v krízovom období r. 1973 svetová produkcia HDP klesla o 3% ročne, celkový objem uzatvorených poisťných zmlúv mal vzrastajúcu úroveň, v priemere 6% ročne. Ak by poistenie malo sekundárny význam, znižujúca sa produkcia by spôsobila viac než len proporcionálne zníženie poisťných zmlúv podľa Engelovho zákona. Vysvetlenie tohto nepretržitého rozmachu poisťovacích činností dokonca aj v obdobiach spomalenia rastu spočíva v tom, že moderný výrobný systém závisí od poisťovníctva a ďalších služieb ako kľúčových nástrojov na zabezpečenie jeho správneho chodu. Na vysokom stupni technického rozvoja, kde vysoké riziko (čisté i podnikateľské) a zraniteľnosť predstavujú základnú výzvu pre manažment, stáva sa poisťovníctvo čoraz viac základnou súčasťou produkcie i života jednotlivcov. Podobne sa dnes považuje za status primárnych potrieb vo väčšine priemyselných krajín sociálne zabezpečenie, zdravotné a životné poistenie.

Preto sa horizontálnou integráciou všetkých výrobných činností do značnej časti neguje teória troch sektorov a vyvracia platnosť Engelovho zákona od druhoradosti služieb pri uspokojovaní potrieb ľudí.

5.4 Presun od hodnoty výrobkov k hodnote systémov

Posunom chápania hodnoty v teórii ekonomiky služieb oproti etape klasickej priemyselnej ekonomiky, ktorá berie do úvahy sumu nákladov spredmetnených vo výrobe, je zohľadnenie všetkých vkladov (peňažných i nepeňažných) zamerané na získanie užitočnosti výstupu, keďže v globálnom chápaní ekonomiky služieb sa kupujú funkčné vlastnosti predmetu (výrobku, služby, informácie) alebo celého systému (riešenia) schopného vyriešiť problém klienta. Čo sa týka chápania hodnoty, je tu ďalší základný rozdiel, odlišujúci priemyselnú výrobu od ekonomiky služieb. Prvá pripisuje hodnotu všetkým vymeniteľným výrobkom, kým druhá chápe hodnotu ako predstavu reálneho využitia výstupov produkčného procesu (tak materiálnych ako aj nemateriálnych) integrovaných do systému.

Význam pojmu „úžitok“, a z pohľadu procesného manažmentu „užívanie“, má v teórii ekonomiky služieb významný dopad na stanovenie ekonomickej hodnoty. Užívanie je systematický proces, ktorý prebieha v časovom úseku buď individuálne klientom alebo ako interakcia medzi poskytovateľom a užívateľom. Dĺžka užívania jednotlivých výrobkov, služieb a informácií sa preto stáva dôležitým faktorom na optimalizáciu ekonomických činností nielen producenta, ale všetkých článkov (organizácií) zahrnutých do produkčného reťazca. Rozbor ekonomických veličín (náklady, výnosy) musí nevyhnutne zohľadňovať rôzne dlhý čas užívania, pričom pri plánovaní produkčného systému (výrobného i službového) by sa mala brať do úvahy aj cena odpadu po extrahovaní úžitkovej hodnoty z výrobku, služby alebo informácie. Samozrejme, že rozsah odpadu zo spotreby informácií je neporovnateľne nižší (takmer nulový) ako zo spotreby služieb a následne zo spotreby služieb neporovnateľne nižší ako zo spotreby výrobkov. Optimalizácia trvania životnosti sa v skutočnosti berie čoraz viac do úvahy pri nových konceptoch obchodných systémov založených na princípe prístupu/prenájmu (lízing produktov, prístup do databáz, členstvo v kluboch a inštitúciách), s ktorými sa spája prístup k výrobkom, službám alebo informáciám, a podobne. V týchto prípadoch sa predáva a kupuje užívanie výrobkov, služieb a informácií vrátane všetkých nákladov spojených s ich fungovaním počas životnosti.

V klasickej priemyselnej ekonomike (reprezentovanej predovšetkým Marshalovou teóriou firmy) sa hodnota výrobkov, služieb alebo informácií rovná sume nákladov vynaložených na ich produkciu (plus zisková marža). Tento prístup berie do úvahy hodnotu výrobku, napr. práčky ako takej, pričom teória ekonomiky služieb odhaduje skutočný výkon práčky nielen z hľadiska výrobných nákladov, ale aj ďalších, t. j. nákladov na ich údržbu, opravy, času na zaučenie v obsluhu, a spája ich s úžitkom, ktorý prinesie užívateľovi počas doby užívania, ktorú je nutné ohodnotiť.

V ekonomike služieb sa preto kupuje výsledok (**výkon**) systému na riešenie problémov (tie v sebe zahŕňajú náklady na údržbu, opravy, poistenie, lízing,...), t.j. ľudia kupujú riešenia a nie výrobky. Ak sa viac zdôrazňuje výkon (**výsledky**) fungujúceho systému, potom sa stanú dôležitejšími kvalita systému (**proces**) a ním vyprodukovaná úžitková hodnota riešenia (**výsledok**). Samoobslužné reštaurácie alebo obchody sú systémy, ktoré môžu redukovať ceny tým, že požiadajú spotrebiteľa, aby vykonal honorovanú prácu (**obsľuhu**) sám, a teda neplatil niekoho iného, pričom znížené náklady na prevádzku sa presúvajú do zvýšenia dostupnosti služby, ktorá tak redukuje náklady klienta. „Samoobslužný“ typ produkčného systému vždy obsahuje inteligentnú kombináciu platených (zväčša vysoko-nákladových) a neplatených (nízko-nákladových, ale hodnotu pridávajúcich) činností.

5.5 Komplexnosť a zraniteľnosť fungovania systému

Teória ekonomiky služieb sa zoberá fungovaním produkčného systému z hľadiska jeho komplexnosti a zraniteľnosti a v kontexte chápania rizika existujúceho v každom regulačnom alebo riadiacom rozhodnutí.

Vertikálnou komplexnosťou sa rozumie rozmanitosť etáp premeny suroviny na hotový produkt, kým horizontálna integrácia znamená predovšetkým širokú paletu činností služieb, ktoré sprevádzajú a podporujú produkčný proces. Dôsledkom komplexnosti je špecializácia, ktorá sa prejavuje v tom, že každý nový výrobok, služba alebo generácia výrobných zariadení nahrádza predošlú, avšak má limitovanejšiu aplikáciu, t.j. z pohľadu ekonomiky hovoríme, že má vyššie hraničné náklady transformácie (úpravy na produkovanie iných služieb). Špecializácia znamená množenie prostriedkov a metód, prinášajúcich čoraz presnejšie scenáre. Tento vývoj však zvyšuje riziko zraniteľnosti systému. Každý krok v produkčnom reťazci smeruje k špecializovanej premene, ktorá potrebuje vlastné špecializované strojové zariadenie, postupy, ľudí, informácie.

Proces zvyšovania komplexnosti systémov sa rozvíja spoločne s rozvojom služieb (ako sú napr. poistenie, skladovanie, výskum, vzdelávanie, konzultácie, financovanie, marketing, bezpečnosť, environmentálne služby a podobne), ktoré majú za úlohu znižovať riziko zraniteľnosti systému. Uvedené činnosti boli na začiatku priemyselnej revolúcie v pozícii neidentifikovateľných a druhotných činností, ktoré boli nepotrebné. Z pohľadu analýzy rizika priniesla integrácia a priemyselná koncentrácia problém jeho krytia. Riziko je v skutočnosti ľahšie poistiteľné, keď je nízky jeho dopad a väčšia jeho frekvencia (početnosť prípadov). Ak komplexnosť systému a špecializácia rastú čo do veľkosti a oblasti pôsobenia, musí sa nasadiť viac služieb na zabezpečenie hladkého toku používaných produkčných metód, surovín a materiálov. Dnes napríklad väčšina investičných projektov dosahuje také gigantické rozmery, že si vyžadujú medzinárodné združenia bánk po celom svete, aby boli schopné svojimi službami pokryť požiadavky investora.

Podľa Grönroosa (2000) je zmyslom služieb zabezpečiť nezraniteľnosť procesu integrácie a zabezpečiť nevyhnutnú koordináciu všetkých fáz produkčného procesu. Inými slovami, dôsledkom horizontálnej a vertikálnej integrácie hospodárskych činností je vznik dopytu po okamžitých a presných informáciách o celom systéme a produkčnom reťazci, koordinácii a organizácii na všetkých systémových úrovniach. Ekonomika sa totižto stáva systémom vo

forme siete s rastúcou komplexnosťou vzťahov. Súčasná ekonomika sa môže chápať ako sieť s vertikálnou a horizontálnou komunikáciou (spojením), kde musí byť každý komponent schopný zapadať (integrovat') do iného.

Mnohé funkcie služieb sa vzťahujú na riadenie komplexných procesov. Komplexnosť narastá na všetkých stupňoch uspokojovania potrieb zákazníka. Výskum, dizajn, výroba, distribúcia i marketing tak generujú potrebu inovácií. Inovácie viedli k zvýšenej špecializácii v riadení, čo v národnom hospodárstve spôsobuje zvýšenie vzájomnej závislosti jednotlivých prvkov a zúčastnených subjektov. Jedným z aspektov rastúcej vzájomnej závislosti je rastúca zraniteľnosť celého systému už pri zlyhaní jednej jeho súčasti. Iným príznakom vzájomnej závislosti je aj rastúce prepojenie medzi krajinami vďaka medzinárodnému charakteru činností a vzniku medzinárodných spoločností. Ak rastie medzinárodné prepojenie, pribúda aj zraniteľnosť systému, vyplývajúca z porúch medzinárodného menového poriadku. Potreba služieb, ktoré by redukovali toto riziko, je zrejmá. Teda pojmy rizika a riadenia zraniteľnosti a neistoty sa stávajú kľúčovými komponentmi ekonomiky služieb.

Racionalita využívania služieb nie je vo vyhýbaní sa riziku a eliminovania neistoty, keďže tie sú hybnou silou inovácií a racionálneho zvažovania alokácie zdrojov do ekonomiky, ale v kontrole rizika a redukcii neistoty na úroveň prijateľnú pre stabilitu systému, napr. riešenie rizika výkyvov v dopyte po výrobkoch automobiliek prostredníctvom kvalitných služieb logistiky, ktoré zabezpečujú odstránenia faktoru nazývaného v operačnom manažmente ako spätný náraz, tzv. „splashback“. Faktor spätného nárazu je chyba systému prejavujúca sa pri prognózovaní konečného dopytu po priemyselných výrobkoch, ktorá má exponenciálny priebeh na každej úrovni distribučného kanála. Ak napríklad chyba v odhade je len 3% na každej úrovni distribučného kanála medzi výrobcom a konečným spotrebiteľom, pri 3-úrovňovej distribúcii sa môže chyba (a teda aj riziko) v prognóze automobilky dostať na úroveň takmer 27% (3^3) produkcie ročne, čo v prípade veľkých investičných projektov a produkcie môže mať likvidačné následky. Logistické služby toto riziko do značnej časti eliminujú. (Hill, 2005)

Systémová podstata modernej ekonomiky a rastúca zložitosť technologického rozvoja vyžadujú hlbšie pochopenie a kontrolu zraniteľnosti tohto systému. Nanešťastie sa pojem zraniteľnosti všeobecne zle chápe. Povedať, že zraniteľnosť vzrastá úmerne k rastu kvality a výkonu modernej technológie, sa môže zdať paradoxné. V skutočnosti sa vyššia úroveň výkonu väčšiny technologických progresov vzťahuje na zníženie rozpätia chýb, ktoré systém môže tolerovať bez technickej poruchy. Nehody a chyby v riadení sú čoraz zriedkavejšie, ale ich efekty majú stále nákladnejšie systémové dôsledky. Keď sa otvoria dvere na idúcom aute,

nemusí to nevyhnutne viesť ku katastrofe. V prípade moderného lietadla však áno. Tento príklad ukazuje, že fungovanie systému a kontrola jeho zraniteľnosti sa stávajú kľúčovou ekonomickou záležitosťou, o ktorú sa musia spoločne usilovať ekonómovia a inžinieri (technici). Podobne aj regulačné intervencie do systémov sociálneho zabezpečenia a dôchodkových schém jednotlivcov musia brať do úvahy zraniteľnosť (Michalová, 2004).

5.6 Ekonomika služieb ako spôsob riadenia rizika

Obdobie, v ktorom žijeme, je charakterizované zvyšujúcou sa zraniteľnosťou a rizikom ako fenoménom neistoty. Všetky riziká musia byť preto identifikované (čo vyžaduje riadenie celým komplexom informácií) a manažované prostredníctvom komplexu služieb, ktoré zraniteľnosť systému budú znižovať. To zvyšuje dopyt po poisťovacích, manažérsko-konzultačných, marketingových, ale aj vzdelávacích, výskumných a logistických službách.

Podnikateľské subjekty v súčasnej ekonomike musia byť pripravení vziať do úvahy široký pohľad na riziko, ktorý zahŕňa podnikateľské aj čisté riziko. O podnikateľskom riziku hovoríme vtedy, ak ľudia zainteresovaní na ekonomickej činnosti môžu ovplyvniť jej základ, t.j. spôsob rozhodnutia produkovať, predávať alebo financovať produkčný systém. Je neoddeliteľnou súčasťou trhovej ekonomiky. Čisté riziko je mimo kontroly subjektov zainteresovaných na ekonomickej činnosti. Závisí od zraniteľnosti prostredia alebo systému, v rámci ktorého pracujú. Pojem čisté riziko je tesne spojený s pojmom zraniteľnosť systémov a je znakom ekonomiky služieb. Ekonomické subjekty sa môžu pred negatívnymi dôsledkami čistých rizík chrániť napr. poistením, keď príspevkom pevne stanovených finančných čiastok dochádza k prenosu rizika na poisťovňu, alebo službou prenájmu, ktorou sa vyhýbajú investovaniu do neistej budúcnosti a „kupujú“ si istú prítomnosť s právom využívania v budúcnosti.

Špecializácia bola kľúčovým faktorom tohto pokroku, ale nadmerná špecializácia vyústila dnes do systémov, ktoré sú vzájomne čoraz závislejšie a zraniteľnejšie, vedúce k vysokému rastu strát v dôsledku nefungujúceho alebo zle fungujúceho systému. Operatívna spoľahlivosť urobila veľký pokrok spôsobený pokrokmi v technológii. Akékoľvek menšie variácie a malé nehody v jednom komponente môžu viesť k obrovským škodám v komplexnom systéme, aj keď vďaka vysokej operačnej spoľahlivosti tieto nehody vznikajú menej často. Kvalitu mnohých produktov zlepšila moderná technológia. Vzrastá však problém ich regulácie. Zlepšenie v jednej oblasti môže zapríčiniť nerovnováhu v inej. Tieto príklady majú spoločné

to, že z podnikateľského (obchodného) rizika sa menia na čisté riziko „poistného“ typu, podmienené vonkajšími činiteľmi.

Aj spotrebitelia sú čoraz neochotnejší stávať sa spotrebiteľmi rizika. Hoci sa situácia v oblasti výrobnnej zodpovednosti posilnila špecifickým právnym prostredím, začína sa pociťovať aj v iných častiach sveta. Toto je typický trend ekonomiky služieb, kde si spotrebiteľ stále viac uvedomuje, že nástroje a výrobky, ktoré existujú preto, aby plnili svoj účel, majú hodnotu len vtedy, ak výsledky ich využitia sú pozitívne. Porucha dosiahnutia želaných cieľov už nie je akceptovateľná a umožňuje vznik požiadaviek na kompenzáciu. Problém hazardovania so životným prostredím (často sa vzťahuje na otázky dopravy a skladovania nebezpečných materiálov) je súčasťou tej istej vzorky rizika a zraniteľnosti, ktorej moderná spoločnosť musí čeliť. Nové podmienky v súčasnej ekonomike vyžadujú znalosti o zraniteľnosti i riziku a predstavujú enormné bremeno pre manažérov spoločností i pre ekonomických pracovníkov vo všeobecnosti.

6. Makroekonómia služieb

6.1 Makroekonomické otázky sektora služieb

Národohospodárske poňatie sektora služieb je v podstate vymedzením služieb sprostredkované cez rozdelenie spoločensko-ekonomických činností uskutočňovaných v rámci národného hospodárstva do určitých skupín podľa charakteristických znakov. Teórie vysvetľujúce zmeny v štruktúre národného hospodárstva v prospech sektora služieb je možné nájsť v množstve prác významných autorov, ako napríklad Clark (1941), Stigler (1956), Kuznets (1957), Domar (1961), Baumol (1967), Fuchs (1968). Z novších prác sú to najmä štúdie Schreyera (2001), alebo Acemoglu a Guerrieriho (2008).

Najznámejšie členenie je sektorové členenie spoločensko-ekonomických činností, ktoré obhajuje teória troch sektorov. Teória troch sektorov sa postupne presadila i na medzinárodnej úrovni a národohospodárskych štatistikách, pričom sektorom služieb sa rozumejú služby vymedzené terciárnym sektorom. Tento prístup chápe služby ako sektor hospodársky a spoločensky významnej práce, prevažne tvorivého charakteru s nemateriálnym výstupom, zameranej na uspokojovanie tzv. vyšších (nie základných) potrieb.

Pri skúmaní makroekonomických otázok spojených s fungovaním služieb v ekonomike z pohľadu teórie ekonomiky služieb musí v prvom rade vyriešiť otázku merania veľkosti sektora služieb a vykonávaných činností rôznymi makroekonomickými ukazovateľmi. Táto úloha naráža na jeden problém, a to meranie produktívnej práce obsiahnutej v službách. V praxi to znamená znovuobjavenie sa hodnoty „samoprodukcie“ a „samoobsluhy“, spotreby, ktorá bola potlačená ekonomickým myslením priemyselnej revolúcie. Peňažná (monetarizovaná) výroba sa stáva čoraz viac závislejšou od nepeňažnej produkcie, ktorá však nie je reálne vykazovaná ani meraná. Meranie tejto veličiny je problematické najmä z dôvodu existencie javu, ktorý označujeme „samoobslužné“ služby, resp. „samopráca“, t.j. poskytovanie služieb sami sebe. Práca v službách si často nevyžaduje vysoké materiálne investície. Pre túto prácu je typická nízka spotreba surovín, ale aj malé možnosti zvyšovania produktivity práce. Efekt tejto práce a výnos z nej nezávisí ani tak od množstva práce, ako od kvality samotného výkonu. K tomu sa pripájajú aktivity v rámci voľného času a problém merania pridanej hodnoty sektorom služieb je na svete. Moderné makroekonomické agregáty sa už snažia merať „novú ekonomiku“ novými spôsobmi, ktoré zahŕňajú také veličiny ako je kvalita života, kvalita životného prostredia a voľno-časové aktivity.

V podmienkach nových ekonomík sa v základe mení funkcia a pojem služieb oproti klasickej ekonomickej teórii. Služby sa považujú za kľúčovú zložku v procese výroby hmotných statkov ako aj v oblasti rozvoja človeka. Spôsobil to technologický rozvoj, ktorý v skutočnosti zmenil postavenie služieb oproti klasickej priemyselnej ekonomike, kde služby zohrávali sekundárnu úlohu. Funkcie služieb v súčasnosti pohltili výrobné procesy tým istým spôsobom, ako začal pred 200 rokmi industrializačný proces absorbovať poľnohospodárske výrobné systémy. V tom spočíva prvý aspekt zmeny v chápaní služieb z hľadiska produktivity v nich vynakladanej práce. Definovanie produktívnej práce v modernej ekonomike služieb sa vzťahuje na všetky tie činnosti, ktoré sa môžu peňažne (alebo inak) ohodnotiť, ale ktoré sa nemôžu (nemusia) vždy prechádzať trhom alebo byť zabezpečované verejným sektorom. Dnes je viac a viac takých situácií, v ktorých transfer sociálne a ekonomicky dôležitej činnosti na trh a do peňažného systému nemusí predstavovať vzrast vo výkone a v skutočnom bohatstve.

Podľa Michalovej (2004) rozlišujeme 3 typy produktívnych činností, ktoré sa vzťahujú na ekonomiku služieb a reprezentujú celý systém produktívnej práce:

1. monetarizované činnosti, ktoré sú klasicky vykazované cez ukazovatele zamestnanosti, kde je trh tým najlepším a najefektívnejším regulátorom. Dôležité je využívať ho, ako je to len možné, z dôvodu efektívnosti a najmä nevyhnutnosti kontroly morálneho hazardu vo všetkých ekonomických činnostiach;

2. činnosti, ktoré majú sociálne druhotný význam. Môžu byť peňažne plne ohodnotené alebo vôbec neohodnotené. Druhé spomínané sa vzťahujú na množstvo služieb sociálneho významu poskytované v rámci tzv. tretieho mimovládneho sektora (dobrovoľnícke organizácie, bezplatná sociálna a charitatívna činnosť, opatrovanie detí, starých ľudí, domáce práce),

3. samoprodukčné a samoobslužné činnosti, ktoré nemajú implicitnú trhovú cenu, keďže tu nedochádza k výmene na trhu, ktorá by vygenerovala cenu (samovzdelávanie, samoliečba, samorekreácia, dobrovoľnícka práca). Tieto činnosti mobilizujú tvorivosť ľudí, pôsobia regenerujúco a vitalizujúco, avšak nemôžu byť zaradené do merateľného systému bohatstva.

Potreba integrovať neplatené aktivity do makroekonomických agregátov a následne do verejných politík je stále naliehavejšia aj vo vyspelých ekonomikách, keďže tieto činnosti ako súčasť ekonomiky skutočne zvyšujú jej celkovú produktivitu.

6.2 Organizácia služieb v ekonomike

Služby zasahujú svojim charakterom do mnohých oblastí ľudskej činnosti. Pôsobenie služieb je rozsiahle a rôznorodé. Nemožno ho zúžiť len do rámca niekoľkých národohospodárskych odvetví alebo sektora. Hoci služby sa produkujú predovšetkým v rámci terciárneho sektora a tento sektor sa považuje za sektor služieb (podľa teórie troch sektorov), služby sa produkujú a spotrebávajú i mimo rámca tohto sektora. Sú to práve „mimoterciálne“ služby, ktoré prinášajú významné národohospodárske efekty a predstavujú progresívny a dynamizujúci prvok v ekonomike.

Produkciou služieb označujeme proces vytvárania služieb. Výsledkom – výstupom produkcie služieb je statok špecifického nehmotného charakteru - služba. Produkcia služieb môže byť jedinou alebo hlavnou náplňou činnosti organizačných jednotiek vytvorených za týmto účelom. Môžu mať charakter podnikov alebo organizácií poskytujúcich služby. Podniky poskytujúce služby sa zameriavajú na produkciu predovšetkým komerčných služieb a ich hospodárska a podnikateľská činnosť je podriadená zákonitostiam trhu a trhového mechanizmu. Organizácie poskytujúce služby produkujú služby prevažne nekomerčného charakteru na neziskovom princípe. Organizácie poskytujúce služby tvoria súčasť neziskových organizácií (súkromného, verejnoprávneho charakteru) pôsobiacich v spoločnosti.

Poskytovanie služieb môže mať z hľadiska uzavretosti skupiny spotrebiteľov charakter všeobecne verejne prístupných služieb alebo vzájomne prístupných služieb len pre presne uzavretú skupinu spotrebiteľov (členovia klubov a/alebo združení na členskom princípe).

Produkcia služieb sa môže uskutočňovať i ako komplementárna (doplňková) činnosť priamo v organizačných jednotkách zameraných na výrobu hmotných statkov napr. priemyselných podnikov vyrábajúcich spotrebné predmety. V tomto prípade služby tvoria súčasť produktu týchto organizačných jednotiek. Podobne aj technológia produkcie služieb v podnikoch a organizáciách služieb môže vyžadovať podporu služieb iných podnikov a organizácií. Ak podniky a organizácie služieb produkujú služby v oblasti výroby hmotných statkov, vtedy tieto služby tvoria tzv. výrobné služby. V oblasti distribúcie vyprodukovaných statkov pôsobia podniky a organizácie poskytujúce distribučné služby, (služby obchodu, dopravy, telekomunikácií), t. j. obchodné podniky, podniky dopravy a spojov. Podniky a organizácie služieb sa zameriavajú aj na služby, ktoré sú produkované priamo pre obyvateľstvo, teda sú určené k priamej súkromnej spotrebe. Vo veľkej miere tieto služby poskytujú verejnoprospešné organizácie, ktoré poskytujú napr. služby likvidácie tuhého komunálneho odpadu, zdravotnícke služby, služby školstva. Uvedené služby tvoria komplex

spotrebných služieb. Výsledok produkcie sa ponúka na trhu vo forme produktu, ktorého podstatu tvorí služba určená k spotrebe. V súčasných podmienkach predstavuje produkt zvyčajne komplex služieb vzájomne na seba naviazaných tak, aby vytváral požadovaný úžitok pre spotrebiteľa. V mnohých prípadoch súčasťou produktu je i materiálny statok, ktorý ho dotvára, alebo vytvára podmienky pre jeho spotrebu.

Cieľom produkcie podnikov a organizácií poskytujúcich služby je produkt s takými úžitkovými vlastnosťami a v takej kvalite, aby našiel uplatnenie na trhu. Musí teda spĺňať požiadavky zákazníka.

Produkt je určený k spotrebe v súlade s jeho účelovým určením, ktoré je podmienené jeho vlastnosťami. Účelové určenie služieb môže smerovať do oblasti výrobnnej spotreby alebo konečnej spotreby. Zákazníkom môže byť ako výrobca (producent), tak i občan, individuálny spotrebiteľ alebo spoločnosť ako taká (mesto - verejnoprospešné služby typu údržby verejnej zelene, čistenie verejných priestranstiev; štát - služby polície, horskej služby, armády, zimná údržba ciest a pod.)

Produkcia služieb nie je samoúčelná. Jej výsledok - produkt je určený k užitiu, spotrebovaniu. Spotreba služieb je špecifická tým, že *k spotrebe služieb dochádza prevažne v čase ich produkcie*, t. j. produkcia a spotreba služieb prebiehajú súčasne, nedajú sa spravidla miestne ani časovo oddeliť. Táto osobitosť, vyplývajúca z nehmotnej podstaty služieb, významne ovplyvňuje nielen samotnú spotrebu, ale predovšetkým produkciu služieb.

V dôsledku toho sa pre produkciu a spotrebu služieb zaužívalo pomenovanie, v ktorom oba tieto procesy splývajú v jeden termín - *poskytovanie* služieb. Produkcia služieb predstavuje určitú časť celkovej ponuky produktov na trhu.

Produkciu služieb je možné uskutočňovať:

- organizovaným spôsobom, prostredníctvom produkčných jednotiek, ponúkajúcich svoj produkt na trhu,
- neorganizovaným (neformálnym) spôsobom, t.j. služby sa produkujú tzv. „samoobslužným“ spôsobom.

Ďalej sa zameriame na služby produkované organizovaným spôsobom a realizované na trhu služieb. Organizovaný spôsob produkcie služieb využíva na sprostredkovanie ponuky spotrebiteľovi trh. Na trhu služieb producenti služieb ponúkajú svoje produkty záujemcom a kupujúcim. Subjekty produkujúce služby môžeme rozčleniť podľa rozsahu využívania trhových vzťahov pri poskytovaní služieb na:

- subjekty tvoriace súčasť podnikateľského (ziskového) sektoru (podniky),

- subjekty tvoriace verejný neziskový sektor (štátne podniky, obecné podniky nezaložené za účelom podnikateľskej činnosti a verejnoprospešné organizácie),
- subjekty tvoriace súkromný neziskový sektor (nadácie, občianske združenia, neziskové organizácie poskytujúce všeobecne prospešné služby, neinvestičné fondy, záujmové združenia právnických osôb, iné právnické osoby nezaložené za účelom tvorby a dosahovania zisku),
- individuálni poskytovatelia služieb (lekári, advokáti a pod.)

Podnikateľský sektor produkuje služby podnikateľskou činnosťou. Predmetom podnikania je poskytovanie služieb. Jeho základná podnikateľská stratégia vychádza z marketingovej filozofie. Pre svoju podnikateľskú činnosť využíva normy, ktoré mu poskytuje platná právna sústava, predovšetkým základné právne normy - obchodný zákonník a živnostenský zákon.

Verejný neziskový sektor sa od trhového (podnikateľského) sektoru líši predovšetkým spôsobom realizácie produktu. Trhové (komerčné) statky (výrobky i služby) sa realizujú v rámci ekvivalencie vzťahov medzi oboma subjektmi trhu - ponúkajúcimi i kupujúcimi. Táto výmena medzi nimi prebehne protismerným tokom, či už výrobkov alebo služieb a peňazí, pričom každý z oboch tokov ma rovnakú cenu a predmet výmeny je pre každý z oboch subjektov vždy buď nákladom alebo úžitkom.

Vo verejnom sektore sa tento vzťah narušuje - protismerný tok peňazí nenastáva, resp. sa uskutočňuje dodatočne (niekedy len čiastočne) a na iných ako trhových princípoch. Produkt podnikov a organizácií verejného sektora, aj keď je oceňovaný na trhu, neuhrádza (neplatí) spotrebiteľ priamo, ale ako daňový poplatník, sprostredkovane, svojim príspevkom do rozpočtu (rozpočtu štátu alebo rozpočtu iného územnosprávneho orgánu). Ak prostriedky spotrebiteľov nestačia na úhradu nákladov, nositeľom tejto časti nákladov sa stáva štát, resp. územnosprávny celok, vo vlastníctve ktorého je daná organizácia alebo podnik. Výsledky ekonomických procesov v nich sú potom ovplyvňované prostredníctvom ich intervencií. Rozhodnutia o štátnej (republikovej, oblastnej, obecnej) intervencii vyžadujú vytvorenie zdrojov a rozdelenie nákladov medzi jednotlivcov, členov spoločnosti, ktorí znášajú následky vytvárania týchto zdrojov. Proces rozhodovania, ako aj vytvárania zdrojov a jeho dopad na jednotlivcov a organizácie je predmetom verejnej ekonomiky. Súčasťou verejnej ekonomiky sú i služby, ktoré sú poskytované organizáciami tvoriacimi verejný sektor. Základnými princípmi poskytovania služieb v tomto sektore je verejná voľba, verejné financie a verejná kontrola. Sú založené na netrhových princípoch neekvivalencie, nedobrovoľnosti a inej, než cenovej diskriminácii, ktoré sú vo všeobecnosti na trhu zakázané.

Súkromný neziskový sektor a služby v ňom poskytované tvoria v moderných spoločnostiach neustále vyšší podiel na tvorbe HDP, pričom základným princípom je akceptovanie trhových mechanizmov pri produkcii služieb a akceptovanie odlišných spôsobov financovania produkcie, pričom sa nepripúšťa donútenie. Problematika neziskového sektora, či už súkromného alebo verejného, bude predmetom ďalšieho štúdia v iných predmetoch.

6.3 Štatistické vyjadrenie sektora služieb v ekonomike

Pri skúmaní makroekonomických otázok spojených s fungovaním služieb a následne verejných služieb v ekonomike z pohľadu teórie ekonomiky služieb musíme v prvom rade vyriešiť otázku merania veľkosti sektora služieb cez rôzne makroekonomické ukazovatele. Makroekonomické ukazovatele sú zamerané predovšetkým na vyjadrenie celkového výstupu (gross output), pridanej hodnoty (added value), produktivity (productivity) a inovácií (innovation). Vyjadrenie týchto makroekonomických ukazovateľov je založené na národohospodárskom účtovníctve a výkazníctve. Prvé ucelené vedecké štúdie skúmajúce spôsoby vyjadrenia spomínaných ukazovateľov môžeme nájsť v množstve prác, z ktorých najcitovanejšími sú práce Cobba a Douglassa (1928). Práve Cobb-Douglasova produkčná funkcia je základom súčasného poznania o spôsobe vyjadrenia makroekonomických ukazovateľov zo systémov národného účtovníctva. Veľkú zásluhu na rozpracovávaní Cobb-Douglasovej teórie produkčnej funkcie majú najmä Samuelson (1983), Stigler (1956) a Solow (1957).

Moderné makroekonomické prístupy sa snažia merať „novú ekonomiku“ založenú na službách aj novými ukazovateľmi, ktoré zahŕňajú také veličiny ako je kvalita života, kvalita životného prostredia a voľno-časové aktivity (napríklad práce Berndta a Hultena, 2007; OECD, 2000). Služby sa v modernom ponímaní makroekonomického rozvoja považujú za kľúčovú zložku v procese výroby statkov ako aj v oblasti rozvoja človeka (Berndt a Hulten, 2007). Tento vývoj sa pripisuje najmä technologickému rozvoju, ktorý v skutočnosti zmenil postavenie služieb oproti klasickej priemyselnej ekonomike, kde služby zohrávali sekundárnu úlohu (Michalová, 2004).

Uplatňovanie makroekonomických štatistík pre vyjadrenie hrubého domáceho produktu ako najkomplexnejšieho ukazovateľa národnej produkcie umožňuje zmerať aj zastúpenie služieb a následne verejných služieb v tomto ukazovateli. Zároveň umožňuje zistiť ich vplyv na rozvoj ekonomiky krajiny.

Pre harmonizáciu postupov pri tvorbe informačnej bázy o službách sa nadnárodné inštitúcie ako sú WTO (World Trade Organization), OECD (Organization for Economic Co-operation and Development), IMF (International Monetary Fund), UN (United Nations) a EUROSTAT (Štatistický úrad Európskej únie), usilujú o prijatie jednotnej, všeobecne akceptovateľnej definície služieb, ktorá je následne vyjadrená v štatistických databázach týchto organizácií.

V súčasnosti sa pre vyjadrenie postavenia služieb v národných ekonomikách využíva viacero medzinárodných metodík, ktoré sú preferované jednotlivými medzinárodnými inštitúciami. Medzi najpoužívanjšie medzinárodné metodiky patria:

a. medzinárodne platné

1. Systém národných účtov (System of National Accounts – SNA 2008)
2. Dohoda Svetovej obchodnej organizácie o obchode so službami (GATS)
3. Manuál platobnej bilancie MMF (IMF Balance of Payments Manual – BPM5)
4. Centrálna klasifikácia produkcie (Central Product Classification – CPC 2.1)
5. Medzinárodné štandardy priemyselnej klasifikácie všetkých ekonomických činností (International Standard Industrial Classification of All Economic Activities – ISIC, rev. 4)
6. Medzinárodná štatistika tovarového obchodu (International Merchandise Trade Statistics)
7. Medzinárodný rámec pre migráciu a Odporúčania pre štatistiku medzinárodnej migrácie (International migration frameworks and the Recommendations on Statistics of International Migration)
8. Satelitné účty cestovného ruchu: Odporúčaný metodologický rámec (Tourism Satellite Accounts: Recommended Methodological Framework)

b. ostatné štatistické systémy a klasifikácie

9. Spoločná klasifikácia OECD a Eurostatu obchodu v službách (Joint OECD-Eurostat Trade in Services Classification)
10. Benchmarkingová definícia OECD pre priame zahraničné investície (OECD Benchmark Definition of Foreign Direct Investment)
11. Manuál OECD pre Indikátory hospodárskej globalizácie (OECD Manual on Economic Globalisation Indicators)
12. Systém národných účtov Európskych spoločenstiev - metodika Eurostatu (ESA2010)

Na Slovensku sa využíva predovšetkým metodika Odvetvovej klasifikácie ekonomických činností. Dve vybrané metodiky, s využitím ktorých sú vytvárané databázy makroekonomických ukazovateľov, v krátkosti predstavujeme nižšie.

6.3.1 *Systém národných účtov*

Systém národných účtov (SNA) je medzinárodne dohodnutý štandardný súbor odporúčaní. SNA opisuje súvislý, konzistentný a integrovaný súbor makroekonomických účtov v kontexte súboru medzinárodne dohodnutých koncepcií, definícií, klasifikácií a účtovných pravidiel. SNA poskytuje aj prehľad o ekonomických procesoch a zaznamenáva, ako sa produkcia rozdeľuje medzi spotrebiteľov, podniky, vládu a zahraničie. SNA patrí medzi základné prvky makroekonomických štatistík, ktoré tvoria základ ekonomických analýz a tvorby politík (United Nations Statistic Division, 2018).

Okrem toho SNA poskytuje prehľad o ekonomických procesoch a zaznamenáva, ako sa vytvorená hodnota v ekonomike distribuuje medzi spotrebiteľov, podniky, štátne organizácie a zahraničné subjekty. SNA zachytáva ako príjmy pochádzajúce z produkcie hodnoty v ekonomike, upravené o dane a transfery, prúdia medzi subjekty a ako sú tieto príjmy alokované do spotreby, úspor a investícií. Národné účty jedným zo základných prvkov makroekonomických štatistík, ktoré tvoria základ pre ekonomickú analýzu a tvorbu politiky. SNA je určená na použitie vo všetkých krajinách a bola navrhnutá tak, aby vyhovovala potrebám krajín v rôznych štádiách hospodárskeho rozvoja. Poskytuje tiež zastrešujúci rámec pre normy v iných oblastiach hospodárskych štatistík, čo uľahčuje integráciu týchto štatistických systémov s cieľom dosiahnuť súlad s národnými účtami.

Metodickým a štatistickým nástrojom kvantifikovania vzťahov medzi jednotlivými sektormi ekonomiky je aj analýza a zostava tabuliek „Input-Output analýzy“ ako súčasti systému národných účtov. V nej sa zaznamenávajú medzisektorové štruktúrne vzťahy, čo umožňuje identifikovať jednotlivé intermediálne vstupy, a teda aj služby. Slabšou stránkou tejto sústavy je relatívne krátke obdobie ich zostavenia a tým ich využitia na posúdenie dlhodobých vývojových tendencií. Treba dodať, že samotné národné účty rozlišujú iba finálne výstupy a tým neidentifikujú intermediálne (výrobné) služby vstupujúce do výrobného procesu.

6.3.2 *Klasifikácia ekonomických činností v podmienkach SR*

Prístup k členeniu ekonomických činností podľa metodiky odvetvovej klasifikácie ekonomických činností má pragmatický charakter v tom, že vymedzuje služby prostredníctvom ich miesta v národohospodárskych klasifikáciách. Najčastejšie sa pre tento účel na Slovensku používa „Odvetvová klasifikácia ekonomických činností“ (OKEČ), ktorú od 1.1.2008 nahradila „Štatistická klasifikácia ekonomických činností“ (ŠKEČ). ŠKEČ vychádza z medzinárodnej klasifikácie systému národných účtov (SNA) a klasifikácie Eurostatu, s ktorými je v plnej miere kompatibilná. Technika takéhoto prístupu spočíva vo výbere odvetví produkujúcich služby, ktoré potom ako celok predstavujú sféru služieb.

Táto metodika štatistického skúmania sektora služieb však primárne slúži na členenie hospodárskych subjektov, ktorých činnosť obsahuje jeden i viac odborov výrobných alebo službových, a teda nie priamo na členenie výrobkov a služieb, ktoré produkujú. Produkčné jednotky sa na prvom mieste klasifikujú podľa hlavného druhu ekonomickej činnosti, ktorou sa zaoberajú. Preto do jedného zoskupenia sa zaraďuje produkcia výrobkov a služieb, ktoré sa vyskytujú hromadne v jednej organizácii alebo u jedného podnikateľa. Napríklad v odvetví poľnohospodárstva sú to služby pri pestovaní lesa (lesné škôlky) a v rámci rybolovu rybárske a výskumné škôlky. Obdobne do odvetví spracovania surovín, ktorých činnosti sú nasmerované na výrobu nových výrobkov, patria aj činnosti obnovujúce úžitkové hodnoty už vyrobených výrobkov (opravárske, údržbárske). Výnimkou je oprava a údržba kancelárskych strojov alebo lodí, motocyklov, tovaru osobnej spotreby a potrieb pre domácnosť, ktoré sa zahŕňajú v príslušných odvetviach sektora služieb (prevažne v obchode). Aj do odvetvia stavebníctva sa zahŕňajú tak činnosti spojené s produkciou stavebných objektov, pevne spojených s miestom výstavby, ako aj činnosti opravárske a údržbárske.

Klasifikácia podľa OKEČ sféru služieb ponímala ako III. sektor národného hospodárstva (terciárnu sféru) a zaraďuje do nej nasledovné odvetvia:

- obchod, oprava motorových vozidiel a spotrebného tovaru,
- pohostinstvo a ubytovanie,
- doprava, skladovanie a spoje,
- peňažníctvo a poisťovníctvo,
- nehnuteľnosti, prenájom nehnuteľností,
- služby pre podniky, výskum a vývoj,
- verejná správa, obrana, povinné sociálne poistenie,
- školstvo,

- zdravotníctvo, veterinárne a sociálne činnosti,
- ostatné verejné, sociálne a osobné služby,
- domácnosti s vlastným personálom.

ŠKEČ sa už nepozera primárne na služby ako na III. sektor národného hospodárstva, avšak ponecháva logickú štruktúru ekonomických činností podľa príbuznosti k sektoru. Roztrieduje tak poľnohospodárstvo, priemyselnú výrobu ako aj služby do jednotlivých sekcií podľa príbuznosti ekonomických činností. Sekcie (číslované podľa písmen abecedy) sa následne delia do divízií, skupín, tried a podtried (číslované arabskými číslicami). Je preto možné nájsť služby aj v sekciách typických pre priemysel a výrobu. Zároveň je možné nájsť činnosti výroby v sekciách, ktoré sú typicky službové, ako napr. informačné a komunikačné služby. Základný prehľad klasifikácie činností podľa systému ŠKEČ znázorňuje nasledovná tabuľka.

Tabuľka 4 Klasifikácia ekonomických činností podľa ŠKEČ

Sekcia	Sektor NH	Popis ekonomických činností podľa klasifikácie ŠKEČ
A	Poľnohospodárstvo	Poľnohospodárstvo, lesníctvo a rybolov
B		Ťažba a dobývanie
C	Priemysel	Priemyselná výroba
D	SLUŽBY všeobecného hospodárskeho záujmu	Dodávka elektriny, plynu, pary a studeného vzduchu
E		Dodávka vody; čistenie a odvod odpadových vôd, odpady a služby odstraňovania odpadov
F	SLUŽBY prevažne komerčné (ziskovo-orientované) poskytované súkromným sektorom	Stavebníctvo
G		Veľkoobchod a maloobchod; oprava motorových vozidiel a motocyklov
H		Doprava a skladovanie
I		Ubytovacie a stravovacie služby
J		Informácie a komunikácia
K		Finančné a poisťovacie činnosti
L		Činnosti v oblasti nehnuteľností
M		Odborné, vedecké a technické činnosti
N		Administratívne a podporné služby
O	SLUŽBY prevažne neziskovo orientované poskytované verejných a tretím sektorom	Verejná správa a obrana; povinné sociálne zabezpečenie
P		Vzdelávanie
Q		Zdravotníctvo a sociálna pomoc
R		Umenie, zábava a rekreácia
S		Ostatné činnosti
T		Činnosti domácností ako zamestnávateľov; nediferencované činnosti v domácnostiach produkujúce tovary a služby na vlastné použitie
U		Činnosti exteritoriálnych organizácií a združení

Prameň: Vlastné spracovanie, 2018

Využitie tohto ponímania služieb pri ich skúmaní ako aj praktická stránka leží v možnosti štatisticky vyhodnocovať zmeny a trendy v jednotlivých sekciách, divíziách a skupinách ekonomických činností, ktoré sú štatisticky vyhodnocované vo väčšine vyspelých krajín. Využitelnosť údajov je následne umocnená zisťovaním ekonomických údajov o jednotlivých organizáciách podľa tejto klasifikácie, čo v konečnom dôsledku prezentuje pre výskumníkov, akademikov ale aj manažmenty organizácií cenné informácie v podobe stredných hodnôt ekonomických a finančných ukazovateľov za jednotlivé odvetvia. Tým je daná možnosť veľmi efektívne sledovať nielen vývoj príslušných službových organizácií, ale aj dynamiku ich vývoja, presun medzi jednotlivými skupinami, množstvo organizácií pôsobiach v daných odvetviach, ziskovosť odvetví, počet zamestnancov pracujúcich v odvetví. Zároveň táto štatistika spolu s vyhodnocovanými strednými hodnotami za príslušné skupiny umožňuje sledovať výšku vytvorenej a pridanej hodnoty cez služby, možnosť budovať aliancie a siete v rôznych oblastiach, atď.

Odporúčame v praxi využívať tieto údaje, keďže výrazným spôsobom dokážu napomôcť efektívnemu riadeniu organizácií a kvalitnej tvorbe stratégií pre prosperujúce fungovanie službových organizácií. Zároveň sa tým posilňuje pozícia služieb a relevantnosť ich skúmania do budúcnosti.

Treba poznamenať, že nie každá ekonomická činnosť v štruktúre štatistického ponímania, ktorej výsledok má nehmotný charakter, sa zahŕňa do hrubého domáceho produktu ako služba a teda sa vyjadruje v príslušnej sekcii patriacej službám. Napríklad služby vykonávané vo výrobnnej sfére, ako sú výskumná a šľachtiteľská činnosť v poľnohospodárstve a lesníctve, údržbárske a opravárske práce v stavebníctve, sa zahŕňajú do hospodárskych výsledkov týchto výrobných odvetví.

Uplatňovanie systému národných účtov a výpočet HDP ako najkomplexnejšieho meradla národnej produkcie statkov a služieb umožňuje zmerať aj zastúpenie služieb v tomto agregáte a ich prínos do ekonomiky.

Medzi základné ukazovatele vyjadrujúce postavenie služieb v národnej ekonomike sa radí:

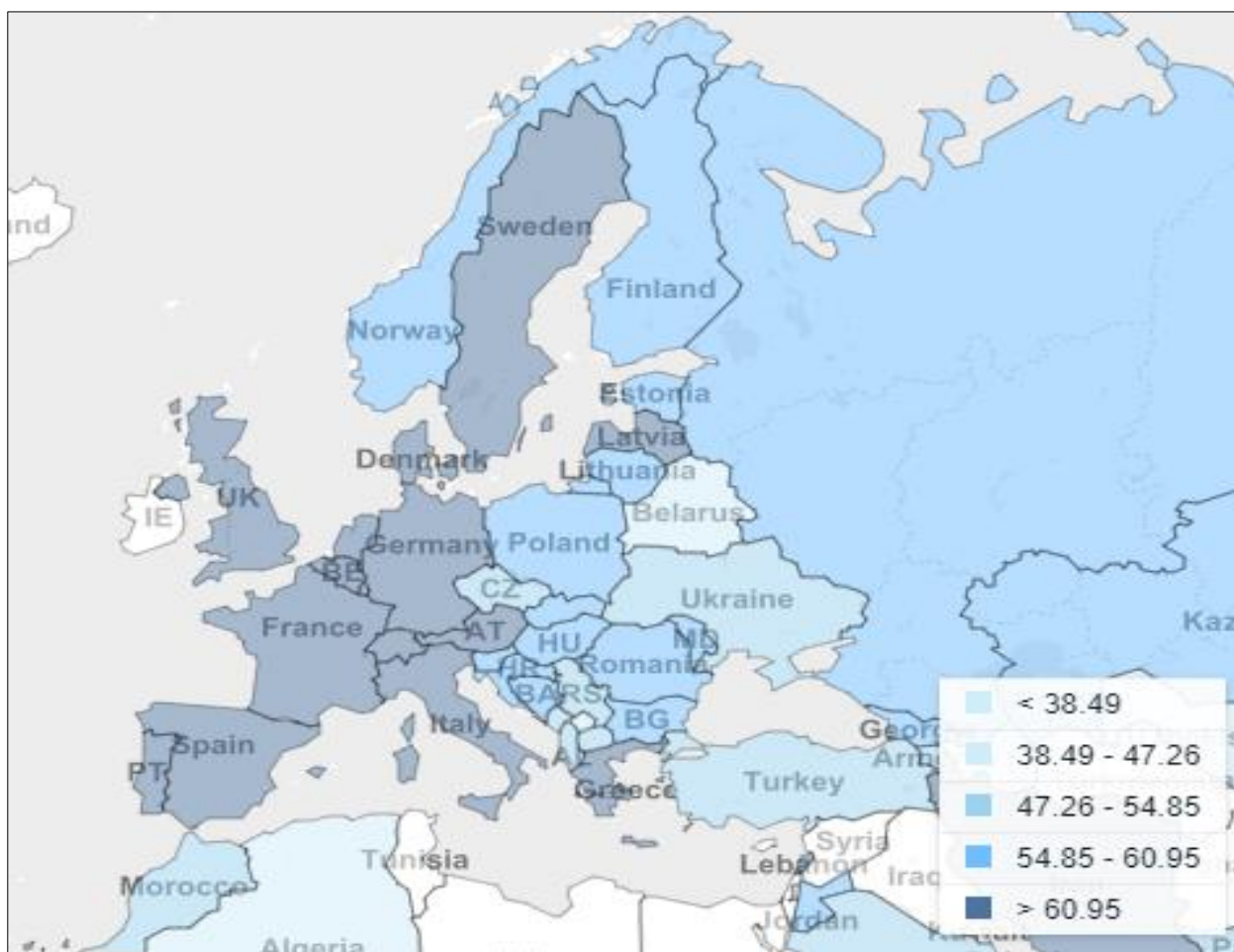
1. objem a podiel služieb na tvorbe HDP,
2. objem a podiel služieb na zamestnanosti,
3. objem a podiel služieb na investíciách.

Môžeme argumentovať, že existuje nespočetné množstvo ďalších techník a ukazovateľov na meranie významu a postavenia služieb v ekonomike štátu, avšak pre potreby štúdia služieb

sa prikláňame k názoru, že tieto tri základné oblasti merania sú postačujúce pre pochopenie problematiky vývoja sektora služieb z makroekonomického pohľadu. Detailnejšími otázkami makroekonomických agregátov uplatniteľných na sektor služieb sa zaoberajú predmety ako Makroekonómia, Hospodárska politika, Svetová ekonomika, Štatistika, Ekonómia služieb, Prognózovanie služieb a iné predmety orientované národohospodársky.

6.4 Objem a podiel služieb na tvorbe HDP

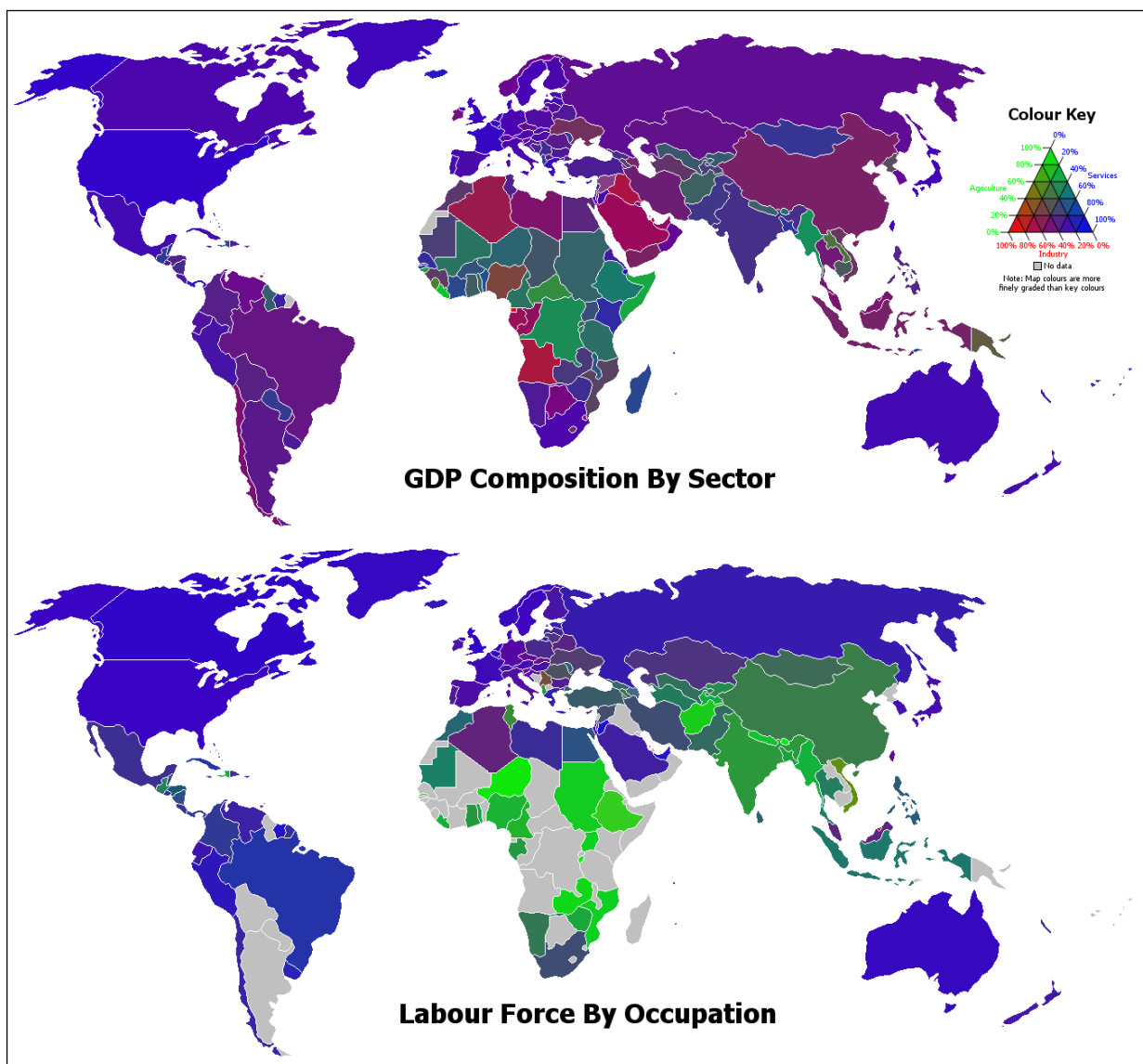
Podľa Mateidesa a Ďaďa (2002) dôležitým ukazovateľom významnosti postavenia služieb v hospodárstve je i podiel služieb na tvorbe hrubého národného produktu, ktorý je u väčšiny priemyselne rozvinutých krajín viac ako 70%. V roku 2017 to bolo vo Veľkej Británii 80,4% v USA 80,2%, vo Francúzsku 77,9%, v Nemecku 69,3%. Kotler (1990) uvádza, že v dôsledku rastu národného bohatstva, stúpajúcich príjmov obyvateľstva, komplexnosti ponuky spotrebných statkov a nárastu voľného času sa stal sektor služieb najväčší na svete.



Obrázok 8 Podiel služieb na tvorbe HDP v EÚ v roku 2017
 Prameň: Svetová banka, 2018

Služby neodškriepiteľne tvoria veľkú časť súčasných vyspelých ekonomík. Vo vyspelých krajinách Európy a Severnej Ameriky dnes tvoria až 75% HDP. Tiež veľký podiel začínajú nadobúdať vo rozvinutých krajinách.

Nasledujúci graf znázorňuje zjednodušenú mapu sveta a prezentuje, aký podiel majú služby na tvorbe HDP a použitia pracovnej sily v rôznych krajinách sveta. Táto mapa znázorňuje regionálne rozvrstvenie sveta a vhodne ilustruje deľbu práce podľa sektorov. Poľnohospodárstvo je znázornené zelenou farbou, priemysel červenou a služby modrou farbou. Farebná škála sa mení podľa vzájomnej kombinácie a príspevku sektorov k tvorbe HDP a použitia pracovnej sily v jednotlivých sektoroch národného hospodárstva štátov.



Obrázok 9 Mapa sveta z pohľadu podielu sektorov na tvorbe HDP a použitia pracovnej sily

Prameň: CIA World Factbook, 2006

Legenda: ■ Poľnohospodárstvo, ■ Služby, ■ Priemysel

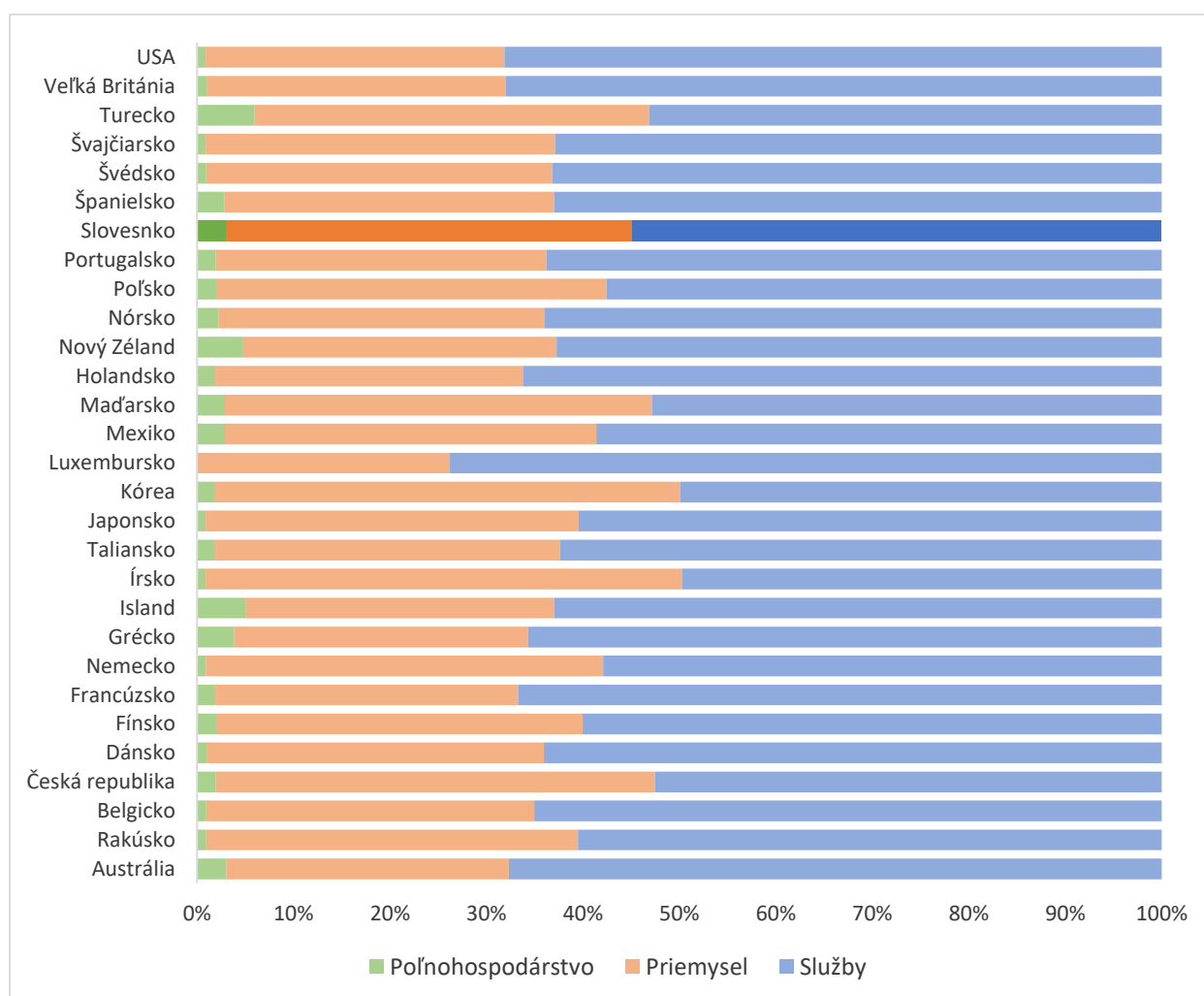
Meranie vyprodukovaného objemu služieb v ekonomike a merania príspevku služieb k tvorbe HDP príslušnej ekonomiky s použitím metodiky systému národných účtov je odvodené z odvetvovej (štatistickej) klasifikácii ekonomických činností, ktorá poskytuje ich hierarchické triedenie.

Za danej situácie sa objem produkcie služieb v ekonomikách, ktoré na napočítanie hospodárskych výsledkov využívajú systém národných účtov (SNA), zisťuje súčtom HDP (pridanej hodnoty) odvetví prevažne orientovaných na služby, ako sú:

1. obchod, oprava motorových vozidiel a spotrebného tovaru,
2. hotely a reštaurácie,

3. doprava, skladovanie a spoje,
4. peňažníctvo a poisťovníctvo,
5. nehnuteľnosti, služby pre podniky, výskum a vývoj,
6. verejná správa a obrana, povinné sociálne zabezpečenie,
7. školstvo,
8. zdravotníctvo a sociálna starostlivosť,
9. ostatné verejné, sociálne a osobné služby,
10. súkromné domácnosti s domácim personálom,
11. exteritoriálne organizácie a združenia.

Podiel jednotlivých sektorov na tvorbe pridanej hodnoty HDP v krajinách OECD (s výnimkou Kanady) podľa metodiky SNA za rok 2017 znázorňuje nasledovný Graf.



Graf 1 Podiel sektorov na tvorbe HDP v roku 2017 v krajinách OECD

Prameň: Vlastné spracovanie na základe dát World Bank national accounts a OECD national accounts, 2018

Najvyspelejšie „nové ekonomiky“ založené na službách (USA, Luxembursko, Francúzsko) dosahujú pridanú hodnotu tvorenú v sektore služieb na úrovni viac ako 75% HDP. Nové krajiny EÚ (Poľsko, Slovensko, Česká republika a Maďarsko) spolu s Írskom majú postavenie stále silne priemyselne založených ekonomík, kde je výrazný podiel príspevku k tvorbe HDP založený na priemyselnej výrobe. Predpokladá sa, že tento trend „výrobných krajín“ so sebou potiahne rozvoj predovšetkým obchodných služieb, služieb skladovania, logistiky a komunikácií. Tieto krajiny si však kritiku vyslúžili predovšetkým v tom, že sa nevenujú rozvoju tých odvetví služieb, ktoré majú potenciál výrazne zvýšiť produktivitu ostatných odvetví v budúcnosti (vzdelávanie, veda a výskum, zdravotníctvo, sociálny systém).

Nasledujúca tabuľka znázorňuje príspevok jednotlivých odvetví služieb k tvorbe hrubej pridanej hodnoty v národnom hospodárstve krajín OECD. Meranie príspevku k tvorbe hrubej pridanej hodnoty je založené na metodike systému národných účtov (SNA). Z tabuľky je možné zistiť vývoj v týchto odvetviach od roku 1997 do roku 2007 a posun vo výkonnosti (produktivite) odvetví meranej príspevkom k tvorbe hrubej pridanej hodnoty.

Tabuľka 5 Príspevok odvetví služieb k tvorbe hrubej pridanej hodnoty v krajinách OECD

Krajina	Veľko a maloobchod, ubytovanie a stravovanie		Doprava, logistika a komunikácie		Finančné služby a poistenie		Nehnutelnosti, prenájom a obchodné služby		Verejná správa, súdnictvo a ochrana		Vzdelávanie, zdravotníctvo a ostatné služby	
	2007	1997	2007	1997	2007	1997	2007	1997	2007	1997	2007	1997
Austrália	13,1	14,5	7,7	8,7	7,9	6,5	21,7	20,9	4,2	4,3	14,4	14,0
Rakúsko	16,8	17,2	6,3	7,5	5,4	5,7	18,8	14,6	5,6	6,8	14,8	14,9
Belgicko	14,7	13,4	8,2	7,9	5,6	6,1	23,5	20,2	7,2	7,1	16,1	15,4
Kanada	13,8	13,6	6,8	7,2	7,4	7,2	17,8	18,0	5,6	6,1	14,0	14,4
Česká republika	14,4	14,2	10,3	10,5	3,7	2,9	13,6	11,8	5,5	5,3	11,3	10,4
Dánsko	13,5	14,5	7,8	8,0	5,4	5,0	19,2	16,9	6,0	6,9	20,5	19,9
Fínsko	11,7	11,7	9,8	10,0	2,9	3,5	18,4	15,7	4,6	5,4	16,7	17,3
Francúzsko	12,3	12,9	6,4	6,2	4,9	4,9	29,0	24,4	7,4	8,2	17,3	16,6
Nemecko	11,8	12,3	5,8	5,5	4,2	4,9	25,0	22,4	5,7	6,6	16,2	15,9
Grécko	22,0	24,4	8,6	5,6	4,1	4,4	14,7	16,5	8,3	8,2	15,6	13,2
Maďarsko	13,7	13,1	8,2	8,4	4,2	3,7	18,1	14,7	8,4	8,2	13,8	13,0
Island	12,5	13,3	7,3	8,7	8,7	4,3	18,5	12,6	4,7	4,7	16,2	17,1
Írsko	12,8	12,7	5,2	5,9	10,6	6,6	17,5	12,0	4,3	5,2	14,4	13,9
Taliansko	14,9	16,9	7,6	7,0	5,1	4,1	22,5	18,7	6,4	6,1	14,4	14,5
Japonsko	17,0	18,3	6,4	6,8	6,7	6,0	19,9	17,4	5,5	4,9	13,0	11,3
Kórea	9,7	10,3	7,2	6,7	8,9	7,2	12,8	13,2	6,4	5,6	12,7	10,4
Luxembursko	11,7	13,1	8,7	10,0	27,3	20,0	20,0	17,8	5,1	6,0	11,0	11,3
Mexiko	18,5	..	9,2	..	3,6	..	16,7	..	3,8	..	9,1	..
Holandsko	14,9	15,2	7,0	7,1	6,0	6,2	22,2	19,8	6,8	7,4	16,6	15,0
Zéland	15,4	15,1	7,4	8,0	6,3	5,5	21,8	21,9	4,4	4,7	13,9	12,3
Nórsko	10,0	11,8	7,5	9,6	3,6	3,7	14,3	13,1	4,5	5,6	16,0	16,6
Poľsko	19,7	20,2	7,0	6,2	5,2	3,9	13,5	11,5	5,8	6,4	12,7	11,8
Portugalsko	17,3	17,6	7,0	6,5	7,5	6,2	14,6	13,4	9,2	8,3	17,3	14,2
Slovensko	17,4	15,7	7,1	10,6	3,8	3,7	13,1	13,3	6,7	5,5	9,1	10,7
Španielsko	17,6	18,2	6,8	7,3	5,2	4,6	16,9	14,4	6,0	6,3	14,9	14,2

Švédsko	12,7	11,8	7,2	7,9	3,6	5,5	21,7	19,0	4,8	5,7	20,2	18,5
Švajčiarsko	15,6	15,9	6,5	6,1	12,5	11,4	16,7	16,5	..	..	..	..
Turecko	16,7	17,1	15,6	11,4	3,3	7,9	15,3	7,7	4,4	4,1	7,1	5,2
Veľká Británia	14,3	14,2	6,8	7,7	7,6	6,6	24,3	18,8	5,1	5,4	17,9	16,0
USA	15,0	15,8	5,9	6,3	7,9	7,2	24,9	22,9	8,0	8,0	15,8	14,7

Prameň: OECD in Figures 2009, OECD, Paris, 2009

Z tabuľky je zrejmá vysoká pridaná hodnota odvetví rozvoja človeka (vzdelávanie, zdravotníctvo, sociálne služby a ostatné služby), ktoré majú charakter čistých osobných služieb a principiálne najviac vplývajú na budúci rozvoj spoločnosti. Preto obraciamе pozornosť na štruktúru pridanej hodnoty na Slovensku predovšetkým v tomto odvetí. Údaje dokumentujú významné zaostávanie za najvyspelejšími krajinami OECD (Švédsko, Holandsko, Veľká Británia, Nórsko, Dánsko, Fínsko), kde podiel odvetvia rozvoja človeka dosahuje v priemere 18% z pridanej hodnoty službami. Na Slovensku je tento podiel viac než o polovicu nižší na úrovni 9,1% v roku 2007. V tejto oblasti sa radíme na posledné miesta, dokonca Mexiko má rovnakú pridanú hodnotu. V praxi to indikuje slabú rozvinutosť a veľmi nízku pridanú hodnotu tvorenú týmito pododvetviami služieb. Keď si údaj porovnáme s rokom 1997, je zarážajúce, že v tomto odvetví Slovensko zaznamenalo v porovnaní s ostatnými krajinami pokles.

6.5 Produktivita v službách

Pod meraním produktivity sa rozumie súbor fyzických, časových a percentuálnych mier hodnotiacich produkciu, spotrebu zdrojov a ich vzťahy. Rozlišujú sa statické koeficienty produktivity (údaj pre určenú časovú periódu) a dynamické indexy produktivity (spravidla bezrozmerný ukazovateľ charakterizujúci zmeny produktivity v závislosti na čase). Obyčajne je meranie produktivity spojené s meraním množstva výstupov a vstupov. Vo všeobecnosti možno povedať, že produktivita ako pojem zahrňuje široký interval meraní, ktoré sú individuálne definované a pomenované podľa typov vstupových a výstupových údajov, ktorými sú tvorené. (Gregor, 2007) V tejto časti práce sa zameriame predovšetkým na základné miery produktivity a spôsoby merania produktivity.

V praxi sú najčastejšie využívané tieto tri základné miery produktivity:

- parciálna produktivita – produktivita určitého výrobného faktora – práce, kapitálu, energie, materiálu. Je základnou mierou, s pomocou ktorej hodnotíme produktivitu individuálnych zdrojov a je definovaná ako pomer celkového výstupu k určitému typu použitého vstupu:

$$PPj = \frac{O}{Ij}$$

- multifaktorová produktivita – je definovaná ako pomer výstupu k viacerým vstupom. V súčasnosti najčastejšie používaný vzťah má tvar:

$$MFP = \frac{\text{Pridaná hodnota}}{\text{Práca} + \text{Kapitál}}$$

- celková produktivita – je definovaná ako súhrnná produktivita kombinujúca rôzne vstupy pre dosiahnutie výstupov.

$$P = \frac{O}{L + C + M + E + Q}$$

kde:

P - produktivita

O - output (výstup)

L - vstup: práca

C - vstup: kapitál

M - vstup: materiál

E - vstup: energia

Q - ostatné vstupy

K týmto meraniam patrí ešte aj miera dynamiky vývoja produktivity, ktorá sa nazýva index produktivity. Index produktivity je ukazovateľ, ktorý zobrazuje nakoľko sa nám darí v boji s produktivitou.

Poznáme dva najznámejšie spôsoby merania produktivity, ktoré sú produktivita práce a multifaktorová produktivita. Tieto aj ostatné menej známe metódy si priblížime v nasledujúcej podkapitole.

6.5.1 Produktivita práce

„Produktivita práce je definovaná ako výstup na jednotku vstupu práce. Existujú rôzne spôsoby ako je možné merať pracovné vstupy, ako napríklad pracovné miesta, pracovníci alebo odpracované hodiny“ (Camus, 2007). Produktivita práce je jedným z hlavných ukazovateľov neustáleho zvyšovania výkonnosti a predpokladom úspešnej realizácie cieľov podniku. Jej meraním sa hodnotí efektívnosť a účinnosť použitých zdrojov, produktivita sa tak stáva

najschodnejšou cestou udržateľného rastu. Údaje o produktivite práce efektívne poukazujú na zmeny vo výstupe v čase pre rovnakú hodnotu alebo množstvo vstupu práce. K zmenám v produktivite práce by mohlo dôjsť v dôsledku organizačných zmien (napríklad nové riadiace štruktúry), nových technologických pokrokov, kvalitnejšieho kapitálového zariadenia, alebo zvýšenia efektívnosti.

Do istej miery vzniká otázka, prečo sa produktivita práce mení. Tento dôvod môže súvisieť s výberom metódy výpočtu produktivity. Napríklad porovnanie výstupu na pracovníka a výstupu za odpracovanú hodinu by mohol ukázať, či sa výkon zvýšil v dôsledku prijatia dlhšej pracovnej doby.

Existujú štyri spôsoby merania produktivity práce, a to: produktivita práce za odpracovanú hodinu, produktivita práce za zamestnanca, produktivita práce za pracovné miesto a HDP.

6.5.1.1 Produktivita práce za odpracovanú hodinu

Meranie produktivity je kľúčovým prvkom hodnotenia životnej úrovne. Príjem na osobu sa používa ako najčastejší spôsob merania životnej úrovne. V ekonomike sa príjem na osobu mení priamo s meraním produktivity práce z pridanej hodnoty za odpracovanú hodinu. V tomto poňatí meranie produktivity práce pomáha lepšie pochopiť vývoj životnej úrovne.

Schreyer (2001) považuje v určitom zmysle používanie metódy za odpracovanú hodinu ako jeden z najčistejších spôsobov merania produktivity práce. Dôvodom je, že meranie touto metódou zahŕňa čo najväčšiu presnosť o množstve práce, ktorá bola použitá. Je jasné, že ak rovnaký počet pracovníkov pracuje dlhší čas, potom existuje viac vstupov a zvyčajne aj väčší výkon, ale nemusí to nutne znamenať, že zamestnanci sú produktívnejší.

Za hlavný nedostatok tejto metódy je považovaný fakt, že všetci pracovníci v oblasti skúsenosti a schopnosti sú si rovní. Avšak kvalita údajov za odpracovanú hodinu nie je vždy na najvyššej úrovni, pretože sa spoliehajú na vlastné spravodajstvo, alebo údaje nie sú vôbec k dispozícii.

6.5.1.2 Produktivita na zamestnanca

Produktivita práce patrí medzi najjednoduchšie využívané metódy. Na výpočet tejto metódy sa používajú údaje, ktoré sú najľahšie dostupné. Uprednostňuje sa najmä z dôvodu počtu pracovníkov. Medzi jej hlavné nedostatky patrí predpoklad, že všetci pracovníci sú si vo vlastnostiach pracovnej sily (schopnosti a skúsenosti) rovní, nepresne odráža zmeny na strane

vstupov pre pracovníkov, ktorí menia prácu z plného úväzku na čiastočný alebo naopak, a navyše sú tu problémy pri priradovaní pracovníkov do odvetvia.

6.5.1.3 Produktivita práce na pracovné miesto

Podľa Camus (2007) je to tá najjednoduchšia a vnútorne najstálejšia metóda na meranie produktivity práce. Výpočet produkcie a počtu pracovných miest vyplýva z rovnakého podnikového merania. Za základnú výhodu tejto metódy môžeme považovať fakt, že je zverejnených viac detailov o odvetviach pre výstup za pracovné miesto než za pracovníka, alebo za odpracovanú hodinu. Na druhej strane nevýhodou je malá vypovedacia schopnosť, pretože zamestnanec môže vykonávať viac zamestnaní súčasne.

6.5.2 Produktivita kapitálu

Produktivita kapitálu je vo všeobecnosti charakterizovaná ako výstup na jednotku kapitálového vstupu. Vstupný kapitál sa meria buď ako kapitál zamestnania alebo služieb, ktoré poskytujú základné imanie. Produktivita kapitálu odráža vzájomný vplyv práce, medzivstupov, technických zmien, výkonnostných zmien, úspor z rozsahu, využitia kapacity a chýb v meraní. Rovnako ako produktivita práce, aj ukazovateľ kapitálovej produktivity môže byť založený na koncepte hrubého outputu alebo pridanej hodnoty.

$$\frac{\text{index množstva pridanej hodnoty}}{\text{index množstva kapitálových vstupov}}$$

Tento ukazovateľ kapitálovej produktivity založený na koncepte pridanej hodnoty má sklon k menšej citlivosti na procesy substitúcie medzi medzivstupmi a kapitálom ako ukazovateľom založenom na hrubom outpute.

V prípade, ak sa meria kapitálový vstup je teoreticky preferovaná forma, napr. tok služieb upravený na zmeny v kvalite investičných statkov, ukazovateľ kapitálu vysvetľuje zahrnuté technické zmeny (rastúcu alebo klesajúcu kvalitu kapitálových statkov) na väčšie alebo menšie toky kapitálových služieb konštantnej kvality. Zvyšovanie kvality kapitálových statkov predstavuje väčšie množstvo kapitálových služieb. Z rovnakého tempa rastu produkcie vyplýva následný pokles produktivity kapitálu. (Schreyer, 2001).

Väčšina národných štatistických úradov nezverejňuje údaje o produktivite kapitálu. Údaje potrebné na odhad produktivity kapitálu sú však zverejnené a môžu byť použité ako vstupné údaje do viacfaktorovej produktivity. (Camus, 2007).

6.5.3 *Viacfaktorová produktivita*

„Viacfaktorová produktivita je užitočná pri posudzovaní základných výrobných kapacít ekonomiky (produkčný potenciál) a sama o sebe je dôležitým opatrením rastu možností ekonomiky a inflačných tlakov.“ (Schreyer, 2001).

Viacfaktorová produktivita je definovaná ako rast reziduálneho výstupu odvetvia alebo ekonomiky po výpočte príspevku zo všetkých vstupov (alebo faktorov). Inak povedané, je to rast produkcie, ktorý nemožno vysvetliť zvýšením objemu vstupov a predpokladá sa, že odráža zvýšenie účinnosti využitia týchto vstupov. Typicky sa odhaduje nepriamo, reziduálne po odhade účinkov zmien v objeme vstupov. Je tiež niekedy nazývaná aj ako produktivita celkových faktorov (TFP) (Camus, 2007).

6.5.3.1 *Kapitálovo-pracovná viacfaktorová produktivita založená na pridanej hodnote*

Ukazovateľ množstva kombinovaných vstupov práce a kapitálu = ukazovateľ množstva (rôznych typov) práce a kapitálu, kde každý je meraný v pomere stálych cien v celkovej pridanej hodnote.

$$\frac{\text{index množstva pridanej hodnoty}}{\text{index množstva kombinácie vstupov práce a kapitálu}}$$

Ukazovatele kapitálov-pracovnej viacfaktorovej produktivity vyjadrujú ako produktívne sú kombinované vstupy práce a kapitálu pri vytváraní pridanej hodnoty. Pojmovo, kapitálovo-pracovná produktivita nie je vo všeobecnosti presným ukazovateľom technických zmien. Je ukazovateľom kapacity priemyslu s cieľom prispieť k zvýšeniu rastu príjmu na jednotku primárneho vstupu. V praxi tento ukazovateľ odráža možné výsledky kombinácií bezpredmetných technických zmien, úspor z rozsahu, výkonnostných zmien, rozličných stupňov využitia kapacít a chýb v meraní. V prípade, ak je meranie kapitálového vstupu súhrnom rozličných typov aktív, z ktorých každý je meraný príslušným nákladovým spôsobom a založený na cenách kapitálových tovarov, ktoré odrážajú zmenu kvality, efektivitu zahrnutéj

technickej zmeny a zvýšené dobou kapitálového vstupu, tým pádom iba bezpredmetné technické zmeny ovplyvňujú viacfaktorovú produktivitu (MFP).

6.5.3.2 *KLEMS viacfaktorová produktivita*

Ukazovateľ množstva kombinovaných vstupov, t.j. ukazovateľ množstva (rôznych typov) práce kapitálu, energie, služieb, kde každý je meraný v pomere stálych cien v celkovej pridanej hodnote.

$$\frac{\textit{index množstva celkovej produkcie}}{\textit{index množstva kombinovaných vstupov}}$$

Tento ukazovateľ z časového hľadiska vyjadruje produktivnosť kombinácií vstupov použitých pre vytvorenie celkového outputu. Konceptne ukazovateľ KLEMS viacfaktorovej produktivity zachytáva bezpredmetné technické zmeny. Tento ukazovateľ v praxi tiež odráža výkonnostné zmeny, úspory z rozsahu, zmeny vo využívaní kapacít a chyby meraní. V prípade, ak sú kapitál a medzivstupy zoskupené v detailných druhoch aktív a produktov, každý z nich je ocenený príslušným podielom na celkových nákladoch a na základe cien odrážajúcich zmenu kvality, účinky začlenených technických zmien sú zvýšené kapitálom a medzivstupmi, a iba bezpredmetné technické zmeny môžu vstupovať do merania MFP. (Schreyer, 2001).

Tabuľka 6 Spôsoby merania produktivity

Meranie produktivity	Výstup	Vstup
HPH za odprac. hodinu	Hrubá pridaná hodnota (HPH)	Počet odprac. hodín
HPH za pracovníka		Počet pracovníkov
HPH za prácu		Počet pracovných miest
Kapitálovo-pracovná viacfaktorová produktivita založená na pridanej hodnote (MFP)		Index miery investičných služieb (VICS) a kvalitu upravujúci vstup práce (QALI)
HDP na osobu	Hrubý domáci produkt (GDP)	Počet ľudí
HDP za odprac. hodinu		Počet odprac. hodín
HDP za pracovníka		Počet pracovníkov
KLEMS (MFP)	Celkový výstup	Kapitál, práca, energia, materiály a obchodné služby

Prameň: Camus, D. (2007). The OSN Productivity Handbook, str. 9

6.5.4 Problémy merania produktivity

Problém merania produktivity v službách nenastáva z toho dôvodu, že by bolo ťažké stanoviť vstupy, ale z toho dôvodu, že je náročné (v niektorých prípadoch až nemožné) definovať čo je output. Tradičné meranie produktivity vedie k chybným záverom zapríčinených špecifickými vlastnosťami služieb ako je nemateriálnosť, neskladovateľnosť, neoddeliteľnosť, variabilita, komplexnosť, jedinečnosť, kolektívnosť, nenahraditeľnosť a nemožnosť transferu ich vlastníctva. Zároveň je to hlavným dôvodom, prečo nie je možné využiť rovnaké metódy merania služieb ako v priemysle. „Metodologický problém spočíva v tom, že doterajšia ekonomická teória porovnáva náklady produkcie s ich hodnotou. Výsledok je ten, že v prípade služieb meranie ich hodnoty a produktivity je často založené na hodnote produkčných faktorov.“ (Michalová, 2004, s. 24)

Meranie produktivity služieb sa môže na mikroúrovni realizovať prostredníctvom ukazovateľov výkonov prevádzky podniku a odpracovaného času a na makroúrovni cez ukazovatele tvorby HDP na jedného pracovníka. Tiež sa rozlišuje či ide o meranie úrovne produktivity služieb v porovnaní s úrovňou produktivity výrobkov, resp. iných služieb alebo meranie vývojových tendencií produktivity (zmeny v čase). (Michalová, 2004, s. 27)

Tieto prístupy predstavujú tradičné postupy merania produktivity, ktoré sa používajú v priemyselnej sfére. Vychádzajú z porovnávania nákladov potrebných na produkciu služieb s ich hodnotou. Tým pádom pre meranie produktivity služieb nie sú vhodné, pretože nevyjadrujú skutočný výkon alebo kvalitu poskytovaných služieb.

Nevhodnosť tradičných ukazovateľov je daná najmä z nasledovných dôvodov (Skolka, 1989; Michalová, 2004):

1. „problém je určiť alebo vôbec ohraničiť jednotku produkcie služieb ako nehmotný statok,
2. v niektorých zložkách služieb, ako sú napr. verejná bezpečnosť, preventívne zdravotnícke služby, miestna a verejná správa a obrana štátu, nemá stanovenie jednotky objemu produkcie význam,
3. produktivitu služieb (u producenta) ovplyvňuje spotrebiteľ, spoluúčinkuje pri ich poskytovaní (vzdelávacie, zdravotnícke), ale v tých prípadoch, kde je pravidelný dopyt, sa neproduktívne čakanie na zákazníkov skraca,
4. produktivitu v bežných cenách, jej vývoj možno relatívne celkom dobre vypočítať, zmerať, ťažké je však rozložiť ho na komponenty fyzického a cenového rastu.“

Ďalším problémom, ktorý znemožňuje meranie produktivity služieb klasickými spôsobmi je skutočnosť, že existuje určitá skupina služieb, ktorých úžitok zo spotreby sa prejaví až po určitom čase. Takýmto príkladom je oblasť vzdelávania alebo vedy a výskumu.

Ďalšie kritérium pre efektívne meranie produktivity služieb je podmienené časovou homogénnosťou výsledku produkčného procesu, t. j. produkcia a spotreba služby prebehne v čo najkratšom časovom rozpätí.

Meranie produktivity v službách je zvyčajne iba čiastkovým meraním, napr. koľko zákazníkov môže za hodinu obslúžiť jeden čašník alebo koľko telefonátov za hodinu vybaví jeden pracovník v call centre. Tieto zistenia môžu prinášať zaujímavé informácie o efektívnosti poskytovanej služby, ale v konečnom dôsledku neprinášajú poznatok o tom, ako efektívne je služba poskytnutá ako celok a aký úžitok prináša pre spotrebiteľa.

Nové celosvetové trendy naznačujú neustály rast sektora služieb v národných hospodárstvach vyspelých krajín, čo prináša neustále väčší tlak na rozhodnutie, či ponechať tradičné postupy merania produktivity služieb na základe tvorby HDP, resp. pridanej hodnoty (čo však pri narastajúcom objeme služieb znižuje význam takéhoto merania) alebo nájsť nové metódy merania produktivity služieb.

Aby sme mohli vyjadriť produktivitu jednotlivých odvetví služieb pri tvorbe pridanej hodnoty, musíme do ukazovateľov pridanej hodnoty zabudovať ukazovateľ objemu pracovnej sily, ktorá je použitá na vytvorenie tejto hodnoty v príslušných odvetviach služieb. Objem

a podiel služieb na zamestnanosti budeme osobitne skúmať nasledujúcej podkapitole. Teraz len uvedieme výsledky zisťovania produktivity práce jednotlivých odvetví sektora služieb v krajinách OECD za rok 2007 v porovnaní s rokom 1997. Získame tým prehľad nielen o vývoji produktivity odvetvia služieb v príslušnej krajine za dekádu, ale bude možné aj porovnať produktivitu týchto odvetví medzi jednotlivými krajinami OECD. Zároveň však musíme zdôrazniť, že komparácia medzi krajinami je limitovaná z dôvodu porovnávania relatívnej pridanej hodnoty (ako podielu na celkovej pridanej hodnote v ekonomike) a nie absolútnej, ktorá by exaktne určovala pridanú hodnotu príslušného odvetvia služieb v EUR alebo inej referenčnej mene. Výsledky výskumu prezentuje nasledovná tabuľka.

Tabuľka 7 Úroveň produktivity v odvetviach služieb v krajinách OECD

Krajina	Veľko a maloobchod, ubytovanie a stravovanie		Doprava, logistika a komunikácie		Finančné služby a poistenie		Nehnutelnosti, prenájom a obchodné služby		Verejná správa, súdnictvo a ochrana		Vzdelávanie, zdravotníctvo a ostatné služby	
	2007	1997	2007	1997	2007	1997	2007	1997	2007	1997	2007	1997
Austrália	0,5	0,5	2,1	2,0	3,4	3,5	1,1	1,2	2,8	3,3	0,5	0,6
Rakúsko	0,6	0,6	2,1	2,0	4,5	4,1	1,1	1,7	2,1	1,9	0,6	0,7
Belgicko	0,8	0,7	1,9	1,8	4,1	3,5	0,8	1,0	1,3	1,4	0,5	0,6
Kanada	0,5	0,5	2,2	2,2	2,3	2,5	1,1	1,4	2,6	2,4	0,6	0,6
Česká republika	0,7	0,8	1,9	1,9	7,8	7,4	1,2	1,8	2,2	2,3	0,9	1,0
Dánsko	0,7	0,7	2,0	2,0	4,5	4,5	1,0	1,5	2,3	2,0	0,5	0,5
Fínsko	0,8	0,8	1,9	1,7	8,2	6,6	1,2	1,7	1,9	1,7	0,5	0,5
Francúzsko	0,8	0,8	2,1	2,2	4,3	4,1	0,8	1,0	1,4	1,3	0,5	0,5
Nemecko	0,7	0,7	2,4	2,4	4,4	3,9	0,9	1,4	2,0	1,7	0,6	0,6
Grécko	0,5	0,5	2,4	1,9	5,2	5,5	2,1	3,2	1,3	1,5	0,7	0,9
Maďarsko	0,7	0,8	1,7	1,5	6,1	5,7	1,8	3,2	1,8	1,8	0,7	0,7
Island	0,7	0,8	2,1	1,9	2,7	4,4	1,4	2,1	2,6	3,1	0,4	0,5
Írsko	0,6	0,7	2,3	2,8	3,0	3,5	1,4	2,0	2,8	2,7	0,6	0,6
Taliansko	0,7	0,7	2,7	2,5	5,2	4,9	1,1	1,5	2,4	2,0	0,6	0,6
Japonsko	0,5	0,5	2,3	2,2	4,8	4,4	1,1	1,5	4,1	4,0	0,7	0,9
Kórea	0,5	0,5	2,1	2,4	3,8	3,6	1,3	2,4	3,9	4,2	0,7	1,1
Luxembursko	0,7	0,6	1,6	1,8	1,1	1,3	0,8	1,1	2,5	2,4	0,8	0,8
Mexiko	0,4	-	2,9	-	13,2	-	2,8	-	2,7	-	0,8	-
Holandsko	0,6	0,7	2,4	2,3	3,9	3,9	0,7	0,8	2,3	2,1	0,5	0,5
Zéland	0,5	0,5	2,1	2,1	4,1	3,6	1,0	1,3	3,7	3,5	0,5	0,6
Nórsko	0,8	0,7	1,6	1,4	7,0	5,7	1,1	1,7	2,1	1,7	0,4	0,5
Poľsko	0,8	0,9	2,5	2,3	6,1	6,3	1,8	2,9	2,0	2,9	0,8	0,8
Portugalsko	0,6	0,7	3,4	3,6	8,0	6,5	2,1	2,7	1,9	2,0	0,8	0,8
Slovensko	0,6	0,9	2,0	1,8	8,1	7,9	1,6	2,3	1,9	2,0	0,8	0,7
Španielsko	0,6	0,6	2,3	2,3	6,7	5,3	1,3	1,9	1,9	1,6	0,6	0,7
Švédsko	0,9	0,9	2,1	2,0	6,2	6,2	1,0	1,4	2,2	1,9	0,4	0,4
Švajčiarsko	0,6	0,6	2,1	2,0	2,5	2,5	1,1	1,4	3,0	3,4	0,6	0,6
Turecko	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Veľká Británia	0,6	0,6	2,2	2,3	3,8	3,5	0,8	1,0	2,4	2,3	0,5	0,6
USA	0,6	0,6	2,8	2,7	3,1	3,2	0,9	0,9	1,5	1,5	0,5	0,5

Prameň: Vlastné spracovanie podľa údajov OECD, 2009

Z údajov tabuľky je možné zistiť produktivitu jednotlivých odvetví služieb v národných hospodárstvach krajín OECD ako aj rozdiel v produktivite v roku 1997 a 2007. Takmer najvyššiu pridanú hodnotu vo všetkých krajinách prezentuje odvetvie finančných služieb a poisťovníctva. Avšak vo vysoko rozvinutých ekonomikách, ktoré nie sú špecializované na túto oblasť (ako napríklad Luxembursko alebo Švajčiarsko) je možné pozorovať menší rozdiel v produktivite oproti ostatným odvetviám. Tento jav je spôsobený postupným zvyšovaním produktivity ostatných odvetví a vysoko rozvinutým konkurenčným prostredím odvetvia finančných služieb a poisťovníctva, kde je nutné neustále pridávať hodnotu k službám dodatočnými pracovnými silami a podpornými službami, ktoré síce zvyšujú celkovú pridanú hodnotu, ale vyžadujú väčší rozsah pracovnej sily a preto znižujú produktivitu. Na druhej strane je však možné sledovať postupný trend vyrovnávania produktivity v jednotlivých odvetviach služieb. Platí teda vzťah, čím rozvinutejšia ekonomika, tým menšie rozdiely v produktivite práce jednotlivých odvetví služieb.

Ak si zoberieme ako príklad Slovensko, prezentovaná úroveň produktivity je vysoko korelovaná s mzdovým ohodnotením práce v týchto odvetviach. Tradične je na Slovensku najvyššia mzda v odvetví finančných služieb, finančného sprostredkovania a poistenia, nasledovaná odvetvím telekomunikácií, prenájmu a správy nehnuteľností a obchodných služieb. Najnižšie mzdy sú tradične v odvetviach ubytovania a stravovania (hotelierstva a reštaurácií) nasledovaných verejným sektorom, resp. odvetví verejného sektora poskytujúcich verejnoprospešné služby (školsstvo, zdravotníctvo, sociálne služby).

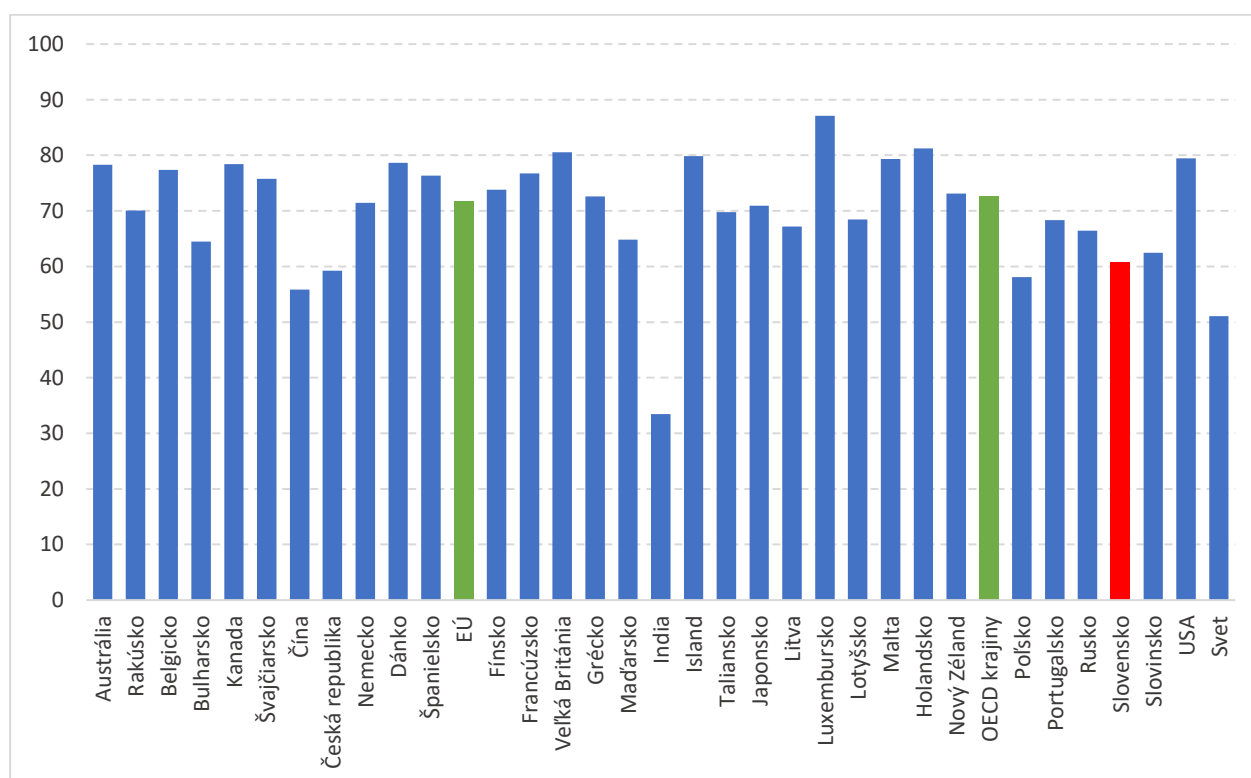
6.6 Objem a podiel služieb na zamestnanosti

Bezprostrednú prítomnosť a význam služieb v spoločnosti potvrdzujú aj také skutočnosti, ako vysoký podiel zamestnanosti v službách a podiel služieb na hrubom národnom produkte krajiny. V službách je vzájomná závislosť medzi vývojom pridanej hodnoty a zamestnanosťou nižšia ako v sektore priemyslu. Znamená to, že v službách je produktivita práce stále nižšia, avšak práve v službách je možné pozorovať významnú dynamiku rastu produktivity. Zároveň má sektor služieb na rozdiel od sektora priemyslu z pohľadu zamestnanosti jednu odlišnú vlastnosť. So zvyšovaním produktivity práce v službách neklesá dynamika zvyšovania zamestnanosti ako je to v klasických odvetviach priemyslu, ale práve naopak. Tento fakt potvrdili viaceré výskumy Svetovej banky i OECD (OECD, 2007). Preto práve sektor služieb je hlavným motorom zvyšovania zamestnanosti. Ako dokumentujú

štatistické výsledky z vyspelých krajín, sektor služieb je schopný neustále zamestnávať viac ľudí aj za podmienky, že sa dramaticky zvyšuje výkonnosť (produktivita) práce v jednotlivých odvetviach sektora služieb.

Podľa Svetovej banky (2018) v rozvinutých krajinách podiel zamestnaných v službách predstavoval z celkovej zamestnanosti viac než 70%. Tento podiel v jednotlivých krajinách v roku 2017 predstavuje: Holandsko 81,25%, USA 79,45%, Kanada 78,43%, Belgicko 77,38%, Grécko 72,57%, Portugalsko 68,34%, Slovensko 60,75%, Turecko 53,83%. Uvedené údaje nezohľadňujú objem naturálnej spotreby služieb. Tento je v menej rozvinutých krajinách vyšší ako vo vyspelých krajinách (Mateides, Ďaďo, 2002).

Nasledujúci graf zobrazuje zamestnanosť v sektore služieb za rok 2017. Na „osi y“ je zamestnanosť v percentách a na „osi x“ sú rôzne vybrané krajiny, ale aj EÚ, krajiny OECD (ktoré sú zvýraznené zelenou farbou) a Slovensko (červenou farbou).

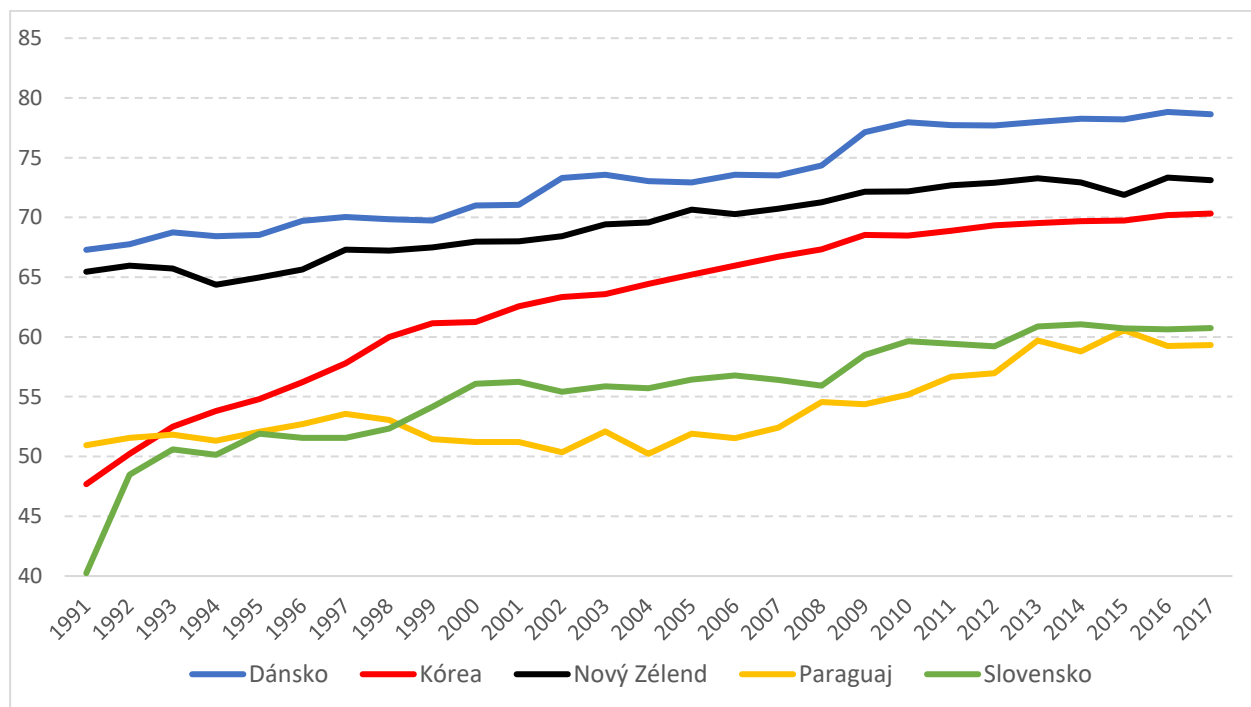


Graf 2 Zamestnanosť v sektore služieb vo vybraných krajinách za rok 2017

Prameň: Vlastné spracovanie na základe dát Svetovej banky, 2018

Zamestnanosť v sektore služieb je na Slovensku na úrovni 60,75%, čo je o približne o 11 percentuálnych bodov menej ako je to v EÚ a v krajinách OECD. Lídrmi sú krajiny ako napríklad Luxembursko, Spojené štáty americké, Holandsko, Veľká Británia, Kanada a Austrália. Avšak Česká republika v sektore služieb zamestnáva 59,26%, čo je o takmer o 1,5 percentuálneho bodu menej ako je to na Slovensku.

Graf nižšie zobrazuje vývoj zamestnanosti v sektore služieb v podobných ekonomikách (z hľadiska ich veľkosti), avšak z rôznych kútov sveta.

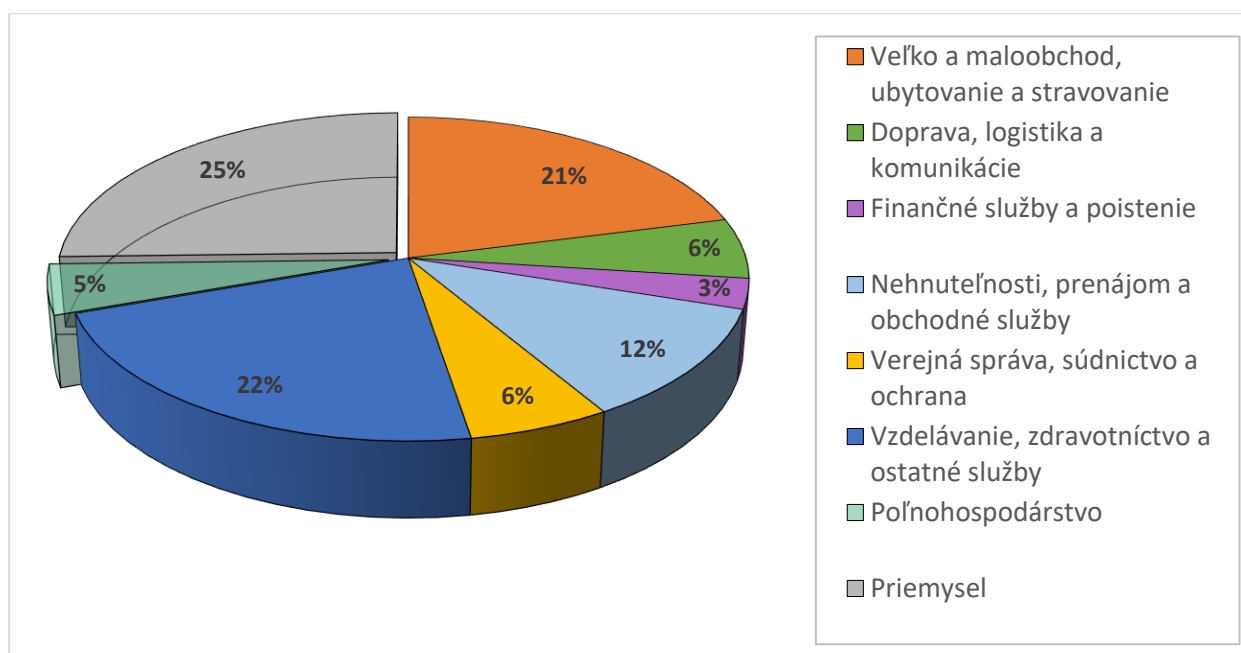


Graf 3 Vývoj zamestnanosti v sektore služieb vo vybraných krajinách (v %)

Prameň: Vlastné spracovanie na základe dát Svetovej banky, 2018

Z grafu je zjavný rastúci trend zamestnanosti v sektore služieb. Avšak pozorujeme vo vybraných krajinách rozdielny vývoj a to aj napriek tomu, že sú si veľkosťou ekonomiky podobné. Krajiny ako Dánsko a Nový Zéland majú v sektore služieb najvyšší podiel zamestnaných. Tieto krajiny dobieha Kórejská republika, ktorá v sektore služieb v roku 2017 zamestnáva takmer o 23 percentuálnych bodov viac, ako to bolo v roku 1991. Zvýšenie zamestnanosti badáme aj na Slovensku, kde z roku 1991 sa zamestnanosť v sektore služieb zvýšila o 20 percentuálnych bodov, avšak od roku 2013 sa zamestnanosť nezvyšovala, ale stagnovala. Podobnú úroveň zamestnanosti má aj Paraguaj, avšak obe tieto krajiny majú zamestnanosť v sektore služieb oproti iným krajinám pomerne nízku.

Sektor služieb zaznamenáva nárast v každej novej pracovnej oblasti v rozvinutých krajinách. Najmenšie zastúpenie má v poľnohospodárstve a priemysle. Vývoj základných odvetví v krajinách OECD znázorňuje nasledovný graf.

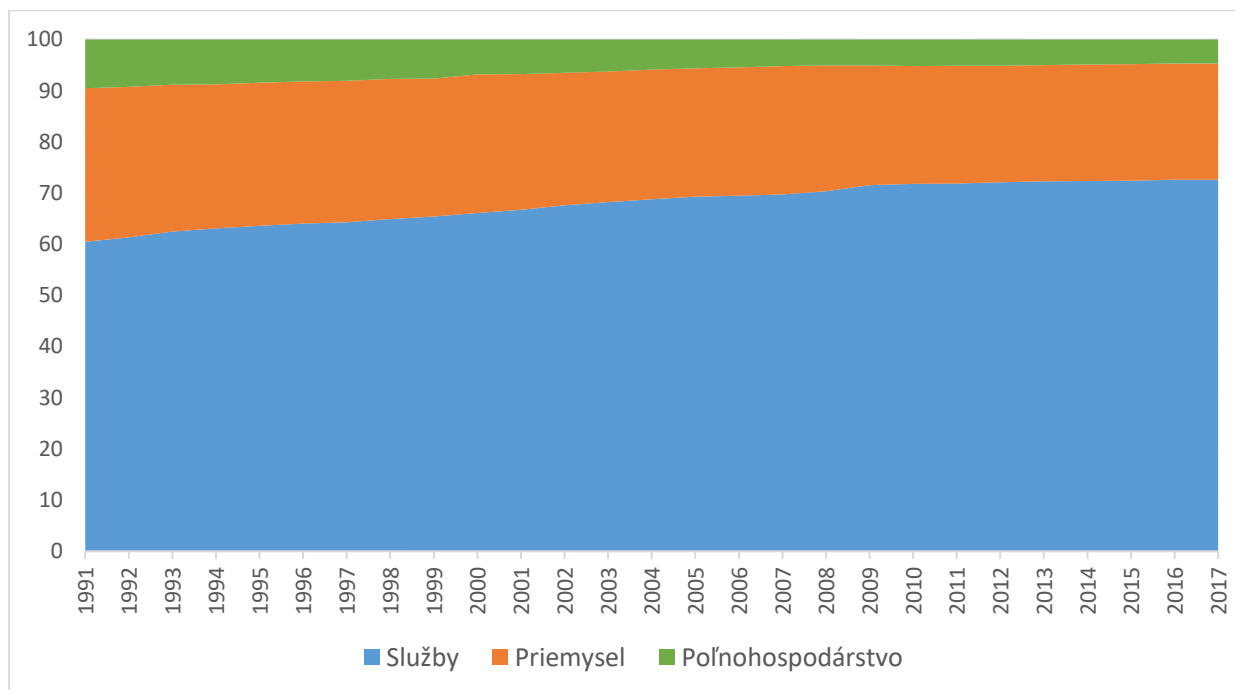


Graf 4 Podiel odvetví na zamestnanosti v krajinách OECD

Prameň: Vlastné spracovanie na základe dát OECD in Figures 2009, OECD, Paris, 2009

V súčasnosti mzda v sektore služieb v USA rastie rýchlejšie ako vo výrobnom a poľnohospodárskom sektore. Vo väčšine krajín je sektor služieb veľmi rôznorodý, pretože v sebe zahŕňa veľké množstvo rozdielneho priemyslu.

Fourastié (1954) predpovedal, že do konca dvadsiateho storočia dosiahnu rozvinuté krajiny podiel zamestnaných v terciárnom sektore až 80%, oproti 20% v primárnom a sekundárnom sektore. Táto vízia sa naplnila. Mnohé vyspelé krajiny dosiahli podiel zamestnanosti vo sfére služieb viac ako 70%. Vo vyvíjajúcich sa národných ekonomikách je podiel pracovných miest medzi výrobou, poľnohospodárstvom a službami dramaticky rozdielny. Nasledujúci graf ukazuje vývoj podielu služieb na trhu práce a zamestnanosti vo vyspelých krajinách OECD do roku 2017.



Graf 5 Trend vývoja zamestnanosti podľa sektorov (priemer krajín OECD)

Prameň: Vlastné spracovanie na základe dát Svetovej banky, 2018

Z grafu je evidentné zvyšovanie podielu služieb na celkovej zamestnanosti v čase a klesajúci podiel priemyslu a hlavne poľnohospodárstva na celkovej zamestnanosti. Väčšina autorov tento vývoj pripisuje zvyšovaniu produktivity vo všetkých troch sektoroch, pričom hlavným limitujúcim faktorom v poľnohospodárstve a priemysle je predovšetkým obmedzená štruktúra výroby, keďže poľnohospodárske produkty ani ich výška sa v čase výrazne nemenia a v priemysle sa mení predovšetkým štruktúra výroby k sofistikovanejším výrobkom. Toto však nie je prípad služieb, kde je ich štruktúra neobmedzená a podľa väčšiny autorov služby sa môžu vyvíjať donekonečna, keďže ľudské potreby sú nekonečné.

Posledné dekády boli charakteristické presunmi v štruktúre zamestnanosti a to v prospech odborov v sektore služieb. Tento vývoj išiel predovšetkým na úkor poľnohospodárstva. Vývoj sektora služieb v medzinárodnom porovnaní ukazuje, že zvlášť USA sú charakteristické vysokým podielom sektora služieb na tvorbe HDP.

Zmeny štruktúry nenastávajú len medzi tromi sektormi. Aj v rámci samotných služieb sú viditeľné zreteľné presuny. Podniky, ktoré boli predtým jednoznačne zadelené do určitého odboru, sa teraz nachádzajú na rozmedzí dvoch alebo viacerých odborov. Aj v klasických výrobných podnikoch ako sú IBM, Hewlett-Packard alebo General Electric (GE) rastie význam a podiel služieb, ktoré poskytujú zákazníkom. Napr. firma GE v roku 1981 mala 15% obratu vo sfére služieb. Vtedy GE realizovala celkový objem odbytu 27 mld. USD. V roku 1999 predstavoval jej podiel služieb na celkových výkonoch 75%. Banky a poisťovne sa menia na

rozsiahle koncerny finančných služieb. Ale aj oblasť cestovného ruchu, dopravy a iné oblasti sú zreteľným príkladom toho, že hranice medzi odbormi služieb sa ďalej rozplývajú (Ďaďo, 2002).

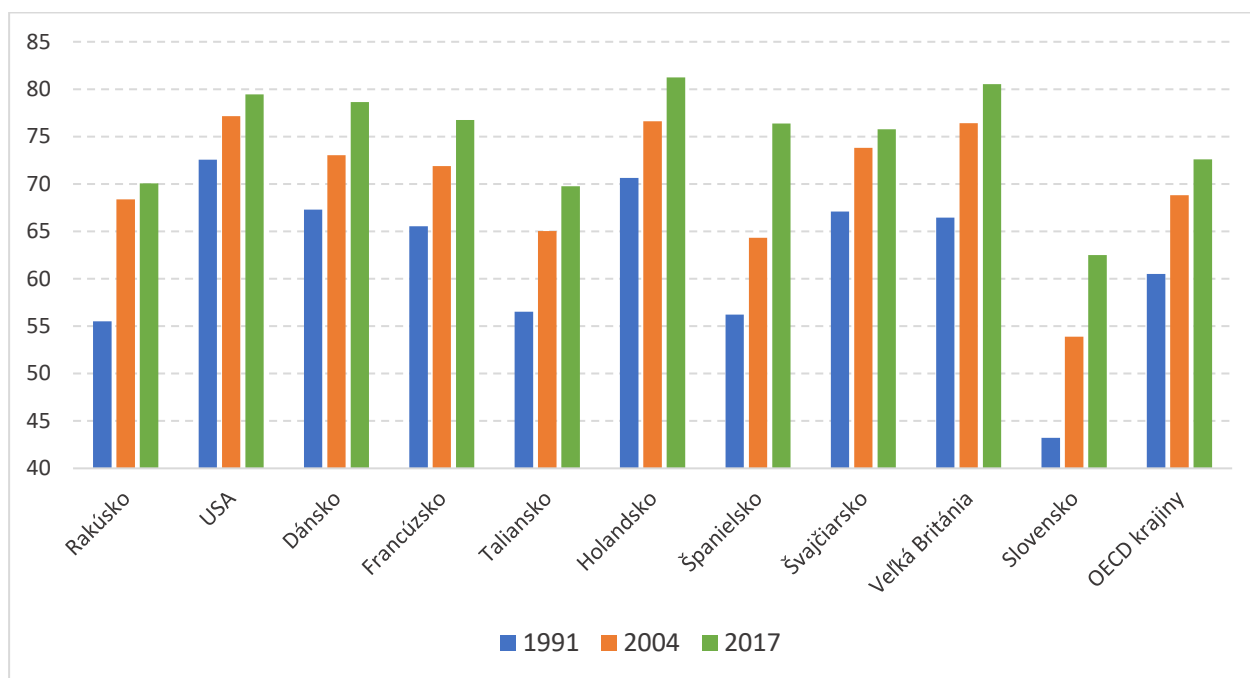
Pre lepšiu orientáciu pri meraní podielu jednotlivých odvetví služieb na celkovej zamestnanosti v národnom hospodárstve uvádzame nasledujúcu tabuľku, kde je možné vidieť podiel odvetví služieb na celkovej zamestnanosti vo vybraných krajinách OECD a vývoj tejto zamestnanosti od roku 1997 do roku 2007.

Tabuľka 8 Podiel odvetví služieb na celkovej zamestnanosti vybraných krajín OECD

Krajina	Veľko a maloobchod, ubytovanie a stravovanie		Doprava, logistika a komunikácie		Finančné služby a poistenie		Nehnuteľnosti, prenájom a obchodné služby		Verejná správa, súdnictvo a ochrana		Vzdelávanie, zdravotníctvo a ostatné služby	
	2007	1997	2007	1997	2007	1997	2007	1997	2007	1997	2007	1997
Austrália	24,0	25,4	6,4	6,4	3,9	3,7	12,0	10,6	4,7	4,0	23,9	22,7
Rakúsko	21,3	20,7	6,3	6,6	2,9	3,2	12,1	7,8	6,3	6,8	21,0	19,3
Belgicko	17,5	17,9	6,8	7,2	3,2	3,7	16,7	12,5	9,7	9,5	24,2	22,9
Kanada	25,6	25,5	6,1	6,0	5,7	5,3	12,0	9,3	5,0	5,4	22,6	22,6
Česká republika	18,5	17,2	6,8	7,0	1,7	1,8	10,9	7,4	5,9	5,7	14,7	13,4
Dánsko	19,5	18,9	6,5	6,7	2,9	2,9	12,9	8,5	5,7	6,5	28,6	28,2
Fínsko	16,0	15,5	7,0	7,7	1,6	2,0	11,4	7,7	6,8	7,6	26,4	25,1
Francúzsko	17,2	16,6	6,1	6,1	3,1	3,2	15,5	12,6	9,3	10,0	25,1	24,2
Nemecko	19,5	19,4	5,5	5,4	3,0	3,3	14,2	9,5	6,7	7,9	23,5	20,9
Grécko	26,6	24,6	5,5	6,8	2,5	2,4	6,3	4,0	9,8	8,7	18,2	15,1
Maďarsko	19,0	17,1	7,7	8,6	2,1	2,3	7,2	4,1	7,3	7,1	19,5	19,3
Island	17,8	17,1	6,3	6,9	4,9	3,0	9,7	6,3	5,0	4,2	29,6	28,4
Írsko	20,5	20,0	5,8	4,6	4,4	3,7	9,4	6,7	4,6	4,9	22,6	20,8
Taliansko	19,4	19,0	4,9	5,2	2,5	2,7	12,2	8,6	5,5	6,7	22,9	22,0
Japonsko	25,2	25,6	5,8	5,8	2,7	3,0	11,7	8,8	3,2	3,3	19,4	15,2
Kórea	24,4	27,7	6,4	5,5	3,5	3,7	10,0	5,4	3,4	3,1	19,0	12,4
Luxembursko	17,9	20,5	8,0	7,2	11,5	10,3	16,5	11,6	5,2	5,5	17,1	17,0
Mexiko	29,3	..	4,6	..	1,0	..	4,7	..	4,8	..	16,0	..
Holandsko	20,3	20,1	5,5	5,6	3,4	3,4	18,7	16,0	5,6	6,2	26,7	24,7
Zéland	26,8	26,6	6,2	6,2	3,2	3,6	12,9	10,1	3,5	3,7	24,9	23,8
Nórsko	17,3	17,5	8,0	9,1	1,9	2,3	12,0	7,9	6,1	7,7	30,7	28,7
Poľsko	17,0	15,3	5,3	5,8	2,2	2,1	7,2	4,4	6,5	4,5	15,9	16,8
Portugalsko	23,5	20,1	3,9	3,6	1,6	2,0	6,4	4,9	7,0	6,4	17,0	16,2
Slovensko	22,0	15,1	6,7	7,5	1,6	1,7	8,4	5,7	6,7	6,6	16,5	18,0
Španielsko	22,3	21,4	5,7	5,7	2,0	2,5	9,7	7,1	6,7	8,1	20,3	18,7
Švédsko	15,1	14,9	6,3	6,7	2,1	2,1	12,7	9,6	6,0	7,1	32,8	31,4
Švajčiarsko	20,7	22,7	6,3	6,5	5,2	5,2	12,2	9,4	4,4	3,8	23,5	21,7
Turecko	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
Veľká Británia	22,4	23,1	5,8	5,7	3,5	3,8	17,5	13,8	5,5	5,7	26,1	23,1
USA	22,5	22,3	4,7	4,8	4,2	4,1	14,8	14,2	8,7	8,8	26,7	24,3

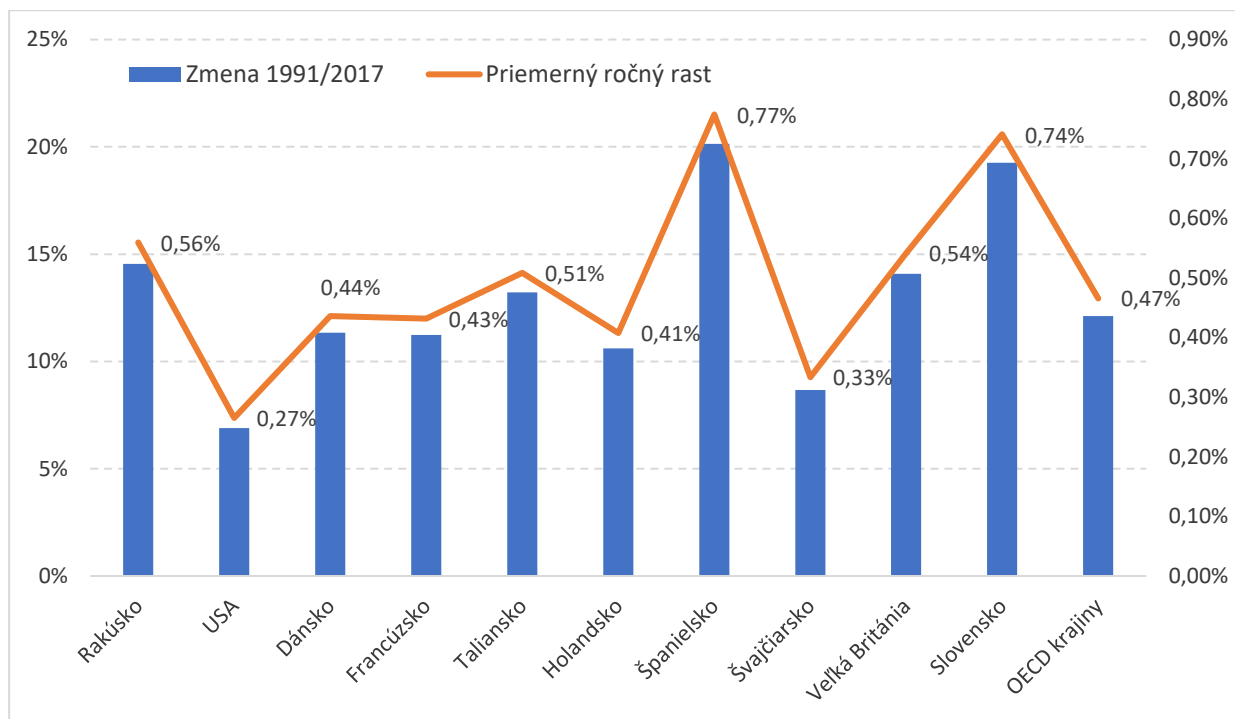
Prameň: OECD in Figures 2009, OECD, Paris, 2009

Dynamiku vývoja zamestnanosti v sektore služieb vo vybraných vyspelých krajinách sveta je znázornený graficky na nasledujúcom obrázku.



Graf 6 Dynamika vývoja zamestnanosti v sektore služieb vo vybraných krajinách OECD
Prameň: Vlastné spracovanie na základe dát Svetovej banky, 2018

Z obrázku je možné dokumentovať nárast dynamiky zamestnanosti v sektore služieb za posledných 26 rokov. Preto sme sa pozreli na vývoj dynamiky rastu zamestnanosti v jednotlivých krajinách OECD a Slovenska, ktoré znázorňuje nasledovný graf.



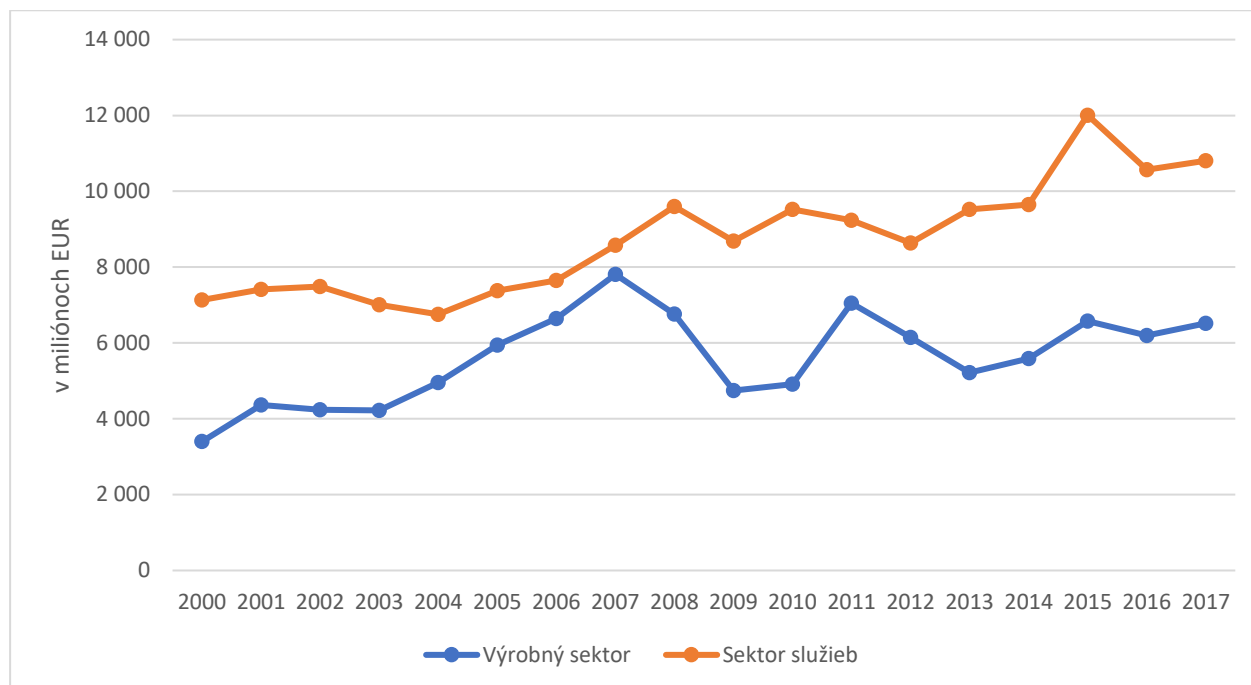
Graf 7 Dynamika rastu zamestnanosti v sektore služieb vo vybraných krajinách OECD
 Prameň: Vlastné spracovanie na základe dát Svetovej banky, 2018

Pri skúmaní dynamiky nárastu sféry služieb od roku 1991 do roku 2017 sme potvrdili rast podielu služieb na celkovej zamestnanosti, ktorej tempo sa nespomaľuje ani pri úrovniach okolo 80% na celkovej zamestnanosti v USA. Výrazný rast dosiahli krajiny ako Španielsko aj Slovensko, čo možno pripisovať aj rýchlej konvergencii ekonomík a reorientáciu na služby v posledných dekádach. Slovensko však zaznamenáva stále nízky podiel zamestnanosti v službách v porovnaní s vyspelými krajinami. Tento fakt je spôsobený výrazným spriemyselnovaním Slovenskej ekonomiky, ktorý až následne za sebou ťahá aj sektor služieb.

6.7 Objem a podiel služieb na investíciách

Na sektor služieb je možné sa pozeráť aj cez objem kapitálu (investícií), ktorý do sektora smeruje. Ak v sektore služieb v SR pracuje viac ako 60% aktívneho obyvateľstva, mali by sme vedieť, do akej miery smerujú nové investície práve do tohto sektora. Ak by sa zamestnanosť v sektore služieb zvyšovala bez toho, aby do sektora smerovali nové investície, produktivita v sektore služieb by sa relatívne (oproti iným sektorom) znižovala, čo by znamenalo stagnáciu mzdovej úrovne a postupne by sa znižoval aj objem zamestnanosti v tomto sektore.

Ak sa zvyšuje objem nových investícií v sektore služieb nad tempo rastu zamestnanosti, môžeme predpokladať, že rastie produktivita práce v službách. Vývoj objemu formovania kapitálu v sektore služieb a sektore výroby na Slovensku za posledných 18 rokov (2000 – 2017) znázorňuje obrázok nižšie.



Obrázok 10 Vývoj formovania fixného kapitálu (investícií) v ekonomike SR
Prameň: Vlastné spracovanie na základe dát OECD, 2018

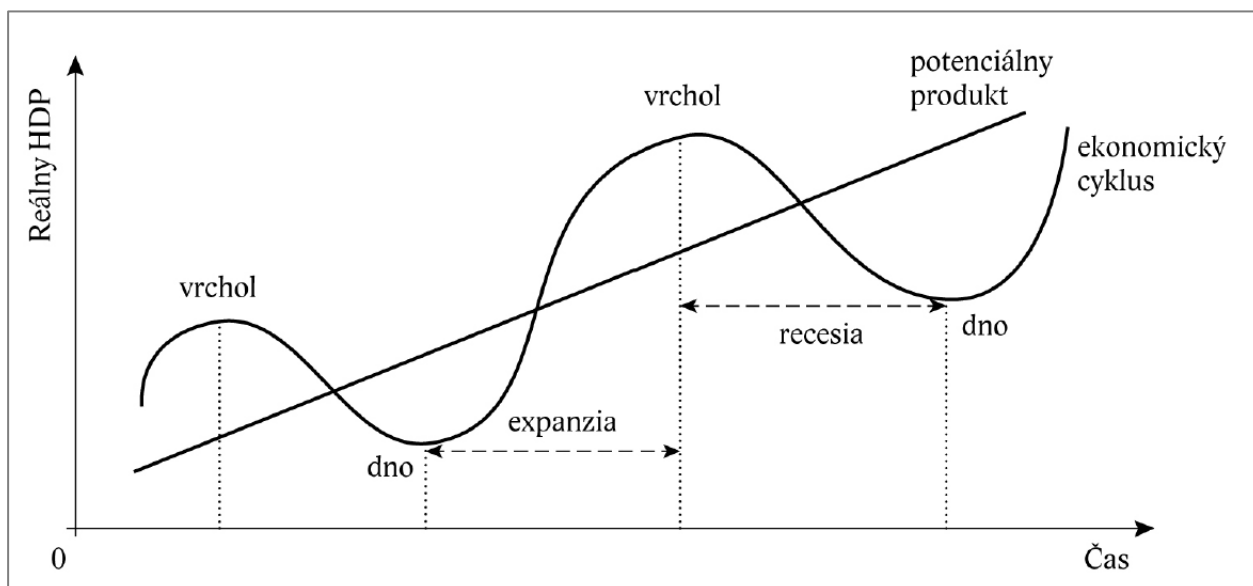
Sektor služieb zaznamenáva takmer konštantný rastový trend formovania nového kapitálu. Inak povedané, do sektora služieb na Slovensku smeruje stále rastúci objem investícií. Naopak, sektor výroby zaznamenáva v časoch ekonomickej recesie výrazné výkyvy. Rast objemu formovania fixného kapitálu však v posledných desiatich rokoch nerastie takým tempom ako v sektore služieb. Sektor služieb tak aj z pohľadu formovania fixného kapitálu zaznamenáva menšiu volatilitu vývoja a rastúci trend.

Dôsledky štrukturálnych zmien v zamestnanosti, spočívajúce v úbytku pracovných síl vo výrobných činnostiach a ich prírastku v sektore služieb, ako zrkadlového obrazu, za jednotlivé vyspelé krajiny.

6.8 Anticyklické správanie sektora služieb

Základný popis hospodárskeho cyklu vychádza z definície A. F. Burnsa a W.C. Mitchella ktorá hovorí, že „hospodárske cykly sú typom kolísavých pohybov, ktoré nachádzame v agregátnej ekonomickej činnosti národov organizujúcich svoju prácu hlavne v podnikateľských firmách. Cyklus sa skladá z expanzie, ktorá sa vyskytuje asi v rovnakom čase v mnohých ekonomických aktivitách, za ňou nasleduje recesia a oživenie, ktoré splynie v expanzívnej fáze ďalšieho cyklu.“ Podľa Burnsa je potrebné pozeráť na hospodárske cykly nie len ako na výkyvy agregátnej ekonomickej činnosti ale aj z iného pohľadu. Tvrdí, že ten, kto chce pochopiť hospodársky cyklus si musí osvojiť fungovanie ekonomického systému v sieti podnikov orientujúcich sa na zisk. Z Burnsovej a Mitchellovej definície vychádza aj americká National Bureau of Economic Research (NBER) a taktiež aj OECD.

Z definície hospodárskeho cyklu je zrejmé, že ide o kolísanie celkovej (agregátnej) výkonnosti ekonomiky v čase. V priebehu hospodárskeho cyklu sa ekonomická aktivita pohybuje v niekoľkých fázach, ktoré sú v nemennom poradí naviazané jedna na druhú tak, že po istej dobe sa dostanú na svoju pôvodnú pozíciu a celý proces sa znovu opakuje. Jednotlivé fázy však nemajú nemennú dĺžku trvania, práve naopak, každý cyklus je v svojej podstate jedinečný a odlišný od ostatných predovšetkým časovým priebehom, či intenzitou výkyvov. (Hair a kol., 1997).



Obrázok 11 Ekonomický cyklus
Prameň: Vlastné spracovanie, 2018

Chevalier a Scharfstein (1994) nás oboznamujú s tým, že jednoduché modely hospodárskeho rastu sú založené na agregátnom vplyve dopytových šokov, ktoré naznačujú rozmach. Vtedy by mali ceny výrobkov alebo služieb relatívne poklesnúť na výrobnú cenu. Z tohto základného predpokladu vyplýva, že na vysokej výstupnej úrovni sú marginálne produkty nízke. Počas rozmachu majú mzdy a ceny produktov tendenciu rásť vzhľadom k výrobnej cene – to je skutočný faktor cyklickosti.

Podľa Baláža (2009) niektoré odvetvia v čase hospodárskeho rastu – expanzie rastú, v čase poklesu - recesie klesajú. Tieto radíme medzi cyklické. Naopak tie odvetvia, ktoré počas recesie neupadajú (či dokonca rastú) a počas expanzie ich nárast nie je až taký výrazný, radíme medzi anticyklické.

Keynes (1939) tvrdí, že zvyšovanie v agregátnom dopyte má malý efekt na ceny, ale veľký efekt na output, pretože firmy sa v období rozmachu správajú viac súťaživo. Výsledkom je, že výstupné ceny padajú na úroveň marginálnych nákladov a reálny faktor cien stúpa.

Existujú výskumné dôkazy, prečo sú niektoré služby anticyklické. Prvý dôkaz hovorí o tom, že vplyv môže byť menej elastický počas recesie, čo spôsobuje že nedokonale konkurenčné firmy si zvyšujú prirážky. Druhým dôkazom podľa Totenberg a Saloner (1986) je, že firmy sú menej schopné praktizovať nekalé praktiky počas rozmachu. Keď je vplyv vysoký, firmy majú lepší stimul znižovať ceny, pretože krátkodobé profitovanie oproti podielu na trhu je vysoké vzhľadom na dlhodobé profitovanie z praktizovania nekalých praktík. Po tretie, Greenwald, Stiglitz a Weiss (1984), Gottfries (1991) a Klemperer (1992) sa domnievajú, že prirážky môžu byť anticyklické kvôli nedokonalosti kapitálového trhu. Počas recesie, keď firmy majú nízky cash flow a vysokú náročnosť získania externých finančných prostriedkov sa budú snažiť posilniť existujúce zisky plnením svojich povinností a finančných investícií. Môžu to tiež spraviť pomocou zvýšenia ceny za zámenkou udržať sa na trhu.

Z pohľadu skúmania anticyklickosti odvetví služieb v podmienkach SR je možné preskúmať vzťah celkovej zamestnanosti, HDP na obyvateľa, medzispotrebu a zamestnanosti. Ak má platiť významný vzťah, cyklické sektory sú vysoko závislé od hospodárskeho cyklu, takže v čase expanzie sa im darí, dosahujú vysoké zisky avšak, v čase recesie majú tieto sektory problémy s odbytom a naopak anticyklických sektorov sa klesajúca spotreba dotýka najmenej, teda produkty týchto sektorov sa nakupujú stále. Skúmaním dát zamestnanosti, vývoja HDP, medzispotreby a odvetvovej zamestnanosti v SR za roky 1997 až 2015 s využitím Pearsonovho korelačného koeficientu sme preukázali nasledovné vzťahy.

Tabuľka 9 Korelačný vzťah vývoja zamestnanosti v odvetviach sektora služieb a ekonomického cyklu

Odvetvie sektora služieb	Pearsonov korelačný koeficient	
	<i>bez posunu</i>	<i>s posunom o 4Q</i>
G, H, I	0,735636	0,502975
J	0,532251	0,5399
K	0,492116	0,591874
L	0,28803	0,315713
M, N	0,230805	0,283424
O, P, Q	0,251879	0,083591
R, S, T, U	0,484706	0,3058

Prameň: Vlastné prepočty a spracovanie, 2018

Na základe jednoduchšej korelačnej analýzy sme dospeli k záveru, že najnižší stupeň závislosti rovnako bez posunu, ako aj s posunom o 4 kvartály, je v odvetviach M, N, O, P, Q. Pearsonov korelačný koeficient pri týchto odvetviach nadobúda hodnoty blízke nule. Z toho môžeme vyvodit', že závislosť daných odvetví sektora služieb a makroekonomických ukazovateľov je nízka, čiže tieto odvetvia môžeme považovať za anticyklické. Naopak najvyššia závislosť je medzi odvetviami služieb G, H, I a skúmanými ukazovateľmi, kde pri skúmaní ukazovateľov bez posunu dosahuje korelačný koeficient hodnotu 0,735636. Pri následnom posune o 4 kvartály sa stupeň závislosti znížil. Toto odvetvie je teda najviac závislé od vybraných ukazovateľov hospodárskeho cyklu. Význačný stupeň väzby bez posunu aj s posunom nadobúda ešte odvetvie J (Informácie a komunikácia). Zamestnanosť v sekcii G, H, I reaguje takmer rovnako na zmeny vybraných ukazovateľov, môžeme tu teda pozorovať najvýraznejšie cyklické správanie. V rámci všetkých odvetví sektora služieb však existuje priama závislosť medzi počtom zamestnaných a celkovou zamestnanosťou, HDP na obyvateľa a medzispotrebou.

Odvetvia služieb O, P, Q (Verejná správa, obrana, povinné sociálne zabezpečenie, vzdelávanie, zdravotníctvo a sociálna pomoc) sa správajú výrazne anticyklicky (z pohľadu zamestnanosti). Obdobne je na tom aj odvetvie M, N (Odborné, vedecké a technické činnosti, administratívne služby). Najväčšiu závislosť na hospodárskom cykle majú odvetvia G, H, I (Veľkoobchod a maloobchod, oprava motorových vozidiel a motocyklov, doprava

a skladovanie, ubytovacie a stravovacie služby). Predpokladáme, že výkyvy hospodárskych cyklov najviac zasahujú do zamestnanosti práve v týchto odvetviach.

7. Mikroekonómia služieb

7.1 Mikroekonomická podstata služieb

Čo je to „služba“? Kvôli ich diverzite, služby boli a sú tradične veľmi ťažko definovateľné. Jedným z prvých krokov, ktorý urobíme v úvode textu, je definovanie kategórie služba. Na prvý pohľad sa to môže javiť ako veľmi jednoduché, no zároveň to môže byť neriešiteľná úloha. Služby sú natoľko rozmanité, že je len veľmi ťažko možné nájsť pre nevhodnú definíciu. Definíciu, ktorú by prijala odborná verejnosť ako celok a ktorá by skutočne v plnej miere platila pre všetky činnosti, ktoré jednotlivé teoretické smery a hospodárska prax považujú za služby.

Slovo služba je odvodené od slova slúžiť. Preto u nás niekedy vyvoláva negatívny dojem. Pochádza z latinského výrazu „servícum“, čo v preklade znamená „otroctvo“. Dlhú si ponechávala význam určitej závislosti (byť v službách niekoho) a bezodplatnosti (poskytnúť niekomu službu). V 18. a 19. storočí boli aktivity služieb veľmi obmedzené. Pokrývali prevažne služby v domácnosti, sociálne a zdravotné služby, služby dopravy, obchodu, prípadne služby finančné. Veľa služieb malo remeselný charakter. V období industrializácie sa služby považovali za neproduktívnu sféru. Až v dvadsiatom storočí sa postoj k službám začal výraznejšie meniť. Zvýšila sa miera zamestnanosti žien, rástol objem voľného času a menil sa spôsob jeho trávenia. To malo veľký vplyv na rozvoj služieb. Ekonómovia začali služby definovať ako samostatný terciárny sektor.

Väčšina akademikov považuje služby za aktivity, činnosti alebo procesy a vzťahy (Lovelock, 2005; Zeithaml, 2003). Podľa Hilla (2005) môžu byť služby definované ako zmeny v podmienkach človeka alebo v niečom, čo je v jeho držbe. Edvardsson (1997) vidí služby ako časť širšieho konceptu produktu. Produkt môže pozostávať zo samotného výrobku, služby, počítačového programu (softwaru) alebo najčastejšie z ich kombinácie. Zákazník je vo väčšine služieb priamo zainteresovaný do procesu poskytovania služby ako spoluproducent priamo počas samotnej realizácie služby. Väčšina definícií je zameraná na zákazníka predovšetkým vo svetle faktu, že väčšina služieb je orientovaných priamo alebo nepriamo na vyriešenie zákazníkovho problému (Grönroos, 2000).

Nie je isté, či tieto definície vystihujú celú podstatu služieb alebo či vytvárajú dobrý základ pre riadenie služieb a vytváranie hodnoty prostredníctvom ich poskytovania. Akademici vytvárajú priestor pre výskum služieb prostredníctvom dichotomického prístupu „výrobok

verzus služba“ a vykresľujú služby ako odlišné od výrobkov. Jedným dychom spájajú definíciu služieb k základným charakteristikám služieb, na ktorých sa väčšina autorov zhoduje: nehmateľnosť (nehmotnosť), heterogenita, pomínelosť (neskladovateľnosť) a neoddeliteľnosť. Rozbor základných charakteristík, o ktorých si myslíme, že predstavujú základné špecifiká služieb, budeme realizovať v nasledujúcej kapitole. Túto problematiku rozšírime o dopady analyzovaných charakteristík na ekonomiku a riadenie služieb z pohľadu operácií.

Hoci je v odbornej literatúre veľké množstvo definícií služieb, nie je možné prikloniť sa výhradne len k jednej z nich. Odborníci sa zhodujú na celom rade charakteristík, ktoré sa viažu na kategóriu služieb, pričom pri diskusii o službách sa zhodujú len v niektorých všeobecných aspektoch, ako napr. v tom, že (Mateides, Dađo, 2002):

- služba je reálnou ekonomickou kategóriou;
- produkcia služieb predstavuje v súčasnosti jednu z najvýznamnejších oblastí rozvoja ekonomiky vyspelých krajín;
- služba sa produkuje a poskytuje s cieľom uspokojiť potreby iných ako jej producentov;
- časť služieb sa rozdeľuje a sprostredkováva do oblasti spotreby mechanizmom trhu, pričom s rozvojom trhového prostredia sa táto časť neustále zväčšuje;
- služby sú produkty práce, ktoré sú užitočné ináč ako tvorbou hmotných statkov;
- služby sú ekonomické statky, ktoré sú produkované s cieľom uspokojovať potreby spoločensky uznané (t. j. trhom a verejným záujmom);
- služby svoju užitočnosť prejavujú prostredníctvom užitočného efektu, ktorý je výsledkom poskytnutia služby;
- služby participujú predovšetkým na finálnej (súkromnej a verejnej) spotrebe, pričom v poslednom desaťročí začínajú intenzívne prenikať aj do oblasti výroby statkov;
- poskytnutie (výkon) služby sa nedá spravidla priestorovo ani časovo oddeliť, t. j. služby sa zvyčajne spotrebovávajú vtom čase a mieste, kde sa produkujú, čo vyplýva z ich nehmotnosti a nehmateľnosti;
- pri poskytovaní služieb je potrebná predovšetkým živá práca, výsledky tejto práce sa pri poskytovaní spotrebovávajú;
- služby sú mnohotvárne vo výkone, čo vyplýva z charakteru práce a z úseku, v ktorom a pre koho sa poskytujú;
- svojou funkciou vo výrobnom procese sa stávajú rastovým faktorom národného hospodárstva, napomáhajú udržiavať národné bohatstvo a aktívne spolupôsobia pri jeho vytváraní;

- služby sú jednou z dôležitých zložiek životnej úrovne a zasahujú do všetkých oblastí spoločenského života, kde sa ako prvok celkovej kvality života stávajú jeho neodmysliteľnou súčasťou;
- služby predstavujú vyhranenú oblasť vynakladania práce uskutočňovanú organizovaným spôsobom podnikmi, organizáciami alebo inými subjektmi;
- služby sú užitočné vlastnosťami, ktoré tvoria ich úžitkovú hodnotu a ktoré majú schopnosť uspokojovať potreby, atď.

Inú definíciu služby predstavuje prístup anglo-amerických predstaviteľov, ktorý ju definujú z pohľadu úžitku. Lovelock a Wright (2004) predstavujú dva základné prístupy k chápaniu služby:

1. Služba je akt alebo výkon poskytovaný jednou stranou druhej. I keď samotný proces výkonu môže byť spojený s fyzickým produktom, výkon samotný je vo svojej podstate nehmotný a vo všeobecnosti nevyúsťuje vo forme prevodu vlastníctva akéhokoľvek faktora produkcie.
2. Služby sú ekonomické aktivity, ktoré ako výsledok zabezpečenia a poskytnutia želanej zmeny zo strany prijímateľa služby vytvárajú hodnotu a poskytujú úžitky pre zákazníka v špecifickom čase a mieste.

Teda služba sa chápe ako akt alebo výkon, ktorý vytvára úžitkovú hodnotu pre spotrebiteľa prostredníctvom uskutočnenia želanej zmeny zo strany a pre stranu prijímateľa. Úžitkom sa chápe výhoda alebo prospech, ktorý získava zákazník z výkonu službotvorného procesu alebo spotreby fyzického tovaru.

Humornejšou definíciou služby je, že služba je niečo čo môžeme kúpiť alebo predať, ale nemožno ju chytiť svojimi rukami a preto pri službách vždy do určitej miery kupujeme „mačku vo vreci“.

Z významnejších predstaviteľov zaoberajúcich sa službami, spomenieme predovšetkým definíciu služieb od Zeithamlovej. Zeithamlová (2005) definovala služby ako činnosti, procesy a výkony. Iný prístup má k definícii služieb Fitzsimmons (2005), ktorý hovorí, že služba je pominuteľný, nehmataiteľný zážitok poskytnutý zákazníkovi, ktorý pôsobí v roli spoluproducenta. Organizáciu poskytujúcu služby následne definuje takto: „Podniky poskytujúce služby sú organizácie, ktoré napomáhajú výrobe a realizujú distribúciu výrobkov, podporujú ostatné podniky pri dosahovaní ich cieľov a pridávajú hodnotu našim súkromným osobným životom.“

Skúsme však vniesť aspoň jednoduchý systém do definícií služieb. V teórii služieb, či už zameranej na všeobecné ekonomické otázky alebo na manažment a marketing, sa najčastejšie

vychádza z definícií, vyzdvihujúcich určujúce prvky služieb. Z tohto aspektu možno služby chápať ako (Michalová, 2004):

a) zmenu stavu osoby alebo statku spôsobenej činnosťou, ktorá je súčasťou ekonomiky:

- uskutočňujúce sa so súhlasom danej osoby alebo ekonomickej jednotky,
- prostredníctvom činnosti jednej k druhej,
- zmeny sa konajú na cudzom vlastníctve a nemôžu byť skladované.

Predmetné vymedzenie služieb obsahuje vymedzenie služby zúženej z hľadiska tohto, že zdôrazňuje skutočnosť výskytu služby medzi dvoma ekonomickými subjektmi, čím odráža ekonomickú organizáciu alebo štruktúru trhu. Jednoduché vysvetlenie spočíva v tom, že ak si podnik objedná čistenie priestorov inou dodávateľskou firmou, namiesto nakúpenia čistiacich prostriedkov, premietne sa to ako prínos do pridanej hodnoty v príslušnej ekonomike rovnajúci sa mzdám, vyplateným úrokom a zisku (od výrobku k službe). Ďalší záver spočíva v tom, že produkciu služieb nemožno vo všeobecnosti odlišovať od produkcie výrobkov podľa použitých technických prostriedkov, ale podľa faktu, že produkčná jednotka operuje na objekte, ktorý je vo vlastníctve spotrebiteľa. Na druhej strane, ak sú služby neskladovateľné, ale v momente produkcie sa spotrebúvajú, musí nutne existovať interakcia medzi používateľom a poskytovateľom služby. Ide o relatívne úzke chápanie služieb, keďže vylučuje prípady, keď je výkon zabezpečený automatmi (bankový, s občerstvením a pod). Ďalšou výnimkou z predmetnej definície je utváranie banky dát v informačných službách, ktoré sú v podstate zásobníkmi informácií.

b) v marketingovej teórii sa služby vymedzujú týmito prvkami:

- služba je činnosť, ktorú môže jedna strana ponúknuť druhej,
- je nehmateľná,
- neutvára nadobudnutie vlastníctva,
- jej realizácia môže, ale nemusí byť spojená s fyzickým výrobkom.

V praxi však existujú výnimky spočívajúce v tom, že zákazníci posudzujú služby podľa hmatateľných prvkov, napr. reštauračné a stravovacie služby podľa prostredia a jedla, ubytovacie služby podľa vybavenia zariadenia, atď. Tieto otázky však budeme skúmať v nasledujúcich častiach publikácie.

c) v manažmente služieb sa berú do úvahy tieto podstatné aspekty:

- služby sú ekonomické činnosti ktoré vytvárajú hodnotu,
- poskytujú úžitok spotrebiteľovi v určitom čase a mieste ako výsledok vytvorenia,
- želanej zmeny na, alebo pre, prijímateľa služby s cieľom riešiť problém.

Zvýrazňovanie nehmotnosti, neskladovateľnosti v uvedených definíciách vyplýva z deliacej čiary medzi výrobkami a službami ako krajnými odlišnosťami. Navyše, služba ako nehmotný produkt predstavuje v skutočnosti len prísľub výkonu, čo vyjadruje a je predmetom každej zmluvy o službách medzi producentom a zákazníkom.

d) služba ako ekonomická kategória je:

- druh produktu,
- podstatou je činnosť - výkon
- vytvára hodnotu,
- platia pre ňu ekonomické zákony a pravidlá,
- prináša úžitok spotrebiteľovi ako výsledok želanej zmeny,
- nevyúsťuje do vlastníctva.

7.2 Služba ako ekonomická kategória

Služba je teda ekonomická kategória. Pod týmto pojmom je nutné chápať aj uplatniteľnosť ekonomických a manažérskych vedných disciplín pre prácu so službami. V praxi to znamená, že pri službách fungujú základné ekonomické zákonitosti dopytu a ponuky, funguje možnosť využitia trhového mechanizmu tvorby cien. Pri službách je teda možné zodpovedať na triádu ekonomických otázok: „Ako? Pre koho? Za koľko?“ poskytovať a ponúkať produkované služby. Na služby je možné aplikovať teórie riadenia podniku, ekonomiky podniku ako aj ostatné manažérske a marketingové teórie. Samozrejme musíme pripomenúť, že vzhľadom na rozmanitosť a charakter služieb, nie všetky služby sa budú správať rovnako. Preto v nasledujúcich častiach zameriame našu pozornosť na základné charakteristiky a špecifické vlastnosti služieb, ktoré znamenajú pre manažéra a ekonóma nutnosť použiť odlišné prístupy a nástroje pre prácu so službami. Tým však nechceme zúžiť repertoár nástrojov, ktoré má ekonomická a manažérska prax k dispozícii. Práve naopak, akceptovaním špecifik jednotlivých druhov služieb rozširujeme tento súbor nástrojov o nové, ktoré je možné v praxi úspešne použiť pre dosiahnutie cieľa.

Ak je služba ekonomickou kategóriou, znamená to, že základom jej existencie je uspokojovať potreby. Teda cieľom služieb je uspokojiť potreby (želanía) tak spotrebiteľov (prijímateľov služby) ako aj poskytovateľov služby. V súčasnej praxi trhovej ekonomiky sa za službu považuje tá ekonomická činnosť, ktorá sa:

- produkuje prostredníctvom ekonomickej jednotky (SZČO, podnik, organizácia, inštitúcia),

- poskytuje tretím osobám – subjektom (jednotlivec, domácnosť, podnik, spoločnosť ako celok),
- vykonáva platenými zamestnancami.

V súvislosti s tým, že v súčasnej praxi trhovej ekonomiky sa služby započítavajú samostatne len vtedy, ak sa produkujú pre niekoho iného (tretí subjekt), a nie na priamu spotrebu výrobcu a dostávajú sa k zákazníkovi prostredníctvom trhu, teda služby sa stávajú tovarom rovnako ako výrobky.

Definovanie služieb na základe ich charakteristík sa v literatúre často uvádza ako obrana výskumu služieb v prípade kritiky tejto vednej disciplíny. Základnou premisou zostáva, že služby sú vo všetkých oblastiach podobné výrobkom, avšak služby majú navyše svoje špecifiká, ktoré v žiadnom prípade nie sú charakteristické pre výrobky (Lovelock a Gummesson, 2004), čo služby stavia do pozície samostatného objektu skúmania a riadenia v praxi. Kritika akceptovania služieb ako objektu výskumu je postavená vo väčšine prípadov na vedecky aj profesionálne zastaranej paradigme produktovo-orientovaného prístupu z pohľadu producenta. Ak chceme skúmať služby, musíme sa presunúť do zákaznícky orientovaného prístupu k tvorbe a definovaniu hodnoty cez služby. Až potom budeme schopní vytvoriť dostatočnú vedomostnú základňu pre prácu so službami z pohľadu riadenia operácií, resp. integrovaného prístupu SSME obhajovaného významnými univerzitami a spoločnosťami zaoberajúcimi sa poskytovaním služieb a ich výskumom.

V dnešnom svete je koncept služieb vo väčšine prípadov zmaterializovaný v rôznych učebných textoch a knihách autorov (Benčo, 1996; Kuvíková, 1998; Ďaďo, 2002; Michalová, 2004; Lovelock, 2004; Fitzsimmons, 2005; Berry, 1996; Zeithaml, 1996; Grönroos, 2000 a množstvo ďalších) ako predstavenie jednotlivých charakteristických črt služieb a ich špecifik vo vzťahu k ich riadeniu. Všetky tieto prístupy definujú služby vo vzťahu k určitej charakteristike služby, ktorá ju odlišuje od výrobkov.

Pre potreby práce so službami na národohospodárskej a medzinárodnej úrovni definovala konferencia OECD služby tak, aby bolo možné následne stanoviť metodiky merania služieb z makroekonomického pohľadu, resp. pohľadu medzinárodných štatistík. OECD (2002) termínom služby chápe heterogénny rozsah nehmotných produktov alebo aktivít, ktoré je zložené pokryť jednoduchou definíciou. Služby je častokrát náročné oddeliť od výrobkov, s ktorými môžu byť spojené v rôznej miere a smeroch. Manuál OECD pre medzinárodnú štatistiku v službách vychádza pri definovaní služieb zo systému národných účtov (SNA 1993), ktorý termín služby definuje nasledovne (OECD, 2002): „Služby sú neoddeliteľné jednotky, ktorým je možné ustanoviť majetkové práva. Nemôžu byť scudzované (predávané, darované,

odovzdané) oddelene od ich produkcie. Služby sú heterogénne výstupy produkované na zákazku a typicky pozostávajú zo zmeny v podmienkach spotrebiteľskej jednotky realizovanej cez aktivity producenta na základe dopytu spotrebiteľa.“ Následne však SNA 1993 túto relatívne jednoduchú definíciu dopĺňa nasledovne (OECD, 2002): „Existuje skupina odvetví, všeobecne označovaných ako odvetvia služieb, produkujúcich výstupy, ktoré majú charakteristiky výrobkov, napr. výstupy týkajúce sa sprostredkovania, skladovania, komunikácie a rozširovania informácií, rád (konzultácií a pokynov) a zábavy v najširšom slova zmysle, ktoré sa v praxi prejavujú ako produkcia všeobecných alebo špecializovaných informácií, spravodajstva, konzultačných reportov, počítačových programov, filmov, hudby a podobne. Výstupy týchto odvetví služieb, pri ktorých môžu byť určené vlastnícke práva, sú častokrát uložené (zhmotnené) na fyzických objektoch (papier, páska, disk) a môžu byť predmetom kúpy a predaja ako klasické výrobky. Či už sú charakterizované ako výrobky alebo služby, tieto produkty majú základnú charakteristiku v tom, že môžu byť produkované jednou jednotkou a dodávané druhej, čo spôsobuje možnosť del'by práce a vznik nových trhov.“

V predchádzajúcom texte sme si vykreslili základnú predstavu o tom, čo vlastne služba je. Ak je však služba produktom práce, resp. procesom, čo je potom úžitok? Nájdenie odpovede na túto otázku vám zaručene umožní pochopiť koncept tvorby hodnoty cez služby, ktoré budeme rozoberať v nasledujúcich kapitolách. Ak pochopíte tvorbu hodnoty a úžitku, budete schopní úspešne manažovať organizácie poskytujúce služby a viesť ich „džungľou“ konkurencie, inovovať a neustále skvalitňovať služby poskytované zákazníkom a akceptovať princíp neustáleho zlepšovania, ktorý je alfou a omegou podstaty služieb.

Definovať služby je možné aj prostredníctvom princípov, z ktorých ich autori vychádzajú (Mateides, Ďaďo, 2002). Z pohľadu mikroekonomického a manažérskeho prístupu sú základnými prístupmi k definovaniu služieb:

1. vymedzenie služieb ako negatívnej definície k výrobku,
2. vymedzenie služieb prostredníctvom konštitutívnych znakov (podnikovo-hospodárske ponímanie),
3. prístup SSME.

7.2.1 Vymedzenie služby negatívne k chápaniu výrobu

Tento prístup je dá sa povedať základným prístupom, na ktorom bol postavený výskum služieb. Za základ svojho vymedzenia pojmu služby si vzal skúmanie ich materiálnej alebo nemateriálnej podstaty. Táto stránka služieb predstavuje jeden zo základných pilierov sporov

odborníkov vo sfére služieb. Bližšie sme tento prístup rozobrali v úvode kapitoly pri definovaní podstaty služieb. Väčšina autorov, ktorí sa zaoberajú problematikou služieb vo svojich definíciách zvyrazňujú odlišnosť charakteristík služieb od výrobkov.

I keď detailnejšou charakteristikou jednotlivých špecifik služieb aj vo vzťahu k výrobkom sa budeme zaoberať v nasledujúcej kapitole, musíme rozobrať tento prístup, keďže sa využíva pri tvorbe nových výrobkovo-službových stratégií organizácií. Služby na rozdiel od výrobkov predstavujú individualizovaný spôsob riešenia problému klienta, pričom služby sú do značnej miery heterogénnejšie ako výrobky. Znamená to, že na rozdiel od výrobkov, poskytovateľ služby môže upravovať služby podľa konkrétnych požiadaviek klienta. Služby sú preto na rozdiel od výrobkov jednoduchšie individualizovateľné. Otáznou však ostáva manažovateľnosť a nákladová efektivita tohto procesu. Tak ako zvyrazňuje definícia Grönroosa (2000), výsledky produkčného procesu služieb sú viac nehmotné a nehmataiteľné. Táto vlastnosť ich odlišuje od výrobkov a spôsobuje náročnosť ich hodnotenia. Zároveň na rozdiel od výrobkov, služby sú spotrebovávané v momente poskytnutia podľa rozhodnutia klienta (Kuvíková, 1988). Spotreba služby zároveň priamo vťahuje do procesu pracovníkov organizácie, ktorí sú v priamom kontakte s klientom, čo vo výrobných organizáciách je nepredstaviteľné. Neoddeliteľnosť služieb je vo vzťahu k výrobkom charakterizovaná ako nemožnosť odtrhnúť výrobu a spotrebu služby, pričom vo väčšine prípadov sa klient stáva súčasťou službového procesu ako spoluproducent služby. Túto vlastnosť pochopili aj výrobcovia tradičných výrobkov (automobilov) a pokúšajú sa pridať hodnotu svojim výrobkom tým, že vťahujú zákazníka do procesu výroby „jeho“ auta a nechajú ho prispôbiť si jednotlivé úžitkové vlastnosti priamo vo výrobnom procese. Príkladom takejto firmy je automobilka Daimler-Chrysler, ktorá pri výrobe vysoko náročných a luxusných limuzín Mercedes-Benz zhotovených na zákazku poskytuje klientom špeciálny software, ktorý umožňuje sledovať výrobný proces „ich krásavca“ a v dostatočnom časovom predstihu individuálne upravovať jeho funkčné a úžitkové vlastnosti (parametre motora, farba, typ a materiály interiéru, spôsob označenia, doplnková výbava). Služby sú zároveň pominuteľné, t.j. sú neskladovateľné. Ak napríklad sedadlo v divadle, kine alebo aj v lietadle nie je predané zákazníkovi včas, nemôže byť uložené na sklad pre budúci dopyt. Kapacita je nevyužitá a preto navždy stratená. To je základný rozdiel vo vzťahu k výrobkom. Teória zvyrazňuje aj vplyv technológie na rozdielny prístup k službám a výrobkom (Gustafsson a Johnson, 2003). Technológia môže byť priamo zahrnutá vo výrobku (ako napríklad počítač alebo digitálny fotoaparát), avšak z pohľadu služieb, technológia má pôsobiť ako nástroj zvýšenia kontroly klienta nad procesom poskytovania služby a teda kontroly vlastného života, t.j. technológia má zvyšovať individuálnu úžitkovú funkciu

a možnosť výberu z viacerých variant pri spotrebe služby. Vhodným príkladom sú napríklad on-line bankové služby alebo rezervačné systémy. O tejto problematike však budeme viac hovoriť v nasledujúcich kapitolách.

Základný rozdiel medzi výrobkami a službami z pohľadu tohto prístupu hovorí nasledujúca tabuľka.

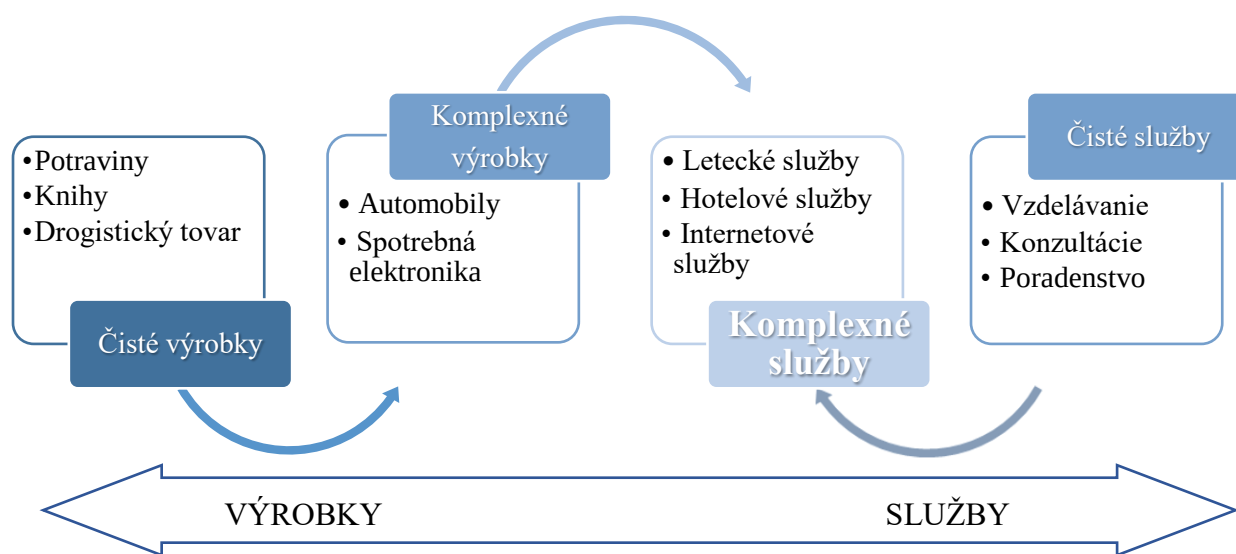
Tabuľka 10 Vymedzenie služby negatívne k výrobku

Výrobky...	Služby...
predstavujú konečný nástroj upokojenia potreby (dopytu)	sú nástrojom uspokojenia potreby už počas ich poskytovania (riešenia problému alebo vytvorenia zážitku)
sú homogénnejšie	sú heterogénnejšie
sú hmotnej povahy	sú viac-menej nehmotného charakteru
vo všeobecnosti oddeľujú výrobu od spotreby	spájajú proces „výroby“ so spotrebou, pričom klient sa stáva spoluproducentom služby
sú skladovateľné (je možné uplatniť tradičné nástroje logistiky)	sú pominuteľné a neskladovateľné. Pominuteľnosť navyše spôsobuje, že aj keď je možné proces poskytnutia služby opakovať, zážitok, ktorý mala služba vyvolať sa už nikdy nemusí objaviť.
včleňujú a zhmotňujú technológiu priamo v sebe	využívajú technológiu na zvýšenie individualizmu pri službách a poskytnutie väčšej kontroly nad procesom priamo klientovi.

Prameň: Vlastné spracovanie podľa Gustafsson, A., Johnson, J. D.: Competing in a Service Economy. Michigan: University of Michigan, 2003.

Tento prístup je poznačený značnou obmedzenosťou vo výskume ako aj v praktickom využití pri vytváraní nových konceptov tvorby hodnoty, keďže sa snaží jasne odlíšiť výrobky od služieb. To spôsobuje nemožnosť kombinácie výhod tak výrobkov ako aj služieb a vytváranie nových konceptov spojených výrobkov so službami.

I keď dávame do kontrastu výrobky so službami, je nutné si zapamätať, že v skutočnosti akákoľvek tvorba hodnoty je kombináciou oboch. Nasledujúci obrázok demonštruje postup od čistých výrobkov po čisté služby a uvádza najznámejšie príklady z praxe.



Obrázok 12 Posun medzi tvorbou hodnoty cez výrobky a služby

Prameň: Vlastné spracovanie podľa Gustafsson, A., Johnson, J. D.: Competing in a Service Economy. Michigan: University of Michigan, 2003.

Identifikovanie ponuky produktov konkrétnej organizácie podľa tohto obrázka pomôže určiť, čím sa vytvára hodnota pri klienti. Producenti čistých výrobkov ponúkajú hmotné výrobky vyrábané vo fabrikách a balených, resp. skladovaných, pred tým, než sa dostanú ku klientovi. Vo väčšine prípadov sú tieto výrobky nízko maržové a závislé na dodávateľovi hlavnej suroviny. Avšak viac a viac výrobcov komoditných výrobkov systematicky analyzujú pridávanie hodnoty k ich výrobkom cez tzv. hodnotový reťazec a vyvíjajú služby, ktoré by diferencovali ich výrobky od konkurenčných už na úrovni svojich prvotných dodávateľov. Komplexné výrobky, ako napríklad automobily alebo systémy úschovy dát, už obsahujú značnú dávku služieb ako nevyhnutnej súčasti produktu. Napríklad najväčšou výzvou automobilového priemyslu v poslednej dekáde je znížiť zásoby a dokázať vyrobiť automobil a odovzdať ho klientovi do 5 dní odo dňa prijatia objednávky. Tento cieľ je nerealizovateľný bez značnej pomoci služieb. Zároveň sa službami dokážu výrazne odlišovať od konkurencie a vytvárať „inú“ hodnotu pre presne identifikovaného klienta. V prípade komplexných služieb, ako napríklad služby leteckých spoločností alebo internetových poskytovateľov, hlavným zdrojom úspechu je bezpečný prilet na stanovené miesto, resp. pripojiteľnosť klientov do siete. Podporou pre tieto komplexné služby sú hmotné výrobky (lietadlo, server), ktoré musia byť nevyhnutne integrované do služby. V prípade čistých služieb, ako napríklad konzultačné služby alebo

prednášky študentom, podstatou sú nehmotné služby. Služba poskytnutia vedomostí alebo odborných rád je spotrebúvaná v momente produkcie v priamom kontakte s klientom, i keď úžitky môže prinášať neskôr.

Ďalšie časti práce však prinesú detailnejšiu analýzu týchto tvrdení a ukážeme, že ani toto rozdelenie statkov na výrobky a služby nie je možné brať absolútne. Vývoj v službách napreduje takým tempom, že tieto príklady už zajtra nemusia byť pravdivé. Významným poznáním je posun pri vývoji a dizajne nových výrobných systémov i systémov poskytovania služieb, ktoré sa snažia byť založené na koncepte „komplexných služieb“. Tento koncept kladie dôraz na tvorbu hodnoty cez služby s výraznou podporou fyzických produktov ako súčasti služby. Na predchádzajúcom obrázku je znázornený červenými šípkami smerujúcimi ku komplexnými službám. Tento posun je viditeľný pri komplexných výrobkoch ako aj pri čistých službách, ktoré sa snažia integrovať fyzické produkty a tak zvyšovať svoju hodnotu. Viete si napríklad dnes predstaviť audítora alebo konzultanta pre oblasť riadenia, ktorý by ku klientovi prišiel bez akýchkoľvek fyzických produktov, ktoré mu zvyšujú produktivitu a zároveň hodnotu pre klienta (napr. notebook s predinštalovaným audítorským softwarom, prezentácie k oblasti nástrojov zvyšovania výkonnosti vo firme, poznámkovými blokmi, prípadovými štúdiami vytlačenými na papieri, atď.).

7.2.2 Podnikovo-hospodárske ponímanie služby

Prístupy založené na podnikovo-hospodárskom ponímaní služby sú zamerané na činnosť, proces, výsledok, potenciál alebo čiastočne integrujú niektoré z uvedených faktorov. V každom z týchto uvedených prístupov môžeme nájsť celý rad definícií. K základným definíciám vymedzujúcim pojem služba na podnikovo-hospodárskej úrovni patria:

- definície zamerané na činnosť
 - služby môžu byť uskutočňované priamo vo vzťahu k ľuďom, alebo vo vzťahu k materiálnym statkom
 - druhy ekonomickej činnosti (práce), ktoré poskytujú užitočný efekt bezprostredne už svojim priebehom
 - služba je práca, ľudská pracovná činnosť (tak telesná, ako aj duševná).
- definície zamerané na proces
 - služby sú v najširšom zmysle procesy slúžiace na krytie potrieb terciárneho sektora materiálnymi alebo nemateriálnymi statkami, ktorých tvorba vyžaduje synchronný kontakt medzi poskytovateľom a prijímateľom služby

- služby možno chápať ako zmenu stavu osoby alebo hmotného statku, ktorá sa uskutočňuje vzájomnou ekonomickou činnosťou osôb alebo hospodárskych jednotiek, s ich súhlasom a pre nich. Je určená pre iných vlastníkov ako samotných poskytovateľov služieb a je v nehmotnej (neskladovateľnej) podobe.
- definície zamerané na výsledok
 - služby sú spoločensky užitočné efekty (výsledky) ľudskej práce, ktoré zachovávajú hodnoty vytvorené vo výrobnom procese, slúžia dlhodobému procesu spotreby a pomáhajú vytvárať podmienky pre všestranný rozvoj ľudí
- definície zamerané na potenciál
 - služby môžu byť ponímané ako ľuďmi alebo strojmi vytvorený potenciál, prípadne schopnosti producenta služieb, poskytovať špecifické výkony dopytujúcim po službe, ako napr. budova hotela, nemocnica, lyžiarsky vlek, autobusové nástupište, divadlo a pod.
- integrované definície

Hilke (1989) urobil integráciu *potenciálovo, výsledkovo a procesne* orientovaných interpretácií služieb. Zdôrazňuje, že o službe môžeme hovoriť len vtedy, ak sú splnené všetky tri podmienky vstupujúce do definície služieb. Špecifické schopnosti a pripravenosť poskytovateľa služby k jej realizácii (orientácia na potenciál), vplyv externého faktora, ktorý predstavuje vyvolávajúci a sprevádzajúci element celého procesu (orientácia na proces), podmieniajú vznik samotného výsledku vo forme služby (orientácia na výsledok). Podľa tohto prístupu môžeme služby považovať za samostatné, trhovo realizovateľné výkony, ktoré sú spojené s pohotovosťou (napr. služby poistenia) a/alebo konkrétnym výkonom (napr. služba kaderníka). V rámci ich produkčného procesu spolupôsobia interné faktory (napr. obchodné miestnosti, personál, vybavenosť), ako aj externé faktory (napr. zákazníci). Kombinácia produkčných faktorov realizujúcich služby prináša úžitok vo vzťahu k externým faktorom, ľuďom (napr. zákazníkom), alebo ich vlastníctvu (napr. automobilu zákazníka). Do tejto skupiny definícií služieb môžeme v zásade zaradiť aj prístup Kotlera (1992), ktorý definuje služby ako "akúkoľvek činnosť alebo úžitok, ktoré môže jedna strana poskytnúť druhej a ktoré sú v podstate nemateriálnej povahy a ich výsledkom nie je nadobúdanie vlastníctva".

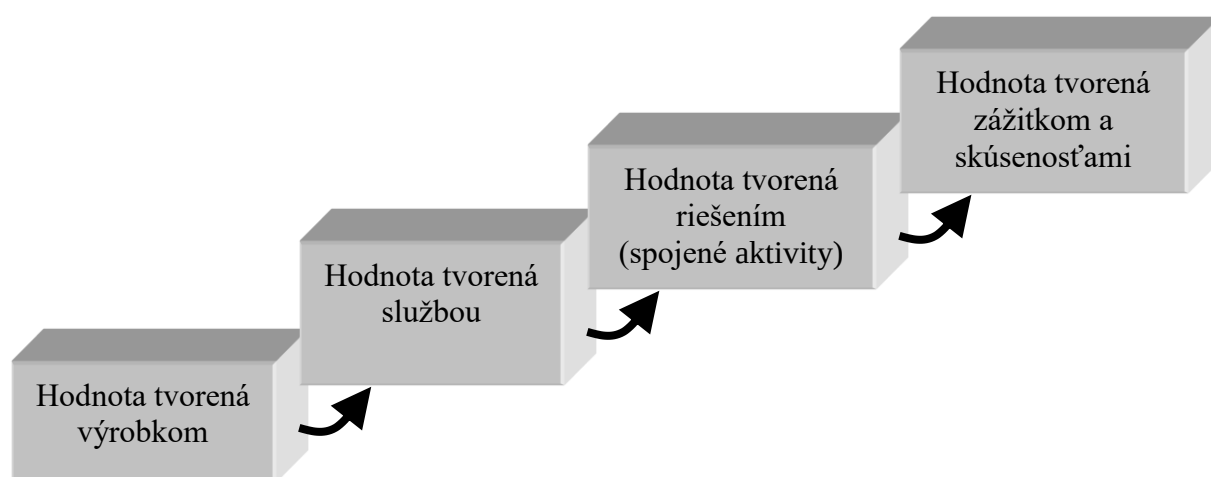
7.2.3 SSME prístup k tvorbe hodnoty

Novým prístupom, ktorý je podporovaný významnými akademickými inštitúciami, výskumnými organizáciami a nadnárodnými spoločnosťami je prístup nazývaný **SSME**

(Service Science, Management and Engineering). Tento prístup je podporovaný predovšetkým spoločnosťou IBM a úspešne sa etabluje na významných univerzitách sveta, ktorý zámerne kombinuje prístup viacerých vedeckých disciplín (teórie služieb, operačného a strategického manažmentu, inžinieringu a technológií) k skúmaniu moderných služieb.

V súčasnosti presadzovaný koncept SSME berie výrobky už len ako súčasť služby. SSME prístup rezonuje vo viacerých nových prácach svetového významu (Lovelock, 2004; Grönroos, 2000; Fitzsimmons, 2005 a ďalší). Títo autori tvrdo obhajujú líniu, že nie je možné služby definovať ako čisté negatívne vymedzenie k výrobku. Táto predstava je v súčasnom svete už takmer úplne potlačená. Presadzujú myšlienku, že každý výrobok je súčasťou služby a preto je nutné brať službu ako širší koncept k výrobku, pričom výrobok sa stáva imanentnou súčasťou služby, keďže nie je možné poskytnúť výrobok zákazníkovi bez služieb. Ak si osvojíme tento názor, je možné pristúpiť k akceptovaniu nového prístupu k službám, ktorý je založený na potieraní špecifik výrobkov a služieb, neakceptuje národohospodársky prístup ani štatistické vymedzenie služieb, ale pozerá sa na služby čisto z manažérskeho hľadiska, pričom zdôrazňuje integrovaný prístup rôznych vedných disciplín k riadeniu a hlavne skúmaniu služieb.

Koncept SSME vedie teoretikov i praktikov hľadať nové možnosti zvyšovania hodnoty dodávanej zákazníkovi, či už v modeloch B2B (business-to-business) alebo v modeloch B2C (business-to-customer). Manažérsky vývoj tvorby hodnoty cez služby je uvedený na nasledujúcom obrázku.



Obrázok 13 Vývoj v tvorbe hodnoty

Prameň: Vlastné spracovanie, 2018

Podstatou prvej vývojovej etapy „hodnota tvorená výrobkom“ je poskytovanie hodnoty zákazníkovi výlučne cez výrobok. Výrobok je pretláčaný cez marketingové nástroje priamo zákazníkovi, pričom základnými fundamentmi zohrávajúcimi úlohu sú kvalita a cena výrobku. Ako tvrdí Gustaffson a Johnson (2003), základom v tejto vývojovej etape bolo zvyšovanie výkonnosti produkčných systémov a masívny nárast konzumného spôsobu života spotrebiteľov bez ohľadu na homogénnosť produktu. To umožňovalo orientovať sa výlučne na technické otázky výroby a distribúcie výrobkov bez akejkoľvek dodatočnej hodnoty k výrobku. Typickým príkladom je predaj (pretláčanie na trh) TV prijímača, pri ktorom sú prezentované jeho funkčné, technické a dizajnové vlastnosti. Vývoj v spotrebiteľskom správaní a postupné zmeny v dopyte vyžadovali od organizácií zvyšovať hodnotu cez dodatočné aspekty, ktoré však boli výslovne založené na službách. Cenová konkurencia spôsobila, že konkurovať cez cenu výrobku bolo neudržateľné a na druhej strane sa zároveň vyčerpali možnosti znižovania nákladov. Ku slovu sa musel dostať nový koncept tvorby hodnoty.

Druhá vývojová etapa tvorby hodnoty „hodnota tvorená službou“ je založená na klasickom marketingovom prístupe k tvorbe služby (Kotler, 1992) cez tzv. „kvet služby“. Detailný rozbor princípu „kvet služby“ uvádzame v nasledujúcej kapitole. Tento koncept je v súčasnosti využívaný väčšinou službových i výrobných organizácií. Na základnej hodnote tvorenej výrobkom sa postupne vytvorila štruktúrovaná viacvrstvová úroveň služieb, ktorá má za úlohu zvýšiť hodnotu výrobku. Tieto služby boli rozdelené do 8 oblastí, čím sa mal dosiahnuť komplexný prístup a naplnenie požiadaviek zákazníka (Kotler, 1992). Ku klasickej dvojrozmiernej konkurenčnej pozícii organizácie založenej na kvalite a cene sa postupne pridávajú aspekty času a znižovania transakčných nákladov klienta. Typickým príkladom hodnoty tvorenej službou je nákup TV prijímača, kde okrem funkčných, technických a dizajnových vlastností výrobku sa pridáva služba, ktorá má za úlohu zvýšiť hodnotu výrobku, napr. odvozom na miesto používania, inštaláciou v mieste používania a poskytnutím záručného servisu. Druhá etapa bola podporená vzrastajúcou dostupnosťou technológií a internetu, čo umožňuje spotrebiteľom samostatne uskutočňovať službu, kdekoľvek a kedykoľvek. Platenie účtov, faktúr, investovanie, nakupovanie on-line v pohodlí domova sú bežné spôsoby ako sa vyrovnávať s narastaním komplexnosti v našich životoch. V súčasnosti sa druhá etapa v celej svojej šírke chápe ako štandard, na ktorom je postavený princíp masových služieb (s anglického prekladu „mass services“). Spotrebiteľ očakáva nízku cenu, vysokú kvalitu, rýchlosť poskytnutia služby a dodania výrobku a zároveň vysoké užívateľské pohodlie. Manažment služieb preto opäť stojí pred požiadavkou posunúť tvorbu hodnoty pre zákazníka ďalej.

Tretou vývojovou etapou v tvorbe hodnoty, ktorá našla v plnom rozsahu odozvu v prístupe SSME je hodnota tvorená riešením (Gustaffson a Johnson, 2003). Jej podstata je v individualizovanom prístupe a tvorbe riešenia pre konkrétneho spotrebiteľa priamo poskytovateľom. Spôsob tvorby hodnoty je však postavený striktne na vytváraní riešenia problému konkrétneho zákazníka a nie v pretláčaní existujúceho štandardného riešenia pozostávajúceho z existujúceho výrobku a služieb. Individualizovaný prístup a unikátne riešenia vytvárajú novú hodnotu, ktorá sa v prípade väčšieho záujmu kombinuje s vysoko efektívnym systémom vygenerovaným v druhej vývojovej etape.

7.3 Jednotná teória služieb a jej praktické implikácie

Rôzne organizácie a nimi zabezpečované služby, ako napríklad odvoz odpadu, bankovníctvo, či iné služby ponúkané širokej verejnosti sú často zviazané pod menovkou „služby“, založené trochu viac na vnímaní, že sú nehmateľné a nie sú výrobkom. Taký popis nedostatočne určuje manažérske a praktické implikácie a teda teória služieb založená na negatívnom vymedzení voči výrobkom je nepostačujúca.

„Jednotná teória služieb“ (z anglického Unified Service Theory – „UST“) je postavená na akceptácii vyššie spomenutých prístupov a podstatou je procesný prístup, od procesov ne-služby a identifikovali kľúč zhodnosti, cez zdanlivo nezlučiteľné služby firmy. UST definuje proces služieb ako jeden, ktorý spoľieha na vstup zákazníka, zákazník pôsobí ako dodávateľ pre všetky procesy služby.

Ne-služby sa spoľiehajú na výber zákazníka z výstupov, platba pre výstupy, príležitostná spätná väzba, ale výroba nie je závislá na vstupoch od jednotlivých zákazníkov. UST odhaľuje princípy, ktoré sú spoločné širokému rozsahu služieb a poskytuje základ pre rôzne teórie a modely prevádzky služieb, tak ako tradičné „charakteristiky služieb“ a zákaznícka kontaktná teória. UST má dôležitý pracovný dôsledok týkajúci sa schopnosti podať výkon ku kapacite a riadeniu dopytu, kvalitu služieb, stratégiu služieb atď.

Dôležitým krokom v rozvoji nových prístupov k službám bolo rozlíšiť „služby“ od iných druhov procesov. Tento náročný proces ilustruje aj príklad *Fortune* magazínu. V počiatku *Fortune* magazín pracoval na rozlišovaní firiem, ktoré poskytujú služby, od firiem, ktoré poskytujú výrobky. Avšak po mnohých rokoch zoznamy ako *Fortune Industrial 500* a *Fortune Service 500*, boli spojené do jedného zoznamu (Eiben a Davis 1995). Castells a Aoyoma (1994) považujú vymedzenie pojmu „služby“ za komplikované a náročné. Preto bol

zavedený pojem „zvyšku“. Na prvý pohľad zvláštna definícia, ktorá spája všetko to, čo nie je poľnohospodárstvo, baníctvo, výstavba a výroba. Takto kategória služieb zahŕňa aktivity všetkých druhov, so základom v rozličných sektoroch. Mnohí autori (Castells 1976; Stanback 1979; Cohen a Zysman 1987; Katz 1988; Daniels 1993) sa zhodli na tom, že jediným spoločným znakom služieb je to, čím ostatné sektory nie sú.

Takýto pohľad na služby je nanajvýš netradičný. V mnohých rozvinutých ekonomikách práve tento „zvyškový“ sektor zvyšuje zamestnanosť a taktiež vyniká aj vyšším HDP ako u iných „nezvyškových sektoroch“. Teda aj naďalej bolo potrebné vymedziť pojem služieb. Daniels (1993) jednoducho definuje služby ako prieskum toho čo chce zákazník. Autori ako napríklad Pearce, Bannock a Baxter opísali služby ako nehmotné statky, ktorých hlavnou charakteristikou je, že sa spotrebúvajú v bode produkcie. Podľa iných ďalšou charakteristikou služieb je, že ich nemožno skladovať. Charakteristické vlastnosti služieb boli prezentované v predchádzajúcej kapitole. Avšak neodrážajú komplexnosť pri chápaní služieb a službotvorného procesu.

Predchádzajúce definície tak otvárajú viacero otázok. Je niečo službou len na základe týchto splnených charakteristík? Na ilustráciu použijeme príklad počítačových programov. Výsledkom samotného vývoja programového vybavenia je produkt, ktorý je nehmateľný (software, kód), vo výrobnom procese je vysoký podiel ľudskej práce (počítačový programátor), ale výstupom môže byť skutočne zásoba a samotný produkt môže byť používaný, alebo predávaný neskôr. Môžeme teda povedať, že ak je výsledok výrobného procesu nehmateľný s vysokým podielom ľudskej práce, to ešte neznamená, že ide o službu. Výsledkom je predsa produkt (softwarový program na nosiči).

Pre pochopenie podstaty procesu služieb je potrebné vymedziť pojem „zákazník“. Zákazníka môžeme definovať ako potenciálneho kupca, respektíve konečného spotrebiteľa služby. Avšak v niektorých prípadoch nie je zákazníka jednoduché identifikovať. Ako príklad použijeme vysielanie komerčného rádia. Sú poslucháči zákazníci? Stanovujú poslucháči, či bude stanica zaplatená za vysielanie rádia? Nie priamo. Komerčné rádio stanice sú platené za vysielanie reklamy, nie poslucháčmi. Inzerent poskytne nevyhnutný vstup, teda reklamu. Proces vysielania rádia je vlastne kombinácia vysielania reklamy (o ktorú poslucháči nemajú záujem) a vysielania hudby s rôznymi debatami (o ktorú poslucháči majú záujem). Táto kombinácia služieb je distribuovaná prostredníctvom rozhlasových vln alebo prostredníctvom internetu ako jeden balík. Môžeme si položiť otázku, či môže komerčná stanica dosahovať zisk aj bez reklamného vstupu od zákazníka? Čiastočne môžeme odpovedať, že nie na udržateľnej úrovni. Na druhej strane sa rádiá môžu pripravovať na produkciu, získavať obsah, udržiavať si

zákazníkov a podobne. Zároveň sú poslucháči dôležití aj keď sú nepriamymi zákazníkmi a to z toho dôvodu, že cieľovou skupinou inzerentov sú práve poslucháči.

Mnoho autorov sa zhoduje na tom, že práve zákazník (spotrebiteľ služby) je významným vstupom v procese služieb. Vstup môžeme definovať ako niečo, čo sa vkladá do systému a je potrebné na dosiahnutie výsledku (výstupu, v našom prípade služby). Typickým príkladom zákazníka ako „vstupu“ do procesu služieb sú taxi služby, ktoré by bez prítomnosti zákazníka nemohli byť vykonané. Lovelock (1996) oddeľuje vstupy samotného zákazníka od tých, ktoré zahrňujú zákazníkovu fyzickú prítomnosť, a tých, ktoré zahrňujú jeho myseľ. Vstupom však môže byť aj hmotný majetok zákazníka (auto v oprave, šaty v čistiarni). Poskytnutie hmotných vstupov často umožňuje pokračovať v procese služieb bez fyzickej prítomnosti zákazníka.

Nasledujúcim dôležitým aspektom v službách je **proces** produkcie služieb. Môžeme povedať, že proces je postup krokov a z množstva podporných procesov. Tie sú dôležité pre pokračovanie samotného procesu výroby služby. Napríklad za podporné procesy v reštauračných zariadeniach môžeme označiť prijímanie zamestnancov, objednávanie surovín, a taktiež aj tvorbu ponuky jedál. Sú dôležité aj napriek tomu, že zákazníci priamo za ne neplatia. Dôležité je poznamenať, že podporné procesy môžu byť vykonávané nezávisle na zákazníkoch, bez zákazníckeho inputu. Skoro všetky procesy sa skladajú z podriadených procesov, podporných procesov. Systém celkovej výroby môže obsahovať aj procesy, ktoré vyžadujú zákaznícky input, a procesy, ktoré neobsahujú zákaznícky input. Študovanie výrobných procesov služieb môžeme prirovnať k študovaniu novinového papiera. Z diaľky síce vyzerá, že čiernobiele obrazy majú mnoho odtieňov šedej, ale detailnejšie pozorovanie ukáže, že šedé obrazy sú zložené z čiernych bodiek rôznej veľkosti. Obrazne povedané, čierne bodky reprezentujú input zákazníka. Niektoré procesy majú významný input zákazníka (čo reprezentujú veľké bodky) a iné majú malý input zákazníka (čo reprezentujú malé bodky).

Zoznam použitej literatúry

1. ARMSTRONG, J. S. 2002. Principles of Forecasting: A Handbook for Researchers and Practitioners. New York, Boston, Dordrecht, London, Moscow: Kluwer Academic Publishers.
2. ASCHER, B., WHICHARD, O.: Improving Services Trade Data. In: *The Emerging Service Economy*. London: Pergamon Press, 1987.
3. BAARS, H.; KEMPER, H.-G. 2008. Management support with structured and unstructured data - an integrated business intelligence framework. *Information Systems Management*, 25(2), 132–148.
4. BADEN-FULLER, C.; HAEFLIGER, S. 2013. Business models and technological innovation. *Long Range Planning*, 46(6), 419–426.
5. BALÁŽ, M. 2009. Ktoré akcie sú vhodné do recesie?. In *Magazín ako investovať*. [online] dostupné na internete: <http://ako-investovat.sk/index.php/akcie/71-akcie-zaiatok/127-akcie-do-recesie> (2014- 11-05).
6. BASCHAB, J., PIOT, J., 2005, *The Professional Services Firm Bible*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2005.
7. BENČO, J., KUVÍKOVÁ, H. a kol. 2011. *Ekonomika verejných služieb*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici, 2011. - 333 s.
8. BENČO, J.; MEDVEĎ, J.; KUVÍKOVÁ, H. 1988. *Ekonomika nevýrobných odvetví služieb*. Bratislava: SPN, 1988. ISBN 80-122-043-88
9. BERKOVICH, M.; LEIMEISTER, J. M.; KRCMAR, H. 2009. Suitability of product development methods for hybrid products as bundles of classic products, software and service elements. In: *AMSE 2009 - International Design Engineering Technical Conference & Computers and Information in Engineering Conference IDETC/CIE*. San Diego, USA
10. BOBÁKOVÁ, V., HEČKOVÁ, J. 2007. Analýza konkurencieschopnosti slovenského spracovateľského priemyslu [online]. *Politická ekonomie*. [cit. 2018-09-07]. 507 s. Dostupné na internete: <<https://www.vse.cz/polek/archiv.php>>.

11. BOSE, R. 2009. Advanced analytics: opportunities and challenges. *In: Industrial Management & Data Systems*, 109(2), 155–172
12. BROWNING, M. C., SINGELMAN, J.: *The Emergence of a Service Society*. Springfield: N.T.I.S, 1975.
13. BURNS, A.F. - MITCHELL, W. C. 1946. *Measuring Business Cycles*, Cambridge : NBER, 1946. ISBN: 0-870-14085-X
14. BURNS, A.F. - MITCHELL, W. C. 1951. What Happens During Business Cycles, NBER Chapters, In: *Conference on Business Cycles*, 1951. pp. 1-34. [cit. 2014-12-02]
15. CAMUS, P. 2007. *The OSN Productivity Handbook. A statistical overview and guide*. 2007. ISBN 978-0-230-57301-7.
16. CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY, 2018, *The World Factbook*, [online], [cit. 2018-08-23] Dostupné na internete: <<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/xx.html>>
17. COLLIER, P. 2007. *Miliarda nejchudších*. Praha : Vyšehrad, 2007. 224 s. ISBN 978-80-7429-010-7.
18. COOK. D. P.; GOH. Ch-H.; CHUNG. CH. 2009. Service Typologies: A State of the Art Survey. *In: Production and Operations Management*. [online] 8. 318 - 338. 10.1111/j.1937-5956.1999.tb00311.x. [cit. 2018-09-18]. Dostupné na internete: <https://www.researchgate.net/publication/229788647_Service_Typologies_A_State_of_the_Art_Survey>
19. ČUTKOVÁ, Z.; DONOVAL, M. 2004. Odvetvová špecializácia v SR. [online]. *In: Biatec*. NBS. Ročník 12, 10/2004. [cit. 2018-09-07]. Dostupné na internete: <https://www.nbs.sk/_img/Documents/PUBLIK_NBS_FSR/Biatec/Rok2004/BIATEC_10_2004.pdf> ISSN: 1335-0900
20. DEAN, A. M. 2004. Links between organisational and customer variables in service delivery. *In: International Journal of Service Industry Management*, Vol. 15 No. 4, 2004, s. 332-350
21. EDVARDSSON, B.; GUSTAFSSON, A.; ROOS, I. 2005. Service portraits in service research: a critical review. *In: International Journal of Service Industry Management*, Vol. 16 No. 1, 2005, s. 107-121

22. EISENMANN, T.; PARKER, G.; VAN ALSTYNE, M. W. 2006. Strategies for two-sided markets. In: *Harvard Business Review*, 84, 1–11.
23. EURÓPSKA KOMISIA. 2018. *Collaborative economy*. [online], [cit. 2018-09-02] Dostupné na internete: <http://ec.europa.eu/growth/single-market/services/collaborative-economy_en>
24. GABBOT, M., HOGG, G.: Consumer and Service. Chichester: John Willey and Sons, 1998.
25. GERSHUNNY, J.; MILES, L.; 1983, *The New Service Economy*. London, Frances Pinter.
26. GIARINI, O.; ROULET, J. R.; From the Rigidity of Supply to the Service Economy. In: *The Service Industries Journal*, Vol. 7, 1987, No 4.
27. GIARINI, O.; ROULET, J. R.; 1990, Od pevnosti nabídky k ekonomice služeb. In: *Ekonomický časopis* 38, č. 6.
28. GIMPEL, H.; RAU, D.; ROEGLINGER, M. 2017. Understanding FinTech start-ups – a taxonomy of consumer-oriented service offerings. In: *Electronic Markets*. 10.1007/s12525-017-0275-0.
29. GREASLEY, A. 2009. *Operations Management*, 2nd edition, ohn Wiley & Sons, Ltd. ISBN 978-0-470-99761-1.
30. GUSTAFSSON, A.; JOHNSON, J. D. 2003. *Competing in a Service Economy*. Michigan: University of Michigan, 2003. 210 s. ISBN 0-7879-6156-6
31. HAIR, J.O. - HÉNIS, P.Y. - PORTIER, F. Business cycles and macroeconomic stability. Dordrecht: KluwerAcademicPublishers, 1997. ISBN 0-7923-9907-2
32. HAYES, R.H.; WHEELWRIGHT, S.C. 1984. *Restoring our Competitive Edge*, John Wiley & Sons, Ltd.
33. HEINONEN, K. 2004. Reconceptualizing customer perceived value: the value of time and place, *Managing Service Quality*, Vol. 14, No. 2/3, 2004, s. 205-215
34. HESKET, J., L., SASSER, W., E., HART, CH., W.: *Služby – Cesta k úspěchu*. Praha: Victoria publishing, 1994.
35. HESKET, J., L.; SASSER, W., E. - HART, CH., W. 1994. *Služby – Cesta k úspěchu*. Praha: Victoria publishing, 1994.

36. Human Development Report, 2016, UNDP. New York, 2016. [online]. [cit. 2018-09-07]. Dostupné na internete: <http://hdr.undp.org/sites/default/files/2016_human_development_report.pdf> ISBN: 978-92-1-126413-5.
37. CHASE, R. B. 2004. It's time to get to first principles in service design. In: *Managing Service Quality*, Volume 14, Number 2/3, 2004. s. 126-128, ISSN 0960-4529
38. CHEVALIER, J. - SCHARFSTEIN, D. 1994. Capital market imperfections and countercyclical markups: theory and evidence. Cambridge: National Bureau of economic research. Január 1994. NBER WorkingPaper 4614
39. CHIRCU, A. M.; KAUFFMAN, R. J. 1999. Strategies for internet middlemen in the intermediation/disintermediation/Reintermediation cycle. In: *Electronic Markets*, 9(1/2), 109–117.
40. CHOVANCULIAK, R. 2018. *Vplyv zdieľanej ekonomiky v oblasti prepravy na Slovensku*. INESS. [online], [cit. 2018-09-02] Dostupné na internete: <<https://iness.sk/sk/vplyv-zdielanej-ekonomiky-v-oblasti-prepravy-na-slovensku>>
41. JANSSEN, M.; CHARALABIDIS, Y.; ZUIDERWIJK, A. 2012. Benefits, adoption barriers and myths of open data and open government. In: *Information Systems Management*, 29(4), 258–268.
42. JOHNSTON, R.; CLARK, G. 2005. *Service Operations Management (Improving Service Delivery)*. Harlow: Prentice Hall, 2005. s. 496. ISBN 0-273-68367-5
43. JOHNSTON. R. 1998. The effect of intensity of dissatisfaction on complaining behavior. In: *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, vol. 11, s. 69-77
44. KALAKOTA, R., ROBINSON, M.: *Services blueprint: A roadmap for execution*. San Francisco: Addison Wesley, 2003.
45. KALAKOTA, R.; ROBINSON, M.; 2003, *Services Blueprint: Roadmap for Execution*, Addison Wesley, ISBN: 0-321-15039-2
46. KOŠTA, J a kol. 2011. *Aktuálne problémy trhu práce v Slovenskej republike po vstupe do Európskej menovej únie*, 1. vydanie. Bratislava: ekonomický ústav SAV, 2011. 282 s. [on-line] dostupné na internete:

http://www.ekonom.sav.sk/uploads/journals/166_monografia_kosta_a_kolektiv.pdf
(2014 – 12-16).

47. KRUGMAN, P. 1994. *The Age of Diminishing Expectations*. 1994. 244 s. ISBN ISBN: 9780262112246.
48. LAFAY, G. (1990), La mesure des avantages comparatifs révélés. In: *Économie prospective internationale*, No. 41, 1st quarter.
49. LAGUNA, M.; MARKLUND, J.; 2005, *Business Process Modeling, Simulation and Design*, Pearson Education
50. LESSER, E. L.; FONTAINE, M. A. 2004. Learning from the connected customer: Enhancing customer web sites with community. In *Creating value with knowledge: Insights from the IBM Institute for business*. value (pp. 134–140). New York, Oxford: Oxford University Press.
51. LINOFF, G. S.; BERRY, M. J. 2002. Mining the web: Transforming customer data into customer value. New York: Wiley.
52. LISÝ, J a kol. 2011. Ekonomický rast a ekonomický cyklus. Bratislava : IURA EDITION, 2011. 273s. ISBN 978-80-8078-405-8.
53. LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. 2005. *Principles of Service Marketing and Management*. 2nd Edition. New Jersey: Prentice Hall. 2005
54. LOVELOCK, C.H. 1992. *Managing Services: Marketing, Operations and Human Resources*, 2nd edn, Pearson Education Ltd.
55. LUSCH, R. F.; NAMBIAN, S. 2013. Service innovation: A servicedominant (S-D) logic perspective. In: *MIS Quarterly*, 39(1), 155–175.
56. MA, D. 2015. Push or pull? A Website's strategic choice of content delivery mechanism. In: *Journal of Management Information Systems*, 32(1), 291–321.
57. MAJLINGOVA, L. 2002. Verejné služby. Banská Bystrica : Ekonomická fakulta UMB, 2002, ISBN 80-8055-754-3
58. MATEIDES, A.; ĎAĎO, J. 2002. *Služby*. Bratislava: EPOS, 2002. ISBN 80-8057-452-

59. MATTHING, J.; SANDÉN, B. 2004. New service development: learning from and with customers. In: *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 15 No. 5, 2004, s. 479-498
60. MAWSON, P., CARLAW, K., MCLELLAN, N. 2003. *Productivity measurement: Alternative approaches and estimates – working paper*. 2003. [cit. 2015-01-30]. Dostupné na internete: <<http://www.treasury.govt.nz/publications/research-policy/wp/2003/03-12/twp03-12.pdf>>.
61. MERIČKOVÁ, B. 2005. *Alternatívne prístupy k poskytovaniu miestnych verejných služieb*. Banská Bystrica : Ekonomická fakulta UMB, 2005. ISNB 80-8083-167-X
62. MERIČKOVÁ, B., ŠEBO J. 2006. *Verejná správa a služby všeobecného záujmu: aká europeizácia?* Banská Bystrica : Local Government and Public Service Reform Initiative, 2006. z anglického originálu: Michel Mangenot „Public Administration and Services of Genral Interest: What kind of Europeanisation?“, „copyright, EIPA, Maastricht, 2005“, ISBN 80-8055-816-7
63. MICHALOVÁ, V. 2004. *Manažment a marketing služieb*. 2. vyd. - Bratislava: Ekonóm 2004. - 213 s. - ISBN 80-225-1775-5
64. MICHALOVÁ, V.; ŠUTEROVÁ, V. 2004. *Služby*. 1. vyd. - Hronský Beňadik: Netri 2004. - 215 s. - ISBN 80-968904-58-X
65. NATIONAL ACCOUNTS. 2018. *United Nations*, Statistic Division, [online], [cit. 2018-09-17]. Dostupné na internete: <<https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/default.asp>>
66. O’SULLIVAN, J.; EDMOND, D.; TER HOFSTEDE, A. 2002. What’s in a service? In: *Towards accurate description of non-functional service properties. Distributed and Parallel Databases*, 12, 117–133.
67. OECD, 2009, *OECD in Figures*, [online], [cit. 2018-08-24] Dostupné na internete: <https://www.oecd-ilibrary.org/economics/oecd-in-figures_15615537> ISBN 9789264051997
68. PARK, Y.; GEUM, Y.; LEE, H. 2012. Toward integration of products and services: Taxonomy and typology. In: *Journal of Engineering and Technology Management*, 29(4), 528–545.

69. POSTMUS, D.; WIJNGAARD, J.; WORTMANN, H. 2009. An economic model to compare the profitability of pay-per-use and fixed-fee licensing. *Information and Software Technology*, 51(3), 581–588.
70. QUINN, J. B.; PAQUETTE, P.; 1989, Services and Manufacturing Work Hand in Hand. *In: The Service Economy*, Vol. 33, No. 1, 1989.
71. ROGULA, P. 2012. Analýza jednotlivých sektorov národného hospodárstva a návrh bsc pre mobilných operátorov. In *Zborník vedeckých prác katedry ekonómie a ekonomiky ANNO 2012*. [online] dostupné na internete: http://www.pulib.sk/elpub2/FM/Kotulic17/pdf_doc/19.pdf (2014 - 11- 21).
72. RYSMAN, M. 2009. The economies of two-sided markets. *In: Journal of Economic Perspectives*, 23(3), 125–143.
73. SAMUELSON, P. A., NORDHAUS, W. A. 1991. *Ekonomie*. Praha : Nakladatelství Svoboda, 1991. 1011 s. ISBN 80-205-0192-4
74. SAWHNEY, M. 2001. Where value lies in a networked world. *In: Harvard Business Review*, vol. 79, no. 1, January 2001, p. 79-87.
75. SHOSTOCK, L.G.; 1984, Designing services that deliver, *In: Harvard Business Review*, 62 (1), 133-9.
76. SCHREYER, P. 2001. *OECD Manual on Productivity Measurement*. 2001. [cit. 2015-01-30]. Dostupné na internete: <<http://www.oecd.org/std/productivity-stats/2352458.pdf>>.
77. SOUBBOTINA. T, SHERAM. K. 2000. Beyond economic growth: Meeting the challenges of global development. World bank. s. 162. ISBN 0-8213- 4853-1.
78. SOUSA, R.; VOSS, C. A. 2006. Service quality in multichannel services employing virtual channels. *In: Journal of Service Research*, 8(4), 356–371.
79. Štatistický úrad SR: Štatistická klasifikácia ekonomických činností SK NACE Rev. 2 [online], [cit. 2.11.2014], dostupné na: https://www.financnasprava.sk/_img/pfsedit/Dokumenty_PFS/Podnikatelia/Clo_obchodny_tovar/EORI/StatistickaKlasifikaciaEkonomickychCinnosti.pdf
80. TAGUCHI, G.; CLAUSING, D. 1990,. Robust quality, *In: Harvard Business Review*, Január-Február, 65.-67.

81. TAX, S. S.; BROWN, S. W. 1998. Recovering and learning from service failure. *In: Sloan Management Review*, vol. 40, no. 1, s. 75-89.
82. TAX, S. S.; BROWN, S. W.; CHANDRASHEKARAN, M. 1998. Customer evaluations of service complaint experiences: implications for relationship marketing. *In: Journal of Marketing*, vol. 62, s. 60-76.
83. VAN OSSEL, G.; STREMERSCHE, S. 1998. Complaint management. *In: Services Management: An Integrated Approach*, Financial Times Pirman Publishing, London, s. 171-196.
84. VAUGHAN, R.; DAVERIO, R. 2016. *Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe*. [online], [cit. 2018-09-02] Dostupné na internete: <<http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16952/attachments/1/translations>>
85. WALKER, R. H.; JOHNSON, L. W.; LEONARD, S. 2006. Re-thinking the conceptualization of customer value and service quality within the service-profit chain. *In: Managing Service Quality* Vol. 16 No. 1, 2006, s. 23-36
86. WEGLARZ, G. 2004. Two worlds of data unstructured and structured. *DM Review*, 14(9), 19-22.
87. WELLS, N.; WOLFERS, J. 2000. Finance with a personalized touch. *In: Communications of the ACM*, 43(8), 31-34.
88. WOLF, A. 2005. *The service economy in OECD countries*. France : OECD Publications, 2005.
89. WORLD BANK, 2018, Data bank. <https://data.worldbank.org/indicator/SL.SRV.EMPL.ZS?view=chart>
90. WORLD BANK. 2018. *World Development Indicators: Structure of output*. [online], Dostupné na internete: <<http://wdi.worldbank.org/table/4.2#>>
91. WÖLFL, A. 2003. *Productivity Growth in Services Industries: An assessment of recent patterns and the role of measurement – working paper*. 2003. 66 s. [cit. 2015-01-30]. Dostupné na internete: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1690950>.
92. XU, H.; TEO, H.-H.; TAN, B. C. Y.; AGARWAL, R. 2010. The role of pushpull Technology in Privacy Calculus: The case of location-based services. *In: Journal of Management Information Systems*, 26(3), 135-174

93. ZHANG, D.; CHEN, M.; ZHOU, L. 2005. Dynamic and personalized web services composition in E-business. *In: Information Systems Management*, 22(3), 50–65.

Autor: Ján Šebo, Daniela Danková

Názov diela: Teória a ekonómia služieb

Náklad: výtlačkov

Rozsah: strán, AH; VH;

Formát: A4

Vydavateľ: Belianum. Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici

Edícia: Ekonomická fakulta

Tlač: EQUILIBRIA, s. r. o., Košice

ISBN

EAN (doplní referát vydavateľskej činnosti
tlačiarovi)

ISBN (doplní referát vydavateľskej
činnosti pri 1. korektúre)

