

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

GLOBALIZACIJA STORITEV

Ljubljana, junij 2005

MARKO JAVORŠEK

IZJAVA

Študent Marko Javoršek izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom dr. Marka Jakliča in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 6. 6. 2005

Podpis:

KAZALO

UVOD	1
1 STORITVE	2
1.1 Opredelitev storitev	3
1.2 Klasifikacija storitev	6
1.3 Pomen storitev v gospodarstvih	7
1.3.1 Storitve in gospodarski razvoj	9
2 MEDNARODNA MENJAVA STORITEV	10
2.1 Opredelitev pojma mednarodne menjave	12
2.1.1 Ožja (tradicionalna) opredelitev mednarodne menjave storitev	12
2.1.2 Široka opredelitev mednarodne menjave storitev	13
2.2 Splošni sporazum o trgovini s storitvami (GATS)	15
2.3 Liberalizacija mednarodne trgovine s storitvami	17
2.4 Statistično zajemanje mednarodne menjave storitev	20
2.4.1 Problemi pri zajemanju podatkov o trgovini s storitvami	21
3 GLOBALIZACIJA STORITEV	22
3.1 Opredelitev mednarodnega vidika storitvenih podjetij	23
3.2 Internacionalizacija storitev	24
3.3 Globalizacijski okvir za storitvena podjetja	28
3.3.1 Dejavniki, ki vplivajo na globalizacijo storitev	28
3.3.2 Strategije globalnih storitvenih podjetij	30
3.4 Neposredne tuje investicije (NTI)	33
3.4.1 Rast NTI v storitvenem sektorju	35
3.4.2 Oddaja del v tujino in zunanje izvajanje dejavnosti	38
3.5 Globalizacija storitev in grožnja za delovno silo	41
3.6 Storitve v Sloveniji in Evropski uniji	42
3.6.1 Globalizacija storitev v Sloveniji	44
SKLEP	45
LITERATURA	48
VIRI	50
SLOVARČEK SLOVENSКИH PREVODOV TUJIH IZRAZOV	1
SEZNAM UPORABLJENIH KRATIC	2
PRILOGE	1
PRILOGA 1	1
PRILOGA 2	7

UVOD

V preteklosti so storitve dojemali kot neproduktivni dejavnik v družbi. Adam Smith je leta 1789 v svojem delu »The Wealth of Nations« zapisal, da je delo nekaterih družbeno uglednih ljudi, kot so duhovniki, zdravniki, državni uradniki in odvetniki, v vseh pogledih neproduktivno in ne prispeva k bogastvu narodov (Jaklič, 2003, str. 10). Vendar so kljub temu storitve v zadnjem času pridobile ugled in postale zelo pomemben dejavnik v sodobni družbi. Še več, v prihodnosti lahko pričakujemo družbo, popolnoma temelječo na storitvah.

Brez storitev si težko predstavljamo dandanašnji način življenja. Prodrle so v vsako celico našega vsakdanjika. Delež storitvenega sektorja v najrazvitejših gospodarstvih sveta presega 70 odstotkov BDP in zaposlitve ter še raste (Wölfl, 2005, str. 6). Z gotovostjo lahko rečemo, da vsak dan, brez izjeme, uporabljamo storitve. Ko se vozimo na delo in domov uporabljamo storitve javnega prevoza. Uporabljamo nepogrešljive storitve, kot so telefon, elektrika ali televizija. V prostem času uporabljamo razvedrilne ali športne storitve, kot so kino in športna društva. Zdravniki, zobozdravniki, pravniki ali bančniki so postali izjemno pomemben del našega življenja. Po drugi strani pa so storitve pomembne tudi za delovanje podjetij, ki ne poslujejo v tovrstnih panogah, na primer oglaševalske, čistilne, svetovalne in druge.

Vse storitve pa niso posledica sodobnega časa in načina življenja, saj so se v velikem deležu razvile že v preteklosti. O industrijski revoluciji v 18. stoletju pravimo sicer, da je prispevala k razvoju sekundarnega sektorja, vendar bi kljub temu lahko rekli, da je prispevala k razvoju tudi nekaterih storitev. Prav takrat sta se močno razvila komunikacije in transport kot pomožna sektorja v razvoju industrije, vendar to lahko pomeni tudi nekakšno podlago za poznejši razvoj samih storitev.

Najintenzivnejši razvoj pa se je začel prav v zadnjih desetletjih 20. stoletja, predvsem z drugačnim pojmovanjem denarja in prostega časa. Razviti svet je začel veliko bolj ceniti prosti čas, za kar je bil pripravljen plačati in se s tem odreči tudi delu trošenja blaga. Tako se je pojavilo veliko število storitvenih podjetij, ki so našla tržno nišo na tem področju in začela tržiti storitve, ki so prispevale k več prostega časa posameznika. Na primer, zakaj bi si ljudje urejali pričeske doma, če jim to lahko storijo v frizerskem salonu, ne samo hitreje, temveč tudi učinkoviteje in bolje. Podobno velja tudi za podjetja: zakaj bi sama skrbela za določene naloge, ki niso v povezavi s samim delovanjem podjetja? Za primer lahko vzamemo čistilne storitve: podjetja so ugotovila, da je za njih veliko bolj rentabilno in ceneje, če za določena opravila najamejo čistilni servis, neko zunanje podjetje, ki trži le te storitve. Tako je prišlo do širšega nabora in večje raznolikosti ponujenih storitev.

Cilj diplomskega dela je proučiti globalizacijo storitev in narediti pregled storitev, in sicer prek njihove opredelitve, mednarodnega trgovanja ter opredelitve možnosti in načinov internacionalizacije ter globalizacije storitev. Pri začetnem pregledu literature se mi je porodilo vprašanje, na katero sem med pisanjem poskušal odgovoriti: Kako globalizacija

storitev vpliva na delovno silo v razvitih državah, torej, ali je vpliv na delovno silo v razvitih državah v procesu globalizacije storitev podoben tistemu, ki ga je delovna sila čutila pri globalizaciji proizvodnje, ali je drugačen oziroma se dotika drugega sloja prebivalstva?

Pri izdelavi diplomskega dela sem ugotovil, da je o globalizaciji storitev napisane malo literature in da je to temo do zdaj obravnavalo le nekaj avtorjev.¹ Prav tako sem ugotovil, da se jih je veliko ukvarjalo bodisi z globalizacijo samo, bodisi s storitvami, bodisi z globalizacijo proizvodov, ne pa z globalizacijo storitev. To mi je pomenilo dodaten izziv.

Diplomsko delo sem razdelil na tri sklope, ki smiselno predstavljajo storitve in bralca peljejo do zastavljenih ciljev. Iz širšega pogleda na storitve delo skozi poglavja prehaja v ožje in specifične vidike globalizacije storitev. V prvem poglavju sem začel s splošnim pregledom storitev, njihovo umestitvijo v širše gospodarsko okolje v državi, opredelitvijo in klasifikacijo.

Drugo poglavje obsega mednarodno menjavo s storitvami, ki je tesno povezana z globalizacijo storitev, jo opredeli in se dotakne drugih področij, povezanih z mednarodno menjavo storitev, kot so mednarodni sporazumi o storitvah GATS, statistično zajemanje menjave in liberalizacija mednarodnega trgovanja s storitvami. V tretjem, najpomembnejšem poglavju pa sem podrobneje opredelil globalizacijo storitev; v podpoglavjih sem opredelil več njenih poti in njen okvir za storitvena podjetja. Ne nazadnje sem se dotaknil globalizacije storitev v Sloveniji in Evropski uniji ter vpliva globalizacije na delovno silo, kar pomeni pomemben vidik pri splošnem proučevanju globalizacije.

Diplomsko delo sem končal s sklepom, kjer sem strnil najpomembnejše ugotovitve.

1 STORITVE

Ločevanje storitev od blaga je izjemno težavno, saj je med njima težko natančno razlikovati, še težje pa je najti popolno oziroma čisto storitev ali blago. Čisto blago bi pomenilo, da bi kupec oziroma potrošnik z nakupom pridobil koristi izključno iz blaga, torej, da noben delček dodane vrednosti ne bi bil ustvarjen s storitvijo. Nasprotno pa bi veljalo tudi za čiste storitve, kjer bi uporabnik dobil vse koristi le od storitve same, a ne bi bil vključen nikakršen element proizvoda. Prav to izključnost pa je težko oziroma nemogoče doseči. Večina storitev vključuje neki blagovni element, ki sicer ni predmet trgovanja, a je pomemben večinoma kot posrednik. V restavraciji, na primer, potrošnik kupuje storitev, vendar dobi na mizo tudi obrok oziroma hrano, ki pa je vrsta blaga. Po drugi strani pa tudi blagovne dobrine v veliki meri vključujejo elemente storitev, na primer, veliko nakupov vključuje storitev dobave ali transporta.

¹ Ugotovitve še dodatno podpira naslednja trditev: »Mednarodna poslovna literatura je šele zdaj začela usmerjati pozornost na globalizacijo storitev, s pomočjo raziskav na področju globalizacije proizvodov.« (Contractor, Kundu, 2002, str. 315).

Po tem sodeč lahko trdimo, da je ločnica med blagom in storitvami precej medla in da jo je zelo težko določiti. To pa v veliki meri opravičuje dejstvo, da je veliko avtorjev, ki so proučevali storitve, prišlo do popolnoma različnih ugotovitev. Res pa je tudi, da jih je večina pri opredelitvi storitev izhajala iz opredelitev blaga in se tako pri tem omejila na tisto, kar ni blago.

1.1 Opredelitev storitev

Iskanje enotne definicije storitev je zapleteno in ne ravno preprosto. Avtorji do zdaj še niso iznašli enotne in nedvoumne opredelitve, sprejemljive za vse, saj so različne definicije različnih avtorjev vedno podvržene kritikam drugih. Vsekakor pa vsakemu ob primerjavi storitev z blagom pride na misel njihova neotipljivost, ki je tudi najpogostejše omenjana lastnost storitev.

Nakup tako blaga kot tudi storitve prinese potrošniku neko stopnjo koristi, ki je opredeljena v njegovi percepciji koristi. Potrošnik kupi blago zaradi točno določenega namena, da bo s tem nakupom zadovoljil točno določeno potrebo. Nakup televizorja, na primer, bo zadovoljil potrebo po zabavi in preživljanju prostega časa. Po drugi strani pa pri nakupu storitve potrošnik kupi neko izkustvo, ki je ustvarjeno ob proizvodnji te storitve. Tako tudi koristi, ki jih prinese nakup storitve, temeljijo na podlagi izkustva, ki jih ta prinese. V frizerskem salonu, denimo, je potrošnik deležen izkustva ob oblikovanju svoje pričeske in na tem izkustvu temeljijo tudi njegove koristi.

Storitve lahko v večini primerov označimo za neotipljive, nevidne in minljive, ki zahtevajo hkratno proizvodnjo in potrošnjo (Liberalizing International Transactions in Services, 1994, str. 1). Po drugi strani pa blago opredelimo kot oprijemljivo, vidno in hranljivo. Taka opredelitev je najosnovnejša in ne potrebuje posebnega znanja o storitvah, lahko bi tudi rekli, da so storitve »kar koli prodano pri menjavi, kar ne more pasti na nogo« (Liberalizing International Transactions in Services, 1994, str. 1).

Na opredelitev osnovnih lastnosti storitev se nanaša tudi zelo poenostavljena definicija Jamesa L. Schorra: »Blago je nekaj, kar potrošnik kupi in odnese s seboj, potroši ali uporabi na kakršen koli drugi način. Po drugi strani pa lahko vse, kar ni fizično oprijemljivo, nekaj, kar bi lahko odnesli seboj ali potrošili, imenujemo storitev.« (Bateson, Hoffman, 1999, str. 10). Ta opredelitev je zelo splošna in laična, vendar pa nazorno prikazuje in zajema splošno videnje storitev in najenostavnejšo posplošitev tega pojma.

Storitvam lahko pripišemo naslednje štiri lastnosti: neotipljivost, neločljivost proizvodnje in prodaje, spremenljivost ter minljivost (Bateson, Hoffman, 1999, str. 11). Storitve so neotipljive, ker se jih ne da dotakniti tako kot blago, so procesi in ne stvari, poleg tega pa jih potrošniki občutijo na lastni koži. Neločljivost proizvodnje od potrošnje lahko definiramo na

primeru frizerskega salona, saj lahko proizvajalec izvaja storitev le, ko jo potrošnik sočasno troši. Spremenljivost storitev se nanaša na možnost spreminjanja oziroma njihovo nekonsistenco, saj je vrednotenje storitev prepuščeno potrošniku samemu, se pravi, njegovi bolj ali manj subjektivni oceni. Ne nazadnje pa minljivost oziroma neshranljivost pomeni, da v nasprotju z blagom storitev ni mogoče shraniti in jih potrošiti v prihodnosti, prav tako pa se neuporabljenih delov storitev ne da prihraniti za pozneje.

Predhodnim lastnostim storitev lahko še dodamo, da so nevidne, delovno intenzivne, zahtevajo nizko uporabo kapitala in tehnologije ter z njimi ni mogoče trgovati (Stare, 1999, str. 14). Vse doslej omenjene lastnosti lahko veljajo le za tradicionalne storitve (npr. osebne storitve in trgovino), ne morejo pa veljati za sodobne storitve (npr. programska oprema).

Do zdaj našteje opredelitve spadajo v tako imenovano negativno opredelitev storitev, se pravi tisto, kar storitve niso, ali tisto, po kateri se storitve ločijo od blaga. Seveda pa bi bilo treba najti razlage, ki bi storitve opredelile z iskanjem skupnih lastnosti. To potrjuje tudi dejstvo, da lahko zlahka ovržemo močno razširjeno opredelitev storitev kot »nematerialno blago«. Že s preprostimi primeri iz vsakdanjega življenja ponazorimo, da imajo lahko tudi storitve materialno obliko. Imajo lahko značilnosti, ki jih pripisujemo blagu, lahko so otipljive (npr. računalniški program na zgoščenki), vidne (npr. pričeske ali gledališke predstave), hranljive (npr. telefonska avtomatska tajnica) in ne potrebujejo neposrednega stika med proizvodnjo in potrošniki (npr. bančni avtomati).

Pomembno opredelitev je leta 1977 podal T. P. Hill (1977, str. 331), ki je zasukala razvoj proučevanja storitev v pozitivnejšo smer, se pravi opredeljevanje s pogledom na skupne lastnosti med storitvami. »Storitve lahko definiramo kot spremembo stanja osebe ali blaga, ki pripada neki ekonomski enoti in je izvršena kot rezultat dejavnost neke druge ekonomske enote, s predhodnim soglasjem prve osebe ali ekonomske enote.«

Ta opredelitev ne pojmuje neotipljivosti več kot lastnosti storitev, ampak opredeli storitve kot dejavnost, ki pripelje do spremembe. Prav tako je Hill s to definicijo odpravil veliko pomanjkljivost predhodnih, saj je poudaril razliko med proizvodnjo storitve in njenim proizvodom. Proizvod storitve je sprememba, česar ne smemo zamenjati s procesom proizvodnje oziroma dejavnostjo (Liberalizing International Transactions in Services, 1994, str. 2). Seveda pa je tudi ta definicija naletela na določene kritike, predvsem zato, ker ni zajetih storitev, ki preprečujejo spremembe (npr. varnostne storitve in preventivna medicina). Problem te opredelitve ostaja na strani storitev, pri katerih je povezava med izvedbo storitve in spremembo težko določljiva (npr. zavarovalne police), ter pri storitvah, kot so obramba ali zakonodajni predpisi, razen če pri slednjih ne vpeljemo koncepta družbene pogodbe, ker bi bil sicer pogoj o »soglasju« težko izpolnljiv.

Zaradi splošnega pomanjkanja enotne in širše sprejemljive opredelitve storitev se jih velikokrat definira kot »vse tisto, kar ni v primarnem in sekundarnem sektorju« (Stare, 1999,

str. 15). Ker je še vedno težavno določiti, kaj se uvršča v sekundarni sektor, saj so tudi tukaj meje nejasne (npr. popravila, javne dobrine), opredelimo storitve kar s naštevanjem, kaj sodi mednje. Tako lahko mednje uvrstimo transport, trgovino, komunikacije, poslovne in finančne storitve, državne storitve, gradbeništvo ter javne storitve. Vendar sta prav zadnji dve skupini pri tem največji kamen spotike, saj so najpomembnejše mednarodne organizacije, inštitucije ter statistični uradi pri tem neenotni.

Za natančnejšo opredelitev storitev je najbolje uporabiti Mednarodno standardno industrijsko klasifikacijo (ISIC – International Standard Industrial Classification of all Economic Activities)², v katero se uvrščajo enote glede na osnovno ekonomsko dejavnost. Po razvrstitvi ISIC (Rev. 3, 1990) lahko definiramo slednje dejavnosti kot storitvene (Liberalizing International Transactions in Services, 1994, str. 2):

- oddelek 4 – javne storitve in gradbeništvo,
- oddelek 5 – prodaja na debelo, maloprodaja ter hotelirstvo in gostinstvo,
- oddelek 6 – transport, skladiščenje, komunikacije in finančno posredovanje,
- oddelek 7 – nepremičnine, najemodajalstvo, poslovne storitve, javna uprava, obramba in obvezne socialne storitve,
- oddelek 8 – izobraževanje, zdravstvo in socialno delo,
- oddelek 9 – ostale skupne, javne in osebne storitvene dejavnosti, gospodinjstva z zaposlenimi osebami ter zunaj teritorialne organizacije in subjekti.

V Evropski uniji je od leta 1991 v uporabi Statistična razvrstitev ekonomskih dejavnosti (NACE Rev. 1), sicer primerljiva z ISIC Rev. 3. Na NACE Rev. 1 prav tako temelji uradna slovenska Standardna klasifikacija dejavnosti (SKD). Storitvene dejavnosti so uvrščene v devet kategorij, od črke G do O:

- G – trgovina, popravila motornih vozil in potrebščin za gospodinjstvo,
- H – gostinstvo,
- I – transport, skladiščenje in zveze,
- J – finančno posredništvo,
- K – nepremičnine, najem in poslovne storitve,
- L – javna uprava, obramba, obvezno socialno zavarovanje,
- M – izobraževanje,

² Mednarodna standardna industrijska klasifikacija vseh ekonomskih dejavnosti (International Standard Industrial Classification of all Economic Activities – ISIC) je sestavljena po načelu, da se lahko vse entitete razvrstijo v skupino glede na dejavnosti katero opravljajo. Kategorije ISIC so na najnižji ravni razdeljene glede na to, kaj je pri večini držav najpogostejša kombinacija dejavnosti merjenih v statističnih enotah. Na širši ravni pa so razdeljene po značaju, tehnologiji, organizaciji in financiranju proizvodnje. ISIC klasifikacija se široko uporablja na narodni in mednarodni ravni pri razvrščanju podatkov glede na vrsto ekonomske dejavnosti pri podatkih o prebivalstvu, proizvodnji, zaposlenosti, bruto domačem proizvodu in drugih. Skrbnik klasifikacije je UNSD – Statistical Classification Section (Divizija Organizacije združenih narodov za statistiko – Sekcija za statistično klasifikacijo). Revizija 3 (Rev.3) je bila izdana leta 1989 in dopolnjena leta 1994, maja leta 2002 pa jo je izpodrinila revizija 3.1 (Rev. 3.1) (United Nations Statistics Division, 2004).

- N – zdravstvo in socialno varstvo,
- O – druge skupne, socialne in osebne storitvene dejavnosti.

Nadalje pa problem opredelitve storitev tiči tudi v njihovem drugačnem obravnavanju v različnih državah kot posledica razlik v vrstah in stopnjah razvoja tega sektorja v posameznih državah (Mrak-Jamnik, 1997, str. 6). Vprašanje opredelitve storitev ter njihove vloge pri razvoju in njihovem obsegu v posameznih gospodarstvih se je reševalo predvsem s stališča obravnavanja vloge storitev v procesu ustvarjanja vrednosti bruto domačega proizvoda oziroma njihovega zajemanja v plačilni bilanci narodnih gospodarstev in mednarodne trgovine. Seveda pa je problem tudi v različnih koncepcijah in metodologijah formiranja in obračunavanja bruto domačega proizvoda ter zajemanja podatkov o storitvah v te izračune oziroma zajemanja storitev kot samostojnih »proizvodov« v tokovih mednarodne menjave. Ne nazadnje je tu še problem t. i. novih storitev kot posledica razvoja informacijske in telekomunikacijske tehnologije, katerih rast je v zadnjih letih izjemna, vendar pa jih v narodnih in mednarodnih izračunih še vedno zajemamo v skupino podatkov pod naslovom Ostale storitve.

Kljub vsem opredelitvam storitev je povečini najbolj smiselno upoštevati definicijo v okviru 1993 SNA³, ki pravi: »Storitve so outputi proizvedeni po naročilu in ne morejo biti prodani ločeno od proizvodnje; za storitve se ne dajo uveljavljati lastninske pravice in v času, dokler ni njihova proizvodnja zaključena, morajo biti ponujene kupcu; kljub temu pravilu pa kot izjema obstaja skupina panog, opredeljena kot storitvene panoge, katerih nekateri proizvodi imajo vse lastnosti blaga, kot so oskrba, hramba, komunikacija in širjenje informacij, svetovanje in zabava v najširšem pomenu pojmov; proizvode takih panog, kjer se lahko uveljavi lastninska pravica, se lahko opredeli kot blago ali kot storitve odvisno od poti, po kateri so taki proizvodi dostavljeni.« (System of National Accounts, 1993).

1.2 Klasifikacija storitev

Kot smo videli v prejšnjem poglavju, opredelitev storitev ni enostavna in enotna, enako velja za klasifikacijo storitev. Tako kot ne obstaja enotna opredelitev storitev, tako tudi ne obstaja enotna razvrstitev storitev. Ravno nasprotno, na tam področju se mnenja znanstvenikov, ki so o tem pisali, še bolj razhajajo, in zato je še teže priti do enotnega in konsistentnega sklepa. Vrste klasifikacij so velikokrat odvisne od njihove ekonomske funkcije in/ali njihove notranje vrednosti za porabnike oziroma ponudnike ter od tega, kako jih določen avtor vidi.

Razdelitve se večinoma uporabljajo za različne analize, vendar se v veliko primerih prekrivajo in ne pomenijo ravno najboljše delitve. Prav zaradi tega imamo lahko veliko število medseboj zelo različnih delitev. Osnovne temeljijo na razlikah in nasprotjih med storitvami. Tako jih

³ System of National Accounts.

lahko delimo na proizvedene s pomočjo človeka ali opreme, lahko pa tudi na skupinske in posamezne. Ena od najosnovnejših delitev pa je na tržne (zasebne) in netržne (javne) storitve.

Po drugi strani jih lahko razdelimo na vmesne in končne storitve, vendar je meja med tema skupinama težko določiti (*Liberalizing International Transactions in Services*, 1994, str. 3). Prve lahko nadalje razdelimo na distributivne (npr. veleprodaja, maloprodaja, transport, hramba in skladiščenje ter komunikacije) in proizvodne storitve (npr. finančne, poslovne in profesionalne), končne pa lahko razdelimo na socialne (npr. zdravstvo, izobrazba in sanitarne storitve) in osebne storitve (npr. gospodinjske, rekreacijske in kulturne storitve ter hotelirstvo in gostinstvo).

V skupini za pogajanja o storitvah v Urugvajskem krogu multilateralnih pogajanj je bil izdelan poseben seznam storitvenih sektorjev – MTN.GNS/W/120 (glej Prilogo 1 na strani 1 med prilogami) z namenom lažje opredelitve in enostavnejše razvrstitve storitev za pogajanja (Stare, 1999, str. 16). Ta seznam naj bi predstavljal le izhodišče za pogajanja in ne same statistične klasifikacije. Seznam je bil sestavljen ob upoštevanju Centralne klasifikacije proizvodov (*Central Product Classification – CPC*)⁴. Ta opredelitev se osredotoči na proizvode in ne na dejavnosti, zajema približno 600 storitvenih proizvodov in jih uvršča v dvanajst glavnih, podrobno razvrščenih kategorij.

1.3 Pomen storitev v gospodarstvih

Storitveni sektor je v drugi polovici prejšnjega stoletja močno pridobival pomen predvsem v razvitih državah. Delež storitvenega sektorja v bruto domačem proizvodu je vztrajno rasel v vseh skupinah držav. Iz Tabele 1 na strani 8 je razvidno, da se je med letoma 1965 in 2000 povečal s 40–50 odstotkov BDP na 50–70 odstotkov. Večino povečevanja deleža storitvenega sektorja v BDP je potekalo na račun zmanjševanja pomena kmetijskega sektorja. Pri vseh skupinah držav zaznamo padanje pomena kmetijstva, največji padec pa so doživele prav skupine držav z nižjim prihodkom, saj je v teh državah kmetijstvo prispevalo velik delež BDP. Tako je na splošno v državah v razvoju delež kmetijstva padel z 29 na 12 odstotkov v strukturi BDP, absolutno največji padec kmetijstva pa je doživela skupina držav z nizkim prihodkom. Padec deleža kmetijstva se je razporedil med industrijskim in storitvenim sektorjem, saj sta oba večinoma rasla med navedenima letoma. Največji delež storitev v BDP uživajo države z visokim prihodkom, kjer je bilo pridobivanje pomena tega sektorja najvišje. Poleg tega imajo te države tudi najmanjši delež kmetijskega sektorja, delež industrije pa se je zmanjšal.

⁴ Centralna klasifikacija proizvodov (*Central Product Classification – CPC*) temelji na fizičnih lastnostih blaga ali naravi storitev. Omogoča zbiranje in mednarodno primerljivost različnih statističnih podatkov v zvezi z blagom in storitvami, zajema proizvode, ki so kot izhod ekonomskih dejavnosti, tudi transportno blago, netransportno blago in storitve. Skrbnik klasifikacije je UNSD – Statistical Classification Section (Sekcija Organizacije združenih narodov za statistiko – Sekcija za statistično klasifikacijo) (United Nations Statistics Division, 2004a).

Tabela 1: Odstotna razdelitev bruto domačega proizvoda po sektorjih in po skupinah držav, za leta 1965, 1990 in 2000 (po tekočih cenah)

Skupine držav ^a	Kmetijstvo			Industrija			Storitve ^b		
	1965	1990	2000	1965	1990	2000	1965	1990	2000
V razvoju	29	17	12	30	37	35	40	47	53
Nizek prihodek	41	31	29	26	36	26	32	35	46
Nižji srednji prihodek	22	17	11	32	31	37	44	50	52
Višji srednji prihodek	16	9	5	36	40	34	47	51	61
Visok prihodek	5	..	2	43	..	28	54	..	70
EMU	..	..	2	..	..	29	..	..	69
članice OECD	5	3 ^c	2	43	35 ^c	28	54	61 ^c	70
Druge ^g	8	4 ^d	1	45	41 ^d	29	46	54 ^d	70

Opombe:

a Razdelitev držav po dohodku. Glej Prilogo 2 na strani 7 med prilogami.

b V poročilu World Development Data podatki za storitve vključujejo dodano vrednost v transportnih, komunikacijskih, trgovinskih, bančnih, stanovanjskih storitvah, javne administracije in drugih storitev, imputirane stroške bančnih storitev, uvozne dajatve ter tudi kakršne koli statistične napake, ki so jih zabeležila domača podjetja.

c Podatek iz leta 1986

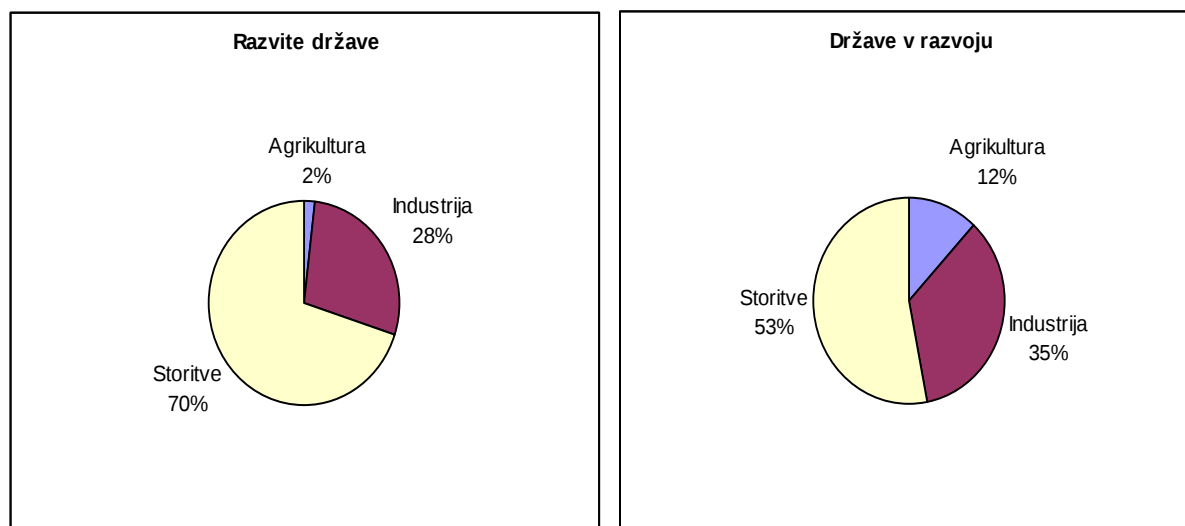
d Podatek iz leta 1989

g Izrael, Singapur, Hongkong, Združeni Arabski Emirati in Kuvajt

Vir: Liberalizing International Transactions in Services, 1994, str. 4; World Bank, Data Query, 2004.

Iz primerjave strukture BDP, razdeljenega na kmetijstvo, industrijo in storitve, vidimo očitne razlike med državami v razvoju in razvitimi državami v letu 2000 (glej Sliko 1). Kot sem že prej omenil, je v razvitih državah delež storitev veliko višji, delež kmetijstva v BDP pa veliko manjši.

Slika 1: Struktura BDP po sektorjih v razvitih državah in v državah v razvoju v letu 2000 v odstotkih od skupne vrednosti



Vir: Lastna obdelava podatkov iz Tabele 1.

Iz Tabele 2 na strani 9 je razvidna povprečna letna stopnja rasti 1980–90 in 1990–2000 za deleže BDP, ki pripadajo kmetijstvu, industriji in storitvam. Izluščimo lahko, da stopnja rasti

storitvenega sektorja ni veliko višja od stopnje rasti industrijskega sektorja, stopnja rasti kmetijstva pa je nekoliko nižja. Ob primerjanju skupin držav pa opazimo rahlo višjo stopnjo rasti pri državah v razvoju kot pri razvitih državah, enako velja tudi za druge obravnavane kategorije (BDP, kmetijstvo in industrija), izjema je le skupina z višjim srednjim prihodkom, kjer so povprečne letne stopnje rasti še nekoliko nižje kot v razvitih državah. Najvišjo povprečno letno stopnjo rasti so med letoma 1990 in 2000 storitvenega sektorja dosegle države z nizkim prihodkom, kar velja tudi za druge obravnavane kategorije.

Rast deleža storitev v BDP svetovnih gospodarstev po tekočih cenah lahko v veliki meri pripišemo višjemu povečanju relativne cene storitev glede na druge veje gospodarstva (Liberalizing International Transactions in Services, 1994, str. 4). Razlogi, ki največ vplivajo na to, so: nižja rast produktivnosti storitev glede na blago, visoka delovna intenzivnost storitev ter visoka obdarjenost z delom manj razvitih gospodarstev. Analize o potrošnji so pokazale, da je povišanje cene storitev in ne toliko njihove količine odgovorno za povišanje pomena storitev v potrošnji pri poviševanju razpoložljivega dohodka.

Tabela 2: Povprečna letna stopnja rasti outputa po skupinah držav in sektorjih, za obdobja 1980–1990 in 1990–2002 (po stalnih cenah)

Skupine držav ^a	BDP ^b		Kmetijstvo		Industrija		Storitve ^c	
	1980–90	1990–2002	1980–90	1990–2002	1980–90	1990–2002	1980–90	1990–2002
Svet	3,3	2,7	2,6	1,8	3,1	2,1	3,5	3,1
V razvoju	3,2	3,4	3,4	2,3	3,1	3,6	3,4	3,6
Nizek prihodek	4,7	4,3	3,0	2,7	5,6	4,7	5,4	5,4
Nižji srednji prihodek	4,0	3,2	3,7	2,2	4,0	3,6	4,4	3,3
Višji srednji prihodek	0,8	3,0	2,8	1,4	-0,1	2,9	1,1	3,3
Visok prihodek	3,3	2,5	1,9	1,2	3,1	1,8	3,5	3,0
EMU	2,4	2,0	1,3	1,4	1,7	1,1	2,9	2,4

Opombe:

- a Razdelitev držav po dohodku. Glej prilogo 2 na strani 7 med prilogami.
- b Bruto domači proizvod (BDP) je vsota dodanih vrednosti vseh rezidenčnih proizvajalcev v nekem gospodarstvu, prištejemo pa še kakršne koli davke na izdelke (brez subvencij), ki še niso vključeni v vrednost proizvodnje. Dodana vrednost je neto vrednost proizvodnje neke panoge, seštejemo vse izhode, ki jim odštejemo vse vmesne vhode.
- c V poročilu World Development Data podatki za storitve vključujejo dodano vrednost v transportnih, komunikacijskih, trgovinskih, bančnih, stanovanjskih storitvah, javne administracije in drugih storitev, imputirane stroške bančnih storitev, uvozne dajatve ter tudi kakršne koli statistične napake, ki jih zabeležijo domača podjetja.

Vir: World Development Indicators 2004, 2004.

1.3.1 Storitve in gospodarski razvoj

Kot sem ugotovil že v prejšnjem podpoglavju, je razvoj storitev v veliki meri odvisen od gospodarskega razvoja celotne države. Iz izkušenj preteklih desetletij je znano, da se z razvojem gospodarstva poveča tudi pomen storitev, te pa na koncu zasedejo v gospodarstvu najpomembnejšo vlogo. Po drugi strani pa nas tu zanima samo spreminjanje storitev in kako storitve same spreminjajo razvoj gospodarstva skozi čas.

Razvoj gospodarstva v tej smeri lahko pojasnimo s Fisher-Clarkovim »trisektorskim« modelom⁵, po katerem bi vsako gospodarstvo moralo slediti postopni preusmeritvi zaposlovanja iz primarnega v sekundarni sektor ter nato še proti terciarnemu (Liberalizing International Transactions in Services, 1994, str. 5). Gospodarska rast sledi kot posledica prvemu premiku delovne sile v sekundarne dejavnosti, ker imajo te višjo produktivnost. Kot posledica pa temu razvoju sledi še razvoj terciarnih dejavnosti. Povečanje pomena storitev je na tem mestu opredeljena predvsem kot povzročena s strani povpraševanja, vendar lahko opredelimo tudi druge dejavnike, kot so nizka delovna učinkovitost, povišanje ženske delovne sile in druge. Seveda pa je tudi ta razlaga naletela na številne kritike, predvsem v povezavi z obravnavo storitvenih dejavnosti na sploh ali zaradi dejstva, da so, na primer, države v razvoju doživele premik delovne sile veliko prej, kot je model napovedoval. Po drugi strani pa lahko tudi ugotovimo, da razvoj storitev ni posledica gospodarskega razcveta, ampak njegov pogoj, saj je, denimo, akumulacija znanja kot pogoj za rast odvisna od možnosti izobraževanja in pravnega okvirja, se pravi storitev. Po drugi strani pa odsotnost nekaterih storitev povzroča oviro za rast, npr. neprimerna infrastruktura ali preslab finančni sistem.

2 MEDNARODNA MENJAVA STORITEV

Zadnja leta se pomen storitev v sodobnih gospodarstvih močno krepi, kar lahko pripišemo več dejavnikom: tehnološki razvoj, naraščanje dohodka, spreminjanje potreb potrošnikov in rasti vladnega povpraševanja po storitvah (povečanje vloge države pri zagotavljanju blaginje). Prav rast javnih storitev je bila v prvi polovici osemdesetih let najhitrejša, in čeprav se je ta dinamika pozneje umirila, je izgubo nadomestila intenzivnejša rast proizvodnih in osebnih storitev (Stare, 1999, str. 50).

Pomen storitev pri mednarodni menjavi lahko ocenimo na 20 odstotkov registrirane mednarodne menjave (Hibbert, 2003, str. 70). Organizacija za ekonomsko sodelovanje in razvoj (OECD) ter Svetovna trgovinska organizacija (STO) sta ocenili svetovno trgovino s storitvami na več kot 3 bilijone USD v letu 1998, nekateri analitiki pa napovedujejo, da bo mednarodna menjava storitev leta 2020 dosegla 50 odstotkov celotne mednarodne menjave.

Kot pri vsakem načinu mednarodne menjave gre tudi pri mednarodni menjavi storitev za menjavo med dvema subjektoma, ki sta rezidenta vsak v svojem nacionalnem okolju. V predhodnih poglavjih sem v eni od definicij opredelil storitve kot nekaj nematerialnega oziroma nekaj, kjer ni mogoče ločiti ponudnika od potrošnika. Lahko bi rekli, da to velja za večino storitev, vendar mednarodna menjava storitev potemtakem ne bi bila mogoča. S tem je povezana tudi trditev T. P. Hilla (1977, str. 319), ki navaja, da so storitve neoprijemljive in jih ni mogoče shraniti, zato z njimi ni mogoče niti trgovati.

⁵ Fisher-Clarkov model je organiziran v naslednjih treh sektorjih: primarne panoge (kmetijstvo, rudarstvo, ribištvo in gozdarstvo), sekundarne (proizvodnja, gradbeništvo in gospodarske službe) in terciarne panoge (trgovanje, transport, komunikacije in druge storitve).

Kljub temu pa obstaja veliko število storitev, za katere ne velja lastnost neshranljivosti, njihove značilnosti pa se sila približajo lastnostim blaga (otipljive, shranljive, itd.). Posledica teh lastnosti je možnost trgovanja s tovrstnimi storitvami in razvoj mednarodne trgovine s storitvami, ki poteka podobno kot z blagom. Po drugi strani pa so se razvili tudi drugi načini trgovanja s storitvami, ki odpravljajo »pomanjkljivosti« storitev, zaradi katerih mednarodna trgovina prej ni bila mogoča (npr. storitve, ki potrebujejo hkratno prisotnost ponudnika in porabnika) prek podružnic, franšiz in sodobnih elektronskih poti.

V preteklih desetletjih je bila rast mednarodne menjave storitev veliko večja od rasti mednarodne menjave blaga (Stare, 2002, str. 11).⁶ To lahko pripišemo povečevanju pomena storitev v nacionalnih gospodarstvih ter nekaterim drugim dejavnikom, kot so naraščanje dohodka, spreminjanje potreb potrošnikov in razvoj telekomunikacijskih tehnologij. Sama raznolikost storitev pa pomeni različne načine vključevanja. V menjavo se lahko vključujejo kot končni proizvod oziroma predmet neposredne menjave (npr. finančne storitve, turizem) ali kot input v proizvodnji blaga in so vsebovane v posredni menjavi (npr. storitve razvoja, vključene v menjavo zdravil), lahko pa opravljajo komplementarno funkcijo v menjavi proizvodov (npr. transport) in storitev (npr. telekomunikacijske storitve).

Na globalnem trgu storitev lahko zaznamo dve pomembni tendenci, ki bosta v prihodnosti sooblikovali mednarodno menjavo storitev. Prva je vedno večji razvoj informacijsko-komunikacijskih tehnologij, kar povečuje integriranost mednarodne menjave storitev in poslovanje na daljavo predvsem z informacijsko intenzivnimi storitvami (npr. nakup programske opreme prek interneta s pomočjo njenega neposrednega prenosa na domači računalnik). Druga tendenca pa je pogojena z internacionalizacijo gospodarstev in globalizacijo proizvodnje, kar spodbuja prisotnost storitvenih podjetij na tujih trgih oziroma v bližini potrošnikov, dodatno pa še vpliva na prevzeme in združevanja storitvenih podjetij na mednarodni ravni (Stare, 2002, str. 14).

Po mojem mnenju je težko predvideti, katera tendenca bo prevladala v prihodnosti. Glede na intenzivnost razvoja informacijsko-komunikacijskih tehnologij bi na prvi pogled lahko rekli, da ima ta scenarij večje potencialne za prevlado. Vendar po drugi strani še vedno obstaja veliko število storitev, ki zahtevajo navzočnost ponudnika prek fizičnih oseb ali podružnic. Povezanost storitvenih podjetij med seboj je že kar na visoki ravni, tako da lahko v prihodnje pričakujemo tudi nekakšno mešanico obeh pristopov. Predvidimo lahko, da bo prodaja sama najverjetneje potekala po sodobnih informacijskih poteh, neposredni ponudniki pa bodo skrbeli za podporo in dodatno ponudbo, ki jih informacijske tehnologije ne bodo mogle zadovoljiti.

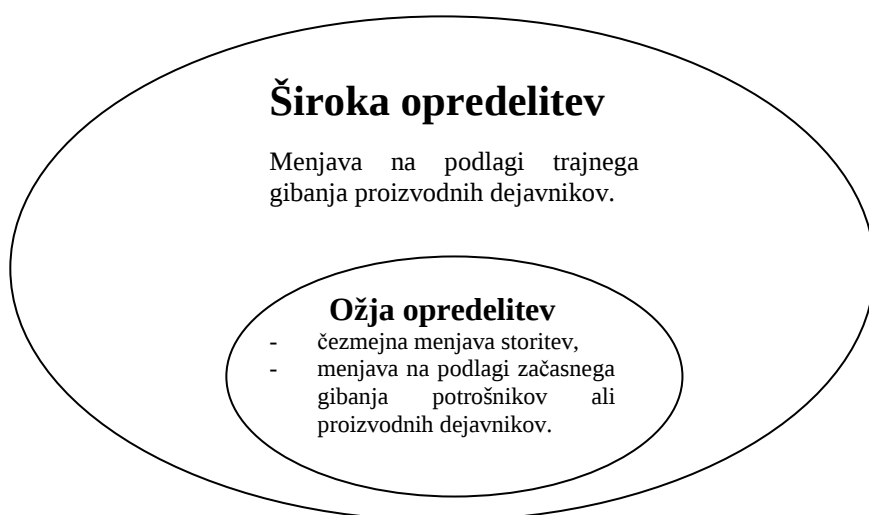
⁶ V razvitih državah je neposredni izvoz blaga še vedno prevladujoč nad neposrednim izvozom storitev, vendar pa na področju posrednega izvoza večinoma prevladujejo storitve (Stare, 2004, str. 200).

2.1 Opredelitev pojma mednarodne menjave

Osnovni pristop k mednarodni menjavi storitev temelji na tradicionalni plačilnobilančni opredelitvi kot nevidna menjava nefaktorskih storitev med ekonomskimi subjekti iz različnih ekonomskih prostorov, med rezidenti in nerezidenti. Ta opredelitev danes ne zadošča več, saj sodobna mednarodna razsežnost storitev zajema veliko širše tokove mednarodne menjave storitev, ki večinoma niso vidni znotraj tokov nefaktorskih storitev med rezidenti in nerezidenti (Stare, 1999, str. 51). Za odpravo te pomanjkljivosti bi bilo treba spremeniti pristop. Poleg plačilnobilančnega pristopa bi morali upoštevati tudi sodobne tendence gibanja proizvodnih dejavnikov. Tu je zlasti pomembno opazovanje storitvene proizvodnje v okviru podružnic tujih podjetij, ki so velikega pomena za gospodarstvo.

Prav zaradi tega bom v nadaljevanju pri opredelitvi različnih pristopov razlikoval med ožjo (tradicionalno) in širšo opredelitvijo mednarodne menjave storitev (glej Sliko 2).

Slika 2: Razsežnosti mednarodne menjave storitev



Vir: Stare, 1999, str. 56.

2.1.1 Ožja (tradicionalna) opredelitev mednarodne menjave storitev

Šele v drugi polovici osemdesetih let je bil dosežen tudi večji napredek v smeri natančnejše opredelitve pojma mednarodne menjave storitev. Gary Sampson in Richard Snape sta podala svojo definicijo v obliki matrike, v kateri sta se osredinila na potrebo po fizični bližini ponudnikov in potrošnikov storitev ter po tem razvrstila storitve v štiri skupine glede na to, kateri od njiju se premakne (glej Sliko 3).

Slika 3: Oblike ožje (tradicionalne) opredelitve mednarodne menjave storitev

	Potrošnik se ne premakne	Potrošnik se premakne
Ponudnik se ne premakne	A	B
Ponudnik se premakne	C	D

Vir: Liberalizing International Transactions in Services, 1994, str. 9.

Med transakcije tipa A lahko uvrstimo t. i. ločene (separated) storitve, kot so, na primer, čezmejni tokovi podatkov. Transakcije tipa B opredelimo s turizmom, izobraževanjem in zdravstvenimi storitvami, ker je v teh primerih vedno potrošnik tisti, ki potuje oziroma spreminja svojo lokacijo. Mednarodne transakcije produkcijskih faktorjev (kapitala in dela), predvsem v obliki neposrednih tujih investicij in začasne selitve delovne sile, uvrstimo v skupino C oziroma v skupino, kjer se premika ponudnik in ne potrošnik. Tip D pa je najtežje opredeljiv, saj se tukaj premikata oba dejavnika, kar pomeni, da sem spadajo večinoma storitve, pri katerih sta tako potrošnik kot tudi ponudnik na tujem ozemlju (npr. turist, ki letuje v hotelu, ki ga upravlja tuja družba v tretji državi) (Liberalizing International Transactions in Services, 1994, str. 9).⁷

2.1.2 Široka opredelitev mednarodne menjave storitev

Čeprav zgornja opredelitev dokaj natančno opredeli transakcije storitev, še vedno ostaja le pri menjavi med rezidenti in nerezidenti. Zaradi te pomanjkljivosti opredelitve, ker zajema le začasno gibanje proizvodnih dejavnikov, so sprejeli novo, širšo opredelitev (Stare, 2002, str. 12). Ta razširi staro z mednarodno menjavo storitev med ekonomskimi subjekti na podlagi njihovega lastništva, in ne samo lokacije, ter uvede trajno gibanje proizvodnih dejavnikov.

Dopolnjena opredelitev nam omogoča boljšo in podrobnejšo sliko ter vpogled v ločevanje mednarodne menjave med blagom in storitvami. Prav zaradi neločljive lastnosti med ponudnikom in porabnikom velikega števila storitev je ločitev med blagom in storitvami nujna, sicer bi lahko pri tovrstnih menjavah, ko gre za trajno selitev proizvodnih dejavnikov z namenom njihovega približanja potrošniku, storitve spregledali.

Splošni sporazum o trgovini s storitvami (GATS) opredeljuje štiri načine opravljanja mednarodne menjave storitev, ki so prikazane v Sliki 4 na strani 15 (Stare, 2002, str. 12, 13; Manual on Statistics of International Trade in Services, 2002, str. 11, 12):

1. **Čezmejna menjava:** z ozemlja ene članice na ozemlje drugih članic (npr. menjava transportnih, informacijskih, poslovnih in finančnih storitev). Potrošnik ostane na svojem domačem območju, medtem ko storitev prečka mejo in pride na potrošnikovo območje, ponudnik pa je lociran v drugi državi. Storitve se lahko izvede s pomočjo telefona, faksa, interneta, televizije ali s pošiljanjem dokumentov, plošč, kaset itd. Podobno je pri trgovanju z blagom, saj oba, ponudnik in potrošnik, ostaneta vsak na svojem območju.
2. **Poraba storitev v tujini:** na ozemlju ene članice potrošniku storitev iz drugih članic (npr. turizem, izobraževanje, zdravljenje). Potrošnik se premakne zunaj svojega

⁷ Seveda lahko pri tem modelu najdemo pomanjkljivosti, saj lahko nekatere storitve opredelimo v več skupin glede na njihovo trenutno obliko. Tak primer je letalski prevoz, ki lahko spada v več skupin, odvisno od tipa potrošnika in letalskega prevoznika ter države v katerih deluje.

območja in potroši storitev na območju neke druge države, na primer, turistične aktivnosti, kot so obisk muzejev ali gledališča, zdravstvena oskrba ali tečaji tujih jezikov na tujem. Ta način obsega tudi tovrstne storitve, kjer se v tujo državo premakne le stvar, last rezidenta prve države, na primer, popravilo ladij.

3. **Komercialna prisotnost na trgu:** s poslovno navzočnostjo ponudnika storitev iz ene članice na ozemlju drugih članic (npr. prodaja zavarovalniških, marketinških ali distribucijskih storitev prek podružnic). Komercialna prisotnost na tujem trgu se vzpostavi zaradi potrebe po tesnem sodelovanju s potrošnikom, potrebe po prisotnosti pri proizvodnji storitve same ali dejavnosti po dobavi storitve⁸. Oblika komercialne prisotnosti je lahko tudi kot podružnica ali samo predstavniška pisarna.
4. **Prisotnost fizičnih oseb na trgu:** z navzočnostjo fizičnih oseb iz ene članice kot ponudnikov storitev na ozemlju drugih članic (npr. svetovalne ali arhitekturne storitve)⁹. Fizična oseba se preseli s svojega domačega območja na območje potrošnika storitve z namenom izvajanja te storitve. Ta oseba se lahko preseli na podlagi svoje lastne presoje ali presoje delodajalca, zato ločimo dve vrsti: samozaposleni in zaposleni. V okviru tega načina poznamo dve področji: trgovanje s storitvami po BPM5¹⁰ (npr. storitve finančnega revizorja, ki ga pošlje tuje podjetje, ali dobava razvedrilne opreme profesionalnega samozaposlenega delavca, začasno potujočega v tuji državi) in zaposlitev znotraj proizvodnega procesa tuje države.

Širša opredelitev mednarodne menjave storitev je postala vedno bolj smiselna, saj so se podjetja v veliki meri najraje odločala za posredniško prodajo oziroma navzočnost na tujem trgu s pomočjo podružnic (Stare, 2002, str. 14). To v največji meri izhaja iz že omenjene lastnosti storitev, da potrebujejo neposredni stik med ponudnikom in porabnikom, vendar je tudi pri storitvah, ki nimajo te lastnosti, postalo veliko enostavnejše trgovanje ob prisotnosti ponudnika na tujem trgu.¹¹ Po drugi strani pa je prav razvoj sodobnih informacijskih tehnologij v veliki meri olajšal trgovanje in odpravil potrebo po neposrednem ponudniku na tujem trgu.

⁸ Po pravilih GATS »dobava storitve« pomeni proizvodnja, distribucija, oglaševanje, prodaja in dobava storitev.

⁹ Tu bi veljalo opozoriti, da GATS iz tega načina izključuje storitve delavcev na začasnem delu v tujini, ki so tam zaposleni več kot eno leto. Po drugi strani pa so predvsem države v razvoju v Urugvajskem krogu pogajanj opozarjale, da bi morale biti obravnavanje teh proizvodnih dejavnikov simetrično, saj se tudi kapital z neposrednimi naložbami v tujini angažira več let.

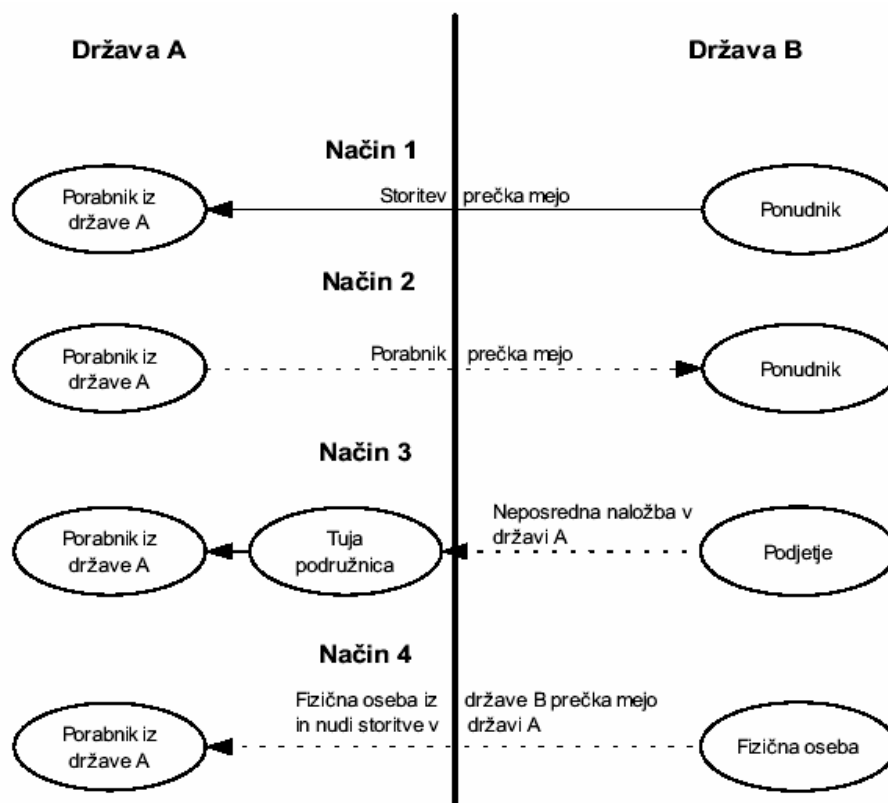
¹⁰ Balance of Payments Manual 5.

¹¹ Mednarodna prodaja storitev prek podružnic v tujini ali tujih podružnic doma postaja vedno močnejša, kar dokazujejo tudi podatki. Podatki za ZDA za leto 1999 kažejo večje trgovanje s storitvami prek podružnic v večinski lasti kot prek klasične trgovine, izvoz oziroma uvoz storitev s čezmejnimi trgovanjem je v letu 1999 v ZDA znašal 256 oziroma 173 milijard USD, prodaja prek podružnic v tujini (izvoz) oziroma prodaja tujih podružnic v ZDA (uvoz storitev) pa je znašala 338,4 oziroma 289,3 milijarde USD (U.S. International Services, 2001, str. 49).

Ker so prodaje storitev v povezavi z gibanjem kapitala (predvsem tuje neposredne naložbe) vedno pomembnejše, je postala široka opredelitev mednarodne menjave storitev potrebna in veliko bolj smiselna. V tuji literaturi je v uporabi drugačna terminologija, tako širšo opredelitev raje pojmujejo kot mednarodne transakcije s storitvami (transactions), tradicionalni pristop pa pojmujejo mednarodna trgovina s storitvami (trade) (Stare, 1999, str. 54). Tako lahko dosežemo boljše razumevanje, saj je pojem transakcija veliko primernejši od trgovine za pojme, ki jih zajema širša opredelitev.

Široka opredelitev mednarodne menjave storitev je bila pripravljena že za pogajanja o liberalizaciji mednarodne trgovine z storitvami v okviru Urugvajskega kroga pogajanj. Vendar se je pojavila velika težava, saj se ta opredelitev ne ujema z obstoječimi načini zbiranja podatkov o mednarodni menjavi storitev, kar seveda otežuje uporabnost teh podatkov v analitične namene in postavi pod vprašaj smiselnost merjenja učinkov liberalizacije mednarodne trgovine s storitvami na podlagi GATS, ker so države obravnavale liberalizacijo po posameznih načinih, zajetih v širši opredelitvi (Stare, 2002, str. 14).

Slika 4: Načini ponudbe storitev po GATS



Vir: Stare, 2002, str. 13.

2.2 Splošni sporazum o trgovini s storitvami (GATS)

Splošni sporazum o trgovini s storitvami je meddržavni sporazum »za vzpostavitev večstranskega okvirja načel in pravil za trgovanje s storitvami z namenom rasti tovrstnega trgovanja pod pogoji preglednosti in progresivne liberalizacije ter kot sredstvo za podpiranje

ekonomskega razvoja vseh trgujočih strani in razvoja držav v razvoju. Prek te izjave je neposredno izražen tudi obstoj povezave med gospodarskim razvojem in močno domačo storitveno zmogljivostjo.« (Hibbert, 2003, str. 69).

Pred podpisom GATS ni bilo nikakršnega sporazuma, ki bi urejal trgovanje s storitvami, čeprav so tudi v preteklih letih nekatere vrste storitev (predvsem transportne, turistične in finančne) predstavljale pomemben delež mednarodne trgovine (Hibbert, 2003, str. 69). Pomembni igralci na svetovnem trgovinskem prizorišču so ocenjevali, da storitve niso dovolj pomembne, da je vsa trgovina s storitvami izvirala le iz razvitih industrijskih držav in da bi sprostitev mednarodne trgovine z blagom tudi vplivala na povečanje trgovine s storitvami. Prav zaradi tega so bila storitvena podjetja prepuščena lastni iznajdljivosti in velikokrat tudi diskriminatornim politikam nekaterih držav. Z razvojem trgovine s storitvami pa je nastal pritisk na ureditev tega področja.

Sporazum vzpostavlja nabor pravil in navodil, s pomočjo katerih članice Svetovne trgovinske organizacije (STO) urejajo trgovanje s storitvami (Manual on Statistics of International Trade in Services, 2002, str. 10). Ukrepi znotraj GATS obsegajo zakone, regulative, administrativna dejanja in odločitve, ki vplivajo na nakup, plačilo ali uporabo storitev v prisotnosti tujega dobavitelja storitev. Struktura pa je oblikovana v dveh stebrih, splošne obveznosti, ki so neposredno obvezujoče za države, in posebne obveze, izhajajoče iz pogajanj, ki se posebej nanašajo na posamezne sektorje ali transakcije in se je posamezna država sama k njim obvezala. Ob sporazumu so še dodatki, ki pokrivajo določene sektorje ali samo trgovanje s storitvami.

Najpomembnejše določilo splošnih obveznosti je načelo »most-favoured-nation« (MFN), ki prepoveduje kakršno koli diskriminacijo med storitvami ali ponudniki storitev, izhajajočih iz različnih držav (Manual on Statistics of International Trade in Services, 2002, str. 10). Tako mora država, ki dovoljuje ali ne konkurenco na področju storitev, to narediti v korist ponudnikov iz vseh držav članic STO enako.¹² Naslednje je načelo transparentnosti, ki določa, da se morajo države medsebojno obveščati o vseh zadevah v zvezi s trgovanjem.

Po drugi strani pa so posebne obveze, ki se nanašajo na dostop na trge, nacionalno obravnavo in druge obveze, določene in zavezane v nacionalnih seznamih doseženih na pogajanjih. Čeprav GATS zavezuje posamezne države, da pripravijo tovrstne nacionalne sezname, jih ne zavezuje k sprejetju posameznih ukrepov znotraj teh seznamov (Manual on Statistics of International Trade in Services, 2002, str. 11). Tu imajo države proste roke glede svojih ciljev in možnosti. Za vsak storitveni sektor in način menjave posebej lahko države določijo stopnjo liberalizacije menjave s storitvami, od popolne konkurence pa do popolne prepovedi vstopa na domači trg. Večina držav se je odločila za neko vmesno stopnjo liberalizacije, tako je

¹² V okviru dodatkov k GATS-u so možne nekatere izjeme, če so te takrat že obstajale, vendar naj ne bi trajale več kot deset let.

najpogostejša ovira za vstop na trg določene države dovoljena kvota, ki določa število ponudnikov storitev, njihove operacije ali število zaposlenih, način pravne ureditve poslovanja ali omejitve pri investiranju tujega kapitala.

GATS zajema vse storitve z izjemo dveh; zajete niso storitve, pri dobavi katerih ima izključno pravico država, in storitve letalskega transportnega sektorja (letalske in z njimi povezane druge pravice). Kljub njegovi razsežnosti je GATS najmanj sporen sporazum v okviru STO, prav zato, ker zagotavlja veliko mero fleksibilnosti, države se lahko same odločajo o stopnji njihovih obveznosti, ki bodo iz tega izhajale.

Najdemo lahko štiri elemente fleksibilnosti (GATS – Fact and fiction, 2001, str. 6):

- Države podpisnice same določijo sektorje in podsektorje, kjer bodo zagotavljale prosto trgovino za tuje ponudnike storitev. Čeprav mora vsaka država imeti seznam področij, na katerih se bo zavezala k prosti trgovini, ni obvezana k njihovem številu in lahko sama izbere področja.
- Tudi na področjih, na katerih se je zavezala k liberalizaciji, lahko določi omejitve, ki bodo v tem sektorju veljale.
- Države so lahko trgovanje s storitvami omejile le na eno ali več načinov menjave storitev. Njihove obveze pa lahko tudi umaknejo ali jih na novo izpogajajo.
- Omogočene so bile tudi izjeme iz MFN načela, za dobo desetih let.

2.3 Liberalizacija mednarodne trgovine s storitvami

Niti liberalizacija niti gospodarska rast ni sama po sebi trend, vendar je končni cilj vsake vlade doseči blaginjo v čim širšem pomenu besede. Trgovinska politika je le eden od možnih načinov in orodij, ki pomagajo doseči cilj. V vsakem primeru je to orodje velikega pomena pri doseganju gospodarske rasti in preprečevanju konfliktov. Prav gradnja večstranskega mednarodnega trgovinskega sistema je bila velik dosežek pri gospodarskem sodelovanju med državami v zadnjih 50 letih. Seveda je sistem vedno nepopoln, zato so potrebna nenehna pogajanja, vendar bi bil svet brez tega veliko revnejši in nevarnejši.

Vse do Urugvajskega kroga pogajanj oziroma še pozneje do podpisa GATS in njegovim vstopom v veljavo leta 1995 storitveni sektor ni poznal nikakršne večstranske liberalizacije. Prav zaradi pomembnosti tega sektorja, ki ustvari okrog 60 odstotkov svetovnega proizvoda in še več je zaposlenih v storitvenem sektorju, je pomanjkanje mednarodnega pravnega okvira za mednarodno menjavo storitev nevarno in nenavadno (GATS – Fact and fiction, 2001, str. 4). Nenavadno zato, ker je potencial koristi, ki jih storitve lahko prinesejo, vsaj tako velik kot koristi v blagovnem sektorju, in nevarno, ker ni bilo nikakršne pravne podlage za reševanje nastalih sporov med državami.

Tendence za liberalizacijo trgovine s storitvami so se pojavile v zgodnjih osemdesetih letih prejšnjega stoletja najprej med razvitimi državami z Združenimi državami Amerike na čelu (Liberalizing International Transactions in Services, 1994, str. 20). Ta pojav lahko povežemo predvsem z intenzivnim razvojem trgovanja z blagom v teh letih. Proces liberalizacije, ki se je na začetku opiral zlasti na sprostitev ovir v trgovanju (npr. zmanjšanje dajatev in odprava necarinskih ovir), je imel za sabo različne gonilne sile. Zagovorniki so bili prepričani v pozitivni vpliv odprtosti trgovine s storitvami na gospodarsko rast, po drugi strani pa so ta proces še dodatno spodbudile finančne krize nekaterih gospodarstev, zaradi svoje intervencionistične politike. Svoj delež pa so prispevale tudi mednarodne inštitucije, kot sta Mednarodni denarni sklad in Svetovna banka.

Liberalizacija trgovine s storitvami pomeni sprejetje določenih ukrepov z namenom omogočitve dostopa na trg tujim ponudnikom storitev ali odprava kakršne koli diskriminacije ponudnikov storitev glede na njihovo nacionalno pripadnost, kar lahko dosežemo z odpravo carinskih ukrepov na meji ali pa z notranjegospodarskimi ukrepi, ki zavirajo prosto trgovino s storitvami (Liberalizing International Transactions in Services, 1994, str. 25). Izkupiček liberalizacije trgovine s storitvami pomeni, da imajo potrošniki in ponudniki storitev proste roke pri izbiri trga, ki ga bodo uporabili pri svoji trgovini s storitvami, tako da načelo nacionalne pripadnosti ne igra več pomembne vloge, saj mora biti tuji ponudnik storitev po vstopu na tretji trg v popolnoma enakovrednem položaju kot domači ponudnik.¹³

Pri trgovanju z blagom je postopek sestavljen predvsem z odpravo carinskih ukrepov na meji, nadaljnja izbira pa je popolnoma prepuščena končnemu potrošniku. Pri trgovanju s storitvami pa se soočamo še s številnimi težavami, saj odprava mejnih carinskih ukrepov in nacionalne obravnave ni tako enostavna. Slednja je velikokrat podlaga za oviro za vstop na določen trg, saj je trgovina s storitvami veliko bolj podvržena osebni obravnavi. Po drugi strani pa se pri poskusu odprave carinskih dajatev srečamo s težavo, da za trgovino s storitvami meja ni neka prestopna točka, na kateri bi se storitev ustavilo in se jo evidentiralo itd. Tako so storitve podvržene dodatnim oviralnim pritiskom, ki jih ne moremo odpraviti s klasičnimi prijemi. Iz tega lahko opredelimo instrumente, ki ovirajo mednarodno trgovino s storitvami, v dve skupini. Prvi so ukrepi, ki eksplicitno zavirajo vstop na trg, ter drugi, ki spodbujajo upoštevanje nacionalne pripadnosti pri trgovanju (Liberalizing International Transactions in Services, 1994, str. 25).

V zavarovanih oziroma zaprtih gospodarstvih so panoge zaščitene pred učinkovitejšo konkurenco iz tujine, kar vpliva na manj učinkovito razporeditev resursov znotraj gospodarstva v dobro zaščiteni panogi na račun potrošnikov in drugih panog. Ob liberalizaciji trga oziroma ob ukinitvi zaščitnih ukrepov bodo podjetja v tem gospodarstvu prisiljena

¹³ Kljub temu pa se določene storitve tudi v najrazvitejših državah le počasi liberalizirajo. Na primer do leta 2001 je manj kot 50 držav članic STO naredilo korak naprej k liberalizaciji izobraževanja, mnenje pa ostaja, da naj ta skupina storitev ostane v pristojnosti vlad držav (GATS – Fact and fiction, 2001, str. 10).

preusmerjati svoje resurse tja, kjer so učinkovitejša, ali pa se bodo morala soočiti s konkurenco s tujine, kar bo posledično prineslo zniževanje cen ter pozitivne učinke potrošnikom in gospodarstvu (Liberalizing International Transactions in Services, 1994, str. 27). Prav zato lahko rečemo, da večina pozitivnih učinkov liberalizacije trgovine s storitvami izhaja iz povišane učinkovitosti razporeditve resursov in povečanja potrošniških priložnosti.

Šest prednosti liberalizacije storitev (GATS – Fact and fiction, 2001, str. 5):

1. **Ekonomski učinek.** Učinkovita storitvena infrastruktura je pogoj za gospodarski uspeh, saj storitve, kot so telekomunikacije ali transport, pomembno vplivajo na večino sektorjev v gospodarstvu, kakor na storitve same tako tudi na blagovne in agrarne sektorje. Velika večina držav si prizadeva zagotoviti odprto in pregledno okolje za storitvena podjetja, ker le tako lahko zagotovijo prosto konkurenco na tem področju in posledično povečanje celotne gospodarske učinkovitosti in rasti.
2. **Razvoj.** S pomočjo prostega mednarodnega pretoka storitev se izboljša njihova učinkovitost in kakovost, kar pozitivno vpliva na države v razvoju. Slednje lahko tako dostopajo do boljših storitev in posledično se izboljša tudi njihov domači storitveni sektor. Tako so nekatere države uspešno prestale preobrazbo storitvenega sektorja iz večinoma turizma in gradbeništva na računalniške in zdravstvene storitve.
3. **Potrošniški prihranki.** Liberalizacija storitev prek proste konkurence in dostopa tujih ponudnikov vpliva na znižanje cen storitev ter na povišanje kakovosti in potrošnikove izbire storitev.
4. **Hitrejše inovacije.** Raziskave so pokazale, da liberalizacija storitev prav tako prinese povečanje inovacij tako proizvodov kot tudi proizvodnih procesov. Na primer v ZDA se je uporaba Interneta razvila veliko prej in v večjem obsegu kot v večini evropskih držav prav zaradi pospešene reforme javnih telekomunikacijskih podjetij.
5. **Večja preglednost in predvidljivost.** Sporazum omogoča dolgoročno načrtovanje podjetij vsem akterjem v gospodarstvu, ne samo storitvenim podjetjem, ker se vsaka država jasno in točno zaveže, kako bo omogočila dostop tujih podjetij na trg. Tako je možno malo spreminjanja na kratki rok, kar je pozitivno in dodaja določeno mero stabilnosti gospodarstvu.
6. **Prenos tehnologije.** Sporazum daje določeno spodbudo neposrednim tujim investicijam (NTI), ki v večini primerov prinesejo s seboj novo tehnologijo in znanja, ki tam ostanejo in se prenesejo tudi na druge subjekte v gospodarstvu. Domači delavci in posledično tudi podjetja se naučijo novih tehnik, ki jih s časom prenesejo v druga podjetja in jih tako razširijo po državi.

2.4 Statistično zajemanje mednarodne menjave storitev

Za učinkovito analizo mednarodne menjave storitev in primerjave menjave storitev med državami je potrebna mednarodna primerljivost teh podatkov, za to pa so potrebne enotne definicije osnovnih parametrov in metodoloških izhodišč. Statistično zajemanje podatkov o mednarodni menjavi storitev je v velikem številu držav neustrezno in pomanjkljivo, ker so storitve bile v preteklosti drugače obravnavane, njihova mednarodna menjava pa je bila nepomembna (Stare, 2002, str. 17). Seveda pa je tudi zajemanje podatkov o menjavi storitev zahtevnejše kot o menjavi blaga.

Ker nacionalne statistike družbenih računov zajemajo podatke o storitvah z drugega zornega kota kot plačilnobilančne statistike, ki so podlaga za analizo mednarodne trgovine s storitvami, je bilo oteženo ocenjevanje možnih posledic mednarodne liberalizacije trgovine s storitvami. Pojavila se je potreba po primerljivosti teh podatkov in njihovega usklajevanja, zato so se tudi dogovorili, da bodo države pripravljale svoje statistike na podlagi seznama storitvenih sektorjev GNS/W/120 (glej Prilogo 1 na strani 1 med prilogami) (Mrak-Jamnik, 1997, str. 13).

Iz družbenih računov dobimo podatke za relativno pomembnost storitvenega sektorja v nekem gospodarstvu, saj nam ti podatki kažejo delež storitev v bruto domačem proizvodu. Drugi viri, plačilnobilančne statistike Mednarodnega denarnega sklada, pa so po drugi strani najpomembnejši vir prav o mednarodni trgovini s storitvami. Predvidevamo lahko, da je statistično spremljanje trgovine s storitvami precej podcenjeno, zaradi težav pri zajemanju podatkov in nizkega nivoja dezagregacije podatkov (Mrak-Jamnik, 1997, str. 14).

V nadaljevanju bom poskušal opredeliti najpomembnejše vire in njihove dele statističnega zajemanja podatkov o mednarodni menjavi storitev po načinih menjave. Taki podatki so v skladu z GATS in nam omogočajo statistično analizo in proučevanje mednarodne menjave storitev.

Poenostavljeno lahko predvidimo naslednje: (a) tuje podružnice predstavljajo dovolj dober približek za oceno trgovanja po komercialni prisotnosti, zato bomo njihove podatke uporabili za oceno menjave po načinu 3, (b) transakcije storitev med rezidenti in nerezidenti v plačilnobilančnih statistikah po BPM5 v veliki meri zajemajo menjavo storitev po načinih 1, 2 in del 4 (Manual on Statistics of International Trade in Services, 2002, str. 20). To pomeni, da je večinoma možna statistična opredelitev mednarodne menjave storitev po načinih menjave prek statistik BPM5 in podružničnih podatkov. Samo pri četrtem načinu bi bilo treba poseči tudi po drugih podatkih o migracijah in delovni sili. V Tabeli 3 na strani 21 je nazorneje prikazana statistična pokritost s podatki po različnih načinih menjave storitev.

Statistični podatki v BPM5 v veliki meri zadostujejo potrebi obravnavanja po načinih 1, 2 in deloma 4. Pri čezmejni menjavi je večina podatkov zbranih pod transportom,

komunikacijskimi, zavarovalniškimi in finančnimi storitvami ter pod honorarji in licenčinami, ki jih upoštevamo v celoti. V ta način lahko deloma uvrstimo tudi transakcije z računalniškimi, informacijskimi, drugimi poslovnimi, osebnimi, kulturnimi in rekreacijskimi storitvami. Slednja skupina pa deloma sodi tudi pod način 4, zato potrebujemo še dodatne analize in podatke, še zlasti lokacijo ponudnika ob izvedbi storitve, da bi jih lahko natančneje opredelili. Nadalje bi lahko v način 4 uvrstili kompenzacije v tujini zaposlenih delavcev, pri čemer moramo biti pozorni samo na tiste, ki nastanejo s proizvodnjo storitev. V način menjave 2 uvrstimo turizem v celoti, vendar moramo izključiti blago, ki so ga kupili turisti v tujini. Za podatke, potrebne pri načinu 3, pa so najpomembnejši vir podružnice tujih podjetij (Manual on Statistics of International Trade in Services, 2002, str. 21-23).

Tabela 3: Statistična pokritost načinov menjave storitev

Način	Statistična pokritost
<u>Način 1</u> Čezmejna menjava	<u>BPM5</u> : transport (večina), komunikacijske, zavarovalniške in finančne storitve, honorarji in licenčnine; deloma: računalniške in informacijske, druge poslovne, osebne, kulturne in rekreacijske storitve
<u>Način 2</u> Poraba v tujini	<u>BPM5</u> : turizem (izključujoč blago kupljeno s strani turistov), popravila prevoznikom v tujini, del transporta (podporne in dodatne storitve prevoznikom na tujem)
<u>Način 3</u> Komerzialna prisotnost	<u>Podružnične statistike</u> <u>BPM5</u> : del gradbenih storitev
<u>Način 4</u> Prisotnost fizičnih oseb	<u>BPM5</u> : deloma: računalniške in informacijske, druge poslovne, osebne, kulturne in rekreacijske storitve ter gradbene storitve <u>Podružnične statistike</u> (dodatne informacije): tuje zaposlovanje <u>BPM5</u> (dodatne informacije): tokovi povezani z delom <u>Drugi viri</u>

Vir: Manual on Statistics of International Trade in Services, 2002, str. 24.

2.4.1 Problemi pri zajemanju podatkov o trgovini s storitvami

Kot sem že ugotovil, opredelitev storitev je veliko, te pa so v precejšnji meri neenotne in nekonsistenčne, torej lahko pridemo do sklepa, da pri statističnem zajemanju storitev ter obravnavi teh podatkov naletimo na veliko težav in ovir. Storitve so lahko opredeljene po njihovih lastnostih, iz tega pa izhaja tudi zajemanje podatkov o njih.

V določenih primerih se srečamo z vprašanjem, ali naj določeno dejavnost opredelimo kot storitev ali kot blago, primer za to je predelovanje, ko se določeno blago uvozi samo z namenom dodajanja dodane vrednosti, nato se pa nemudoma izvozi (Mrak-Jamnik, 1997, str. 16). Mednarodni denarni sklad za ta primer priporoča, da se blago ne uvršča v kategorijo izvoza, temveč naj se le dodana vrednost predelovalca vključi v kategorijo storitev. V praksi se je izkazalo, da je zaradi drugačnih sistemov zbiranja podatkov predelovanje v nekaterih državah obravnavano kot eno, v drugih pa kot drugo, odvisno tudi od mehanizma za prepoznavanje blaga za predelavo, ločeno od ostalega blaga po posameznih državah. Iz definicije o storitvah, da so te neotipljive, izhaja težava v primeru, da otipljiv medij služi za

dostavo te storitve. Tako lahko prek tega medija storitev uvrstimo v kategorijo z blagom, pa čeprav je osnovni namen trgovanja storitev sama (npr. svetovalčevo poročilo, tiskano na oprijemljivem mediju). Podobno se zgodi, ko storitev prodajamo skupaj z blagom, kjer se zaradi večje pomembnosti oziroma otipljivosti celotna vrednost trgovine uvrsti v kategorijo blaga. Na primer, z nakupom nekega proizvodnega sistema so poleg strojne opreme potrebne tudi spremljevalne storitve, ki jih ni smiselno ločevati od prodaje blaga samega, kot so inštalacija programske opreme, izobraževanje, vzdrževanje in popravila.

3 GLOBALIZACIJA STORITEV

Dandanes je globalizacija zelo priljubljen izraz, ki ga uporabljajo tudi laiki, zato lahko rečemo, da je globalizacija zelo trendovska. Tako tudi storitve niso izjema in so podvržene vsem procesom globalizacije. Skratka, »rast v trgovanju, investicijah in drugih mednarodnih povezavah kaže na to, da so tudi storitve padle pod vpliv globalizacije« (Clancy, 1998, str. 128). Čeprav lahko najdemo veliko omejitev, ki ovirajo trgovanje s storitvami in celotno globalizacijo storitev, lahko najdemo tudi veliko dejavnikov, ki jo olajšujejo in spodbujajo. Tu bi predvsem navedel sporazum GATS, ki je veliko prispeval h globalnemu razvoju storitev z liberalizacijo in lažjim pretokom storitev med državami. Prav tako so pomembno vlogo na tem področju odigrale različne predvsem gospodarske integracije v svetu. Na prvem mestu je seveda Evropska unija, sledijo pa ji tudi druge, kot so NAFTA, MERCOSUR, ASEAN itd.

Pod pojmom globalizacija si običajno predstavljamo preplavljanje poceni in manj kakovostnega blaga iz držav s ceneno delovno silo. Tako bi večina pod tem pojmom navedla selitev proizvodnje znanih ameriških in evropskih podjetij na Kitajsko ali v Indijo, predvsem v tekstilni in obutveni panogi, po globljem premisleku pa bi gotovo našli tudi kakšen primer globalizacije storitev. Najbolj znani primeri so povečini iz bančnega in turističnega sveta, veliko ljudi je že slišalo za povezave med pomembnimi svetovnimi bankami in zavarovalnicami. Prav tako veliko ljudi pozna tuja turistična podjetja, ki gradijo in vlagajo v turistične infrastrukture drugih držav.

Ne nazadnje, tovrstni procesi niso niti nam prav nič daleč, saj imamo v Sloveniji kar nekaj takih primerov. Znani so nakup Nove Ljubljanske Banke s strani KBC, poslovanje znanih avstrijskih zavarovalnic v Sloveniji (npr. Grawe), nakup druge polovice delnic OMV Istrabenza s strani ÖMV iz Avstrije pa tudi prodor slovenskega Mercatorja na trge nekdanje Jugoslavije, in še in še bi jih lahko našteali. Veliko primerov lahko najdemo že v Sloveniji, še več pa na globalni ravni, zato lahko z gotovostjo rečemo, da prodor storitev na svetovni trg raste zelo intenzivno.

Opredelimo lahko več različnih trendov, ki so prispevali h globalizaciji storitev. Kot prvega lahko zagotovo navedemo zasuk gospodarstev k storitvenim dejavnostim v najrazvitejših državah sveta, ker je proizvodnja blaga našla svoje mesto predvsem v manj razvitih državah

zaradi cenovno ugodne delovne sile. Pod drugo lahko najdemo posledično zvezo med globalizacijo proizvajalcev blaga, kar je vsekakor pospešilo tudi globalizacijo storitvenih dejavnosti. Pa tudi, ker je sodobna tehnologija v precejšnji meri zmanjšala pomen državnih meja. Odpiranje nekdanjih komunističnih držav na vzhodu Evrope in razpad Sovjetske zveze sta ponudila veliko priložnosti za trgovanje s storitvami tudi v teh državah. Ne nazadnje pa sta tudi Urugvajski krog pogajanj in nastanek sporazuma GATS prispevala precejšen delež ter olajšala in uredila celotno trgovanje s storitvami. Veliko vlogo so imela tudi povezovanja držav v nadnacionalne skupke, kar je prispevalo k večjemu globalnemu povpraševanju po storitvah tudi prek nacionalnih meja (Frazer Winsted, Patterson, 1998, str. 294).

Rečemo lahko, da je globalizacija v osnovi vsekakor povezana s ceneno delovno silo, tako lahko opazimo, da veliko podjetij seli svoje klicne centre in programerske enote v druge države, kot so Indija ali vzhodna Evropa. To so predvsem omogočile sodobne učinkovite in cenene telekomunikacijske povezave, saj je zaradi njih dandanes vseeno, ali je programer določenega podjetja v sosednji sobi ali na drugem koncu sveta, kjer je njegovo delo veliko manj vredno in je za podjetje veliko ceneje. Vendar po mojem mnenju obstaja še veliko drugih pomembnih razlogov za pospešeno globalizacijo storitev poleg same cenene delovne sile.

3.1 Opredelitev mednarodnega vidika storitvenih podjetij

V zadnjem času se veliko več podjetij odloča za poslovanje na mednarodnem področju in tako nekako postajajo globalna podjetja. Sama beseda globalizacija pa je postala zelo priljubljena in se veliko uporablja, velikokrat tudi nepravilno. Pravzaprav globalizaciji pripisujemo veliko pozitivnih in veliko negativnih učinkov na svetovna gospodarstva. Beseda globalizacija je postala tako priljubljena, da v veliko primerih zamenjuje besedo internacionalizacija oziroma veliko število avtorjev izraza tudi enači in opredeljuje globalizacijo kot neko sodobnejšo obliko internacionalizacije.

Vsa storitvena podjetja, ki sicer poslujejo na različnih tržiščih, morajo zadovoljiti vsaj tri vrste ciljev: ekonomske cilje (dobičkonosnost in rast), zadovoljstvene cilje (zadovoljstvo zaposlenih, ki želijo profesionalne izzive in raznolikost) ter cilje kupcev (Aharoni, 1996, str. 13). Za dosego vseh ali nekaterih ciljev podjetja postanejo globalna podjetja, tako prek skupnih globalnih mrež ali enotnih globalnih podjetij dosežajo največjo možno stopnjo uspeha.

Internacionalizacija

Pojav internacionalizacije pomeni neko gospodarsko dejavnost v vsaj eni državi, ki ni domača (Fish, Oesterle, 2003, str. 3). Poenostavljeno rečeno se podjetje, ki posluje tudi v drugih državah, internacionalizira, stopnja pa je odvisna od deleža prihodkov ustvarjenih na tujem. Tradicionalno je sicer internacionalizacija podjetij pomenila pridobivanje vedno večje moči

prek širitve poslovanja na druge trge. Tako lahko podjetja izkoristijo prednosti, ki jim jih omogočajo trgi, večji od domačega.

Internacionalizirano podjetje lahko uživa konkurenčne prednosti v državah, v katere internacionalizira svoje delovanje prek prenosa znanja iz svoje matične države, čeprav je končna konkurenčna prednost samih podjetij v veliki meri odvisna od posameznih držav gostiteljic (Løwendahl, 2002, str. 148). Tako mora internacionalizirano podjetje preseliti del svojih stalnih sredstev v vse države delovanja in jih tam zaposliti na najoptimalnejši način, da bi lahko dosegalo konkurenčne prednosti internacionalizacije.

Globalizacija

Podjetja, ki delujejo na vsaj dveh tržiščih so že mednarodna oziroma internacionalna, vendar to še zdaleč ni dovolj za njihovo uvrstitev med globalna podjetja. Globalno podjetje posluje na različnih celinah in v različnih časovnih območjih, tako je zanje svet enotno tržišče; skratka, za globalizirano podjetje ves svet predstavlja eno tržišče. Pri tem moramo upoštevati raznolikosti, s katerimi se podjetje sooča: različni jeziki, kulture, politični sistemi, klima in izobrazbena struktura prebivalstva.

Konkurenčna prednost globaliziranega podjetja v neki državi je odvisna od konkurenčne prednosti tega podjetja v drugih državah. Tako panoga, v kateri podjetje deluje, ni le skupek domačih panog iz vseh držav, v katerih je navzoče, ampak se na svetovni ravni oblikuje kot medseboj povezana panoga, na kateri podjetja medseboj konkurirajo na globalni ravni (Løwendahl, 2002, str. 148).

Globalizacija storitvenih podjetij tako pomeni, da podjetje najprej začne delovati na mednarodnem področju oziroma se internacionalizira in se šele nato globalizira, ko celoten svet postane njegovo tržišče (Jaklič, 1999, str. 174). To pomeni, da je internacionalizacija nekega podjetja pogoj za globalizacijo in delovanje, vendar je za globalizacijo samo potreben še dodaten trud podjetja, da kot svoj trg poslovanja vidi in dojema celoten svet. Zato bom najprej na kratko opisal internacionalizacijo storitvenih podjetij in pozneje prešel na globalizacijo samo.

3.2 Internacionalizacija storitev

Storitve so bile v večini primerov obravnavane kot lokalne in storitvena podjetja za majhna ali srednje velika podjetja, ki so poslovala le na določenem omejenem območju. Kot sem že omenil, so sporazum GATS in mednarodne integracije pospešili tudi internacionalizacijo storitev ter drugačen pogled nanje. Zdaj se storitve že obravnava kot nekaj mednarodnega in nekaj, s čimer se lahko trguje.

Sama internacionalizacija delovanja podjetij pomeni širitev njihovega delovanja prek meja svoje matične države (Jaklič, 1999, str. 173). Oblik internacionalizacije, ki jih podjetja

uporabljajo, je več, najosnovnejša pa je izvoz. Druge pa so: licence, podizvajalstvo, svetovanje, pogodbeno sodelovanje, skupna vlaganja, lastna podjetja in različne oblike nekapitalskih mednarodnih povezav.

Kljub drugačnemu pogledu na storitve in izboljšanju njihove pozicije še vedno beležimo nizko rast njihove internacionalizacije (Grönroos, 1999, str. 290). Čeprav so se formalne ovire za trgovanje umaknile in je prišlo do visoke stopnje prostega trga na tem področju, veliko število necarinskih ovir, kompleksnejša narava storitvene proizvodnje in prepričanje gospodarskih subjektov, da je trgovanje s storitvami zunaj domačega območja nemogoče, še vedno ovirajo popolno prosto trgovanje. Naštejemo lahko še nekaj splošnejših ovir pri trgovanju s storitvami: pomanjkanje sredstev, premalo znanja o izvozu ter prepričanje, da bo zaradi jezikovnih in kulturnih razlik internacionalizacija storitev preveč zapletena.

Raziskave kažejo na veliko razliko med podjetji o dojemanju ovir, s katerimi se izvozniki srečujejo pri mednarodni trgovini s storitvami pri podjetjih, ki storitve že izvažajo, in tistimi, ki jih ne (Frazer Winsted, Patterson, 1998, str. 306). Podjetja, ki storitev ne izvažajo, vidijo največjo oviro v znanju in izkušnjah (know-how) o tujih trgih s storitvami ter v omejenosti sredstev. Po drugi strani pa podjetja, ki so že vključena v trgovanje, tega ne zaznavajo. Obojim so prilagajanje drugim trgov, stroški, povezani z izvozom, ter negotovost sicer ovira pri izvozu storitev, neizvoznikom pa predstavljajo nepremostljivo težavo, zaradi katere se v večini primerov niti ne upajo začeti mednarodne trgovine. Velika razlika med izvozniki in neizvozniki obstaja tudi v njihovem pogledu na storitve kot take, saj izvozniki na splošno vidijo storitve kot primerne za izvoz, neizvozniki pa njihove storitve kot popolnoma neprimerne za izvoz. Prav tako se podjetja, ki ne izvažajo, ne zavedajo višine potencialnih dobičkov, ki jih prinaša mednarodna trgovina s storitvami.

Večina literature o internacionalizaciji se nanaša na primere internacionalizacije blagovnih proizvodov. Postopek internacionalizacije naj bi se začel postopno, na začetku z manjšim obsegom z uporabo posrednih izvoznih kanalov in se nadaljeval s postopnim povečevanjem in premikom k bolj neposrednemu trgovanju z blagom. Postopno uvajanje pomaga podjetju, da se prilagodi različnim potrebam pri mednarodnem trgovanju. Pri internacionalizaciji storitev pa je ravno nasprotno, saj so podjetja takoj soočena z vsemi problemi in potrebami mednarodnih trgov in nimajo časa za prehodno obdobje, zato morajo že od začetka najti najboljšo in najprimernejšo strategijo internacionalizacije svojih storitvenih proizvodov (Grönroos, 1999, str. 291).

Tradicionalno so se storitvena podjetja odločala za internacionalizacijo svojih storitev predvsem zaradi dveh razlogov: ali so sledila svojim dozdajšnjim kupcem ali pa so na ta način aktivno iskala nove trge (Grönroos, 1999, str. 292). V sodobnem času pa se velikokrat dogaja, da zaradi sodobnih telekomunikacijskih tehnologij tuji kupci najdejo določeno storitev kar sami in zahtevajo od podjetja, da to storitev dobavi v tujino. Tako prehod na udejstvovanje na mednarodnem trgu storitev za podjetja ni več izbira ampak nuja, če želijo povečati svoje

možnosti za obstoj in za uspeh. S sodobnimi tehnologijami lahko podjetja veliko manj skrbijo za širjenje svojih trgov, saj je do določene mere tehnologija sama poskrbela za to.

Tako lahko definiramo tri splošne tipe vstopa na tuje trge pri storitvenih podjetjih, ki se medseboj ne izključujejo, ampak se dopolnjujejo (Grönroos, 1999, str. 292):

1. metoda sledenja kupcem (client-following mode),
2. metoda iskanja novih trgov (market-seeking mode),
3. metoda elektronskega trženja (electronic marketing mode).

Za potrebe proučevanja internacionalizacije storitev lahko storitve razdelimo na trde (hard) storitve (npr. arhitekturno dizajniranje, izobraževanje, zavarovalništvo in glasba) ter na mehke (soft) storitve (npr. gostinstvo, hotelirstvo in zdravstvo) (Grönroos, 1999, str. 292). Slednje zahtevajo navzočnost ponudnika in potrošnika storitve na istem mestu, se pravi, da njihova potrošnja ni ločljiva od proizvodnje. Po drugi strani pa trde storitve ne zahtevajo fizične prisotnosti obeh subjektov pri trgovanju s storitvami. Iz tega lahko sklepamo, da je razlika med mednarodno menjavo s trdimi storitvami in blagom majhna, razlika med menjavo med trdimi in mehкими storitvami pa velika.

Ko se podjetje odloči ponujati svojo storitev na mednarodnem trgu, mora najti primeren način, da je ta storitev lahko dostopna na tujem trgu. Opredelimo lahko pet glavnih strategij za internacionalizacijo storitev, ki se medseboj ne izključujejo (Grönroos, 1999, str. 293–295):

1. Neposredni izvoz

Pri strategiji neposrednega izvoza ima lahko ponudnik vso opremo locirano na svojem domačem ozemlju, vendar ko je treba, se lahko nemudoma premakne na potrošnikovo območje. Tako ni možno nikakršno postopno prilagajanje ponudnika na drugo okolje, ampak je treba storitev nemudoma proizvesti, zato se lahko pojavijo napake. Ta pristop se večinoma uporablja pri popravilih in svetovalnih storitvah.

2. Sistemski izvoz

Sistemski izvoz je najbolj tradicionalna strategija internacionalizacije storitev, saj temelji na izvozu storitev prek podpore svojim dozdejšnjim poslovnim partnerjem na tujem trgu oziroma njihovem sledenju. To strategijo uporabita dve ali več podjetij, ki skupaj nastopijo na tujem tržišču in se medseboj dopolnjujejo. Storitveno podjetje lahko spremlja drugo storitveno podjetje ali proizvodno podjetje (npr. distribucijske, čistilne ali varnostne storitve).

3. Neposredni vstop

Storitveno podjetje samo ustanovi podružnico oziroma svoje podjetje na tujem trgu. Ta strategija je ena od najbolj uporabljanih v svetu trgovanja z blagom, torej, proizvajalec ustanovi svojo prodajalno v tujini. V tem primeru je čas za učenje podjetja v tujini kratek, saj je od prvega dne soočeno s konkurenco.

4. Posredni vstop

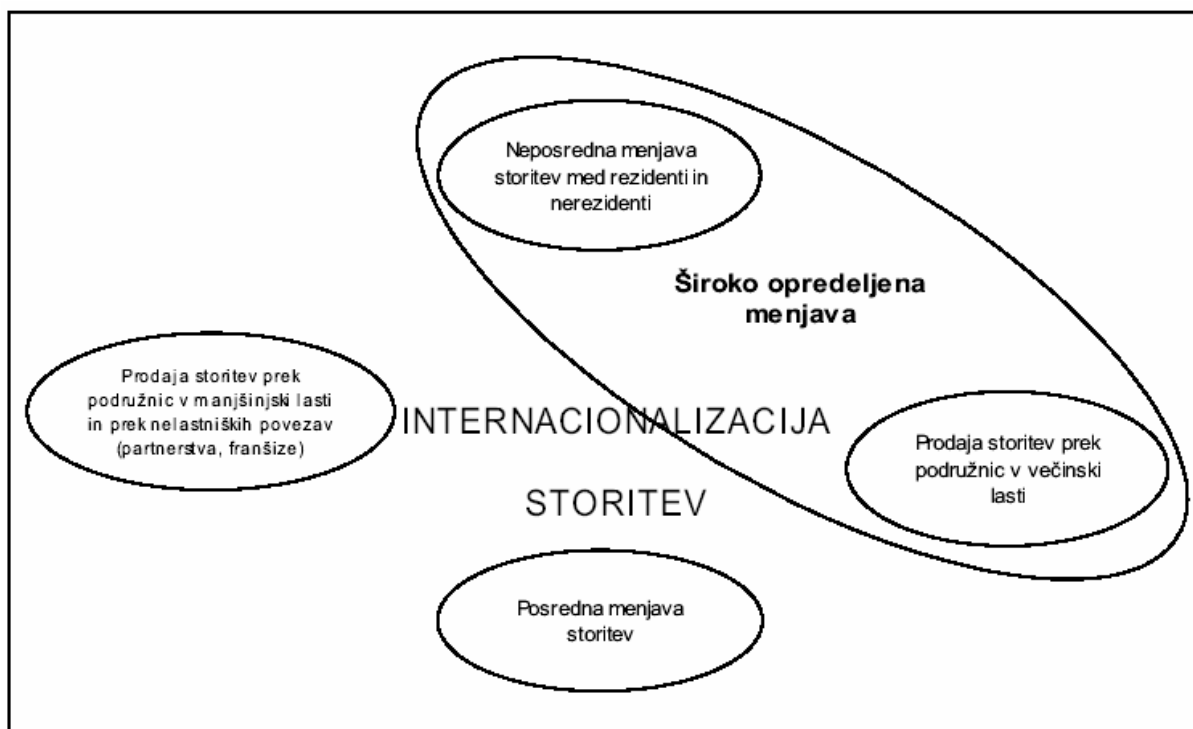
Vsem je znan franšizing podjetij na tujem trgu, še zlasti v hotelirski ali gostinski panogi (npr. McDonald's). Pri posrednem vstopu storitveno podjetje najde poslovnega partnerja v tujini, ki bo ekskluzivno prodajal storitve tega podjetja, najpogosteje prek licenčnih pogodb.

5. Elektronsko trženje

Tako kot sem že velikokrat omenil, je s sodobnimi telekomunikacijskimi tehnologijami mogoče prodreti še v tiste najodročnejše kraje sveta. Tako lahko storitveno podjetje ponudi svoje storitve prek interneta ali drugih elektronskih poti po zelo nizki ceni vrsti svetovnih potrošnikov, in to na zelo preprost način, kljub temu pa ni vezano na nobeno lokacijo. Zelo so znane spletne knjigarne (npr. Amazon.com) ali prodaje prek televizijskih zaslonov.

Internacionalizacija storitev (glej Sliko 5) zajema poleg menjave storitev, ki jih vsebuje široka opredelitev, tudi prodajo storitev prek podružnic v manjšinski lasti in prek nelastniških povezav (partnerstva, franšize) ter posredno menjavo storitev, ki je posredno vsebovana v menjavi blaga (Stare, 2002, str. 16).

Slika 5: Internacionalizacija storitev

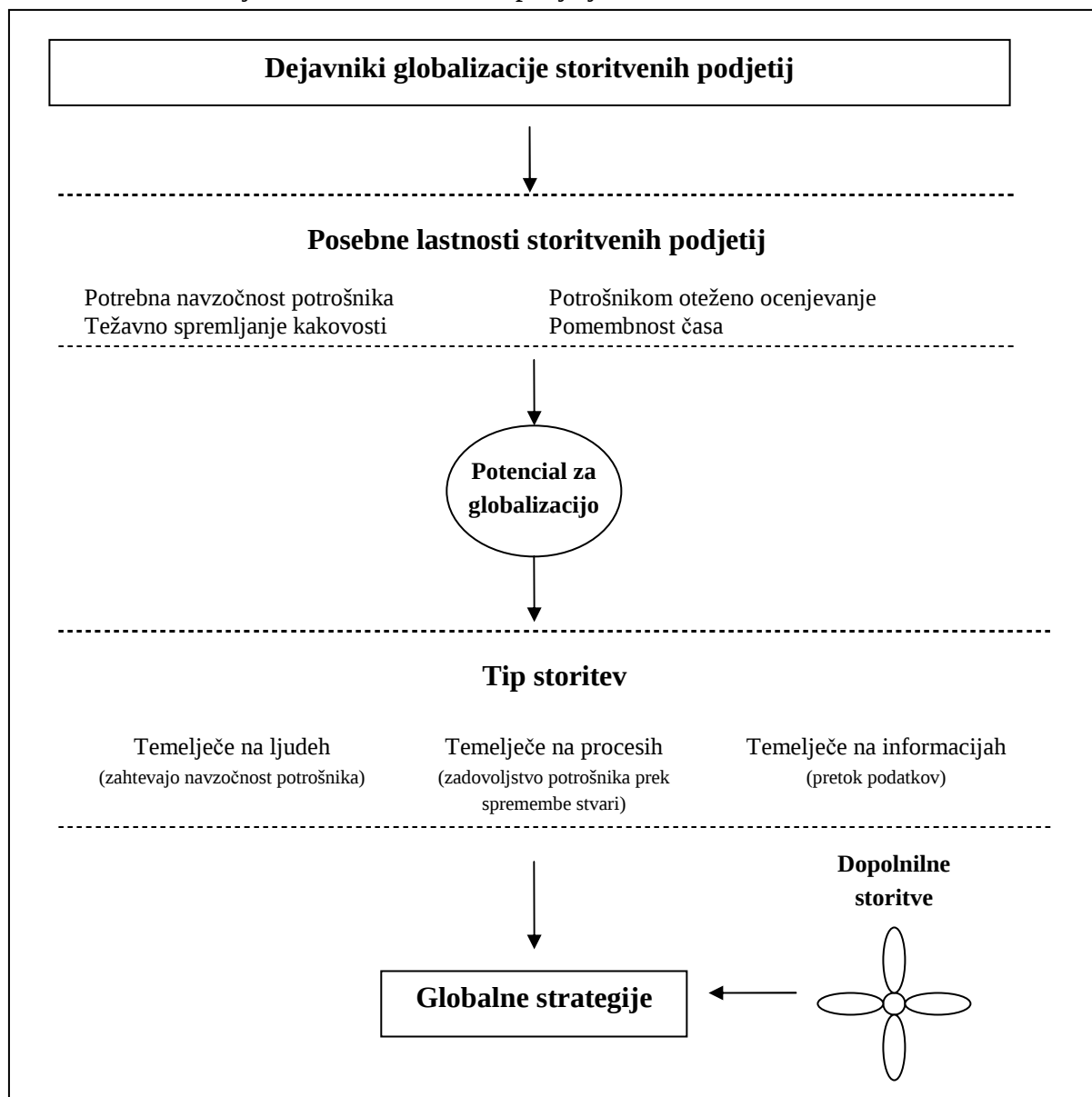


Vir: Stare, 2002, str. 15.

3.3 Globalizacijski okvir za storitvena podjetja

V okviru procesa globalizacije storitev dajejo dejavniki globalizacije zagon samim globalizacijskim potencialom, vendar je ta učinek še dodatno filtriran s posebnimi lastnostmi storitvenih podjetij. Globalizacijski potencial, ki se filtrira s tremi različnimi tipi storitev, se oblikuje v štiri globalne strategije, na katere še dodatno vplivajo dopolnilne storitve (Lovelock, Yip, 1996, str. 66). Proces je prikazan na Sliki 6.

Slika 6: Globalizacijski okvir za storitvena podjetja



Vir: Lovelock, Yip, 1996, str. 67.

3.3.1 Dejavniki, ki vplivajo na globalizacijo storitev

Glede na te dejavnike lahko storitve razvrstimo v skupine po njihovem nagnjenju h globalizaciji. Opredelimo lahko stopnjo globalizacije storitev glede na njihove lastnosti in

prisotnost globalizacijskih dejavnikov. Različni avtorji so opredelili različne dejavnike, ki vplivajo na globalizacijo storitev.

Strnemo pa jih lahko v sedem ključnih dejavnikov (McLaughlin, Fitzsimmons, 1996, str. 46–49; Lovelock, Yip, 1996, str. 72–76):

1. Stik s potrošnikom

V zadnjem času lahko znotraj globalizacije storitev opazimo, da je večina premikov povezanih s podpornimi dejavnostmi. Pri tovrstnih dejavnostih stik s kupcem ni tako pomemben kot pri osnovnih dejavnostih, zato lahko sklepamo, da je stik s potrošnikom pomemben dejavnik, ki vpliva na globalizacijo storitev. Globalizacija osnovnih dejavnosti je, po drugi strani, povezana s pomembnimi kulturnimi prilagoditvami, npr. z učenjem jezika tujega okolja. Posledica tega je, da je globalizacija storitev, ki zahtevajo veliko stika s potrošnikom, danes velik izziv zaradi jezikovnih in kulturnih ovir.

2. Prilagoditev potrošniku

S potrebo po večji prilagoditvi storitev potrošniku se oteži globalizacija določene storitve. Za uspešno komunikacijo med podjetjem in potrošnikom storitve mora podjetje natančno poznati potrošnikove želje in potrebe; tako se mu lahko prilagodi. Tudi tu nastanejo jezikovne in kulturne ovire, ki lahko preprečijo komunikacijo med stranema in posledično otežijo pot globalizaciji določene storitve. Po drugi strani pa lahko na ta dejavnik gledamo obrnjeno, s strani skupnih potrošniških potreb, saj imajo storitve, katerih potrošniki imajo enake potrebe, večje globalizacijske potenciale. Seveda pa se tu pojavlja problem v razmerjih med globalno standardizacijo in lokalno diverzifikacijo.

3. Kompleksnost

Glede na stopnjo kompleksnosti dela lahko opravljanje storitev razdelimo na dve različici: opravljanje nekega visoko rutinskega dela ali opravljanje zahtevnejšega dela, ki lahko vodi do razvoja določenih znanj in spretnosti ter posledično do zanimivejšega in kompleksnejšega dela. Pri prvi možnosti delavci opravljajo rutinsko delo za majhne vsote denarja, ki so za njih sicer zadovoljive, vendar v globalnem svetu zelo konkurenčne. Po drugi strani pa sprejetje zahtevnejšega dela, za katero je sicer potrebno določeno znanje, vendar je za visoko izobraženo delovno silo v razvitih državah nezahtevno, lahko vodi k vedno višji stopnji znanja in opravljanju zahtevnejših nalog. Tako lahko rečemo, da nizka kompleksnost sicer spodbuja določeno stopnjo globalizacije storitev, vendar ta ostane na nizki stopnji, srednje kompleksne storitve pa omogočijo globalizacijo storitev in vodijo v še dodatno spodbujanje nadaljnje globalizacije z vedno večjo stopnjo kompleksnosti.

4. Gostota informacij

V zadnjem času so prav sodobne telekomunikacijske tehnologije kar največ prispevale h globalizaciji storitev, pravzaprav je v času informacijske dobe globalizacija storitev

naletela na plodna tla in doživela pravi razcvet. Informacijsko intenzivne panoge so bile prve v globalizaciji storitev, saj lahko rečemo, da je informacija tudi globalizirana, ko je enkrat digitalizirana (npr. finančne ali turistične storitve, ki so močno globalizirane).

5. Kulturna prilagoditev

Z globalizacijo storitev se podjetjem poraja pomembno vprašanje, ali naj ponujeno storitev prilagodijo porabnikom tuje kulture ali naj jih opravljajo tako, kot bi to počeli doma, v svoji kulturi. To vprašanje je močno povezano s prvim in drugim dejavnikom, saj tudi tukaj igrajo pomembno vlogo jezik in kultura tuje države, v katero storitveno podjetje, ki želi storitev globalizirati, vstopa. Če je potrebna visoka stopnja prilagoditve drugi kulturi, je lahko ta dejavnik v primerih globalizacije osnovne storitve velika ovira, v nasprotnem primeru globalizacije podpornih dejavnosti pa nekoliko manj.

6. Delovna intenzivnost

Prav delovno intenzivne storitve pospešeno iščejo načine njihove globalizacije. Storitvena podjetja bi rada našla priložnosti za globalizacijo v okoljih s ceneno delovno silo, kar je še zlasti primerno za delovno intenzivne storitvene panoge. Tovrstne dejavnosti lahko na enostaven način globalizirajo podporne dejavnosti, vendar je pri tem treba investirati v učinkovite informacijske in računalniške sisteme, ki bodo na hitro in stroškovno ugodno povezali dele podjetij.

7. Drugi dejavniki

Dejavniki, kot je oddaljenost, so v sodobnem času vse manj pomembni in le malo vplivajo na globalizacijo storitev. Vendar bi po drugi strani v to skupino lahko uvrstili dejavnika, ki sta tudi pomembna za globalizacijo storitev: fleksibilnost in javna politika. Za podjetja, ki želijo globalizirati svoje storitve, je pomembno, da najdejo zadovoljivo število fleksibilne delovne sile in da so tuje države naklonjene globalizaciji. Države bi morale zagotoviti podobne pogoje za privabljanje storitvenih podjetij, kot so to počele za privabljanje proizvodnih podjetij, na primer, pri izgradnji infrastrukture, davčnih olajšavah in kvalificirani delovni sili. Po drugi strani pa lahko države močno omejijo globalizacijo storitev prek carin, kvot in drugih neparitskih ukrepov.

3.3.2 Strategije globalnih storitvenih podjetij

Opredelimo lahko pet osnovnih globalnih strategij, ki se medseboj ne izključujejo, ampak lahko nastopajo hkrati, v Tabeli 4 na strani 33 pa je prikazan povzetek najpomembnejših prednosti in nevarnosti, ki ji prinese vsak dejavnik globalizacije k vsaki globalizacijski strategiji (McLaughlin, Fitzsimmons, 1996, str. 50–55):

1. Večdržavna razširitev

Strategija obsega razširitev poslovanja na več različnih območij oziroma držav, ki jo dosežemo s franšizingom ali pristopom »rezanja piškotov« (»cookie cutter« approach), hitrim kloniranjem storitve na različne lokacije. Ta strategija je primerna, ko morajo biti

potrošniki navzoči na kraju proizvodnje storitve same in kadar so tovrstne storitve zelo rutinske (npr. McDonald's).

Za uporabo te strategije je potrebna določena stopnja kulturne prilagoditve, saj je prihod na trg drugih držav pogojen s tem, kako bodo potrošniki sprejeli določeno storitev. Po drugi strani pa prilagoditev potrošniku ter kompleksnost storitve nista pomembna dejavnika, ker so storitve, kot smo jih že prej opredelili, rutinske. Prav tako pa je z gostoto informacij, ki sicer kot dejavnik ni pomembna, zaradi razvitih telekomunikacijskih tehnologij, ki z nizkimi stroški medseboj povežejo dele podjetja na različnih lokacijah po svetu.

2. Uvoz kupcev

V primerjavi s predhodno strategijo je ta ravno nasprotna. Prejšnja je temeljila na podvajanju storitve na več lokacij po svetu, ta pa temelji na uvozu potrošnikov k podjetju, ki to storitev ponuja. Za uspeh te strategije je potrebno, da so se potrošniki pripravljeni tudi marsičemu odreči in potovati v oddaljeni kraj ter tam ostati nekaj časa, dokler bi storitev potrošili (npr. znane univerze, zdravstvene ustanove ali turistični kraji). Storitev mora biti tako enkratna, da potrošnika pripravi k vsemu temu, se pravi v nasprotju s prejšnjo, ki je bila rutinska in se je približala k potrošniku samemu.

Pri uporabi te strategije je potrebna določena stopnja kulturne prilagoditve, še zlasti v obliki jezikovnih spretnosti, saj imamo v takih primerih veliko število potrošnikov iz različnih krajev sveta. Dejavnika prilagajanja potrošniku in kompleksnosti storitve povzročita diferenciacijo storitve, potrebna pa je tudi transportna infrastruktura.

3. Sledenje kupcem

Pri strategiji sledenja kupcem ne gre za delovanje storitvenih podjetij v tuji državi za potrebe lokalnega prebivalstva in niti za sledenje svojih dozdajšnjih potrošnikov v tujino in nadaljevanje poslovanja z njimi, ampak za sledenje domačim potrošnikom, ki so v tujini kot obiskovalci ali izseljenci. To pomeni, da storitvena podjetja v tujih državah povečini iščejo partnerje, s katerimi bi lahko sledili kupcem iz svojih domačih držav v tujino. Seveda ima ta strategija tudi veliko pomanjkljivost, in sicer, da podjetja ne upoštevajo velikega trga, ki jim ga ponuja tuja država, v kateri delujejo. Tako imajo domača podjetja v teh državah proste roke za neovirano rast, ker lahko ta podjetja s časom postanejo močna, kar pa pomeni mednarodno zaostrovanje konkurence.

V takih primerih trg storitev največkrat ni zadovoljivo velik, zato se morajo podjetja vprašati, ali naj raje sledijo svojim kupcem in njihovim potrebam, ali naj se preusmerijo na domače potrošnike in sledijo njihovim potrebam, ali kombinirajo oboje. Prav v teh primerih majhnosti izseljenskega trga je najprimerneje skleniti partnerstvo z domačim podjetjem, vendar bo tako storitev treba prilagoditi lokalnemu okolju, da bi zadovoljevala njihove potrebe.

4. Razvezovanje storitev

Ta strategija temelji na ločevanju delov proizvodnega procesa storitev na tiste, ki imajo stik s kupcem oziroma potrošnikom, in na tiste, ki tega stika nimajo (front room in back room). Tako bi lahko storitvena podjetja dele, ki nimajo stika s kupcem, ločila od drugih in jih globalizirala (npr. obdelava bančnih podatkov je lahko v drugi državi ločena od same banke, ki ima stik s kupci, ta pa mora ostati v domači državi). Tako lahko storitveno podjetje izkoristi veliko prednosti, ki mu jih omogoča proizvodnja določenih storitev v drugih državah, a kljub temu bi lahko na domačem trgu poslovala enako kot do zdaj. Zelo pomembno vlogo pri tej strategiji pa imajo telekomunikacijske tehnologije, ki sploh omogočijo ločevanje določenih delov in neovirano delo med vsemi deli podjetja. Zato se morajo podjetja naučiti ločevati med deli procesa, ki so fizični, in tistimi, ki so informacijski, slednje pa je v današnjem svetu mogoče opravljati kjer koli na svetu.

Kompleksnost storitev je danes vedno manjša ovira, saj se večinoma lahko najdejo poti, ki omogočajo razvezovanje storitev in selitev delov, ki so informacijsko intenzivni. Poleg tega pa je na svetovni ravni veliko držav, ki ponujajo nezaposleno in ceneno delovno silo z visoko izobrazbo.

5. Premagovanje časa

Strategija premagovanja časa temelji na razlikah v uri po različnih delih sveta oziroma časovnih pasovih. To razliko lahko podjetja izkoristijo v svoj prid, predvsem za nemoteno oskrbo potrošnikov in zmanjševanje stroškov poslovanja. Tako lahko podjetja omogočajo nenehno 24-urno podporo svojim potrošnikom, ne da bi imela nepotrebne stroške zaradi nočnega dela. Tudi pri tej strategiji je potrebna sodobna informacijska tehnologija, ki omogoča nemoteno povezovanje delovnih centrov po svetu.

Da bi lahko merili globalizacijsko strategijo storitvenega podjetja na lestvici med internacionalnim in globalnim, definiramo pet globalnih vzvodov strategije. Na strani globalnega so (Aharoni, 1996, str. 14):

- prisotnost na globalnem trgu – izbira držav na podlagi njihovega potenciala za prispevek k učinkom globalizacije in ne samo na podlagi privlačnosti trga,
- globalne storitve – standardizirana storitev za globalno trženje,
- globalna lokacija dejavnosti, ki ustvarjajo dodano vrednost – veriga dodane vrednosti je razbita na več delov, tako da se lahko vsak delček opravlja v drugi državi,
- globalno trženje – standarden trženjski pristop se uporablja po vsem svetu,
- globalno konkurenčno delovanje – enaki prijemi za povišanje konkurenčnosti so uporabljeni v vseh državah hkrati.

Tabela 4: Na kaj je treba biti pozoren pri izbiri globalne storitvene strategije

Dejavniki globalizacije	Globalne storitvene strategije					
	Večdržavna razširitev	Uvoz kupcev	Sledenje kupcem	Razvezovanje storitev	Premagovanje časa	
	Stik s potrošnikom	Šolanje lokalnih delavcev	Razvoj tujih jezikovnih in kulturnih spretnosti	Razvoj tujih potrošnikov	Specializacija v dele storitev z ali brez stika s potrošniki	Zagotovitev daljših urnikov izvajanja storitev
	Prilagoditev potrošniku	Večinoma standardna storitev	Strateška priložnost	Lokalna prenova	Bolje spoznavanje delov storitev	Večja potreba po zanesljivosti in koordinaciji
	Kompleksnost	Večinoma rutinske	Strateška priložnost	Spreminjanje operacij	Osredotočenje na priložnosti	Zgoščevanje časa
	Gostota informacij	Satelitske mreže	Koristi na samem kraju	Selitev izkušenih managerjev	Lahko zahteva visoke investicije	Izkoriščanje priložnosti
	Kulturna prilagoditev	Spreminjanje storitev	Nastanitev tujih gostov	Lahko neizbežna za doseganje uspeha	Obvladanje različnosti delavcev	Potrebni skupni jezik
	Delovna intenzivnost	Zmanjšani stroški dela	Povečani stroški dela	Zaposlovanje lokalnega osebja	Zmanjšani stroški dela	Zmanjšani stroški dela
	Drugi dejavniki	Državne ovire	Obvladanje logistike	Nezadovoljiva infrastruktura	Trženje razvezanega dela	Kapitalske investicije

Vir: McLaughlin, Fitzsimmons, 1996. str. 50.

3.4 Neposredne tuje investicije (NTI)

Storitvena podjetja se globalizirajo različno. Najpogostejši načini, da podjetja vstopajo na globalne trge, je mednarodna razširitev dejavnosti podjetij prek mednarodne menjave, neposrednih tujih investicij (NTI) in drugih načinov (npr. licenciranje, podizvajalstvo ali franšizing). Tradicionalno je bilo najbolj razširjeno mednarodno trgovanje s storitvami, kar izvira iz tradicije mednarodnega trgovanja z blagom, ki so mu storitve sledile. Po drugi strani pa se v zadnjem času vedno bolj uveljavlja drugi način, prek neposrednih tujih investicij. Tu gre za prodajo storitev prek tujih podružnic multinacionalnih podjetij (MNP), kar počasi po velikosti prehiteva mednarodno trgovanje s storitvami. Drugi načini pa so med navedenimi najtežje merljivi in tako tudi slabše opredeljeni.

Neposredne tuje investicije igrajo pri globalizaciji storitev veliko pomembnejšo vlogo kot pri globalizaciji blaga prav zaradi določenih specifičnih lastnosti storitev. Pri pogledu na podatke za mednarodno menjavo storitev opazimo, da samo ena desetina svetovne proizvodnje storitev vstopa v mednarodno menjavo, v nasprotju z več kot polovico svetovne proizvodnje blaga, ki vstopa v mednarodno menjavo (WIR, 2004, str. 97). Velikemu številu storitev lahko pripišemo netrgovalnost, potrebo po fizični prisotnosti ponudnika in potrošnika ter številne domače ovire, ki zahtevajo lokalno prisotnost, zaradi katere so NTI in ustanavljanje tujih

podružnic na nekaterih območjih edini način za podjetje, ki želi globalizirati svoje poslovanje s storitvami (Mallampally, Zimny, 2002, str. 25). Vendar lahko zaradi pospešenega razvoja telekomunikacijske tehnologije pričakujemo spremembo tudi na tem področju v prid večje neodvisne globalizacije storitev.

Mednarodni denarni sklad je v priročniku *Balance of Payments Manual* (1993, str. 86) za neposredne tuje investicije navedel, da se le-te nanašajo na investicije v nabavo trajnih deležev v nekem gospodarstvu, ki ni ista kot investitorjeva, pri tem pa je investitorjev cilj imeti učinkovit glas pri ravnanju s podjetjem. Delež investicije, pri kateri lahko govorimo za NTI, je različen od države do države. Po SNA 1993 pa je za to potrebnih deset odstotkov ali več navadnih delnic oziroma glasovalne pravice (Manual on Statistics of International Trade in Services, 2002, str. 19).

Namen NTI je pridobiti trajni delež s strani domače entitete v neki državi (neposredni investitor) v podjetju iz neke druge države (neposredno investicijsko podjetje) (Manual on Statistics of International Trade in Services, 2002, str. 18). Trajni delež pomeni obstoj dolgoročne vezi med njima, kakor tudi neka mera soodločanja oziroma moči medsebojnega vplivanja podjetij. NTI pomeni začetno transakcijo med podjetjema, kakor tudi vse nadaljnje finančne transakcije med njima oziroma vsemi drugimi pridruženimi podjetji.¹⁴

Pri proučevanju NTI v povezavi s storitvami se srečamo s številnimi težavami, saj težko določimo trdno mejo med portfeljskimi investicijami in NTI, po drugi strani pa tudi težko ločimo med tokovi v industrijo in storitvene dejavnosti. Večina analiz NTI v mednarodnih tokovih, ki se nanašajo na storitveno dejavnost, temelji na stogu in toku NTI, ki ju zbereta domača in gostujoča država (Liberalizing International Transactions in Services, 1994, str. 13).

Tok NTI zajema celoten obseg investiranega kapitala (neposredno ali prek drugih povezanih podjetij) s strani investitorja v neposredno investicijsko podjetje oziroma celoten obseg kapitala, ki ga prejme investicijsko podjetje od investitorja. Po drugi strani pa je stog NTI vrednost deleža kapitala in rezerv matičnega podjetja in neto zadolženost podružnic pri matičnem podjetju. NTI obsegajo tri komponente (WIR, 2004, str. 345):

- Lastniški kapital – predstavlja nakup deleža tujega podjetja s strani neposrednega investitorja v državi, ki ni njegova domača,
- Reinvestirani dobički – obsegajo delež investitorjevega dobička, ki ni namenjen izplačilu dividend ali vrnjen investitorju, je pa reinvestiran,

¹⁴ Na tem mestu velja omeniti tudi mednarodna strateška partnerstva med podjetji, ki ne pomenijo NTI in nakupa dela podjetja, ampak v veliki meri prispevajo h globalizaciji storitev. Zelo aktualna so partnerstva na področju storitvenega sektorja med letalskimi prevozniki, predvsem zato, ker so prevzemi ali združitve včasih onemogočeni zaradi državnih regulativ (Seristö, 2002, str. 258).

- Posojila med podjetji – predstavljajo kratko- in dolgoročna posojila med investorjem in investicijskim podjetjem.

Neposredne tuje investicije so v večini primerov tudi pogoj za trgovanje s storitvami po tretjem načinu, komercialni prisotnosti. Prav zato sta pomembna tudi njihovo proučevanje ter njihova analiza. Poleg tega NTI predstavljajo pomembne podatke za natančnejše zajemanje podatkov o mednarodni trgovini s storitvami, prek prodaje storitev s strani tujih podružnic multinacionalnih podjetij. Pri menjavi storitev po tem načinu pridemo v skrajnost, ko to ni več mednarodna menjava storitev, ampak domača, zato si moramo pomagati s podatki za NTI in prodajo podružnic.

Pri NTI in globalizaciji sami nastajajo t. i. multinacionalna podjetja (MNP), ki trgujejo po vsem svetu s svojimi storitvami. Glavne lastnosti, ki predstavljajo konkurenčno prednost za storitvena MNP temeljijo predvsem na znanju (Grosse, 2002, str. 220):

- poznavanje strank in dobri medsebojni odnosi s strankami,
- globalna razsežnost sistema podružnic storitvenega podjetja,
- metodologija za storitveno proizvodnjo,
- poznavanje storitvenega trga,
- managerska znanja,
- tehnična in specializirana znanja.

3.4.1 Rast NTI v storitvenem sektorju

Neposredne tuje investicije so v zadnjih letih glavni dejavnik v vse večji globalizaciji mednarodnega gospodarstva. Njihova rast je bila veliko večja kot rast same produktivnosti in mednarodnega trgovanja na globalni ravni. Že prej sem omenil, da se je razporeditev po sektorjih v svetovnih gospodarstvih premaknila močno v prid storitvam, podobno se je zgodilo tudi na področju NTI.

V petdesetih letih prejšnjega stoletja je bila glavnina NTI usmerjena v primarni sektor in predelovalne industrije. Rast NTI v smeri storitvenega sektorja je vztrajno potekala v sedemdesetih in osemdesetih letih, ko je dosegala le 25 oziroma 40 odstotkov celotnih NTI, v letu 2002 pa je dosegla že 60 odstotkov celotnih svetovnih NTI ali približno štiri milijarde USD (Mallampally, Zimny, 2002, str. 26; Stare, 2004, str. 196).¹⁵ Rast NTI v storitvenem sektorju lahko v veliki meri pozitivno vpliva na celotno gospodarstvo držav prejemnic NTI prek povečanja produktivnosti, produktivnosti in ponudbenih zmogljivosti držav. Po drugi strani pa je treba tudi opozoriti na tveganje in dodatne stroške, ki lahko prinesejo NTI (WIR, 2004, str. 97).

¹⁵ Za primerjavo so skupne NTI v države srednje in vzhodne Evrope v letih 2002 in 2003 padle z 31 milijard na 21 milijard USD, predvsem zaradi končane privatizacije. Vendar srednjeročne napovedi predvidevajo pozitiven trend (Vapenikova, 2004, str. 8).

Vztrajna rast neposrednih tujih investicij v storitvenem sektorju je prinesla številne različne tipe globalizacije storitev prek NTI (Mallampally, Zimny, 2002, str. 26-27):

- globalizacija storitvenih multinacionalnih podjetij – ko matično storitveno podjetje poseže po NTI v isti panogi kot že samo deluje,
- globalizacija korporacijskih storitev podjetij iz primarnega in sekundarnega sektorja – notranje storitve za podjetje opravi druga poslovna enota v tujini,
- globalizacija korporacijskih storitev s strani multinacionalnih podjetij – investiranje v tuje storitvene podružnice, ki ne delujejo v isti panogi kot matično podjetje, z namenom proizvodnje notranjih storitev ali diverzifikacije aktivnosti,
- ustanovitev tujih podružnic matičnih podjetij iz vseh gospodarskih sektorjev, namenjene izvajanju določenih nalog za matično podjetje ali korporacijske mreže, in ne proizvodnjo storitev samih,
- podružnice v storitvenih panogah, ki ne spadajo v nobeno od zgoraj naštetih kategorij storitvenih NTI (npr. NTI v nepremičnine).

Podatki za neposredne tuje investicije podcenjujejo celotne globalizacije storitvenih podjetij in panog zaradi dveh razlogov. Prvič zato, ker sama definicija NTI zajema minimalno mejo lastniškega deleža v neposrednem investicijskem podjetju (vsaj deset odstotkov navadnih delnic), ne vključuje pa zelo pomembnega dela nelastniških povezav med podjetji (Mallampally, Zimny, 2002, str. 29). Za globalizacijo storitev so zelo pomembne tudi povezave med podjetji, ki ne zadovoljijo prej navedenega kriterija. To pomeni, da spremljanje globalizacije storitev s pomočjo NTI ne upošteva franšizne, menagerske in partnerske pogodbe, ki so uporabljane v številnih panogah, kot so restavracije, hotelirstvo, izposoja avtomobilov, poslovne storitve, itd. Drugič pa podatki za NTI ne zajemajo storitvenih podjetij, ki vlagajo v druge nestoritvene panoge. Sicer pa je delež ne zajetih podatkov manjši v primerjavi s prej naštetimi.

Hitra rast NTI v storitvenem sektorju je pospešila globalizacijo storitvenih podjetij in panog, vendar kljub temu lahko opazimo, da je stopnja globalizacije še vedno večja na strani industrijskega sektorja (Mallampally, Zimny, 2002, str. 31). To lahko opazimo tako pri sami globalizaciji storitvenih podjetij kot tudi storitvenih sektorjev gostujočih držav NTI. Za to lahko navedemo dva razloga. Prvič, da sta rast storitvenega sektorja v nacionalnih gospodarstvih in vzpostavitev neke konkurenčne prednosti storitvenih podjetij dokaj mlada pojava. Po drugi strani pa se je tudi liberalizacija storitvenega sektorja začela pred kratkim, posledično je bila prosta pot za NTI v storitvenem sektorju nakazana zelo pozno. Vsekakor pa lahko rečemo, da so storitvene panoge veliko manj transnacionalizirane kot proizvodne.

Iz Tabele 5 na strani 37 lahko vidimo porazdelitev stoga NTI v storitvenem sektorju po panogah v letih 1990 in 2002 v različnih skupinah držav. Tako v vhodnem in izhodnem stogu NTI lahko opazimo, da finančne storitve izstopajo po svojem deležu v vseh skupinah držav. Poleg finančnih storitev so še trgovina in poslovne storitve, ki ne zaostajajo veliko. Na drugi strani pa vidimo, da je delež vseh drugih storitvenih panog precej manjši. Do leta 2002 se je

položaj drugih storitev sicer po večini izboljšal, kljub temu pa je z izjemo transporta, hrambe in telekomunikacij še vedno v precejšnjem zaostanku.¹⁶

Tabela 5: Porazdelitev stoga NTI v storitvenem sektorju po panogah v letih 1990 in 2002 (v odstotkih)

Panoga	1990			2002			
	Razvite države	Države v razvoju	Svet	Razvite države	Države v razvoju	Srednja/ vzhodna Evropa	Svet
A. Vhodni stog NTI							
Storitve skupaj	100	100	100	100	100	100	100
Električna energija, plin in voda	1	2	1	3	4	6	3
Gradbeništvo	2	3	2	1	3	5	2
Trgovina	27	15	25	20	14	21	18
Hotelirstvo in gostinstvo	3	2	3	2	2	2	2
Transport, hramba in komunikacije	2	8	3	11	10	24	11
Finance	37	57	40	31	22	29	29
Poslovne storitve	15	5	13	23	40	10	26
Javna uprava in obramba	-	-	-	-	-	-	-
Izobraževanje	-	-	-	-	-	-	-
Zdravstvene in socialne storitve	-	-	-	-	-	-	-
Skupnostne, socialne in osebne storitve	2	-	2	1	1	1	2
Ostale storitve	10	8	9	4	4	2	2
Nerazvrščene terciarne dejavnosti	2	1	2	2	2	-	5
B. Izhodni stog NTI							
Storitve skupaj	100	100	100	100	100	100	100
Električna energija, plin in voda	1	-	1	2	-	2	2
Gradbeništvo	2	2	2	1	2	2	1
Trgovina	17	16	17	10	12	17	10
Hotelirstvo in gostinstvo	1	-	1	2	2	-	2
Transport, hramba in komunikacije	5	4	5	11	7	19	11
Finance	48	62	48	35	22	39	34
Poslovne storitve	6	11	7	34	54	19	36
Javna uprava in obramba	-	-	-	-	-	-	-
Izobraževanje	-	-	-	-	-	-	-
Zdravstvene in socialne storitve	-	-	-	-	-	-	-
Skupnostne, socialne in osebne storitve	-	-	-	-	-	-	-
Ostale storitve	13	5	13	2	2	2	2
Nerazvrščene terciarne dejavnosti	6	-	6	3	-	-	3

Vir: WIR, 2004, str. 99.

Tabela 6 na strani 38 kaže porazdelitev stoga NTI v storitvenem sektorju po skupinah držav v letih 1990 in 2002 v različnih storitvenih panogah. Tu lahko ugotovimo močno dominantnost razvitih držav, ki prevladujejo prav v vseh storitvenih panogah. V izhodnem stogu imajo razvite države neprimerno večjo zastopanost kot v vhodnem. Skozi leta opazimo znatni premik stoga NTI v storitvah v prid državam v razvoju, še zlasti pri vhodnih NTI, države srednje in vzhodne Evrope pa še vedno močno zaostajajo tudi za državami v razvoju. Iz

¹⁶ Nekatere storitvene panoge povečini obvladajo multinacionalna podjetja (MNP) iz ene ali malo držav, druge storitvene panoge pa MNP iz velikega števila držav. Na primer, storitve managerskega svetovanja v veliki večini obvladujejo MNP iz ZDA, storitve inženirskega svetovanja pa opravljajo MNP iz veliko različnih držav (Nachum, 2002, str. 82).

slednjega lahko sklepamo na precejšnji premik med državami gostiteljicami in matičnimi državami za NTI v storitvah.

Tabela 6: Porazdelitev stoga NTI v storitvenem sektorju po skupinah držav v letih 1990 in 2002 (v odstotkih)

Panoga	1990			2002			
	Razvite države	Države v razvoju	Svet	Razvite države	Države v razvoju	Srednja/ vzhodna Evropa	Svet
A. Vhodni stog NTI							
Storitve skupaj	83	17	100	72	25	3	100
Električna energija, plin in voda	70	30	100	63	32	6	100
Gradbeništvo	77	23	100	47	45	8	100
Trgovina	90	10	100	78	19	4	100
Hotelirstvo in gostinstvo	87	13	100	70	26	3	100
Transport, hramba in komunikacije	58	43	100	71	22	7	100
Finance	76	24	100	77	20	3	100
Poslovne storitve	93	7	100	61	38	1	100
Javna uprava in obramba	-	-	100	99	1	-	100
Izobraževanje	100	-	100	92	4	4	100
Zdravstvene in socialne storitve	100	-	100	67	32	1	100
Skupnostne, socialne in osebne storitve	100	-	100	91	8	2	100
Ostale storitve	85	15	100	61	36	3	100
B. Izhodni stog NTI							
Storitve skupaj	99	1	100	90	10	-	100
Električna energija, plin in voda	100	-	100	100	0	-	100
Gradbeništvo	99	1	100	80	20	-	100
Trgovina	99	1	100	88	12	-	100
Hotelirstvo in gostinstvo	100	-	100	90	10	-	100
Transport, hramba in komunikacije	99	1	100	93	7	-	100
Finance	98	2	100	93	7	-	100
Poslovne storitve	98	2	100	84	16	-	100
Javna uprava in obramba	-	-	100	100	-	-	100
Izobraževanje	100	-	100	100	-	-	100
Zdravstvene in socialne storitve	100	-	100	100	-	-	100
Skupnostne, socialne in osebne storitve	100	-	100	99	1	-	100
Ostale storitve	100	1	100	90	10	-	100

Vir: WIR, 2004, str. 100.

3.4.2 Oddaja del v tujino in zunanje izvajanje dejavnosti

V sodobnem času veliko število podjetij s pridom izkorišča možnosti oddajanja del v tujino (offshoring) in zunanjega izvajanja dejavnosti (outsourcing). Ti dve strategiji sta se začeli uporabljati v osemdesetih letih predvsem v ZDA, pozneje pa sta doživeli veliko priljubljenost v svetu. Predvsem v devetdesetih letih sta doživeli pravi razcvet v visoko razvitih državah, tako da sta danes povsem vsakdanja procesa, ki sta se razširila v bolj ali manj vse svetovne države. Procesa danes vidimo kot najintenzivnejša dejavnika globalizacije storitev, saj podjetja tako poslujejo s storitvami po vsem svetu.¹⁷

¹⁷ Zunanje izvajanje dejavnosti še posebno storitvenih dejavnosti privede k večjemu pomenu storitev v družbi, saj proizvodna podjetja dajo del svojih storitvenih dejavnosti v zunanje izvajanje, kar pomeni, da so zdaj te storitve na družbeni ravni zajete kot storitve, in ne več le kot del proizvodov.

V začetku uporabe oddaje del v tujino in zunanjega izvajanja dejavnosti so podjetja najemala predvsem skromne storitve, ki so jih lahko brez težav opravila zunanja podjetja, na primer čistilna podjetja pa za izvajanje transporta in varovanje objektov (Ogorelc, Kovačič, 2002, str. 117). Šele pozneje, s pridobitvijo zaupanja v zunanje izvajalce, so podjetja začela najemati druga podjetja ali oddajati dela v tujino tudi za kompleksnejše storitve, kot so informatika, računovodstvo, logistika itd. Ne nazadnje pa so v sodobnem času podjetja začela veliko bolj intenzivno uporabljati te procese, prav tako pa so tudi srednje velika in majhna podjetja začutila potrebo po zunanjem izvajanju.

Do največjega razcveta oddaje del v tujino in zunanjega izvajanja dejavnosti v storitvenem sektorju je prišlo z razvojem komunikacijsko-informacijske tehnologije. Kot sem že velikokrat omenil, je bila prav ta tehnologija vodilna sila pri globalizaciji storitvenih dejavnosti, v veliki meri prav prek oddaje del v tujino in zunanjega izvajanja dejavnosti.¹⁸

Izraza oddajanje del v tujino in zunanje izvajanje dejavnosti nekateri avtorji sicer enačijo, vendar je med njima bistvena razlika (glej Sliko 7 na strani 40). Tako pri procesu oddajanja del v tujino podjetje oddaja izvajanje nekaterih delov svoje storitvene dejavnosti drugim podjetjem ali svojim podružnicam v tujini, v nasprotju s procesom zunanjega izvajanja dejavnosti, pri katerem pa podjetja oddajajo del svojih storitvenih zmogljivosti drugim podjetjem, ta pa so lahko v tujini ali doma (WIR, 2004, str. 147). Osnova in namen obeh procesov pa sta sicer podobna, tj. izkoristiti stroškovne ugodnosti, ki jih nudita (npr. cenena delovna sila v drugih državah). Tako nekatere storitve ostanejo v domači državi ali pa se razporedijo med razvitimi državami zaradi visoko izobražene delovne sile, druge pa se predvsem zaradi nižjih stroškov delovne sile premaknejo v države v razvoju.¹⁹

Uspešnost poslovne odločitve je zelo pomembna, za doseganje visoke uspešnosti pa si je treba zastaviti trdne in dobre cilje znotraj podjetja, zunanje izvajanje dejavnosti pa ni nikakršna izjema. Cilji, ki si jih podjetja večinoma zastavijo pri odločanju za zunanje izvajanje dejavnosti, so (Ogorelc, 2001, str. 455):

- znižati stroške,
- izboljšati kakovost izvajanja dejavnosti,
- usmeriti vse sile na ključno dejavnost, ki je za podjetje strateškega pomena,

¹⁸ Pomembno vlogo pri uspehu multinacionalnih podjetij igra ugled podjetja, saj če ta postane lastnost podjetja, pomeni zelo pomembno prednost pred drugimi tekmeci, saj je ugled merilo za kakovost (Aharoni, 2002, str. 139). Ugled je prav tako prednost, ki jo imajo MNP pred lokalnimi podjetji, o njem pa se sodi na podlagi velikosti, starosti in strank podjetja.

¹⁹ V svetovnem merilu daleč največ poslov prevzema Indija, sledijo pa ji Kitajska, Filipini, v zadnjem času pa tudi srednja in vzhodna Evropa. V Evropi je vzorec podoben. Dve tretjini oddaje del v tujino prevzema Indija, medtem ko so zahodnoevropske države prevzele okrog 29 odstotkov, srednje- in vzhodnoevropske države pa 22 odstotkov. Po drugi strani pa so latinsko-ameriške države prevzele le osem odstotkov projektov oddaj del v tujino evropskih multinacionalnih podjetij, afriške pa le štiri (WIR, 2004, str. 159).

- pridobiti kakovostne vire storitev, ki jih izvajajo specializirana podjetja,
- pridobiti nove ideje in tehnologije.

Slika 7: Oddaja del v tujino in zunanje izvajanje dejavnosti

Lokacija proizvodnje	Zunanja ali notranja proizvodnja	
	Notranja	Zunanja (»outsourcing«)
Domača	Proizvodnja storitev ostane znotraj podjetja in v domači državi	Proizvodnja storitev, prenesena na drugo podjetje v domači državi.
Tuja (»offshoring«)	Proizvodnja storitev, prenesena na podružnico v drugi državi (»intra-firm (captive) offshoring«)	Proizvodnja storitev, prenesena na drugo podjetje v tuji državi, in sicer: - lokalno podjetje - tuja podružnica multinacionalnega podjetja (MNP)

Vir: WIR, 2004, str. 148.

Neposredne tuje investicije (NTI) imajo na področju oddaj del v tujino pomembno vlogo, predvsem prek ustanavljanj tujih podružnic za proizvodnjo dela njihovih storitev ter prek ustanavljanja tujih podružnic za proizvodnjo storitev drugih podjetij (ko druga podjetja oddajo določeni del storitev zunanjim izvajalcem) (WIR, 2004, str. 159). Najpomembnejša področja storitev, ki jih podružnice v tujini multinacionalnih podjetij izvajajo za svoja matična podjetja ali druga podjetja, so podporne storitve, torej storitve, prek katerih ima podjetje stik s potrošniki, regionalni centri ter informacijske storitve (glej Sliko 8 na strani 41).

V zadnjem času je zunanje izvajanje dejavnosti močno naraščalo. Najpomembnejši področji zunanjega izvajanja dejavnosti na področju storitev sta informacijska podpora in poslovne storitve, katerih skupna značilnost je visoko izobražena delovna sila. V letu 2000 je bila svetovna poraba za zunanje izvajanje informacijske podpore in poslovnih storitev 150 milijard USD oziroma 80 milijard, napoved za leto 2008 pa 250 milijard oziroma 175 milijard USD (Men and machines, 2004, str. 6).²⁰ Vidimo lahko velik pomen zunanjega izvajanja in možnosti razvoja. V prihodnosti bo zunanje izvajanje najverjetneje dosegalo vedno večji pomen za družbo.

Z razcvetom v tujino usmerjenega zunanjega izvajanja dejavnosti storitvenih podjetij, še zlasti v države v razvoju, so se pojavile tudi grožnje varnosti. Predvsem na področju zunanjega izvajanja informacijskih storitev se srečamo s problemom piratstva v Indiji ter zaščito intelektualnih pravic na Kitajskem (Madsen, 1995, str. 4). Zunanje izvajanje storitev zahteva določeno stopnjo zaščite in varovanja osebnih podatkov, zato še vedno obstaja določena

²⁰ Indija je daleč najpomembnejša država prejemnica zunanjega izvajanja storitvenih dejavnosti. V letu 2000 je bila poraba za zunanje izvajanje informacijske podpore in poslovnih storitev v Indiji 16 milijard USD oziroma 3,6 milijarde, napoved za leto 2008 pa 50 oziroma od 21 do 24 milijard (The place to be, 2004, str. 8).

stopnja nezaupanja.²¹ Prav tako bi lahko našteali probleme s stabilnostjo političnega sistema, kršitve človekovih pravic in politična represija.

Slika 8: Področja storitev, povezanih z oddajanjem del v tujino

Storitve za stik s potrošniki (storitve klicnih centrov)	Podporne storitve	Regionalni centri	Informacijske storitve
Pomoč uporabniku	Obdelava terjatev	Uprava regionalnih centrov	Razvoj programskih rešitev
Tehnična podpora	Obdelava računov	Koordinacijski centri	Testiranje programskih aplikacij
Poprodajne storitve	Obdelava transakcij		Razvoj vsebine
Anketiranje zaposlenih	Obdelava poizvedovanj		Inženirstvo in dizajn
Stik z dolžniki	Obdelava potrošnikovih podatkov		Optimizacija proizvodov
Podpora potrošniku	Obdelava plač		
Tržne raziskave	Obdelava podatkov		
Storitve odgovarjanja	Zunanje izvajanje informacijske podpore		
Raziskave potrošnikov	Obdelava logistike		
Storitve dajanja informacij	Spremljanje kakovosti		
Upravljanje stika s potrošnikom	Obdelava dobaviteljev		

Vir: WIR, 2004, str. 159.

3.5 Globalizacija storitev in grožnja za delovno silo

Globalizacija s procesom selitve dejavnosti v države s ceneno delovno silo pomeni grožnjo za delovno silo v razvitih državah oziroma državah izvoznicah dejavnosti, ki se globalizirajo. Tako globalizacija proizvodnje kot tudi globalizacija storitev imata podobne učinke na delovno silo, obe iščeta nižje stroške poslovanja prek izkoriščanja cenene delovne sile v drugih državah.

Pri globalizaciji proizvodnje so bila na udaru delovna mesta v proizvodnji oziroma nižjekvalificirani delavci v razvitih državah. Tako so podjetja iz teh držav predvsem selila nezahtevno in nekompleksno proizvodnjo (npr. tekstilna in obutvena industrija) v države v razvoju. Na račun nižjih plač in slabe socialne varnosti v teh državah so podjetja, ki so preselila svojo proizvodnjo, pridobila zaradi nižjih stroškov. Po drugi strani pa je delovna sila v razvitih državah doživela hud udarec.

V procesu globalizacije storitev pa je učinek na delovno silo ravno nasproten. Predvsem prek zunanjega izvajanja storitev v tujini se izkorišča cenena visokokvalificirana delovna sila v državah v razvoju (WIR, 2004, str. 153). Pri proizvodnji predvsem informacijskih in

²¹ Z zunanjim izvajanjem informacijskih storitev se prebivalci ZDA bojijo, da bi lahko v Indiji zlorabili njihove osebne podatke ali podatke njihovih kreditnih kartic, vendar pristojni opozarjajo, da se je to do zdaj zgodilo le v redkih primerih. Odgovorni prav tako zagotavljajo, da imajo učinkovite varnostne sisteme (Safety Matters, 2004, str. 75).

poslovnih storitev je potrebna visokokvalificirana delovna sila, ki so jo podjetja začela zaposlovati v tujih državah, kjer je ta cenejša. Zato visokokvalificirani delavci v razvitih državah izgubljajo delovna mesta, ki so jih zasedli delavci iz držav v razvoju.²² Tako niso preveč presenetljive izjave, kot je naslednja: »Najprej nam pokradejo naša delovna mesta, nato pa še naše kreditne kartice.« (Safety Matters, 2004, str. 74). Tovrstne izjave se predvsem pojavljajo zaradi strahu prebivalcev razvitih držav za njihova delovna mesta ter njihovo identiteto in osebne podatke, ki jih upravljajo visokokvalificirani delavci v manj razvitih državah, ker so ti bolj konkurenčni, sodobna informacijska tehnologija pa jim je to omogočila.

3.6 Storitve v Sloveniji in Evropski uniji

Storitve v Sloveniji predstavljajo okrog 60 odstotkov BDP, vendar ta delež v zadnjih letih ne narašča, kar kaže na rahlo zaostajanje deleža storitvenega sektorja v slovenskem gospodarstvu v primerjavi z evropskim (Zupančič, 2005, str. 17). Glede na čedalje večji pomen storitev v gospodarstvih in premiku k vedno bolj čistim storitvenim gospodarstvom ta podatek nakazuje zaskrbljujoč položaj v slovenskem gospodarstvu. Tako mora Slovenija vedno več vlagati v storitvene dejavnosti, da bi lahko dosegla globalne trende. Čeprav globalni storitveni tokovi za zdaj ne bodo povsem obšli Slovenije, je treba zagotoviti, da se to ne bo zgodilo niti v prihodnje.

Slovenija ima na področju mednarodne menjave s storitvami presežek oziroma večji izvoz nad uvozom storitev, ki pa temelji predvsem na turizmu in ne na visokotehnoških storitvah (Stare, 1996, str. 18). Kakor sem že večkrat omenil, je področje visokotehnoških in na znanju temelječih storitev ključnega pomena za razvoj slehernega gospodarstva in tega se moramo zavedati tudi v Sloveniji. Prav na področju teh storitev smo v Sloveniji sicer glavno razvojno silo že zamudili, saj so področja telekomunikacij in mikroelektronike že zasičena, obstaja pa še upanje na področjih robotike, novih materialov in biotehnologije (Jaklič, 2003, str. 10).

Na primeru Slovenije kot majhnega odprtega gospodarstva se je poleg že obstoječih globalnih tokov in procesov globalizacije treba zamisliti o regionalizaciji oziroma regionalnem povezovanju na področju storitvenih panog. Za Slovenijo je na tej točki lahko veliko pomembnejša regionalna povezanost kot vpetost v globalne tokove storitev (Šušteršič, Rojec, Mrak, 2002, str. 27). Glede na položaj v Evropi in slovensko vključitev v Evropsko unijo lahko sklepamo, da je v tem trenutku regionalno povezovanje na področju storitev z državami EU veliko bolje, kakor da bi Slovenija iskala možnosti globalizacije v pravem pomenu besede.

²² Vodilno svetovno logistično podjetje DHL je začelo selitev svojih informacijskih storitev iz podružnic v Veliki Britaniji in Švici v Prago na Češkem, kjer nameravajo na začetku zaposliti 400 delavcev in s časom to število povečati na 1000 zaposlenih (WIR, 2004, str. 147).

Prek regionalnega povezovanja lahko slovenski storitveni sektor pridobi izkušnje in potrebne faktorje, ki predstavljajo vmesno stopnjo pri poznejši globalizaciji storitev. Pravzaprav bi morale države, ki se medseboj povezujejo v regionalna partnerstva, skupaj nastopiti na globalnem trgu, saj bi tako lahko bolje izkoristile priložnosti in lažje kljubovale nevarnostim, ki jih prinaša globalno poslovanje.

Evropska unija je največja izvoznica storitev na svetu, zato bi lahko sklepali, da je tudi notranje trgovanje s storitvami med njenimi državami članicami intenzivno. Vendar to na žalost ni povsem tako, ker tudi znotraj EU obstaja veliko ovir pri trgovanju s storitvami. Evropski komisar za notranji trg in storitve Charlie McCreevy je na zasedanju Evropskega parlamenta dne 9. marca 2005 povedal: »Skupni trg s storitvami je za zdaj še daljna želja in ne realnost. Če želimo, da se naša gospodarstva razvijajo in rastejo, potem se moramo jasno osredotočiti na storitveni trg.« (McCreevy, 2005). Čeprav znotraj EU obstajata načeli prostega opravljanja storitev in prostega ustanavljanja, ti načeli nista eksplicitno opredeljeni in tako ostaja še veliko neformalnih ovir pri trgovanju s storitvami znotraj Unije (Zupančič, 2005, str. 17).

Večina novih zaposlitev v EU je v storitvenih dejavnostih, ki zdaj ustvarijo že okrog 70 odstotkov dodane vrednosti evropskega gospodarstva, zato se je tudi EU lotila sistematične liberalizacije in odprave ovir pri pretoku storitev znotraj njenega območja (Zupančič, 2005, str. 17). Tako morajo najprej ugotoviti in opredeliti ovire prostemu pretoku storitev in ustanavljanju, poleg tega pa je treba tudi zagotavljati konkurenčnost poslovnih storitev, ureditev profesionalnih kvalifikacij, položaj napotenih delavcev, avtorizacijske sheme, urejanje zdravstvenih stroškov ter urejanje storitev na podlagi GATS.

Glede na ugotovitve o pravnih, administrativnih in praktičnih ovirah pri prostem pretoku storitev med državami, ki jih je Evropska komisija zapisala v Poročilu o notranjem trgu za storitve julija 2002, je Komisija dobila mandat za pripravo direktive o storitvah, katere osnutek je predstavila januarja leta 2004 (General overview, 2005). Direktiva bi odpravila večino ovir pri prostem pretoku storitev med državami članicami. Tako bi spodbudila gospodarsko rast, povečala število delovnih mest, omogočila nižanje cen in izboljševanje kakovosti, odpravila nepotrebno birokracijo ter preprečila diskriminacijo glede na narodno pripadnost, vendar po drugi strani ne bi prisilila držav članic k liberalizaciji javnih storitev, jim narekovala načina organizacije zdravstvenih in socialnih storitev, prizadela sistema socialnega varstva, preprečevala nadzora storitvenih podjetij po posameznih državah in omogočala »socialnega dumpinga« prek spoštovanja delovnih pogojev držav, kjer se storitve proizvajajo (A Checklist Aiming to Correct Some Myths About the Commission Proposal, 2004).

Direktiva, ki jo je pripravila Komisija in je v procesu sprejemanja v Evropskem parlamentu in Svetu Evropske unije, je zelo pomemben dokument za storitvena podjetja v Evropi. Tako bodo storitve dobile tudi pravno-administrativni okvir, ki bo olajšal njihov pretok med

državami in jih privedel do enakega položaja kot blago. Posledice te direktive bodo prispevale k večji vpletenosti evropskih storitvenih panog v globalizacijske toke s storitvami, v Evropi sami pa bo stekel proces regionalne globalizacije storitev, ki bo pozitivno vplival na gospodarski razvoj in konkurenčnost evropskih storitev tudi na globalni ravni.²³

3.6.1 Globalizacija storitev v Sloveniji

Globalizacijo storitev v Sloveniji lahko poskušamo ovrednotiti prek mednarodne menjave storitev med rezidenti in nerezidenti ter podatkov za prodajo storitev s strani podružnic multinacionalnih podjetij.

Neposredna mednarodna menjava storitev v Sloveniji ves čas nazaduje za mednarodno menjavo blaga. Delež izvoza storitev je po osamosvojitvi padel na 15 odstotkov skupnega izvoza Slovenije, do leta 1994 se je povečal na 21 odstotkov in dosegel vrhunec v zadnjem obdobju, saj je za tem le še padal, v letu 2003 pa znašal 17,8 odstotka celotnega izvoza (Stare, 2004, str. 198). Iz Tabele 7 je razvidna primerjava deleža izvoza storitev v skupnem izvozu za Slovenijo in druge države EU. Vse nove države EU, zajete v tabeli, imajo delež izvoza storitev v skupnem izvozu višji od Slovenije, vse pa so tako kot Slovenija doživele padec deleža izvoza storitev med letoma 1996 in 2000. Med starimi članicami EU pa so trendi različni, v nekaterih državah je delež izvoza storitev narasel, v drugih padel, le na Finskem je delež izvoza storitev manjši kot v Sloveniji.

Tabela 7: Delež storitev v skupnem izvozu v letih 1996 in 2000

	1996	2000		1996	2000
Slovenija	20,4	17,4	EU 15	21,2	21,4
Republika Češka	27,4	17,4	Avstrija	34,1	31,9
Estonija	38,0	33,0	Belgija-Luksemburg	18,8	18,9
Latvija	43,1	34,9	Danska	22,8	29,0
Litva	18,9	19,1	Finska	15,8	12,1
Madžarska	29,7	21,5	Grčija	69,5	65,4
Poljska	26,1	19,0	Irska	10,5	18,7
Slovaška	19,0	18,1	Portugalska	23,8	25,5

Vir: Stare, 2002, str. 25.

Prodaja tujih podružnic storitvenih podjetij v Sloveniji predstavlja slovenski uvoz storitev, prodaja podružnic slovenskih storitvenih podjetij v tujini pa slovenski izvoz storitev. Ker podatki za slednje niso dostopni, lahko tako opredelimo le uvoz storitev v Slovenijo. Čeprav imajo v Sloveniji NTI manjši pomen kot v drugih tranzicijskih gospodarstvih, lahko na podlagi ugotovitev iz Tabele 8 na strani 45 trdimo, da so tokovi storitev prek tujih podružnic

²³ Z oblikovanjem direktive o storitvah je Evropska komisija januarja 2004 dvignila veliko prahu in pojavilo se je veliko nasprotovanj določenim delom direktive (npr. pretok delavne sile in socialni dumping). Vendar se je dogajanje nekoliko poglobilo in prišlo je do procesa spreminjanja direktive, šele januarja letos pa je direktivo začel obravnavati Svet Evropske unije, pozneje v marcu pa tudi Evropski parlament. Vsi se sicer strinjajo, da je direktiva dobrodošla in nujna, vendar so si tudi enotni, da jo je treba spremeniti, da bi bila sprejemljiva za vseh 25 članic.

pomembni za mednarodno trgovanje s storitvami (Stare, 2004, str. 200). Iz tega sklepamo, da tudi Slovenija intenzivno vstopa v globalizacijo storitev, za katero so v veliki meri potrebne NTI in podružnice multinacionalnih podjetij. Dejstvo, da se je uvoz storitev v Slovenijo prek prodaje tujih podružnic med letoma 1996 in 2001 povečal za več kot dvakrat oziroma v letu 2001 predstavlja že četrtno vsega uvoza storitev, ni zanemarljivo in kaže na vse večjo vpletenost Slovenije v globalizacijske tokove s storitvami (glej Tabelo 8).

Tabela 8: Uvoz in nakupi storitev od tujih podružnic, 1996 in 2001

	1996		2001		Indeks 2001/1996
	mio EUR	%	mio EUR	%	
Uvoz*	1.165,5	82,8	1.588,8	73,4	136
Nakupi od podružnic	241,3	17,2	575,8	26,6	239
SKUPAJ	1.406,8	100,0	2.164,6	100,0	154

Opomba: * Brez uvoza finančnih in vladnih storitev.

Vir: Stare, 2002, str. 30.

SKLEP

V diplomskem delu sem raziskoval globalizacijo storitev, vendar sem pred tem moral opredeliti storitve same ter preučiti njihov pomen in vlogo v sodobnem gospodarstvu. Storitve obsegajo raznolike dejavnosti, zato sem se že na začetku srečal s težavo opredelitve storitev, saj se je težko odločiti le za eno. Vsekakor pa vsi kazalci kažejo na to, da so storitve vedno pomembnejši dejavnik v gospodarstvu. V 20. stoletju sta deleža storitev v BDP držav in zaposlenih v storitvenih dejavnostih vseskozi naraščala tako v razvitih državah kot tudi v državah v razvoju in dosegla najpomembnejšo vlogo v gospodarstvih. Pričakujemo lahko, da bo ta delež le še naraščal in da bodo storitve pridobivale vedno večji pomen.

Za prihodnost lahko predvidimo ne samo vse večji pomen storitev v gospodarstvih, ampak pretežno storitveno družbo. Že danes vse več industrijskih podjetij kot sestavni del svoje proizvodne verige uporablja storitvene komponente, ki zasedajo vse večji delež končne vrednosti proizvoda (Jaklič, 2003, str. 10).²⁴ Proizvodna podjetja bodo vključevala še več storitvenih komponent v svoje proizvode, delež storitev v končni vrednosti proizvodov pa bo le še rasel. Vedno več bo zunanega izvajanja dejavnosti (outsourcing) predvsem storitvenih dejavnosti, ki jih bodo opravljala storitvena podjetja za druge dele gospodarstva, posledično pa bo večina prebivalstva zaposlena v storitvenih dejavnostih, le majhen delež pa bo ostal v proizvodnih dejavnostih. Tovrsten proces bo pripeljal sodobno gospodarstvo v stoodstotno storitveno družbo.

Čeprav so storitve večinoma veljale za neotipljive in neshranljive, kar pa je pomenilo tudi njihovo netrgovalnost, se je to prepričanje v zadnjih letih spremenilo. Mednarodna trgovina s

²⁴ Primer soodvisnosti proizvodov in storitev sta strojna in programska oprema za računalnike, saj sta obe komponenti sami zase brez vrednosti za uporabnika (Jaklič, 2003, str. 10).

storitvami se je razvila in vztrajno raste, nekateri raziskovalci pa predvidevajo da bo v 20 letih obseg mednarodne trgovine s storitvami presegel obseg mednarodne trgovine z blagom. Pospešeno rast mednarodnega trgovanja s storitvami je predvsem pospešil razvoj informacijsko-komunikacijskih tehnologij ter globalizacijo proizvodnje, kar je s seboj potegnilo tudi internacionalizacijo storitvenih panog. Tako lahko rečem, da je mednarodna trgovina s storitvami način globalizacije na nižji razvojni stopnji, saj se morajo podjetja najprej odpreti navzven in odkriti pozitivne učinke globalnega trga za svojo proizvodnjo storitev.

Globalizacija je v zadnjih letih pridobila veljavo in v veliki meri prodrla v vse pore svetovnih gospodarstev. S seboj je prinesla tudi veliko posledic, nekatere so pozitivne, druge negativne, za ponazoritev Alan Shipman (2002, str. 15) pravi: »Tisti, ki so z globalizacijo izgubili, se pritožujejo, da še vedno nimajo čistih oblek, ki bi jih oblekli, tisti, ki so pridobili, pa se bojijo, da bodo ostali brez čistega zraka za dihanje.« Trditev kaže na velik prepad med globalnim prebivalstvom v času globalizacije. Stroški in koristi globalizacije storitev so funkcija povišane konkurence, ki jo je prinesla večja izpostavljenost mednarodnim trgovom (Hufbauer, Warren, 1999, str. 14). Globalizacija storitev prinaša koristi, kot so znižanje cen storitev, kjer so te visoke, povečanje outputa ter izboljšanje kakovosti storitev, po drugi strani pa prinesejo tudi nekatere negativne posledice, kot je propad nekonkurenčnih podjetij, ki izgubijo tržni delež, njihovi delavci pa so odpuščeni.

Glede na dejavnike globalizacije lahko opredelimo storitve, ki se bodo prej globalizirale, in storitve, za katere je manj verjetno, da se bodo globalizirale. Iz tega sledita dve kategoriji, lokalne storitve za globalni trg ter lokalne storitve za lokalni trg. Prve so storitve, katerih dejavniki kažejo na lažjo pot globalizacije. Te storitve se proizvajajo lokalno, vendar so namenjene globalnemu trgu oziroma potrošnikom po vsem svetu. Na primer klicni centri velikih multinacionalnih podjetij, ki so sicer locirani v Indiji, vendar služijo potrošnikom predvsem iz drugih držav, se pravi za globalnega potrošnika. Druge pa so storitve, ki se proizvajajo lokalno, sodeč po dejavnikih globalizacije pa najverjetneje nikoli ne bodo doživele razcveta na globalnem trgu, ker so pretežno namenjene lokalnemu potrošniku. To so storitve, pri katerih je potrebno podrobno poznavanje lokalnega kupca in ni velikih priložnosti za velika multinacionalna podjetja, da bi z globalno ponudbo tovrstnih storitev pridobila znaten tržni delež.

Globalizacija storitev poteka predvsem na dva načina, ali prek neposrednih tujih investicij (NTI) ali neposredno prek oddaje del v tujino (offshoring) ter zunanjega izvajanja dejavnosti (outsourcing). Prek NTI predvsem podjetja investirajo v podružnice v tujih državah in postanejo multinacionalna podjetja, prek katerih trgujejo s svojimi storitvami ali dajo določen del svojih dejavnosti v izvajanje v tujino. Ko storitvena podjetja oddajo dela v tujino, se začne določen del dejavnosti tega podjetja izvajati v tujini v svojih podružnicah (povezano z NTI) ali za to najamejo druga podjetja (zunanje izvajanje dejavnosti). Ne nazadnje, ko se podjetja odločijo za zunanje izvajanje dejavnosti oddajo določen del svojih dejavnosti v izvajanje

drugim podjetjem, ki so lahko doma oziroma v domači državi, kar ni neposredno povezano z globalizacijo storitev, ali pa podjetjem v tujini (oddaja del v tujino). Iz tega je razvidno, da so vsi ti načini medseboj tesno povezani in prepleteni. Skupna posledica vseh pa je, da pripeljejo h globalizaciji storitev.

Še zlasti za zunanje izvajanje dejavnosti v tujini, ki je ena od najintenzivnejše rastočih oblik globalizacije storitev, je značilna oddaja del, za katere ni potreben neposredni stik s kupci, kar je omogočila sodobna informacijsko-komunikacijska tehnologija. Tovrstni dogodki prav tako pomenijo veliko pozitivnih učinkov za globalno gospodarstvo. Države prejemnice zunanjega izvajanja dejavnosti v tujino pridobijo delovna mesta, izkušnje ter globalno komponento gospodarstva, države izvoznice zunanjega izvajanja dejavnosti v tujino pa izboljšajo svojo konkurenčnost in pridobijo več manevrskega prostora za premik v dejavnosti z višjo vrednostjo (WIR, 2004, str. 147). Za te dejavnosti pa je potrebna visokoizobražena delovna sila, in ker je delovanje podjetja postalo globalno, so tudi delavci postali globalni oziroma je podjetje začelo zaposlovati delovno silo na globalni ravni. Ta pojav pa je pomenil grožnjo za visokoizobraženo delovno silo v razvitih državah, ker je enako sposobna delovna sila v manj razvitih državah bolj konkurenčna.

Za Slovenijo lahko rečemo, da skozi sicer prehajajo globalizacijski tokovi, vendar je veliko priložnosti za prevzem dejavnejše vloge pri tem procesu že zamudila. Predvsem na področju visokotehnoloških storitev je Slovenija precej zaostala, po drugi strani pa je močna predvsem na področju turizma, saj ima na primer presežek izvoza nad uvozom storitev. Pozitivni trend pa se zaznava na področju prodaje storitev prek tujih podružnic, kar kaže na vse večjo vpetost v globalne storitvene tokove.

LITERATURA

- [1] Aharoni Yair: The Organization of Global Service MNEs. *International Studies of Management & Organization*, New York, 26(1996), 2, str. 6-23.
- [2] Aharoni Yair: The role of reputation in global professional business services. Aharoni Yair, Nachum Lilach, eds., *Globalization of Services – Some Implications for Theory and Practice*. London : Routledge, 2002, str. 125-141.
- [3] Bateson John E. G., Hoffman K. Douglas: *Managing Services Marketing. Text and Readings*. Fort Worth : The Dryden Press, 1999. 471 str.
- [4] Clancy Michael: Commodity chains, services and development: theory and preliminary evidence from the tourism industry. *Review of International Political Economy*, London, 5(1998), 1, str. 122-148.
- [5] Contractor Farok J., Kundu Sumit K.: Globalization of hotel services. An examination of ownership and alliance patterns in a maturing service sector. Aharoni Yair, Nachum Lilach, eds., *Globalization of Services – Some Implications for Theory and Practice*. London : Routledge, 2002, str. 296-319.
- [6] Fisch Jan Hendrik, Oesterle Michael-Jörg: Exploring the Globalization of German MNCs with the Complex Spread and Diversity Measure. *Schmalenbach Business Review*, Dusseldorf, 55(2003), 1, str. 2-21.
- [7] Frazer Winsted Kathryn, Patterson Paul G.: Internationalization of services: the service exporting decision. *Journal of Services Marketing*, Bradford, 12(1998), 4, str. 294-311.
- [8] GATS – Fact and fiction. Ženeva : The World Trade Organization, 2001. 17 str.
- [9] Grönroos Christian: Internationalization strategies for services. *Journal of Services Marketing*, Bradford, 13(1999), 4, str. 290-297.
- [10] Grosse Robert: Knowledge creation and transfer in global service firms. Aharoni Yair, Nachum Lilach, eds., *Globalization of Services – Some Implications for Theory and Practice*. London : Routledge, 2002, str. 217-234.
- [11] Hibbert Edgar: The New Framework for Global Trade in Services – All About GATS. *Service Industries Journal*, London, 23(2003), 2, str. 67-78.
- [12] Hill T. P.: *On Goods and Services*. *Review of Income and Wealth*, Oxford, 23(1977), 4, str. 315-338.
- [13] Hufbauer Gary, Warren Tony: *The Globalization of Services*. Working Paper 99-12. Washington : Institute for International Economics, 1999. 18 str.
- [14] Jaklič Marko: *Poslovno okolje podjetja*. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 1999. 353 str.
- [15] Jaklič Marko: Cilj: 100-odstotna storitvena družba. Delo (Sobotna priloga), Ljubljana, 45(2003), 218, str. 10-11.
- [16] *Liberalizing International Transactions in Services. A Handbook*. New York : United Nations on Trade and Development, 1994. 182 str.
- [17] Lovelock Christopher H., Yip George S.: Developing Global Strategies for Service Businesses. *California Management Review*, Barkeley, 38(1996), 2, str. 64-86.

- [18] Løwendahl Bente R.: The globalization of professional business service firms. Aharoni Yair, Nachum Lilach, eds., Globalization of Services – Some Implications for Theory and Practice. London : Routledge, 2002, str. 142-162.
- [19] Madsen Wayne: Globalization of services: GATT, NAFTA, and the threat to information security. Information Systems Security, New York, 4(1995), 2, str. 13-18.
- [20] Mallampally Padma, Zimny Zbigniew: Foreign direct investment in services. Trends and patterns. Aharoni Yair, Nachum Lilach, eds., Globalization of Services – Some Implications for Theory and Practice. London : Routledge, 2002, str. 25-51.
- [21] Manual on Statistics of International Trade in Services. Ženeva : United Nations, 2002. 176 str.
- [22] McLaughlin Curtis P., Fitzsimmons James A.: Strategies for globalizing service operations. International Journal of Service Industry Management, Bradford, 7(1996), 4, str. 43-57.
- [23] Men and machines. Economist (A Survey of Outsourcing), London, 13. 11. 2004. str. 5-8.
- [24] Mrak-Jamnik Staška: Ureditev mednarodne menjave storitev po pogojih svetovne trgovinske organizacije (WTO). Magistrsko delo. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 1997. 122 str. 10 pril.
- [25] Nachum Lilach: FDI, the location advantages of countries and the competitiveness of TNCs. Aharoni Yair, Nachum Lilach, eds., Globalization of Services – Some Implications for Theory and Practice. London : Routledge, 2002, str. 75-92.
- [26] Ogorelc Anton: Outsourcing v podjetniški logistiki: izbira zunanjih izvajalcev. Naše gospodarstvo, Maribor, 47(2001), 5-6, str. 454-466.
- [27] Ogorelc Anton, Kovačič Pavel: Načrtovanje zunanje oskrbe v podjetniški logistiki. Naše gospodarstvo, Maribor, 48(2002), 1-2, str. 117-131.
- [28] Safety Matters. Outsourcing to India. Economist, London, 4. 9. 2004, str. 74-75.
- [29] Seristö Hannu: International alliances in service business. The case of the airline industry. Aharoni Yair, Nachum Lilach, eds., Globalization of Services – Some Implications for Theory and Practice. London : Routledge, 2002, str. 258-283.
- [30] Shipman Alan: The Globalization Mith. Cambridge : Icon Books, 2002. 236 str.
- [31] Stare Metka: Možnosti razvoja storitvenega sektorja s stališča vključevanja Slovenije v mednarodni pretok storitev. Ib revija, Ljubljana, XXX(1996), št. 5-6, str. 14-21.
- [32] Stare Metka: Tokovi mednarodne menjave proizvodnih storitev in njihov razvojni pomen. Doktorska dizertacija. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 1999. 193 str.
- [33] Stare Metka: Celovit pristop k razumevanju in zajemanju mednarodne menjave storitev. Delovni zvezki št. 6. Ljubljana : Urad RS za makroekonomske raziskave in razvoj, 2002, 49 str.
- [34] Stare Metka: Trade in Services or Services in Trade? Towards better understanding. Statistično spremljanje pojavov globalizacije in storitev – izzivi in nujnost: zbornik referatov. Radenci : Statistični urad Republike Slovenije, 2004. str. 194-203.
- [35] Šušteršič Janez, Rojec Matija, Mrak Mojmir: Slovenia in the new decade: sustainability, competitiveness, membership in the EU: the strategy for economic development of

- Slovenia 2001-2006. Ljubljana : Urad za makroekonomske raziskave in razvoj, 2002. 161 str.
- [36] Tallman Stephen, Fladmoe-Lindquist Karin: Internationalization, Globalization, and Capability-Based Strategy. California Management Review, Barkeley, 45(2002), 1, str. 116-135.
 - [37] The Place to be. Economist (A Survey of Outsourcing), London, 13. 11. 2004. str. 8-10.
 - [38] U.S. International Services. Survey of Current Business, Washington, 81(2001), 11, str. 49-95.
 - [39] Vapenikova Jana: Foreign Direct Investment: A Revival for the Near Future, Thanks to Our Services. Czech Business & Trade, Praga, 2004, 11/12, str. 8.
 - [40] Wölfl Anita: The Service Economy in OECD Countries. STI Working Paper 2005/3. Paris : Organization for Economic Co-operation and Development, 2005. 81 str.
 - [41] World Investment Report 2004 (WIR). The Shift Towards Services. New York : United Nations, 2004. 436 str.
 - [42] Zorc Rems Vanda: Spremljanje menjave storitev v plačilni bilanci Slovenije. Slovenija – Statistika – Evropska unija: zbornik posvetovanja statistikov. Radenci : Zavod Republike Slovenije za statistiko, 1994, str. 197-208.
 - [43] Zupančič Samo: Evropski trg storitev z vidika lizbonske strategije. Finance, Ljubljana, 7. 4. 2005, str. 17.

VIRI

- [1] A checklist aiming to correct some myths about the Commission proposal. Bruselj : Evropska Komisija. [URL: http://www.europa.eu.int/comm/internal_market/services/docs/services-dir/guides/prop-clarifications_en.pdf], 11. 8. 2004.
- [2] Balance of Payments Manual. Washington : International Monetary Fund, 1993. 188 str.
- [3] General Overview. Bruselj : Evropska Komisija. [URL: http://europa.eu.int/comm/internal_market/services/overview_en.htm], 25. 4. 2005.
- [4] McCreevy Charlie: Statement to the European Parliament on Services Directive. Strasbourg, SPEECH/05/149. [URL: <http://europa.eu.int/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/05/149&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>], 8. 3. 2005.
- [5] System of National Accounts, 1993: Glossary. Paris : Organisation for Economic Co-operation and Development, 2000. 55 str.
- [6] United Nations Statistics Division. [URL: <http://unstats.un.org/unsd/cr/family2.asp?Cl=2>], 20. 10. 2004.
- [7] United Nations Statistics Division. [URL: <http://unstats.un.org/unsd/cr/family2.asp?Cl=3>], 20. 10. 2004a.
- [8] Vlada Republike Slovenije, Komisija za standardizacijo zemljepisnih imen. [URL: <http://www.gov.si/kszi/>], 20. 10. 2004.

- [9] World Bank. [URL: <http://www.worldbank.org/data/countryclass/countryclass.html>], 18. 10. 2004.
- [10] World Bank. [URL: <http://www.worldbank.org/data/countryclass/classgroups.htm>], 18. 10. 2004a.
- [11] World Bank, Data Query. [URL: <http://devdata.worldbank.org/data-query/>], 10. 10. 2004.
- [12] World Development Indicators 2004, The World Bank, table 4.1. [URL: <http://www.worldbank.org/data/wdi2004/pdfs/table4-1.pdf>], 10. 10. 2004.
- [13] World Trade Organisation. [URL: http://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/mtn_gns_w_120_e.doc], 7. 10. 2004.

SLOVARČEK SLOVENSКИH PREVODOV TUJIH IZRAZOV

ANGLEŠKI IZRAZ	SLOVENSKI PREVOD
Back-office services	Podporne storitve
Business services	Poslovne storitve
Captive offshoring	Oddaja del v tujino podružnici matičnega podjetja
Financial intermediation	Finančno posredovanje
Flow	Tok
Foreign direct investment (FDI)	Neposredne tuje investicije (NTI)
Front-office services	Storitve, prek katerih ima podjetje stik s potrošniki
General Obligations	Splošne obveznosti
Goods	Blago
Industry	Panoga
Intangible	Neotipljive
Intra-firm offshoring	Oddaja del v tujino podružnici matičnega podjetja
Know-how	Znanje in izkušnje
Multinational enterprise (MNE)	Multinacionalno podjetje (MNP)
Offshoring	Oddaja del v tujino
Outsourcing	Zunanje izvajanje dejavnosti
Ownership right	Lastninska pravica
Perishability	Minljivost
Provision	Oskrba
Retail	Maloprodaja
Service industry	Storitvena panoga
Specific Commitments	Posebne obveze
Stock	Stog
Tangible	Otipljiv
The Wealth of Nations	Bogastvo narodov
Wholesale	Veleprodaja

SEZNAM UPORABLJENIH KRATIC

KRATICA	RAZLAGA
ASEAN	Združenje držav Jugovzhodne Azije (Association of South-East Asian Nations)
BDP	Bruto domači proizvod
BPM5	Balance of Payments Manual 5 th Edition (Priročnik za bilanco plačil)
CPC	Centralna klasifikacija proizvodov (Central Product Classification)
EMU	Ekonomska in monetarna unija (Economic and Monetary Union)
EU	Evropska unija
EUR	Evro
GATS	Splošni sporazum o trgovini s storitvami (General Agreement on Trade in Services)
ISIC	Mednarodna standardna industrijska klasifikacija (International Standard Industrial Classification of all Economic Activities)
MERCOSUR	Trgovinsko združenje južnoameriških držav (Mercado Común del Sur)
MFN	Most-Favoured-Nation (Najbolj priljubljena država)
MNP	Multinacionalno podjetje
NACE	Statistična klasifikacija gospodarskih dejavnosti v Evropski skupnosti (Nomenclature générale des activités économiques dans les Communautés Européennes)
NAFTA	Severnoameriški prostotrgovinski sporazum (North American Free Trade Agreement)
NTI	Neposredne tuje investicije
OECD	Organizacija za ekonomsko sodelovanje in razvoj (Organization for Economic Cooperation and Development)
SKD	Standardna klasifikacija dejavnosti
SNA	System of National Accounts (Sistem nacionalnih računov)
STO	Svetovna trgovinska organizacija (World Trade Organization)
USD	Ameriški dolar
ZDA	Združene države Amerike

PRILOGE

PRILOGA 1

KLASIFIKACIJSKI SEZNAM STORITVENIH DEJAVNOSTI – GNS/W/120

I. POSLOVNE STORITVE

A. Poklicne storitve

- a) Pravne storitve
- b) Računovodske, revizijske in knjigovodske storitve
- c) Davčne storitve
- d) Arhitekturne storitve
- e) Inženirske storitve
- f) Povezane inženirske storitve
- g) Urbano planiranje in pokrajinsko-arhitekturne storitve
- h) Medicinske in zobozdravstvene storitve
- i) Veterinarske storitve
- j) Storitve, ki jih opravljajo babice, medicinske sestre, psihoterapevti in para-medicinsko osebje
- k) Drugo

B. Računalniške in sorodne storitve

- a) Svetovalne storitve, ki se nanašajo na inštalacijo strojne opreme
- b) Storitve, ki se nanašajo na implementacijo programske opreme
- c) Storitve obdelav podatkov
- d) Storitve, ki izhajajo iz baz podatkov
- e) Drugo

C. Raziskovalne in razvojne storitve

- a) Raziskovalne in razvojne storitve v naravoslovnih vedah
- b) Raziskovalne in razvojne storitve v družboslovnih in humanističnih vedah
- c) Interdisciplinarne raziskovalne in razvojne storitve

D. Storitve v zvezi z nepremičninami

- a) Storitve, ki vključujejo lastno in najeto posest
- b) Storitve na podlagi honorarja ali pogodbe

E. Storitve izposojanja/leasinga brez upravljavcev

- a) Storitve v zvezi z ladjami
- b) Storitve v zvezi z letali
- c) Storitve v zvezi z drugo transportno opremo
- d) Storitve v zvezi z drugimi stroji in opremo
- e) Drugo

F. Druge poslovne storitve

- a) Storitve oglaševanja
- b) Tržne raziskave in raziskave javnega mnenja

- c) Storitve managerskega svetovanja
- d) Storitve v zvezi z managerskim svetovanjem
- e) Storitve tehničnega preizkušanja in analiz
- f) Storitve, ki se nanašajo na kmetijstvo, lov in gozdarstvo
- g) Storitve, ki se nanašajo na ribolov
- h) Storitve, ki se nanašajo na rudarstvo
- i) Storitve, ki se nanašajo na proizvodnjo
- j) Storitve, ki se nanašajo na distribucijo energije
- k) Storitve namestitve in oskrbe osebja
- l) Preiskave in varnost
- m) Povezane znanstvene in tehnične svetovalne storitve
- n) Vzdrževanje in popravila opreme (niso vključena morska plovila, letala in druga prevozna oprema)
- o) Storitve čiščenja stavb
- p) Fotografske storitve
- q) Storitve pakiranja
- r) Tiskarstvo, založništvo
- s) Storitve v zvezi s shodi
- t) Drugo

II. KOMUNIKACIJSKE STORITVE

A. Poštne storitve

B. Kurirske storitve

C. Telekomunikacijske storitve

- a) Storitve glasovne telefonije
- b) Storitve prenosa podatkov s preklapljanjem paketov
- c) Storitve prenosa podatkov s preklapljanjem cirkuitov
- d) Teleks storitve
- e) Telegrafske storitve
- f) Faksimilske storitve
- g) Storitve privatnih najetih vodov
- h) Elektronska pošta
- i) Glasovna pošta
- j) On-line informacije in uporaba baz podatkov
- k) Računalniška izmenjava podatkov (RIP)
- l) Storitve faksimila z dodano vrednostjo, vključno s shranjevanjem in posredovanjem ter shranjevanjem in vračilom
- m) Pretvorba kod in protokolov
- n) On-line informacije in/ali obdelava podatkov (vključno z obdelavo transakcij)
- o) Drugo

D. Audiovizualne storitve

- a) Storitve filmske in videokasetne produkcije ter distribucije

- b) Storitve filmske projekcije
- c) Radijske in televizijske storitve
- d) Storitve radijskega in televizijskega oddajanja
- e) Zvočno snemanje
- f) Drugo

E. Drugo

III. GRADBENE IN SORODNE INŽENIRSKÉ STORITVE

- A. Splošna gradbena dela za stavbe
- B. Splošna gradbena dela za civilno inženirstvo
- C. Inštalacije in montažna dela
- D. Dograditev stavb in končna dela
- E. Drugo

IV. DISTRIBUCIJSKE STORITVE

- A. Posredniške storitve
- B. Trgovina na debelo
- C. Trgovina na drobno
- D. Franšizing
- E. Drugo

V. IZOBRAŽEVALNE STORITVE

- A. Osnovno šolstvo
- B. Srednje šolstvo
- C. Višje in visoko šolstvo
- D. Izobraževanje odraslih
- E. Ostale izobraževalne storitve

VI. STORITVE VAROVANJA OKOLJA

- A. Storitve, povezane s komunalnimi odplakami
- B. Storitve, povezane s komunalnimi odpadki
- C. Sanitarne in podobne storitve
- D. Drugo

VII. FINANČNE STORITVE

- A. Zavarovanje in sorodne storitve
 - a) Življenjsko, nezgodno in zdravstveno zavarovanje
 - b) Neživljenjsko zavarovanje
 - c) Pozavarovanje in retrocesija
 - d) Pomožne storitve na področju zavarovanja (vključujejo posredovanje in agencijske storitve)

B. Bančne in druge finančne storitve (razen zavarovanja)

- a) Sprejemanje depozitov in drugih denarnih vlog od javnosti
- b) Vse vrste posojil, vključno potrošniška, hipotekarska posojila, faktoring in financiranje poslovnih transakcij
- c) Finančni leasing
- d) Opravljanje plačilnega prometa in storitev posredovanja denarja
- e) Garancije in poročila
- f) Trgovanje na lastni račun ali za račun strank, ali na urejenem, ali prostem trgu, ali drugače:
 - z instrumenti denarnega trga (čeki, menice, blagajniški zapisi, itd.)
 - s tujo valuto
 - z finančnimi derivati, vendar ne omejeno na terminske posle in opcije
 - z tečajnimi instrumenti in z obrestnimi merami, vključno s swapi in z dogovori o obrestni meri
 - s prenosljivimi obveznicami
 - z drugimi vrednostnimi papirji in finančnimi sredstvi, vključno z zlatom v palicah
- g) Sodelovanje pri izdajanju vseh vrst obveznic, vključno z zavarovanjem izdaje, posredniško (javno ali privatno) in preskrba s storitvami povezanimi s takimi posli
- h) Posredovanje denarja
- i) Upravljanje premoženja kot upravljanje denarja ali portfelja, vse oblike upravljanja kolektivnega vlaganja, upravljanje pokojninskih skladov, hramba in skrbniški posli
- j) Storitve kliringa in poravnave finančnih sredstev, vključno z obveznicami, deriviranimi proizvodi in/ali drugimi tržnimi instrumenti
- k) Svetovanje in opravljanje drugih pomožnih finančnih storitev v zvezi z vsemi dejavnostmi naštetimi v členu 1B seznama MTN.TNC/W/50, ki vključujejo kreditno boniteto in analize, raziskave in svetovanje v zvezi z naložbami in portfeljem, svetovanje o prevzemih in o restrukturiranju podjetij in oblikovanju strategij
- l) Dajanje in prenos finančnih informacij, obdelava finančnih informacij in povezanih programov drugih ponudnikov finančnih storitev

C. Drugo

VIII. ZDRAVSTVENE STORITVE IN STORITVE SOCIALNEGA VARSTVA (druge o tistih navedenih pod I.A.h-j)

- A. Storitve bolnišnic
- B. Druge zdravstvene storitve
- C. Socialne storitve
- D. Drugo

IX. TURIZEM IN STORITVE, POVEZANE S POTOVANJI

- A. Hoteli in restavracije (vključno catering)
- B. Turistične agencije in storitve organizatorjev potovanj
- C. Storitve turističnih vodnikov
- D. Drugo

X. REKREACIJSKE, KULTURNE IN ŠPORTNE STORITVE

- A. Razvedrilne storitve (vključno s gledališčem, živo glasbo in cirkusom)
- B. Storitve časopisnih agencij
- C. Storitve v zvezi z knjižnicami, arhivi, muzeji in druge kulturne storitve
- D. Športne in druge rekreacijske storitve
- E. Drugo

XI. PREVOZNE STORITVE

- A. Pomorski prevoz
 - a) Prevoz potnikov
 - b) Prevoz tovora
 - c) Najem ladij s posadko
 - d) Vzdrževanje in popravilo ladij
 - e) Storitve porivanja in vlečenja
 - f) Vzdrževalne storitve v pomorskem prevozu
- B. Prevoz po notranjih vodnih poteh
 - a) Prevoz potnikov
 - b) Prevoz tovora
 - c) Najem ladij s posadko
 - d) Vzdrževanje in popravilo ladij
 - e) Storitve porivanja in vlečenja
 - f) Vzdrževalne storitve v prevozu po notranjih vodnih poteh
- C. Letalski prevoz
 - a) Prevoz potnikov
 - b) Prevoz tovora
 - c) Najem letal s posadko
 - d) Vzdrževanje in popravilo letal
 - e) Vzdrževalne storitve v letalskem prevozu
- D. Vesoljski prevoz
- E. Železniški prevoz
 - a) Prevoz potnikov
 - b) Prevoz tovora
 - c) Storitve porivanja in vlečenja
 - d) Vzdrževanje in popravilo železniške opreme
 - e) Pomožne storitve v železniškem prevozu
- F. Cestni prevoz
 - a) Prevoz potnikov

- b) Prevoz tovora
- c) Najem komercialnih vozil z operaterjem
- d) Vzdrževanje in popravilo opreme za cestni prevoz
- e) Pomožne storitve v cestnem prevozu

G. Storitve cevovodov

- a) Prevoz goriva
- b) Prevoz drugega blaga

H. Storitve, povezane z vsemi prevoznimi panogami

- a) Storitve upravljanja s tovorom
- b) Storitve skladiščenja in shranjevanja
- c) Storitve prevoznih agencij storitve
- d) Drugo

I. Druge prevozne storitve

XII. STORITVE, KI NISO VKLJUČENE DRUGJE

Vir: World Trade Organisation, 2004

PRILOGA 2

RAZDELITEV DRŽAV PO DOHODKU

Za potrebe operativne in analitične namene Svetovna banka uporablja razdelitev držav po njihovem bruto nacionalnem prihodku (Gross National Income – GNI) per capita. Po tem merilu je vsaka država razvrščena v skupine: države z nizkim prihodkom, srednjim (nadalje razdeljena na nižji srednji in višji srednji prihodek) ter države z visokim prihodkom. Poleg tega se uporabljajo tudi razdelitve po geografskih regijah in stopnji zunanje zadolženosti, vendar se bom omejil le na prvo.

Merila za uvrstitev v eno od zgoraj naštetih skupin glede na njihov bruto nacionalni prihodek per capita, so: države z nizkim prihodkom – 765 USD ali manj; nižji srednji prihodek – med 766 in 3035 USD; višji srednji prihodek – med 3036 in 9385 USD; države z visokim prihodkom – 9386 USD ali več.

Razvrstitev držav v zgoraj naštete skupine leta 2003:

Države z nizkim prihodkom (61)

Afganistan	Kenija	Pakistan
Angola	Kirgizija	Papua Nova Gvineja
Bangladeš	Komori	Ruanda
Benin	Kongo	Salomonski Otoki
Burkina Faso	Kongo, Dem. rep.	Sao Tome in Principe
Burundi	Koreja, Dem. ljudska rep.	Senegal
Butan	Laos	Siera Leone
Čad	Lesoto	Slonokoščena obala
Ekvatorialna Gvineja	Liberija	Somalija
Eritreja	Madagaskar	Srednjeafriška republika
Etiopija	Malavi	Sudan
Gambija	Mali	Tadžikistan
Gana	Mavretanija	Tanzanija
Gvineja	Mjanmar	Togo
Gvineja Bissau	Moldavija	Uganda
Haiti	Mongolija	Uzbekistan
Indija	Mozambik	Vietnam
Jemen	Nepal	Vzhodni Timor
Kambodža	Nigerija	Zambija
Kamerun	Nikaragva	Zimbabve

Države z nižjesrednjim prihodkom (56)

Albanija	Indonezija	Peru
Alžirija	Irak	Romunija
Armenija	Iran, Islamska rep.	Ruska federacija
Azerbajdžan	Jamajka	Salvador
Belorusija	Jordanija	Samoa
Bolgarija	Južna Afrika	Sirska arabska rep.
Bolivija	Kazahstan	Srbija in Črna gora
Bosna in Hercegovina	Kiribati	Surinam
Brazilija	Kitajska	Svazi
Cap Verde	Kolumbija	Šrilanka
Dominikanska rep.	Kuba	Tajska
Džibuti	Makedonija, Nekdanja	Tonga
Egipt	jugoslovanska rep.	Tunizija
Ekvador	Maldivi	Turčija
Fidži	Maroko	Turkmenistan
Filipini	Marshallovi otoki	Ukrajina
Gruzija	Mikronezija, Federativne	Vanuatu
Gvajana	države	Zahodni breg in Gaza
Gvatemala	Namibija	
Honduras	Paragvaj	

Države z višjesrednjim prihodkom (37)

Antigva in Barbuda	Latvija	Saint Kitts in Nevis
Argentina	Libanon	Saint Lucia
Barbados	Libija	Saint Vincent in Grenadine
Belize	Litva	Savdska Arabija
Bocvana	Madžarska	Sejšeli
Češka rep.	Majote	Severni Marianski otoki
Čile	Malezija	Slovaška
Dominika	Mauricius	Trinidad in Tobago
Estonija	Mehika	Urugvaj
Gabon	Oman	Venezuela
Grenada	Palau	Zahodna Samoa
Hrvaška	Panama	
Kostarika	Poljska	

Države z visokim prihodkom (54)

Andora	Bahami	Brunej, Država
Aruba	Bahrajn	Ciper
Avstralija	Belgija	Danska
Avstrija	Bermudi	Deviški otoki (ZDA)

Farski otoki	Kanalski otoki	Nova Kaledonija
Finska	Katar	Nova Zelandija
Francija	Hongkong, Kitajska	Otok Man
Francoska Polinezija	Koreja, Rep.	Portoriko
Grčija	Kuvajt	Portugalska
Grenlandija	Lihtenštajn	San Marino
Guam	Luksemburg	Singapur
Irska	Makao, Kitajska	Slovenija
Islandija	Malta	Španija
Italija	Monako	Švedska
Izrael	Nemčija	Švica
Japonska	Nizozemska	Združene države Amerike
Kajmanski otoki	Nizozemski Antili	Združeni arabski emirati
Kanada	Norveška	Združeno kraljestvo

Države z visokim prihodkom, članice OECD (24)

Avstralija	Islandija	Norveška
Avstrija	Italija	Nova Zelandija
Belgija	Japonska	Portugalska
Danska	Kanada	Španija
Finska	Koreja, Rep.	Švedska
Francija	Luksemburg	Švica
Grčija	Nemčija	Združene države Amerike
Irska	Nizozemska	Združeno kraljestvo

Vir: World Bank Group, 2004; World Bank Group, 2004a; Vlada Republike Slovenije, Komisija za standardizacijo zemljepisnih imen, 2004.