TEORIE SLUŽEB

Studijní textová opora pro učitele odborných předmětů

RENATA HALÁSKOVÁ

OSTRAVA 2018

Jazyková korektura nebyla provedena, za jazykovou stránku odpovídá autor.

Recenzent: *Ing. Mirka Wildmannová, Ph.D.*
Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta

© doc. Ing. Renata Halásková, Ph.D.
© Ostravská univerzita v Ostravě
ISBN 978-80-7599-010-5

POUŽITÉ GRAFICKÉ SYMBOLY

Průvodce studiem

Cíl kapitoly

Klíčová slova

Kontrolní otázky

Shrnutí

Korespondenční úkol

Doporučená literatura

Řešený příklad

Otázky k zamyšlení

Úlohy k textu

Obsah

Obsah **4**

Slovo úvodem **6**

1 Služby a jejich teoretické vymezení **8**

1.1 Vymezení pojmu služba 8

1.1.1 Vymezení služeb v národohospodářském pojetí 12

1.1.2 Podnikohospodářský přístup pro vymezení služeb 13

1.1.3 Vymezení služeb v evropském kontextu 15

1.2 Vlastnosti služeb 18

1.3 Faktory ovlivňující rozvoj služeb 20

2 Vývoj a postavení služeb v ekonomice **25**

2.1 Vývoj názorů na ekonomickou podstatu služeb 25

2.2 Teoretické školy služeb 28

2.3 Postavení a význam služeb v ekonomice 32

3 Klasifikace služeb **39**

3.1 Klasifikace služeb podle podmínek reprodukčního procesu 40

3.2 Klasifikace služeb podle spotřebního určení 43

3.3 Klasifikace služeb podle odvětvové příslušnosti ekonomických činností 44

3.4 Klasifikace služeb podle organizačně – institucionálních vztahů 46

3.5 Další hlediska pro klasifikaci služeb 47

3.5.1 Klasifikace služeb na podnikohospodářské úrovni 49

3.5.2 Další hlediska klasifikace služeb a pro potřeby marketingu 50

3.5.3 Klasifikace služeb podle procesního přístupu 53

3.5.4 Klasifikace služeb podle inovačních aktivit 54

4 Specifika a trendy v sektoru služeb 61

4.1 Globalizace služeb 61

4.2 Inovace ve službách 63

4.2.1 Typy inovací ve službách 64

4.3 Standardizace služeb 67

4.3.1 Typy standardů služeb 68

4.3.2 Použití standardů služeb pro potenciál sektoru služeb 70

Slovo úvodem

Problematika služeb je velmi široká a poskytuje řadu možných přístupů k jejímu výkladu. Služby v současné době představují dynamicky se rozvíjející odvětví hospodářství všech zemí. Za posledních čtyřicet let se sektor služeb stal dominantní sférou tržních ekonomik. Rostoucí úloha služeb má pozitivní dopad na zaměstnanost ve službách a promítá se i v růstu podílu služeb na HDP.

Učební text vychází z požadavků pro získání základních znalostí, pojmů a informací. Cílem je poskytnout základní poznatky a souvislosti spojené s problematikou služeb převážně v teoretické rovině.

Text je strukturován do čtyř obsahových kapitol. *V první kapitole* je věnována pozornost definování služeb a jejich vymezení v širších souvislostech (národohospodářské pojetí, podnikohospodářské pojetí, evropské pojetí služeb), vlastnostem služeb a faktorům ovlivňujícím rozvoj služeb. *Druhá kapitola* nejprve rozebírá vývoj názorů na ekonomickou podstatu služeb a teoretické školy služeb, následně je věnována pozornost postavení a významu služeb v moderní ekonomice. Obsah *třetí kapitoly* je zaměřen na pochopení významu kategorizace služeb. Služby jsou klasifikovány podle podmínek reprodukčního procesu, spotřebního určení, odvětvové příslušnosti ekonomických činností, podle organizačně-institucionálních vztahů. Klasifikace služeb je provedena i podle marketingového a procesního přístupu a podle typu inovačních aktivit. *Čtvrtá kapitola* se zaměřuje na specifika a trendy v sektoru služeb, kde je blíže věnována pozornost globalizaci služeb, inovacím ve službách a standardizaci v sektoru služeb.

Struktura jednotlivých kapitol respektuje standard moderních odborných učebních textů, kde je nejprve uveden cíl kapitoly, dále klíčová slova a vlastní text. V závěru každé kapitoly najde čtenář shrnutí podstatných jevů a teoretických východisek s kontrolními otázkami umožňujícími zpětnou vazbu, resp. kontrolu studia. Součástí každé kapitoly je i seznam literatury, který slouží jako námět pro další prohloubení studia.

Učební text „Teorie služeb“ je určen zejména pro studenty kombinované formy studia Učitelství odborných předmětů na Ostravské univerzitě, ale může být využit i pro studenty jiných vysokých škol ve studijních programech a oborech se zaměřením nebo

specializací na problematiku služeb. Obsah textu je využitelný i pro širší okruh zájemců, kteří působí v odvětvích služeb a mají zájem rozšířit si své znalosti.

Autorka si je vědoma, že učební text „Teorie služeb“ zdaleka nevyčerpává širokou problematiku služeb a předpokládá, že přístupy spojené se službami, jako je management a marketing služeb nebo praktické souvislosti tržních i veřejných služeb, budou náplní dalších předmětů.

Ostrava, červen 2018

Renata Halásková

1 Služby a jejich teoretické vymezení

Cíl kapitoly

Po nastudování této kapitoly byste měli být schopni:

- definovat pojem služba,
- charakterizovat službu jako ekonomickou kategorii,
- definovat různé přístupy pro vymezení služeb,
- vysvětlit specifické charakteristiky (vlastnosti), které jsou typické pro služby,
- charakterizovat faktory ovlivňující rozvoj služeb.

Klíčová slova

služba, hmotný statek, nehmotný statek, přístupy pro vymezení služeb, vlastnosti služeb

1.1 Vymezení pojmu služba

Slovo služba je odvozené od slova sloužit. Pochází z latinského výrazu „servicum“, to v překladu znamená otroctví. Pojem služby (Services, Dienstleistungen) je frekventovanou kategorií teorie a praxe moderní ekonomiky s mnohostranným uplatněním a více významovým chápáním, proto definovat jednoznačně pojem služby je obtížné.

Průvodce studiem

Většina autorů pro vymezení služeb využívá různé přístupy a definice, které se odvíjí od specifik služeb (Mateides, Ďaďo, 2002; Michalová a kol., 2008; Benčo, Kuvíková a kol., 2011; Hesková, 2012; Vaštíková, 2014).

V teorii služeb definice Hilla (1977) klade důraz na určující prvky služeb. Služby jsou chápány jako:

- změna stavu osoby anebo statku způsobeného činností, která je součástí ekonomiky,
- uskutečňují se se souhlasem osoby nebo ekonomické jednotky prostřednictvím jedné činnosti ke druhé,
- změny se konají na cizím vlastnictví a nemůžou být skladovatelné.

Služba v ekonomii, managementu i v běžném životě označuje poskytnuté zdroje nebo výstup práce poskytovatele, který má pro zákazníka hodnotu nebo mu přináší užitek. Za to je zákazník ochoten platit nebo poskytnout protihodnotu. Služby jsou produkty, tedy výstupy tzv. produkčního procesu, podobně jako výrobky. Služby nelze skladovat, nelze je vlastnit a nemohou se zkazit (Management Mania, 2016).

V managementu služeb jsou významné tyto aspekty:

- služby jsou ekonomické činnosti, které vytváří hodnotu,
- poskytují užitek spotřebiteli v určitém čase a místě jako výsledek vytvoření žádané změny anebo pro přijímatele služby.

V marketingové teorii je novějším a nejčastěji využívaným vymezením služeb definice Kotlera (1995, s. 490) *„Služba je činnost, kterou může jedna strana nabídnout druhé, je naprosto nehmatatelná a nevytvoří žádné nabyté vlastnictví. Její realizace může, ale nemusí být spojena s fyzickým výrobkem“.*

Vaštíková (2008, s. 20) definuje služby jako *„samostatné, identifikovatelné, především nehmotné činnosti, které poskytují uspokojení potřeb a nemusí být nutně spojovány s prodejem výrobku nebo jiné služby. Produkce služeb může, ale nemusí vyžadovat užití hmotného zboží. Pokud je toto užití nutné, nedochází k transferu vlastnictví tohoto hmotného zboží.*“

Průvodce studiem

V ekonomické vědě a praxi je diskutována otázka shody resp. rozdílů mezi službami a hmotnými a nehmotnými statky. Všeobecně ekonomové zastávají názor, že zboží/výrobek je materiální nebo hmotný a služby jsou nemateriální – nehmotné statky. Podle Michalové a kol. (2008, s. 9) nebo Heskové (2012, s. 10) představují

- ***hmotné statky*** produkty, které mají určená vlastnická práva, je možné s nimi obchodovat a směňovat je na trhu.
- ***nehmotné statky*** mají všechny ekonomické charakteristiky produktu, ale nemají fyzické rozměry. Může se jednat o originální díla literární, hudební, výtvarná apod., která jsou výsledkem umělecké činnosti. Je možné k nim určit vlastnická práva a obchodovat s nimi.

Příklad:

Nehmotným statkem může být např. text nové knihy, nové hudební dílo nebo nový film.

- ***Služby*** se od hmotných a nehmotných statků liší v tom, že produkci služeb není možné oddělit od jejich spotřeby (doprava např. letadlem, vlakem), není možné je vyrobit do zásoby (ubytování v hotelu, lázeňské služby) a není možné k nim určit vlastnická práva.

Proto je zavádějící považovat služby za nehmotné statky a naopak, nehmotné statky nemůžeme považovat za služby.

Služba jako hospodářská činnost. Pojem služba se vztahuje na každou hospodářskou činnost uspokojující určitou potřebu. Jejím výsledkem je užitečný efekt, nikoliv hmotný statek (výrobek). V oblasti spotřeby mohou uspokojovat potřeby celé společnosti (kolektivní potřeby) nebo jednotlivců (individuální potřeby) (Hesková, 2012).

Průvodce studiem

K vymezení pojmu služba existuje několik přístupů. Jedná se o vymezení služeb jako negativní definice ke zboží, statistické vymezení služeb, národohospodářské pojetí pro vymezení služeb, vymezení služeb v rámci podnikohospodářské praxe.

Statistické vymezení služeb – vymezuje služby prostřednictvím jejich zařazení v národohospodářských klasifikacích. Technika tohoto přístupu je založena na výběru odvětví produkujících služby, které potom jako celek představují sféru služeb. Odvětvová klasifikace rozděluje ekonomické činnosti, ale neslouží jako podklad pro definování služeb. V některých případech ale příslušné odvětví v plném rozsahu nebo z větší části má charakter služeb. Hlavní problémy při definování odvětví (nebo nižších a jiných klasifikačních struktur – oborů) jako odvětví služeb vyplývají z celkové nevyjasněnosti toho, co by mělo být považováno za služby (Mateides, Ďaďo, 2002; Šebo, 2011).

Vymezení služeb jako negativní definice ke zboží. Služby jsou definovány jako ty statky, které nemají charakter materiálních výrobků nebo veřejných prací. Tento přístup bere za základ vymezení pojmu služba zkoumání materiální nebo nemateriální podstaty

služeb. Tato stránka služeb představuje jeden ze základních sporů mezi odborníky ve sféře služeb (Mateides, Ďaďo, 2002).

Průvodce studiem

Téměř všichni autoři považují za rozhodující znak služby její nemateriální (nehmotný) charakter. V tomto smyslu je nutné se vrátit k následujícím otázkám.

Otázky k zamyšlení:

Jsou služby jen statky nemateriálního charakteru?

Při hledání odpovědi na tuto otázku musíme řešit problém ekonomické podstaty služby. A diskuse souvisí do určité míry i s vymezením služeb podle odvětví.

Z praktického pohledu je za významnější považováno podle autorů Mateides, Ďaďo (2002) rozdělení služeb na osobní a věcné. Toto kritérium bere v úvahu působení objektu na předmět služby a služby je možné rozdělit následovně:

- pokud se jedná o vztah typu „osoba-osoba“, má služba charakter osobní služby,
- pokud se jedná o vztah „osoba-věc“, má služba charakter věcné služby,
- specifickým případem může být vztah typu „věc-osoba“ a „věc-věc“, který vystupuje do popředí v souvislosti s procesem zprůmyslňování služeb – automatizací a komputerizací.

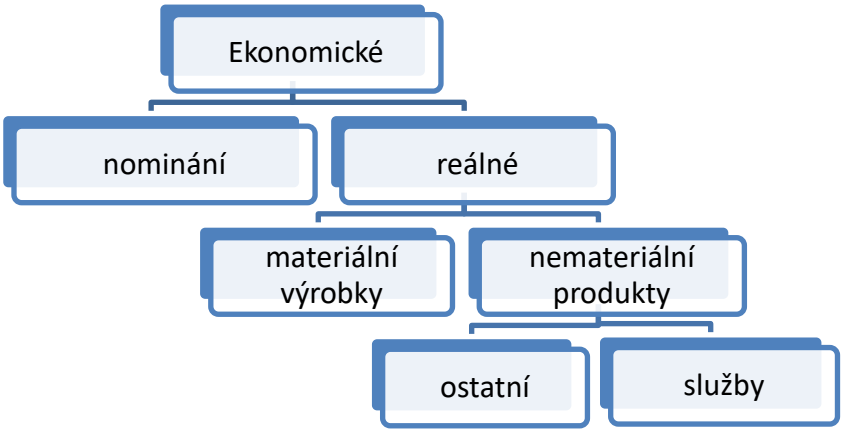
Otázky k zamyšlení:

Můžeme všechny nemateriální (nehmotné) statky považovat za služby?

Řada autorů poukazuje na skutečnost, že všechny statky nemateriálního charakteru, nemůžeme považovat za služby. Mateides, Ďaďo (2002) uvádí několik příkladů statků nemateriálního charakteru, které za služby považovat nemůžeme – např. informace jako výsledek služby, kapitál, práva.

Služby patří do oblasti reálných statků a představují na rozdíl od materiálních statků (např. auto, počítač, televizor), převážně nemateriální výkony. Služby se liší i od ostatních nemateriálních statků (např. licence, patenty), přes informace (informace na trhu) až po jejich výkonný charakter. Blíže služby a ostatní nemateriální statky dokumentuje obrázek 1.

Obrázek 1 Služby a ostatní nemateriální statky



Zdroj: Mateides, Ďaďo (2002, s. 27)

Služby představují určitou formu výkonu, kterou uskutečňuje člověk nebo automat ve vztahu k objektu. V tomto pohledu můžou informace představovat výsledek služeb (poradenství pro podnikatele), ale také předmět (výstup) služeb (např. informace o trhu jako výstup tržní analýzy poradce podnikatele). Informace sama o sobě nikdy nepředstavuje výkon.

1.1.1 Vymezení služeb v národohospodářském pojetí

Průvodce studiem

V této části textu se budeme věnovat vymezení služeb v národohospodářském pojetí. Vymezení služeb podle národohospodářského přístupu využívají např. Mateides, Ďaďo (2002); Michalová a kol. (2008); Benčo, Kuvíková a kol. (2011); Halásek a kol. (2013).

Národohospodářské pojetí služeb je v podstatě vymezením služeb zprostředkovaně pomocí rozdělení společensko – ekonomických činností uskutečňovaných v rámci národního hospodářství do určitých skupin podle charakteristických znaků. Nejznámější je sektorové členění společensko – ekonomických činností a sektorové rozdělení národního hospodářství.

Nejčastěji se používá tří sektorové členění. Teorie tří sektorů rozděluje ekonomické činnosti na primární sektor (zemědělskou výrobu a těžbu surovin), sekundární sektor (průmyslovou výrobu) a terciární sektor (činnosti produkující služby).

Do **sektoru služeb** patří fakticky všechny organizace (kromě výrobních podniků, zpracovatelského průmyslu surovin a zemědělství), které předmětem svého působení či

podnikání zapadají alespoň do jednoho z odvětví služeb (Halásek a kol., 2013; Management Mania, 2016):

- obchod a zprostředkování, transport, doprava a přeprava, skladování,
- cestovní ruch, ubytování a pohostinství,
- finanční služby (finanční sektor),
- média, informace a propagace, informační a komunikační služby,
- nemovitosti a infrastruktura,
- vzdělávání, zdravotnictví a sociální péče, zábava, kultura a sport,
- poradenství, právní a odborné služby,
- řemesla a opravy,
- veřejná správa.

Zvláštní podmnožinou sektoru služeb je veřejný sektor, který zahrnuje všechny služby financované z veřejných financí (tzv. veřejné služby).

S rostoucím významem služeb dochází k vyčlenění některých druhů služeb z terciárního sektoru. Řada autorů např. Strecková, Malý (1998); Rektořík a kol. (2007); Tetřevová (2008); Benčo, Kuvíková a kol. (2011); Hesková (2012) zařazuje některé služby do tzv. ***kvartérního sektoru*.** Podle těchto autorů jde zejména o služby, které neslouží soukromým ekonomickým procesům a individuálním potřebám obyvatelstva, (tzv. veřejné služby jako finanční správa, veřejná správa, soudnictví, policie, sociální správa, obrana státu). A součástí ***kvintárního sektoru*** *jsou* služby, které dynamizují ekonomický růst s důrazem na kvalitativní stránku, rozvoj a kultivaci lidského potenciálu tedy (školství, kultura, tělesná kultura, zdravotnictví, sociální služby, rekreační služby).

1.1.2 Podnikohospodářský přístup pro vymezení služeb

Průvodce studiem

Nyní se zaměříme na vymezení a definice služeb z pohledu podnikohospodářské praxe. Vymezení a členění služeb na základě podnikohospodářského přístupu používají např. Mateides, Ďaďo (2002); Michalová a kol. (2008) nebo Hesková (2012).

Mezi základní definice vymezující pojem služba podle Mateides, Ďaďo (2002) patří:

a) definice služeb zaměřené na činnost

Podle definice služeb, zohledňující jako kritérium činnost, jsou služby všechny činnosti, které se orientují na bezprostřední získávání, zpracování anebo opracování hmotných statků. Vymezení služeb jako nemateriálních ekonomických statků, které vznikají nevýrobním způsobem a jsou poskytovány ve formě činnosti, je všeobecně platným základem, ze kterého jsou odvozeny i další charakteristiky pro konkrétní druhy služeb.

Příklad:

Příkladem jsou opravárenské a servisní služby pro osobní i nákladní automobily.

b) ***definice služeb zaměřené na proces***

Služby jsou chápány jako procesy. Do této kategorie můžeme zařadit již zmiňovanou definici služeb podle Hilla (1977), kdy „služby je možné chápat jako změnu stavu osoby anebo hmotného statku, která se uskutečňuje vzájemnou ekonomickou činností osob nebo hospodářských jednotek“. Služba je určena pro zákazníky, klienty nebo uživatele, kteří jsou příjemci služeb.

Příklad:

Může se jednat o služby kadeřníků, lázeňské a rekreační služby.

c) definice služeb zaměřené na výsledek

Z pohledu některých autorů jsou služby definovány jako výsledek činností. Tato definice vychází z vymezení služeb ne jako procesu produkce služeb, ale jako výsledku tohoto procesu.

Příklad:

Příkladem jsou kulturní nebo vzdělávací služby.

d) definice služeb zaměřené na potenciál

Z tohoto pohledu můžou být služby pojímány jako lidmi nebo stroji vytvořený potenciál, případně schopnost producenta služeb poskytnout specifické výkony poptávajícím po službě (nemocnice, lyžařský vlek, divadlo apod.).

e) *integrované definice služeb*

Podle potenciálně, výsledkově a procesně orientovaných interpretací služeb, jak uvádí Mateides, Ďaďo (2002), o službě můžeme mluvit jen tehdy, pokud jsou splněny všechny tři podmínky vstupující do definice služeb a to:

- specifické schopnosti a připravenost poskytovatele služby k její realizaci (orientace na potenciál),
- vliv externího faktoru, který představuje provádějící prvek celého procesu (orientace na proces),
- podmiňuje vznik samotného výsledku ve formě služby (orientace na výsledek).

Příklad:

Podle tohoto přístupu jsou služby považovány za samostatné tržně realizovatelné výkony, které jsou spojeny s pohotovostí (např. služby pojišťovací) anebo konkrétním výkonem (např. služby kadeřnice). V rámci jejich produkčního procesu působí společně interní faktory (např. obchodní místnosti, personál) a externí faktory (např. zákazníci resp. uživatelé služeb).

1.1.3 Vymezení služeb v evropském kontextu

Průvodce studiem

V této kapitole je věnována pozornost vymezení a definici služeb v Evropské unii. Služby v EU jsou definovány podle Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/123/ES ze dne 12. prosince 2006 o službách na vnitřním trhu a zákona č. 222/2009 Sb., o volném pohybu služeb.

Předmětem směrnice je usnadnění výkonu svobody usazování pro poskytovatele služeb a volného pohybu služeb při zachování vysoké kvality služeb. Oblast působnosti směrnice zahrnuje v obecném slova smyslu jednotlivé typy služeb a činností, na které se tento legislativní akt vztahuje. Přičemž služby musí být „liberalizovány“ tj. otevřeny hospodářské soutěži a poskytovány za protiplnění (úplatu*).*

Pojem služba definuje Smlouva ES jako výkony poskytované za úplatu, pokud nejsou upraveny ustanoveními o volném pohybu zboží, kapitálu a osob. Služby, které vychází z pojetí uvedeného ve Směrnici Evropského parlamentu a Rady 2006/123/ES o službách

na vnitřním trhu, se rozlišují na liberalizované a v obecném zájmu. Evropská unie využívá pro tržní (soukromé) služby pojem **služby liberalizované**, tzn. umožňující jejich volný pohyb a přeshraniční spolupráci (v ČR jsou upraveny zákonem č. 222/2009 Sb., o volném pohybu služeb).

Příklad:

Od roku 2010 se uvolňuje trh služeb**.** Jedná se zejména o široké spektrum neustále se vyvíjejících činností a služeb, které představují podle Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/123/E, o službách na vnitřním trhu:

- *služby poskytované podnikům* (manažerské a poradenské služby, certifikace a testování, správa budov včetně údržby kanceláří, reklama, služby náboru pracovníků, služby obchodních zástupců),
- *služby poskytované jak podnikům, tak i spotřebitelům* (právní nebo daňové poradenství, služby v oblasti nemovitostí, jako například realitní kanceláře, stavebnictví včetně služeb architektů, distribuční odvětví, organizace veletrhů, pronájem vozidel a cestovní kanceláře),
- *služby poskytované spotřebitelům* (např. služby v oblasti cestovního ruchu včetně služeb turistických průvodců, služby pro volný čas, sportovní střediska a zábavní parky, podpůrné služby pro domácnosti jako je péče o starší občany).

Průvodce studiem

Pojem služby v obecném zájmu zahrnuje služby tržní i netržní, které orgány veřejné moci klasifikují jako služby v obecném zájmu podléhající specifickým závazkům veřejných služeb. Jedná se o širokou škálu činností v obecném zájmu jak ekonomické, tak neekonomické povahy, tzn. od služeb velkých síťových odvětví, jako je doprava, energetika, odpadové hospodářství, poštovní služby a telekomunikace, až ke službám v oblasti kultury, zdravotnictví, vzdělávání a sociální péče (Doleželová, Halásek, 2011, s. 23).

Služby v obeckém zájmu jsou podle Green Paper on Services of General Interest COM (2003), čl. 1 definovány jako služby, „které mají za cíl zajistit všem občanům jejich země stejné příležitosti, svobodu žít způsobem odpovídajícím jejich ideálu spokojeného života a možnosti plnohodnotně se podílet na životě ve společnosti“.

Dle Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/123/ES o službách na vnitřním trhu, 2006 **služba v obecném zájmu** je služba vytvořená, organizovaná nebo regulovaná v každé zemi EU orgánem veřejné správy, je považována za obecný zájem a podléhá zvláštním závazkům veřejné služby. Služba by měla být poskytována způsobem, který lze považovat za nezbytný pro uspokojení společenských potřeb a při respektování principu subsidiarity.

Existují tři kategorie služeb obecného zájmu: hospodářské, jiné než hospodářské povahy a sociální služby (Služby obecného zájmu, včetně sociálních služeb obecného zájmu: nový evropský závazek KOM, 2007; A Quality Framework for Services of General Interest in Europe, COM, 2011).

- **Služby obecného hospodářského zájmu** jsou základní služby, které jsou prováděny za úplatu. Na tyto služby se vztahují evropské předpisy o vnitřním trhu a hospodářské soutěži. Tyto služby jsou obvykle zajišťovány státem, kraji či obcemi ve veřejném zájmu a specifickým znakem těchto služeb je fakt, že pokud by nebyly finančně podporovány veřejnými subjekty, nebyly by poskytovány na trhu vůbec nebo by byly poskytovány v nižší kvalitě či rozsahu.

***Příklad*:**

Mezi služby obecného hospodářského zájmu patří např. přeprava cestujících, poštovní služby, energetika, odpadové a vodní hospodářství, veřejnoprávní vysílání, širokopásmá infrastruktura, některé služby zdravotní péče, sociální služby.

- **Služby jiného než hospodářského typu (služby nehospodářské povahy)** se neřídí žádnými zvláštními evropskými právními předpisy ani pravidly vnitřního trhu či hospodářské soutěže. Služby plní určité veřejné poslání a jsou poskytovány bezúplatně.

Příklad:

Mezi služby obecného zájmu nehospodářské povahy patří například práce policejních sborů, soudnictví a zákonné systémy sociálního zabezpečení.

- **Sociální služby obecného zájmu** jsou služby, které reagují na potřeby zranitelných skupin občanů a jsou založeny na zásadách solidarity a rovného přístupu. Tyto služby mohou být jak hospodářské, tak nehospodářské povahy.

Příklad:

Sociální služby obecného zájmu hrají klíčovou úlohu při zlepšování kvality života a poskytování sociální ochrany. Obsahují: sociální pojištění, služby zaměstnanosti a odborné přípravy, sociální bydlení, péči o dítě, dlouhodobou péči a služby sociální pomoci.

1.2 Vlastnosti služeb

Průvodce studiem

V této kapitole se blíže zaměříme na vlastnosti služeb. Služby oproti výrobkům dle Lukášové a kol. (2009, s. 6) *„mají specifické charakteristiky, ke kterým patří především nehmotná povaha služeb, heterogenita služeb, neoddělitelnost produkce a spotřeby služby, zničitelnost a nemožnost vlastnit službu“*. Podrobněji tyto vlastnosti a charakteristiky služeb rozebírají i další autoři např. Kotler (1995); Mateides, Ďaďo (2002); Michalová a kol. (2008); Pazour (2008); Hesková, (2012); Vaštíková (2014).

I přes značnou různorodost služeb můžeme vymezit základní *vlastnosti služeb*. Podle Vaštíkové (2014) nebo Pazoura (2008) to jsou:

a) ***Nehmotnost****.* Čistou službu nelze zhodnotit žádným fyzickým smyslem. Zákazník si službu před koupí nemůže prohlédnout, a jen v ojedinělých případech ji může vyzkoušet. Pro zákazníka je tedy obtížnější porovnávat konkurenční nabídky, hodnotit služby apod. Některé prvky, které představují kvalitu nabízené služby, jako například spolehlivost, osobní přístup poskytovatele služby, důvěryhodnost, lze ověřit až při nákupu a spotřebě služby. Výsledkem je větší míra nejistoty zákazníků při poskytování služby bez ohledu na to, zda se jedná o službu tržní nebo veřejnou či neziskovou. Zákazník má tak ztížený výběr mezi konkurujícími si poskytovateli podobných služeb.

b) ***Neoddělitelnost.*** Produkci a spotřebu zboží lze od sebe oddělit. Pro služby je typické, že jsou vytvářeny a spotřebovávány současně. Pokud je služba poskytována osobou, je tato osoba součástí služby. Pokud je zákazník při poskytování služby přítomen, vzniká interakce mezi oběma, je proto třeba uplatnit speciální marketingové postupy.

Producenta služby lze v některých případech nahradit strojem. Pokud mají zákazníci silný zájem o určité dodavatele služeb, jejichž časové možnosti jsou omezeny, jejich poptávka se reguluje pomocí cen.

Průvodce studiem

Podle Pazoura (2008) se s růstem stupně elektronizace služeb zvyšuje oddělitelnost produkce služby a její spotřeby. U některých služeb se zákazník (spotřebitel) zároveň obvykle přímo účastní procesu tvorby služby, neboli vzájemná interakce mezi tvůrcem (poskytovatelem) a zákazníkem hraje v takových případech stěžejní roli.

c) ***Heterogenita.*** Sektor služeb je charakterizován i vysokým stupněm heterogenity, což je především důsledkem jedinečnosti poskytovaných služeb a omezených možností v oblasti jejich standardizace. V úrovni heterogenity uvnitř sektoru služeb však existují značné rozdíly (Pazour, 2008). Heterogenita služeb podle Vaštíkové (2014) souvisí především se standardem kvality služeb. Služby jsou vysoce proměnlivé, protože závisejí na tom, kdo, kdy a kde je poskytuje. Nelze provádět výstupní kontroly kvality před dodáním služby, tak jak tomu bývá u zboží. Proto je možné, že způsob poskytnutí jedné služby se liší, dokonce i v rámci jednoho poskytovatele. Poskytovatelé mohou uskutečnit tři kroky směrem k řízení jakosti služeb:

- investovat do dobrého výběru a školení personálu,
- standardizovat proces poskytování služeb pomocí organizace,
- sledovat spokojenost zákazníků (přání, stížnosti, průzkumy).

Příklad:

Služby, které jsou spojeny s vysokým stupněm interakce poskytovatelů (výrobců) se zákazníky (spotřebiteli), vykazují zpravidla vysokou míru heterogenity (např. osobní služby), naopak služby založené na využívání techniky vyžadují dostatečnou úroveň standardizace (např. telekomunikační služby, finanční služby aj.).

d) ***Zničitelnost.*** Nehmotnost služeb vede k tomu, že je nelze skladovat či jinak uchovávat, prodávat znovu nebo vracet. Taktéž služby nelze vyrobit do zásoby v období, kdy má poskytovatel volné kapacity. Služby, které nejsou využity, tedy prodány v čase, kdy jsou nabízeny, jsou pro daný okamžik ztracené/zničené (Vaštíková, 2014). Atributem převážné většiny služeb je silná vazba produkce a spotřeby služby na čas a místo

poskytování, přičemž místo spotřeby služby je zpravidla vázáno na geografickou pozici spotřebitele. Důsledkem této vlastnosti některých služeb je ***nemožnost skladovat služby*** pro jejich budoucí použití, což se odráží v obtížném sladění nabídky a poptávky (Pazour, 2008).

V sektoru služeb však existují stále častější výjimky, které se touto charakteristikou nevyznačují.

Příklad:

Mohou to být služby v oblasti tvorby software, které lze považovat za skladovatelné, resp. spotřeba služby ve formě využití software nemusí bezprostředně časově navazovat na okamžik jeho vytvoření.

e) ***Nemožnost vlastnictví****.* Nemožnost vlastnit službu souvisí s její nehmotností a zničitelností. Při nákupu zboží přechází na zákazníka právo zboží vlastnit. Při poskytování služby nezískává směnou za své peníze zákazník žádné vlastnictví. Kupuje si pouze právo na poskytnutí služby.

Významným specifikem služeb, kterým se služby do značné míry odlišují od ostatních činností, je skutečnost, že jsou zpravidla simultánně produkovány a spotřebovávány.

Příklad:

Tento atribut je jádrem tzv. osobních služeb (kadeřnické služby, ubytovací a restaurační služby apod.), ale nelze ho spojovat se všemi druhy služeb.

Problematika specifických charakteristik služeb je předmětem i dalšího zkoumání zejména z marketingového přístupu nebo v rámci inovačních procesů.

1.3 Faktory ovlivňující rozvoj služeb

Průvodce studiem

V této části textu se budeme věnovat faktorům, které ovlivňují rozvoj služeb. Růst jednotlivých odvětví služeb souvisí s řadou faktorů. Jedná se především o faktory demografické, sociální, kulturní, ekonomické, politické a právní, technické a technologické. Nyní si jednotlivé faktory rozebereme podrobněji podle autorů Mateides, Ďaďo (2002, s. 29–31); Hesková (2012, s. 41–42).

Demografické změny

- Jde především o vliv stárnutí obyvatelstva. Se zvyšujícím se podílem starších osob roste především poptávka po službách zdravotní a sociální péče nebo poptávka po službách pojišťovacích.

Sociální a společenské faktory

- Růst zaměstnanosti žen vedl k přesunu tzv. tradičních domácích prací mimo domácnost (praní prádla, čistění a oprava oděvů, péče o děti).
- Dva příjmy v domácnosti zvýšily poptávku po osobních službách, vedly k rozvoji osobních finančních služeb. Rostoucí životní úroveň se projevuje rozvojem služeb v oblasti zábavy, cestování, vzdělávání nebo služeb spojených s bydlením. S růstem vybavení domácnosti vzrostla i poptávka po službách spojených s údržbou předmětů dlouhodobé spotřeby.
- Změny životního stylu vedou ke změnám poptávky v oblasti těchto služeb, zvyšuje se poptávka po službách (právních, poradenských nebo finančních). Roste zájmem o služby spojené s osobní hygienou nebo se zdravým životním stylem, aktivní přístup k péči o zdraví, péče o vlastní vzhled.

Kulturní faktory

- Jedná se o široký soubor vlivů spojených s vyššími nároky na kulturní služby. V souvislosti s trávením volného času vznikají nové služby, které mají charakter osobních (individuálních služeb). Jedná se o oblast vysoce specializovaných služeb, které jsou spojeny s vyššími nároky na kvalitu a na informace (např. sportovní aktivity, fitness, wellness služby, kulturní služby). Kulturní vlivy mají dopad i na služby spojené s bydlením.

Ekonomické faktory

- Mají významný vliv na rozvoj ekonomiky služeb, který je propojený i se stupněm vývoje globalizace ekonomiky, rozvojem tržních vztahů a hospodářství, specializací podniků, diverzifikací.
- Dlouhodobou tendencí je posilování významu ekonomiky služeb resp. vybraných odvětví např. obchod, doprava, rozvoj služeb cestovního ruchu.

Politické a právní faktory

- Tyto faktory patří do oblasti externích vlivů působících na služby. Dopady jsou zřetelnější v odvětvích veřejných služeb, regulace a likvidace monopolního postavení poskytovatelů služeb (např. v energetice, telekomunikačních službách).
- Vymezení služeb v obecném zájmu vychází z různých dokumentů, které jsou závazné pro státy EU.

Technické a technologické faktory

- Vliv těchto faktorů souvisí se vznikem nových oborů služeb a pronikání služeb do výzkumu. Jedná se o technologické inovace, nové informační technologie, služby spojené se složitostí hmotných statků.
- Na spotřebním trhu se jedná o nárůst služeb v souvislosti se spotřebním zbožím dlouhodobé spotřeby (automobily, audiovizuální technika apod.).

Σ

Shrnutí

Pojem služby je frekventovanou kategorií teorie a praxe moderní ekonomiky s mnohostranným uplatněním a více významovým chápáním. Pro definování a vymezení služeb se využívají různé přístupy (národohospodářské pojetí, podnikohospodářský přístup nebo vymezení služeb dle Evropské unie). V národohospodářském pojetí služby představují terciální sektor. Z pohledu podnikohospodářské praxe mezi základní definice vymezující pojem služba patří definice zaměřené na činnost, proces, výsledek nebo potenciál. V rámci EU jsou vymezeny služby obecného zájmu (služby hospodářské povahy, služby nehospodářské povahy, sociální služby obecného zájmu) a služby liberalizované. Služby se od hmotných a nehmotných statků vyznačují specifickými charakteristikami (vlastnosti), jedná se o nehmotnou povahu služeb, heterogenitu služeb, neoddělitelnost produkce a spotřeby služby, zničitelnost a nemožnost službu vlastnit. Na rozvoj služeb má vliv řada faktorů, mezi které patří demografické změny sociální resp. společenské změny, ekonomické, politické, právní a technologické faktory.

Kontrolní otázky a úkoly:

1. Definujte pojem služba.
2. Uveďte hlavní rozdíly, kterými se služby liší od hmotných a nehmotných statků.
3. Jaké znáte přístupy a definice pro vymezení služeb?
4. Charakterizujte služby v národohospodářském pojetí.
5. Uveďte definice pro vymezení služeb z pohledu podnikohospodářské praxe.
6. Vysvětlete, jak jsou pojímány služby v rámci EU.
7. Uveďte vlastnosti (specifické charakteristiky) služeb.
8. Vyjmenujte faktory ovlivňující rozvoj služeb.

Citovaná a doporučená literatura

A Quality Framework for Services of General Interest in Europe (2011). COM (2011) 900 final [online].Brussels: European Commission, 20. 12. 2011.[cit. 2. 11. 2017]. Dostupné z: http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com(2011)0900_/com_com(2011)0900_en.pdf

BENČO, J., KUVÍKOVÁ, H. a kol. (2011). *Ekonomika verejných služieb.* Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela.

Bílá kniha o službách v obecném zájmu (2004). KOM (2004) 374 v konečném znění [online]. Brusel: Komise Evropských společenství, 12. 5. 2004. [cit. 22. 10.2017]. Dostupné z: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/cs/com/2004/com2004_0374cs01.pdf

Cesta k lépe fungujícímu jednotnému trhu služeb vycházející z výsledků postupu vzájemného hodnocení podle směrnice o službách KOM/2011/0020 v konečném znění [online]. Brusel: Evropská Komise, 27. 1. 2011 [cit. 22. 10. 2017]. Dostupné z: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex:52011DC0020

DOLEŽELOVÁ, H., HALÁSEK, D. (2011). *Služby v obecném hospodářském zájmu EU. Komparace České republiky a Německa.* Series on Advanced Economic issues. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava.

Green Paper On Services of General Interest (2003). *COM (2003*) 270 final [online]. Brusel: European Commission, 21. 5. 2003. [cit. 22. 10. 2017]. Dostupné z: http://eur-lex.europa.eu/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexplus!prod!DocNumber&lg=en&type_doc=COMfinal&an_doc=2003&nu_doc=270

HALÁSEK, D. a kol. (2013). *Logistika v odvětvích služeb.* Přerov: Vysoká škola logistiky.

HESKETT, J. L., SASSER, W. E., HART, CH. W. L. (1993). *Služby – cesta k úspěchu*. Praha: Victoria Publishing.

HESKOVÁ, M. (2012). *Teorie, management a marketing služeb*. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií.

HILL, T. P. (1977). On goods and services. *Review of Income and Wealth*. **23**(4), pp. 315–338.

KOTLER, P. (1995). *Marketing Management. Analýza, plánování, realizace a kontrola.* Praha: Victoria Publishing.

LUKÁŠOVÁ, R. a kol. (2009). *Měření spokojenosti občanů s veřejnými službami jako součást řízení kvality v organizacích veřejného sektoru*. Brno: Masarykova univerzita.

MANAGEMENTMANIA (2016). *Sektor služeb (terciární sektor).* [online]. [cit. 30. 10. 2017]. Dostupné z: https://managementmania.com/cs/sektor-sluzeb-terciarni-sektor

MATEIDES, A, ĎAĎO, J. (2002). *Služby – teória služieb, marketing, kvalita, služby zákazníkom a meranie spokojnosti s nimi.* Bratislava: EPOS.

MICHALOVÁ, V. a kol. (2008). *Služby v modernej ekonomike***.** Bratislava: Ekonóm.

PAZOUR, M. (2008). Typologie inovačního procesu ve službách*. Politická ekonomie.* **56**(6), pp. 795–818.

REKTOŘÍK, J. a kol. (2007). *Ekonomika a řízení odvětví veřejného sektoru*. Praha: Ekopress.

Služby obecného zájmu, včetně sociálních služeb obecného zájmu: nový evropský závazek (2007)*.* KOM (2007) 724 v konečném znění [online]. Brusel: Komise Evropských společenství, 20. 11.2007. [cit. 2. 11. 2017]. Dostupné z: http://eur-lex.europa.eu/ LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0725: FIN:CS:pdf

*Směrnice evropského parlamentu a rady 2006/123/*ES *ze dne 12. prosince 2006 o službách na vnitřním trhu.* [online]. Úřední věstník Evropské unie, 27. 12. 2006. [cit. 20. 10.2017]. Dostupné z: http://eur-lex. europa.eu/lexuriserv/lexuriserv.do?uri=oj:l: 2006:376:0036:0068:cs:pdf

Směrnice o službách. COM (2011)*. Europa. Přehledy právních předpisů EU* [online]. 26. 4. 2011. [cit. 2. 11. 2017]. Dostupné z: http://europa.eu/legislation_summaries/ internal_market/single_market_services/l33237_cs.htm

STRECKOVÁ, Y., MALÝ, I. (1998). *Veřejná ekonomie pro školu i praxi*. Praha: Computer Press.

ŠEBO, J. (2011). Makroekonomický pohľad na verejné služby. In KUVÍKOVÁ, H., BENČO, J. a kol. *Ekonomika verejných služieb.* Banská Bystrica:Univerzita Mateja Bela, s. 90–130.

TETŘEVOVÁ, L. (2008). *Veřejná ekonomie*. Praha: Profesional Publishing.

VAŠTÍKOVÁ, M. (2014). *Marketing služeb – efektivně a moderně*. Praha: Grada Publishing.

VAŠTÍKOVÁ, M. (2008). *Marketing služeb – efektivně a moderně*. Praha: Grada Publishing.

Zákon č. 222/2009 Sb., o volném pohybu služeb.

2 Vývoj a postavení služeb v ekonomice

Cíl kapitoly

Po nastudování této kapitoly byste měli být schopni:

- vysvětlit vývoj služeb a jejich ekonomickou podstatu,
- charakterizovat teoretické školy služeb (teorii hospodářských změn, teorii tří sektorů, teorii ekonomiky služeb, teorii síťové ekonomiky),
- objasnit postavení služeb v ekonomickém systému společnosti,
- vysvětlit ukazatele vyjadřující postavení služeb v ekonomice.

Klíčová slova

vývoj služeb, teoretické školy služeb, sektor služeb, postavení služeb v ekonomice, makroekonomické ukazatele služeb

2.1 Vývoj názorů na ekonomickou podstatu služeb

Průvodce studiem

V této kapitole budeme nejprve věnovat pozornost vývoji služeb. V historickém vývoji teorie a praxe služeb nacházíme velké množství názorů, zejména na podstatu služeb a uspokojování potřeb člověka. Vývoj služeb a jejich ekonomická podstata jsou zpracovány z různých pohledů. Nyní se zaměříme na vývoj služeb podle autorů Benčo, Kuvíková a kol. (2011, s. 20–32).

Fyziokraté jako první začali používat pojem služby pro vyjádření určitých činností. Na teorii F. Quesnay navazuje, Guillaune Francois Trosne, který hovoří o osobních službách jako o jedné z oblastí práce.

Utopický socialismus představoval kritickou analýzu širších společenských procesů a otázkám členění společenských činností z hlediska tvorby společenského bohatství věnoval jen okrajovou pozornost.

Mezi nejvýznamnější osobnosti ekonomického myšlení tohoto období patří Adam Smith., který jako první vymezil služby ve svém pojednání „An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations“ v roce 1776 (Pojednání o podstatě a původu

bohatství národů) (Smith, 2001). Služby jsou zde definovány jako *statky, které neprodukují žádnou hodnotu.* Jako první začal používat pojem „poskytování služeb“, který se do té doby používal jen okrajově a nesystematicky. Dle Smithe je poskytování služeb, které uspokojuje potřeby obyvatelstva, jedna z významných oblastí vynakládání společenské práce. Práci člení na produktivní a neproduktivní, v jeho koncepci jde o dvojí chápání produktivní práce. Podle Smithe jsou služby neproduktivní činnosti, nepřinášejí žádný kapitál, nezhmotňují se v žádném předmětu, nemají hodnotu, ale jen užitnou hodnotu.

Smithovy názory na ekonomickou podstatu služeb ovlivnily i myšlení některých jiných nástupců zejména anglického ekonoma Davida Ricarda, francouzského ekonoma Jeana Baptista Saye, Johna Stuarta Milla nebo Karla Marxe. Přínosem Marxova učení je, že se o službách nejen zmiňuje, ale i je analyzuje jako daný společensko-ekonomický jev, což se později stalo základem ekonomické teorie služeb (Benčo, Kuvíková a kol., s. 27–29).

Vývoj názorů na ekonomickou podstatu služeb ve 20. století

Průvodce studiem

Ve 20. století se setkáváme již se systematičtějším a soustavnějším rozpracováním ekonomických otázek rozvoje služeb, kdy základem zkoumání jsou ekonomické procesy probíhající ve službách. Na uspokojování všestranných potřeb obyvatel má velký podíl i rozvoj služeb, které se staly nenahraditelnou složkou uspokojování denních potřeb obyvatelstva. Definují se nová rozdělení ekonomických činností včetně členění na sektory.

Za zakladatele novodobé teorie tří sektorů se v ekonomické literatuře považuje anglický ekonom Allen G. B. Fisher (1945), který všechny ekonomické činnosti rozdělil do tří sektorů: primárního, sekundárního a terciárního. V rámci terciálního sektoru věnuje pozornost hlavně produkci služeb, od dopravy a obchodu přes zábavu a vzdělání až k nejvyšším formám tvořivého umění. Terciální sektor ztotožňuje s poskytováním služeb, i když ho výslovně neoznačuje jako sektor služeb. Přitom pod pojem služby nezahrnuje žádnou činnost, kterou by bylo možné ztotožnit s pojmem bezprostřední materiální výroby.

Statické členění ekonomických činností se později částečně překonalo a úžeji spojilo s technickým procesem. Angličan *Collin Clark* rozděluje ekonomické činnosti do tří sektorů podle stupně spojení výsledků práce s přírodou a podle některých technicko-ekonomických vlastností výrobních procesů, čímž se dostává do určitých vztahů s marginální teorií.

Průvodce studiem

Klasifikaci služeb se věnovali v polovině minulého století také francouzští ekonomové (M. Lengelle, J. P. Coutheoux), kteří služby chápali jen jako součást terciálního sektoru nebo ztotožňovali celý terciální sektor se službami.

Dále je nutno zmínit např. J. Fourastié (1952), který člení terciální činnosti na pět skupin:

- obchod včetně bank a pojišťovnictví,
- doprava a spoje,
- svobodné povolání včetně školství, vědy, zdravotnictví a kultury,
- správa všeobecně včetně správy průmyslových podniků,
- osobní služby a služby pro domácnost.

Francouzský Commissariat General du Plan člení terciární sektor na šest samostatných skupin a L. Menz se pokouší členit služby z více hledisek na:

- věcné a osobní služby,
- služby produkující imateriální kapitál a služby produkující zboží,
- přímé a nepřímé služby,
- soukromé a veřejné služby,
- služby podle jejich nositelů (veřejné instituce a soukromé podniky),
- nutné a luxusní služby,
- intelektuální a manuální služby.

Další zastánce tří sektorů A. M. Katouzian navrhuje třetí sektor rozdělit na tyto druhy služeb:

- nové služby (výchova, zdravotnictví, kultura, rekreace),
- doplňkové služby (peněžnictví, doprava, velkoobchod a maloobchod),
- staré služby (zejména soukromé služby pro domácnost).

Průvodce studiem

Z uvedených názorů dle Benča, Kuvíkové a kol. (2011, s. 32) můžeme vydedukovat, že na terciální sektor a služby existují tři druhy názorů. Podle prvního názoru služby jsou *synonymem terciálního sektoru*, podle druhého služby tvoří jen tzv. *subsektor terciálního sektoru* a podle třetího názoru jen *část služeb tvoří organickou součást terciálního sektoru.*

Podle některých ekonomů řada služeb, které neslouží soukromým ekonomickým procesům a individuálním potřebám obyvatelstva tvoří tzv. kvartérní sektor. Mezi zastánce čtyřsektorového členění národního hospodářství patří např. německý sociolog Helmut Schelsky a švýcarský ekonom Leo Melz, kteří navrhují do kvartérního sektoru zařadit služby, které uspokojují potřeby spojené s využíváním volného času a dalším vzděláním člověka. Nebo francouzský ekonom J. J. Servan Schreiber, který charakterizuje kvartérní sektor jako pokračovatele terciárního sektoru a navrhuje do něj zařadit tzv. neziskové oblasti činností (výzkum, kultura, vzdělávání). Vyčlenění některých služeb z terciárního sektoru již bylo zmíněno i v souvislosti s vymezením služeb v národohospodářském pojetí v kapitole 1.1.1.

2.2 Teoretické školy služeb

Průvodce studiem

S rozvojem obecné ekonomické teorie, která se vyvíjí ve vzájemném vztahu s rozvojem společnosti, se rozvíjí i teorie služeb. Ekonomická teorie služeb je součástí obecné ekonomické teorie. Kvůli svému širokému záběru ale nemůže dostatečně obsáhnout v potřebné míře všechny principy, zásady a zákonitosti ekonomie poskytování služeb (Stejskal a kol., 2017).

Význam služeb je spojován se strukturálními změnami a hodnocením jednotlivých odvětví pro rozvoj národního hospodářství. Benčo (2011, s. 15–17) nebo Stejskal a kol. (2017, s. 2–3) uvádí, že v těchto intencích byl realizován i výzkum v oblasti služeb, přičemž se zkoumalo především postavení služeb v ekonomických procesech a to zejména z hlediska existujících **teorií hospodářských změn**.

Nejznámější je **globální koncepce postindustriálních změn.** Do ní patří tyto dílčí koncepce:

- ***koncepce desindustriálních změn***, která je spojována se 70. léty 20. století. V tomto období dochází v průmyslových zemích ke zpomalení ekonomického růstu, dochází k ekonomickým turbulencím, jež vyvolávají vysokou nezaměstnanost a zásadní desindustrializační změny v průmyslových odvětvích. Kvůli počínající globalizaci, společenským změnám a změně potřeb celé společnosti se do popředí zájmu dostávají služby;
- ***koncepce postindustriálních změn*** pomáhá vysvětlit strukturální změny v ekonomikách, ke kterým došlo vlivem změny významu sektoru služeb. V roce 1973 dochází k definici pojmu „společnost služeb“, jenž se stal příznačným pro tuto koncepci. Potvrdil přechod od produkce výrobků k produkci služeb, což logicky vyvolává potřebu patřičně vzdělaných manažerů a kvalifikovaných pracovníků (vzniká jasný tlak na změny ve vzdělávání). Díky těmto změnám dochází k poznání, že právě vědomosti pracovníků jsou předpokladem vzniku inovací a východiskem pro realizaci dalších společensko-politických změn. Tato koncepce jako první v historii napřimuje svoji orientaci na budoucnost společnosti a klade důraz na maximálně efektivní využívání vzácných zdrojů a technologií. Je logickým důsledkem, že v centru pozornosti tehdejší společnosti stojí oblasti služeb, jako jsou zachování zdraví, získání vzdělání, pokrok vlivem vědy a výzkumu, sociální péče, kultura, umění a sport. Představitelem této koncepce je americký sociolog D. Bell, který vidí hlavní příčinu popsaných změn ve vědě a výzkumu, které vnímá jako zdroj budoucích inovací. V tomto kontextu tvrdí, že o pozici každého jednotlivce ve společnosti rozhoduje jeho odborná kvalifikace;
- ***koncepce informační společnosti*** navazuje na koncepci postindustriální společnosti. Podporuje a zvýrazňuje klíčovou úlohu vědy a informací pro společenský a ekonomický pokrok. Podtrhuje úlohu nově se vytvářejícího odvětví, které spočívá v tvorbě informačních a komunikačních technologií. Toto odvětví bylo začleněno do tzv. kvartéru (kvartérní sektor). Sektor informací definoval rakouský ekonom F. Machlup v roce 1962, který dal později vzniknout odvětví znalostí, jež zahrnovalo vzdělávání, technologický rozvoj, výrobu pro zpracování a přenos informací, produkci informačních služeb a komunikační techniky. Takto definovaný sektor informací však neumožňoval rozlišit údaje,

informace, fakta a diverzifikovat jejich další zpracování a využití. V rámci tohoto sektoru dochází opět k rychlejšímu rozvoji praxe a zaostávání vědecké teorie (Stejskal a kol. 2017, s. 2–3).

Průvodce studiem

Mezi další teorie hospodářských změn patří i **teorie tří sektorů**, která však podle Stejskala a kol. (2017, s. 3–4) postupem vývoje společnosti prochází také výraznými změnami. Tato teorie totiž sloužila jako referenční rámec pro strukturální změny v ekonomikách a také jako teoretický základ ekonomických rozvojových kompetencí. Kritika této teorie se opírala o nejednoznačnost vymezení a ohraničení sektoru služeb, jednotlivé sektory byly rozšířeny o další služby natolik, že znemožňují jakékoliv pozorování a ekonomickou analýzu (např. podíl jednotlivých částí sektoru na HDP) a další. Na základě ní dochází k rozdělení terciérního sektoru a vzniku kvartérního a kvintérního sektoru.

Průvodce studiem

Připomeňme si, že zařazení některých služeb do kvartérního a kvintérního sektoru již bylo zmíněno v předcházejícím textu a to v souvislosti s vývojem názorů na ekonomickou podstatu služeb a při vymezením služeb v národohospodářském pojetí.

Souhrnně lze konstatovat, že teorie tří sektorů musela reagovat na rozšiřující se potřeby lidí, na základě kterých vznikají nové druhy služeb, noví producenti a poskytovatelé služeb. Dochází k pozvolnému narušování monopolních postavení jednotlivých producentů. Nové službotvorné činnosti nutí ke komplexní technické změně konceptu služeb a vytvoření nové moderní a efektivní sítě a infrastruktury služeb.

Pokrok v oblasti služeb vede i k dalším změnám. Mezi nejvýraznější změny podle Stejskala a kol. (2017, s. 4) patří:

- zapojení spotřebitele do produkčního procesu (spojením anglických výrazů pro producenta a spotřebitele vzniká nový pojem „prosumer“, A. Toffler, 1980). Dochází k posilování tzv. samoobslužného prvku, což zvyšuje ekonomickou efektivnost produkce, ale také spotřeby.
- neustálé zvyšování významu vybraných specifických služeb, které se stávají pro ekonomicko-sociální interakce ve společnosti zásadní (např. právní či

ekonomické poradenství). Díky zvyšování komplexity a přenosu odpovědnosti ze státu na spotřebitele jde o služby, které hrají a budou hrát dominantní roli. Bezesporu jde o neukončený proces, který v současné době i v budoucnu přinese další změny ve struktuře a charakteristice služeb.

Průvodce studiem

Z dalších autorů, kteří rozebírají **teorie hospodářských změn** a v rámci nich teorii hospodářských stupňů, teorii tří sektorů a globální koncepci postindustriálních změn, je možné zmínit např. Michalovou a kol. (2008) nebo Heskovou (2012).

Základní myšlenka **teorie hospodářských stupňů** podle Michalové a kol. (2008, s. 85–87) nebo Heskové (2012, s. 14–15) spočívá v postupném rozdělení vývoje hospodářství do jednotlivých vývojových stupňů, kdy je postupováno od nejnižších stupňů k nejvyšším. Podle této teorie v oblasti služeb byl nejvíce oceňován obchod a postupně se zvyšoval jeho význam v rámci jednotlivých vývojových stupňů. Význam ostatních oblastí služeb (např. doprava, bankovnictví, pojišťovnictví nebo školství) se projevil až v pokročilejším stupni vývoje. V souvislosti s globální koncepcí postindustriálních změn, a její dílčí *teorií informační společnosti* autorky konstatují, že základní význam v této teorii hraje věda, společně s informacemi charakterizujícími společenské změny a pokrok.

Úkoly k textu

Uveďte a zdůvodněte, které odvětví nebo oblasti služeb nejvýrazněji ovlivnila koncepce postindustriálních změn a koncepce informační společnosti.

Rychlé tempo rozvoje služeb v posledních třiceti letech a zvyšování váhy služeb v ekonomice je základem vzniku **teorie ekonomiky služeb.** Teorie je založená na významu služeb, které tvoří centrální součást národního hospodářství (blíže kapitola 2.3). Ekonomika služeb podle Heskové, (2012, s. 18) v sobě zahrnuje změny související s procesem výroby produktů a služeb, s technologickým obsahem výroby, které vedou ke změnám v dělbě práce, působí na strukturu ekonomiky, její organizaci a fungování. V souvislosti s existencí ekonomiky služeb více než polovina nákladů vstupuje do výroby produktu pomocí odpovídajících funkcí služeb. V konečném efektu služby přidávají hodnotu produktům, zvyšují jejich dostupnost a využitelnost.

Z dalších teorií, v souvislosti s problematikou služeb, je možné zmínit **teorii sítové ekonomiky,** která vychází ze skutečnosti, že v současném ekonomickém dění nabídku a poptávku, výrobní a výměnné procesy není možné oddělit. Michalová a kol. (2008) konstatuje, že vznikají nové sítě vztahů, ekonomické nebo korporační, které nabourávají tradiční chápání samostatných ekonomických jednotek. Se zvyšováním elektronických, informačních a počítačových sítí se mění organizační struktury a podnikatelské strategie. Definice sítě obsahuje tři dimenze (Michalová a kol., 2008; Hesková, 2012): 1) dimenze infrastruktury, 2) dimenze služeb, která obsahuje přírůstek hodnoty, 3) dimenze infostruktury (pravidel), která podmiňuje přístup k síti, použití a rozdělení přírůstku hodnoty.

2.3 Postavení a význam služeb v ekonomice

Průvodce studiem

V této kapitole se zaměříme na postavení služeb v ekonomice. Vyspělá tržní ekonomika je v současné době ekonomikou služeb. Zvyšující se úloha služeb podle Heskové (2008) má pozitivní dopad na zaměstnanost ve službách a promítá se i v růstu podílu služeb na HDP. Za posledních čtyřicet let se **sektor služeb** stal dominantní sférou tržních ekonomik. Největší podíl na HDP zaujímají ve všech státech EU služby.

Do sektoru služeb patří fakticky všechny organizace (kromě výrobních podniků, zpracovatelského průmyslu surovin a zemědělství), které předmětem svého působení či podnikání zapadají alespoň do jednoho z odvětví služeb (Management Mania, 2016). Služby se produkují a spotřebovávají i mimo sektor služeb. Podle autorů Mateides, Ďaďo (2002) jsou to právě mimoterciární služby, které přináší významné národohospodářské efekty a představují progresivní a dynamizující prvek v ekonomice.

V zastoupení sektorů následuje **průmysl**, který zahrnuje těžbu, výrobu, výrobu energie a stavbu a nejmenší podíl ze sektorů národního hospodářství představuje **zemědělství** (zahrnující zemědělství, rybolov a lesnictví).

Průvodce studiem

Při zkoumání makroekonomických otázek spojených s fungováním služeb v ekonomice z pohledu teorie ekonomiky služeb musíme nejprve vyřešit otázku měření velikosti sektoru služeb pomocí různých makroekonomických ukazatelů. Makroekonomické

ukazatele jsou zaměřeny především na vyjádření celkového výstupu, přidané hodnoty, produktivity a inovací.

Moderní makroekonomické přístupy se snaží měřit „novou ekonomiku“ založenou na službách novými ukazateli, které zahrnují veličiny jako je kvalita života, kvalita životního prostředí a volnočasové aktivity. Služby se v moderním pojímání makroekonomického rozvoje považují za klíčovou složku v procesu výroby statků, tak i v oblasti rozvoje člověka. Tento vývoj se připisuje zejména technologickému rozvoji, který ve skutečnosti změnil postavení služeb v porovnání s klasickou průmyslovou ekonomikou, kde služby sehrávaly sekundární úlohu. Uplatňování makroekonomických statistik na vyjádření hrubého domácího produktu, jako nejkomplexnějšího ukazatele národní produkce, umožňuje změřit i zastoupení služeb v tomto ukazateli. Zároveň umožňuje zjistit jejich vliv na rozvoj ekonomiky země (Šebo, 2011).

Mezi základní **ukazatele vyjadřující postavení služeb** v národní ekonomice (Michalová a kol., 2008; Šebo, 2011) patří:

- objem a podíl služeb na tvorbě HDP,
- objem a podíl služeb na zaměstnanosti,
- objem a podíl služeb na investicích.

Průvodce *studiem*

Měření **objemu služeb** a jejich podílu **na tvorbě HDP** příslušné ekonomiky na základě metodiky systému národních účtů je postavené na statistické klasifikaci ekonomických činností. Význam služeb v ekonomice je možné porovnávat pomocí podílu jednotlivých sektorů národního hospodářství (blíže tabulka 1).

Nejvyspělejší země, jejichž ekonomiky jsou založeny na sektoru služeb, dosahují přidanou hodnotu tvořenou službami na úrovni více než 75% HDP. Země střední Evropy (Polsko, Slovensko, Česká republika, Maďarsko) mají strukturu ekonomiky zaměřenou na sektor služeb, ale stále významnou úloh sehrává i sektor průmyslu. Jak konstatuje Šebo (2011, s. 92) takto postavená struktura ekonomiky poskytuje prostor pro intenzivní rozvoj sektoru služeb, zejména služeb obchodních, služeb skladování, logistiky a komunikací. Na druhé straně existuje riziko, že rozvoj ekonomiky se nedostatečně projeví v odvětvích služeb (vzdělávání, věda a výzkum, zdravotnictví, sociální

zabezpečení), které mají výrazně vyšší potenciál a mají zvýšit produktivitu a výkonnost ekonomiky v budoucnu.

Příklad:

Tabulka 1 Podíl sektorů na tvorbě HDP v zemích EU v roce 2016

	Podíl sektorů na tvorbě HDP v %		
Země EU	Zemědělství	Průmysl	Služby
Belgie	0,7	22,3	77,0
Bulharsko	4,4	28,0	67,6
Chorvatsko	4,1	26,5	69,4
Česká republika	2,5	37,5	60,0
Dánsko	1,1	23,6	75,3
Německo	0,6	30,3	69,1
Řecko	4,0	15,8	80,2
Španělsko	2,6	23,4	74,1
Francie	1,6	19,6	78,8
Irsko	1,0	39,3	59,7
Itálie	2,1	24,1	73,8
Estonsko	3,4	27,9	68,7
Kypr	2,3	11,0	86,7
Lucembursko	0,2	12,3	87,4
Litva	3,3	28,7	68,1
Lotyšsko	3,2	21,9	74,9
Maďarsko	4,5	30,4	65,1
Malta	1,3	10,6	88,1
Nizozemí	1,6	17,9	70,2
Rakousko	1,3	28,1	70,6
Polsko	2,4	40,2	64,2
Portugalsko	2,3	22,4	75,4
Slovinsko	2,3	32,4	65,3
Slovensko	3,8	34,8	61,4
Finsko	2,7	27,1	70,2
Švédsko	1,6	33,2	65,2
Spojené království	0,6	19,2	80,2
Rumunsko	4,4	34,2	63,3
EU 28	1,5	24,7	71,0

Zdroj: CIA – The World Fatbook (2017). Field Listing: GDP – Composition, by sector of origin (%)

Průvodce studiem

Druhým ukazatelem k měření velikosti sektoru služeb je **podíl zaměstnanosti v sektoru služeb na celkové zaměstnanosti** v ekonomice.

Šebo (2011, s. 92) konstatuje, že ve službách je vzájemná závislost mezi vývojem přidané hodnoty a zaměstnaností nižší než v sektoru průmyslu. Zároveň zvyšování produktivity práce v sektoru služeb nezpůsobuje snižování zaměstnanosti jako v sektoru průmyslu. A zvyšování podílu sektoru služeb na HDP znamená vyšší tempo zvyšování zaměstnanosti v sektoru služeb. Ze statistických výsledků vyspělých zemí je zřejmé, že sektor služeb je schopný neustále zaměstnávat více pracovních sil i za podmínky, že se výrazněji zvyšuje výkonnost (produktivita) práce v jednotlivých odvětvích sektoru služeb. Řada vyspělých zemí v současné době dosahuje podíl zaměstnanosti v sektoru služeb přes 70% (blíže tabulka 2).

Příklad:

Tabulka 2 Podíl zaměstnanosti v sektoru služeb v zemích EU v roce 2017

	Podíl zaměstnanosti v sektoru služeb na celkové zaměstnanosti		
Země EU	% zaměst. ve službách	Země EU	% zaměst. ve službách
Belgie	77,6	Lotyšsko	69,7
Bulharsko	64,1	Maďarsko	65,9
Chorvatsko	64,0	Malta	77,9
Česká republika	60,5	Nizozemí	81,9
Dánsko	78,4	Rakousko	69,7
Německo	71,2	Polsko	59,5
Řecko	72,1	Portugalsko	68,2
Španělsko	76,8	Slovinsko	61,5
Francie	76,8	Slovensko	62,2
Irsko	77,4	Finsko	73,8
Itálie	69,4	Švédsko	79,9
Estonsko	67,3	Spojené království	80,4
Kypr	79,2	Rumunsko	46,8
Lucembursko	88,5	EU 28	71,8
Litva	66,8		

Zdroj: The World Bank (2017). World Development Indicators – Employment in services (% of total employment)

Mezi hlavní odvětví zaměstnanosti v zemích EU patří zdravotní a sociální péče, veřejná správa a obrana, vzdělávání, doprava, železnice, poštovní a telekomunikační služby (Doleželová, Halásek, 2011).

Zvyšování podílu sektoru služeb na celkové zaměstnanosti i změna struktury v sektoru služeb je přikládána zvyšování produktivity ve všech třech sektorech, přičemž hlavním limitujícím faktorem růstu zaměstnanosti v sektoru zemědělství a průmyslu je především omezená struktura výstupů.

Úkoly k textu

Zhodnoťte, jaký je v České republice podíl služeb na tvorbě HDP a podíl zaměstnanosti v sektoru služeb v porovnání s ostatními zeměmi EU.

Shrnutí

Služby jsou produktem ekonomických procesů a s pokusy o vymezení jejich společensko-ekonomického postavení v národním hospodářství se v ekonomické teorii setkáváme už dávno. V 18. a 19. století byly aktivity služeb velmi omezené. V období industrializace se služby považovaly za neproduktivní sféru.

Ve 20. století již dochází k systematičtějšímu rozpracování ekonomických otázek rozvoje služeb a hlavní oblasti zkoumání jsou probíhající procesy ve službách. Definují se nová rozdělení ekonomických činností včetně členění na sektory. Význam služeb je spojován se strukturálními změnami a hodnocením významu jednotlivých odvětví pro rozvoj národního hospodářství. Teoretické přístupy k problematice služeb vedly k formování teoretických škol (teorie hospodářských změn, teorie tří sektorů, teorie ekonomiky služeb, teorie síťové ekonomiky).

Vyspělá tržní ekonomika je v současné době ekonomikou služeb. Služby se v moderním pojímání makroekonomického rozvoje považují za klíčovou složku v procesu výroby statků, tak i v oblasti rozvoje člověka. Mezi základní ukazatele vyjadřující postavení služeb v ekonomice patří objem a podíl služeb na tvorbě HDP, objem a podíl služeb na zaměstnanosti a objem a podíl služeb na investicích.

Kontrolní otázky a úkoly:

1. Kdy se poprvé setkáváme s pokusy o vymezení služeb?
2. Uveďte představitele, kteří se ve 20. století věnovali terciárnímu sektoru (sektoru služeb).
3. Jaké znáte teoretické přístupy a školy služeb?
4. Charakterizujte sektor služeb a jeho postavení v národním hospodářství.
5. Vyjmenujte odvětví, které se řadí do sektoru služeb.
6. Jaké znáte ukazatele vyjadřující postavení služeb v ekonomice?

Korespondenční úkol

Zvolte si tři odvětví služeb v České republice, které nejprve stručně charakterizujte. Dále proveďte analýzu zvolených odvětví služeb dle podílu na tvorbě HDP a dle podílu zaměstnanosti těchto služeb na celkové zaměstnanosti. Využijte statistická data z Českého statistického úřadu nebo z databáze Eurostat. Úkol zpracujte v rozsahu tří stran formátu A4 a zašlete vašemu tutorovi.

Citovaná a doporučená literatura

BENČO, J. (2011). Vstup do teorie ekonomiky verejných služieb. In BENČO, J., KUVÍKOVÁ, H. a kol. *Ekonomika verejných služieb.* Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, s. 14–19.

BENČO, J., KUVÍKOVÁ, H. a kol. (2011). *Ekonomika verejných služieb.* Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela.

CIA – THE WORLD FACTBOOK (2017). *Field Listing: GDP – composition, by sector of origin (%)* [online]. [cit. 5. 11. 2017]. Dostupné z: https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2012.html#84

DOLEŽELOVÁ, H., HALÁSEK, D. (2011). *Služby v obecném hospodářském zájmu EU. Komparace České republiky a Německa.* Series on Advanced Economic issues. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava.

FISHER, A. G. B. (1945). *Economic Progress and Social Securty*. London: Macmillan.

FOURASTIÉ, J. (1952). *La productivité*. Paris: Presses Universitaires de France.

HESKOVÁ, M. (2012). *Teorie, management a marketing služeb*. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií.

MANAGEMENTMANIA (2016). *Sektor služeb (terciární sektor).* [online]. [cit. 30. 10. 2017]. Dostupné z: https://managementmania.com/cs/sektor-sluzeb-terciarni-sektor

MATEIDES, A, ĎAĎO, J. (2002). *Služby – teória služieb, marketing, kvalita, služby zákazníkom a meranie spokojnosti s nimi.* Bratislava: EPOS.

MICHALOVÁ, V. a kol. (2008). *Služby v modernej ekonomike***.** Bratislava: Ekonóm.

SMITH, A. (2001). *An Inquiry into the nature and causes of the Wealth of nation*. (Bohatství národů: pojednání o podstatě a původu bohatství národů). Praha: Liberální institut.

STEJSKAL, J. a kol. (2017). *Teorie a praxe veřejných služeb*. Praha: Wolters Kluwer ČR.

ŠEBO, J. (2011). Makroekonomický pohľad na verejné služby. In KUVÍKOVÁ, H., BENČO, J. a kol. *Ekonomika verejných služieb.* Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, s. 90–130.

THE WORLD BANK (2017). *DataBank. World Development Indicators – Employment in services (% of total employment)* [online]. [cit. 20. 11. 2017]. Dostupné z: http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=2&series=SL.SRV.EMPL.ZS&country=.

3 Klasifikace služeb

Cíl kapitoly

Po nastudování této kapitoly byste měli být schopni:

- provést klasifikaci služeb podle různých hledisek,
- klasifikovat služby podle ekonomické teorie služeb a národohospodářské praxe (podle podmínek reprodukčního procesu, spotřebního určení služeb, odvětvové příslušnosti služeb, institucionální formy služeb),
- klasifikovat služby z pohledu podnikohospodářské praxe (podle vztahu k výrobkům, podle povahy výkonů, podle typu vztahu, dostupnosti),
- provést členění služeb podle dalších hledisek (procesního přístupu, pro potřeby marketingu apod.).
- klasifikovat služby podle inovačních aktivit (typu a původu inovací, inovační výkonnosti, se zaměřením na zákazníky).

Klíčová slova

klasifikace služeb, hlediska pro členění služeb, služby podle národohospodářské praxe, služby podle podnikohospodářské praxe, služby podle inovačních aktivit

Průvodce studiem

V této kapitole si rozebereme různá hlediska a přístupy pro klasifikaci služeb. Kategorizace (klasifikace, členění) služeb je ve velké míře odrazem jejich rozvoje a výrazem jejich místa ve společenské dělbě práce. V teorii služeb se uplatňují různá kritéria, na základě kterých se služby člení do několika kategorií. Pohledy na klasifikaci služeb vychází jak z makroekonomické úrovně, tak i z mikroúrovně tj. podnikohospodářské praxe (Benčo, Kuvíková a kol., 2011; Michalová a kol., 2008). Pro klasifikaci služeb jsou využívány i další hlediska a přístupy např. služby pro spotřebitele a organizace, členění služeb podle jejich charakteru a poskytování, členění služeb pro potřeby marketingu (Vaštíková, 2014), klasifikace služeb podle procesního přístupu (Žižka, 2012), služby podle inovačních aktivit (Pazour, 2008).

Benčo, Kuvíková a kol. (2011) při klasifikaci služeb rozlišují dva základní aspekty a to aspekt ekonomické teorie služeb a aspekt národohospodářské praxe, mezi kterými

budou vždy určité diference z hlediska stupně exaktnosti vyjadřování lidské práce. V případě ekonomické teorie služeb se jedná o vyjádření tzv. čistých ekonomických procesů a vztahů, v případě národohospodářské praxe o zohlednění účelnosti lidské práce z hlediska organizačně-institucionálního uspořádání celé ekonomiky.

Průvodce studiem

Z hlediska **všeobecné teorie služeb a potřeb ekonomické praxe** jsou dle Benčo, Kuvíková a kol. (2011, s. 131) považovány za základní hlediska klasifikace služeb zejména:

a) hledisko podmínek reprodukčního procesu,
b) hledisko spotřebního určení služeb,
c) hledisko odvětvové příslušnosti služeb,
d) hledisko institucionální formy služeb.

3.1 Klasifikace služeb podle podmínek reprodukčního procesu

Průvodce studiem

S podmínkami reprodukčního procesu souvisí zejména rozdělení služeb na materiální a nemateriální. Činnosti nebo práce ve formě oprav a údržby spotřebních předmětů vystupují jako *materiální služby*. Proces reprodukce materiálních služeb se po věcné a hodnotové stránce vyznačuje stejnými vlastnostmi jako proces reprodukce materiálních výrobků.

Proces uspokojování potřeb službami má svou etickou, estetickou, výchovnou, vzdělávací, sociální nebo ekonomickou stránku, ale i další stránky ovlivňující člověka. Uvedené specifika tvorby a spotřeby služeb opravňují označovat tyto služby jako *nemateriální služby* nebo nehmotné, duchovní anebo osobní služby. Nemateriální služby se obvykle reprodukují na základě veřejného zájmu a většina těchto služeb má charakter veřejných služeb, které je možné rozdělit na (Benčo, Kuvíková a kol., 2011):

- placené,
- neplacené — příspěvkové
  — bezplatné.

Průvodce studiem

Při dalším dělení služeb je třeba zohlednit i způsob (formy) financování nebo stanovení objemu a dostupnosti služeb (Stejskal a kol., 2017). Z hlediska účelu lze služby rozdělit na tržní a netržní služby (Benčo, Kuvíková a kol., 2011; Žižka, 2012).

Tržní služby jsou všechny služby, které můžou být předmětem prodeje na trhu. Pojmem tržní služby jsou označovány ekonomické činnosti, které jsou poskytovány za účelem dosažení zisku. Lze je charakterizovat následujícími vlastnostmi (Halásková, 2012) :

- služby jsou poskytovány převážně soukromým sektorem,
- existuje zde přímá vazba mezi poskytnutím služby a platbou příjemce,
- za poskytovanou službu je explicitně vyjádřená cena,
- jsou poskytovány v optimálním množství, tj. na základě interakce nabídky a poptávky na konkurenčních trzích.

Podle charakteristiky OECD jsou **tržní služby** poskytované na prodej na trhu za cenu pokrývající výrobní náklady a umožňující dosažení zisku pro jejich poskytovatele. Dle klasifikace ISIC (International Standard Industrial Classification of All Economic Activities) zahrnují kategorie (Žižka, 2012, s. 99):

- velkoobchod a maloobchod, opravy motorových vozidel, motocyklů a výrobků pro domácnosti;
- hotely a restaurace;
- doprava, skladování a spoje;
- finanční zprostředkování;
- činnosti v oblasti nemovitostí, pronájmu a podnikatelské činnosti.

Netržní služby zahrnují veškeré ekonomické činnosti, které nejsou poskytovány prostřednictvím trhu, splňující následující charakteristiky (Halásková, 2012):

- služby jsou poskytovány převážně veřejným sektorem,
- mnohdy zde není přímá vazba mezi poskytnutím služby a platbou příjemce,
- cena za poskytnutou službu není explicitně vyjádřena – jsou poskytovány bezplatně či za ceny silně subvencované z veřejných rozpočtů,
- neexistují konkurenční trhy pro tyto služby, tzn., nedochází k interakci nabídky a poptávky – obvykle jsou poskytovány ve vyšším než optimálním množství,

- mohou, ale nemusí být veřejným statkem.

V definici OECD nejsou samostatně odvětvově vymezeny, je však doporučeno, aby byly identifikovány separátně. Odvětvové vymezení netržních služeb je poměrně komplikované, neboť některé služby tradičně považované za „netržní“ mohou být poskytovány za účelem dosaženi zisku (např. vzděláváni, zdravotní péče). Z hlediska odvětvového tak lze vymezit služby, které jsou „převážně tržní“ nebo „převážně netržní“ (Žižka, 2012, s. 99). Zařazení služeb do kategorie tržních nebo netržních služeb nemusí být vždy jednoznačné. Závisí na ekonomickém, sociálním, technologickém a politickém prostředí.

Příklad:

V jednom odvětví mohou vedle sebe existovat stejné typy služeb tržních i netržních. Mezi převážně netržní služby se řadí veřejná správa, obrana, vzdělávání, zdravotní a sociální péče. Za tyto služby se neplatí žádné poplatky, popřípadě platí uživatelé těchto služeb ceny, které jsou dotované z veřejných zdrojů (státní rozpočet, rozpočet obcí a krajů).

Členění služeb na tržní a netržní i podle odvětvové příslušnosti ekonomických činností je dále uvedeno v kapitole 3.3.

Průvodce studiem

Z uvedených kritérií vznikla i klasifikace, která se používá pro sestavování statistických výkazů ESA – Evropský systém národních a regionálních účtů v Evropské unii. Jak uvádí Stejskal a kol. (2017) tento systém zajišťuje vnitřní konzistenci a mezinárodní srovnatelnost sestavovaných účtů a statistik. Nový evropský standard ESA 2010 (nahrazující původní ESA 95) byl schválen v roce 2013. Systém ESA 2010 také akcentuje dělení služeb (přesněji činností) na tržní a netržní.

Služby se v systematizaci ESA 2010 člení do 12 skupin (Stejskal a kol., 2017, s. 41):

a) výrobní služby,
b) údržba a opravy,
c) doprava,
d) cestovní ruch,

e) stavební práce,

f) pojišťovací služby a penzijní financování,

g) finanční služby,

h) poplatky za využívání duševního vlastnictví,

i) telekomunikační služby, služby v oblasti počítačů a informační služby,

j) ostatní podnikatelské služby,

k) osobní, kulturní a rekreační služby,

l) výrobky a služby vlastních institucí.

3.2 Klasifikace služeb podle spotřebního určení

Průvodce studiem

Spotřební určení služeb souvisí se spotřební stránkou služeb, jakož i jednotlivými složkami životního prostředí. Mezi dva základní aspekty, podle kterých (Benčo, Kuvíková a kol., 2011, s. 135–143) dělí služby, jsou:

- ***Klasifikace služeb z hlediska uspokojování jednotlivých skupin potřeb***

  Jedná se o služby uspokojující potřeby výživy, odívání, bydlení, vzdělání, kultury, rekreace a další. Z tohoto hlediska je možné služby rozdělit na:

  - osobní služby (zdravotnicko-technické služby, služby osobní hygieny),
  - opravárenské služby zaměřené na opravu materiálně-technických prostředků v osobním vlastnictví obyvatel,
  - služby spojené s bydlením a životním prostředím,
  - dopravní služby a služby spojů,
  - zdravotnické služby a služby sociálního zabezpečení,
  - vzdělávací služby,
  - služby vědy a výzkumu,
  - kulturní a zábavné služby,
  - rekreační služby a služby cestovního ruchu,
  - sportovní a relaxační služby.

Některé z uvedených skupin služeb mají veřejný nebo veřejnoprávní charakter, jiné jsou tržní.

- ***Klasifikace služeb z hlediska intenzity uspokojování služeb***
  - *služby uspokojují základní potřeby*. Jedná se o služby, které se vztahují k uspokojování základních potřeb (některé osobní služby, vzdělávací služby, zdravotnické služby, služby osobní dopravy – např. doprava do zaměstnání, do školy a část služeb spojených s bydlením a stravováním).
  - *služby uspokojující občasné potřeby*. Jedná se o služby, které uspokojují potřeby v delších časových intervalech, ale většinou pravidelně (např. služby spojené s opravami a údržbou domácích technických prostředků) nebo služby, které ve vztahu k potřebám využíváme nepravidelně (např. kulturní služby, některé osobní a sportovní služby, služby cestovního ruchu).
  - *příležitostní služby*. Tyto služby se využívají jen náhodně, příležitostně a nemají bezprostřední vliv na životní úroveň obyvatelstva.

Průvodce studiem

Uvedené členění služeb podle autorů Benčo, Kuvíková a kol. (2011) nemá statistickou hodnotu a nepoužívá se při národohospodářském bilancování. Toto členění služeb může být předmětem sledování a vyhodnocování na podnikové úrovni s cílem optimálně uspokojovat jednotlivé skupiny potřeb z hlediska jejich pravidelné a nepravidelné intenzity.

3.3 Klasifikace služeb podle odvětvové příslušnosti ekonomických činností

Průvodce studiem

Hledisko odvětvové příslušnosti ekonomických činností odráží základní vztahy mezi dosaženým stupněm společenské dělby práce a jejím vyjádřením ve struktuře národního hospodářství. Odvětvová klasifikace příslušnosti ekonomických činností je výsledkem dlouhodobého procesu a vývoje informačních systémů statistického výkaznictví (Michalová a kol., 2008; Halásek, 2010; Benčo, Kuvíková a kol., 2011; Hesková, 2012). Odvětvové hledisko prolíná a je základem i pro předchozí hlediska (reprodukčního procesu a spotřebního určení služeb). V současné době je platná v rámci EU statistická klasifikace **ekonomických činností** (Nomenclature Générale des Activités Économiques

dans les Comunantés Européennes NACE rev. 2), kterou členské státy EU respektují, EUROSTAT garantuje a přiměřeně si ji jednotlivé státy modifikují (např. CZ – NACE).

Odvětvová klasifikace ekonomických činností (NACE rev. 2. od 1. 1. 2009) v České republice se skládá z 21 sekcí A–U, z toho sekce A – Zemědělství, lesnictví a rybářství, sekce B – Těžba a dobývání, sekce C – Zpracovatelský průmysl.

Sekce D – U zaujímají služby, z toho sekce D a E, představují služby obecného hospodářského zájmu, sekce F–N služby převážně komerční (zaměřené na zisk, poskytované soukromými tržními poskytovateli), sekce O–T veřejné služby poskytované veřejnými a soukromými netržními poskytovateli. Podrobněji jednotlivá odvětví služeb uvádí tabulka 3.

Tabulka 3 Služby dle odvětvové klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE)

Sekce D	**Výroba a rozvod elektřiny, plynu, tepla a klimatizovaného vzduchu** – zahrnuje výrobu a rozvod elektřiny, plynu, tepla a klimatizovaného vzduchu
Sekce E	**Zásobování vodou, činnosti související s odpadními vodami, odpady a sanacemi** – zahrnuje shromažďování, úpravu a rozvod vody, činnosti související s odpadními vodami, shromažďování, sběr a odstraňování odpadů, úprava odpadů k dalšímu využití, sanace a jiné činnosti související s odpady
Sekce F	**Stavebnictví** – zahrnuje výstavbu budov, inženýrské stavitelství a specializované stavební činnosti
Sekce G	**Velkoobchod, maloobchod, opravy a údržba motorových vozidel** – zahrnuje velkoobchod, maloobchod a opravy motorových vozidel
Sekce H	**Doprava a skladování** – zahrnuje pozemní a potrubní dopravu, vodní a leteckou dopravu, skladování a vedlejší činnosti v dopravě, poštovní a kurýrní činnosti
Sekce I	**Ubytování, stravování a pohostinství** – zahrnuje ubytování, stravování a pohostinství
Sekce J	**Informační a komunikační činnosti** – zahrnuje vydavatelské činnosti, činnosti v oblasti filmů, videozáznamů a televizních programů, pořizování zvukových nahrávek a hudební, vydavatelské činnosti, tvorbu programů a vysílání, telekomunikační činnosti, činnosti v oblasti informačních technologií, informační činnosti
Sekce K	**Peněžnictví a pojišťovnictví** – zahrnuje finanční zprostředkování, kromě pojišťovnictví a penzijního financování, pojištění, zajištění a penzijní financování, kromě povinného sociálního zabezpečení, ostatní finanční činnosti
Sekce L	**Činnosti v oblasti nemovitostí** – zahrnují činnosti v oblasti nemovitostí
Sekce M	**Profesní, vědecké a technické činnosti** – zahrnují právní a účetnické činnosti, činnosti vedení podniků; poradenství v oblasti řízení, výzkum a vývoj, reklamu a průzkum trhu, veterinární činnosti
Sekce N	**Administrativní a podpůrné činnosti** – zahrnují Činnosti v oblasti pronájmu a operativního leasingu, činnosti související se zaměstnáním, vedlejší a pomocné činnosti v dopravě; činnosti cestovních kanceláří a agentur, bezpečnostní a pátrací činnosti, administrativní, kancelářské a jiné podpůrné činnosti pro podnikání

Sekce O	**Veřejná správa a obrana, povinné sociální zabezpečení** – zahrnuje veřejnou správu, obranu a povinné sociální zabezpečení
Sekce P	**Vzdělání** – zahrnuje vzdělání
Sekce Q	**Zdravotnictví a sociální péče** – zahrnují zdravotní péči, pobytové služby sociální péče, ambulantní nebo terénní sociální služby
Sekce R	**Kulturní, zábavní a rekreační činnosti** – zahrnují tvůrčí, umělecké a zábavní činnosti, činnosti knihoven, archivů, muzeí a jiných kulturních zařízení, činnosti heren, kasin a sázkových kanceláří, sportovní, zábavní a rekreační činnosti
Sekce S	**Ostatní činnosti** – zahrnují činnosti organizací sdružujících osoby za účelem prosazování společných zájmů, opravy počítačů a výrobků pro osobní potřebu a převážně pro domácnost, poskytování ostatních osobních služeb
Sekce T	**Činnosti domácností jako zaměstnavatelů, činnosti domácností produkujících blíže neurčené výrobky a služby pro vlastní potřebu** – zahrnují činnosti domácností jako zaměstnavatelů domácího personálu, činnosti domácností produkujících blíže neurčené výrobky a služby pro vlastní potřebu
Sekce U	**Činnosti exteritoriálních organizací a orgánů** – zahrnují Činnosti exteritoriálních organizací a orgánů

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ (2008)

Korespondenční úkol

Proveďte analýzu podle hlavních odvětví služeb v České republice a vybraném kraji. Ke zpracování úkolu využijte Statistickou ročenku České republiky – oddíl Organizační struktura národního hospodářství podle vybraných právních forem a převažující činnosti (klasifikace ekonomických činností – CZ-NACE). Pro analýzu vybraného kraje využijte Statistickou ročenku příslušného kraje – oddíl Organizační statistika – Převažující činnost (sekce CZ-NACE). Úkol zpracujte v rozsahu tří stran A4 a zašlete vašemu tutorovi.

3.4 Klasifikace služeb podle organizačně – institucionálních vztahů

Průvodce studiem

Podle autorů Benčo, Kuvíková a kol. (2011, s. 141) analýzy vývoje sektoru služeb ukazují, že „překonání názorů na homogenitu sektoru služeb vede k opodstatněnosti ***dělení služeb z hlediska organizačně – institucionálních vztahů***. Z tohoto pohledu se služby kategorizují na:

- *intermediální služby* (směřující do výrobních procesů, kde představují vstup do produkce výrobků nebo jiných služeb), přičemž poptávka po nich vyplývá s potřeb výrobní sfér,

- *služby konečné poptávky jednotlivců a domácností* (jako součást soukromé spotřeby) a společenských služeb spotřebovávaných skupinou osob kolektivně (jako součást veřejné spotřeby).

Benčo, Kuvíková a kol. (2011, s. 142) dále uvádí ***členění služeb podle úrovně technického pokroku služeb a podle oborů.*** Jedná se o:

- *konstrukční služby* (inženýrské, projektové a konzultačně-poradenské firmy včetně vypracování návrhů a projektů pomocí výpočetní techniky);
- *distribuční služby* (firmy nákladní a osobní přepravy včetně počítačových terminálů, skladů, obchodních domů apod.);
- *telekomunikační a informační služby* (firmy zaměřené na dálkový přenos informací, pošta, televize, rozhlas a další);
- *finanční a pojišťovací služby* (zabezpečované bankami, pojišťovnami, firmami autorizovaného účetnictví a platebních procesů);
- *komerční služby* (firmy orientované na poskytování profesionálních služeb konzultantů, poradců, právníků, překladatelů, spojené s prodejem a pronájmem motorových vozidel, nemovitostí, opravárenské a čistírenské služby, tiskové agentury a další);
- *veřejné služby* (zabezpečované institucemi a organizacemi zaměřenými na vzdělávání, výzkum, zdravotnictví, sociální zabezpečení, kulturu, tělesnou kulturu a sport, jakož i služby bezpečnosti, obrany, veřejného pořádku, justice, správy apod.).

3.5 Další hlediska pro klasifikaci služeb

Průvodce studiem

Komplexnější pohled na služby, který vychází z některých obdobných kritérií členění služeb jako (Benčo, Kuvíková a kol., 2011 nebo Žižka, 2012) umožňuje klasifikace služeb podle Michalové a kol. (2008), která rozlišuje členění služeb na makroekonomické úrovni a klasifikaci služeb pro potřeby podnikohospodářské praxe.

Na makroúrovni služby Michalová a kol. (2008, s. 20–23) člení:

- ***podle charakteru činností*** **–** jedná se o již zmiňovanou klasifikaci podle odvětvové příslušnosti ekonomických činností (NACE) v kapitole 3.3.
- ***podle funkcí, které plní (funkčního působení)*** se služby člení na čtyři základní subsektory:
  - *distribuční služby:* zprostředkovávají distribuci, rozdělování a skladování výrobků, informací a přepravu osob. Jedná se o velkoobchodní činnosti, maloobchodní aktivity, dopravní služby, služby poštovní a telekomunikační.
  - *výrobní služby:* představují bezprostřední anebo pomocné služby ve výrobním procesu jiných výrobků nebo služeb. Tyto služby jsou zprostředkovateli produkčního procesu, procesů organizace práce, managementu výroby, distribuce a prodeje finální produkce. Do této kategorie služeb patří služby peněžnictví a pojišťovnictví, činnosti v oblasti nemovitostí, pronájem strojů a přístrojů, zpracování dat, obchodní služby pro podniky.
  - *společenské (sociální) služby*: poskytují se většinou na neziskových principech a stát má zájem na jejich zabezpečení. Patří zde např. služby zdravotnictví, vzdělávání, sociální služby, bezpečnostní služby.
  - *osobní služby*: jsou zaměřené na individuální potřeby zákazníků (uživatelů). Jedná se např. o služby hotelové, restaurační, rekreační, kulturní, zábavní, služby pro domácnost, opravárenské, čistírenské, kadeřnické služby.
- ***podle typu poptávky*** se rozlišují:
  - *intermediální slu*žby označované také jako služby pro výrobní spotřebu (služby bankovní, telekomunikační, dopravní, poradenské, reklamní, právní, inženýrské apod.)
  - *spotřební služby*, poskytují se v oblasti konečné spotřeby a uspokojují potřeby jednotlivců a domácností (např. služby osobní dopravy, kadeřnické a kosmetické služby, čistírenské služby, služby cestovních kanceláří, pronájem bytů).
- ***podle způsobu realizace***
  - tržní služby,
  - netržní služby. Podrobněji je členění na tržní a netržní služby uvedeno v kapitole 3.1.

- ***podle umístění na trhu***
  - služby orientované na domácí trh a neexportovatelné (služby osobní, služby veřejné správy),
  - služby exportovatelné (služby dopravní, komunikační, stavební, pojišťovací, finanční, cestovního ruchu).
- ***podle technické a poznatkové náročnosti*** se služby člení do šesti skupin
  - *poznatkově náročné služby,*
  - *poznatkově náročné tržní služby,*
  - *poznatkově náročné finanční služby,*
  - *jiné poznatkově náročné služby,*
  - *poznatkově nenáročné tržní služby,*
  - *poznatkově nenáročné služby.*

Úkoly k textu

Vysvětlete, co to jsou distribuční, intermediální a osobní služby a zařaďte tyto služby podle příslušných hledisek.

3.5.1 Klasifikace služeb na podnikohospodářské úrovni

Průvodce studiem

Na podnikohospodářské úrovni se uplatňuje také více přístupů pro klasifikaci služeb. Můžou být jednorozměrné (na základě jednoho znaku) nebo vícerozměrné (dva a více znaků). Michalová a kol. (2008, s. 26–27) uvádí členění služeb:

- ***Podle vztahu k výrobkům,*** kdy se rozlišují*:*
  - Komplementární služby k výrobkům (distribuční, finanční, dopravní, telekomunikační, služby spojené s opravami a údržbou, pronájem).
  - Substituční služby nahrazují hmotný statek, příp. nemají k němu žádný vztah (rekreační, zábavní, kulturní, stravovací služby).
- ***Podle povahy výkonů*** jsou služby rozlišeny na:
  - Individuální služby – formují se převážně na základě požadavků zákazníka (služby na míru).
  - Standardizované služby (v procesu produkce služeb nebo v typizovaných znacích).

- ***Podle způsobu kontaktu*** se může jednat o:
  - Bezprostřední službu – vyznačuje se prostorovou a časovou shodou mezi poskytovatelem a zájemcem.
  - Zprostředkovanou službu – např. telefonem, bankomatem.
- ***Podle objektu výkonů*** se rozlišují:
  - osobní služby – příjemcem těchto služeb jsou lidé. Jedná se např. o služby zdravotnické, vzdělávací, kulturní, kosmetické, restaurační.
  - věcné služby – poskytování těchto službeb je spojeno s věcným statkem (např. nákladní doprava, služby čistíren, pojištění majetku).
- ***Podle typu vztahu*** se může jednat o:
  - smluvní vztah – služby pojišťovací nebo bankovní,
  - neformální vztah – poštovní služby, služby veřejného osvětlení.
- ***Podle změn v poptávce*** můžeme rozlišit:
  - služby s velkými změnami v poptávce – dopravní služby, služby požární ochrany, hotelové služby, kulturní služby,
  - služby s malými změnami v poptávce – pojišťovací služby, služby v bankovnictví.
- **Podle dostupnosti služby** se rozlišuje:
  - jeden provoz – služby divadla, specializované opravářské služby,
  - více provozů – síť služeb rychlého občerstvení, poštovní služby.

V podnikohospodářské praxi se uplatňují i vícerozměrné klasifikace (Michalová a kol., 2008, s. 27). Jedná se o soustavu znaků členění podniků služeb podle cíle výkonů a podle charakteru nabídky. Tím služby získávají silnější diferenciaci a takto vzniklé třídy vykazují vyšší stupeň homogennosti. Pomocí vícerozměrné klasifikace podniků služeb je možné zvolit adresnější postupy, metody a strategie managementu a marketingu.

3.5.2 Další hlediska klasifikace služeb a pro potřeby marketingu

Průvodce studiem

Další z pohledů na klasifikaci služeb uvádí např. Kotler (1995) nebo Vaštíková (2008, 2014). Podle Vaštíkové (2014, s. 23–25) lze služby třídit do několika kategorií podle jejich charakteristických vlastností např.:

- služby pro spotřebitele a pro organizace,
- význam míry zhmotnění služby,
- členění služeb na základě prodejce a podle trhu kupujícího,
- členění služeb podle jejich charakteru a poskytování,
- klasifikace pro potřeby marketingu.

Nyní se zaměříme na některé kategorie služeb podrobněji.

Služby pro spotřebitele a služby pro organizace*.** Spotřebitelské služby se poskytují spotřebiteli – jednotlivcům nebo domácnostem, kteří používají službu pro svůj vlastní prospěch, a ze spotřeby jim neplyne žádná další ekonomická výhoda. Služby pro organizace jsou poskytovány podnikům, dalším organizacím a slouží k tvorbě dalších ekonomických zisků. Řada služeb je poskytována jak spotřebitelům, tak organizacím, například softwarové programy, opravárenské služby, poradenské a auditorské služby, dopravní a telekomunikační služby. Služby je možné klasifikovat i podle jejich postavení v celkové nabídce, která je tvořena kombinací zboží a služeb. Sleduje se ***význam míry zhmotnění a rozlišují tři typy služeb (Vaštíková, 2014). Podrobněji služby podle míry zhmotnění uvádí tabulka 4.

Příklad:

Tabulka 4 Služby podle významu míry zhmotnění

Stupeň nehmotnosti	Služby pro organizace	Služby pro spotřebitele
Služby, které jsou zásadně nehmotné	bezpečnost, komunikační systémy	muzea, galerie, zábava, vzdělávání, zdravotnictví
Služby poskytující přidanou hodnotu k hmotnému produktu	pojištění, údržba veřejného prostranství, poradenství	poštovní služby, údržba komunikací
Služby zpřístupňující hmotný produkt	doprava, skladování, architektura, výzkum a vývoj	informační automaty v obcích, poštovní zásilky, stavební spoření

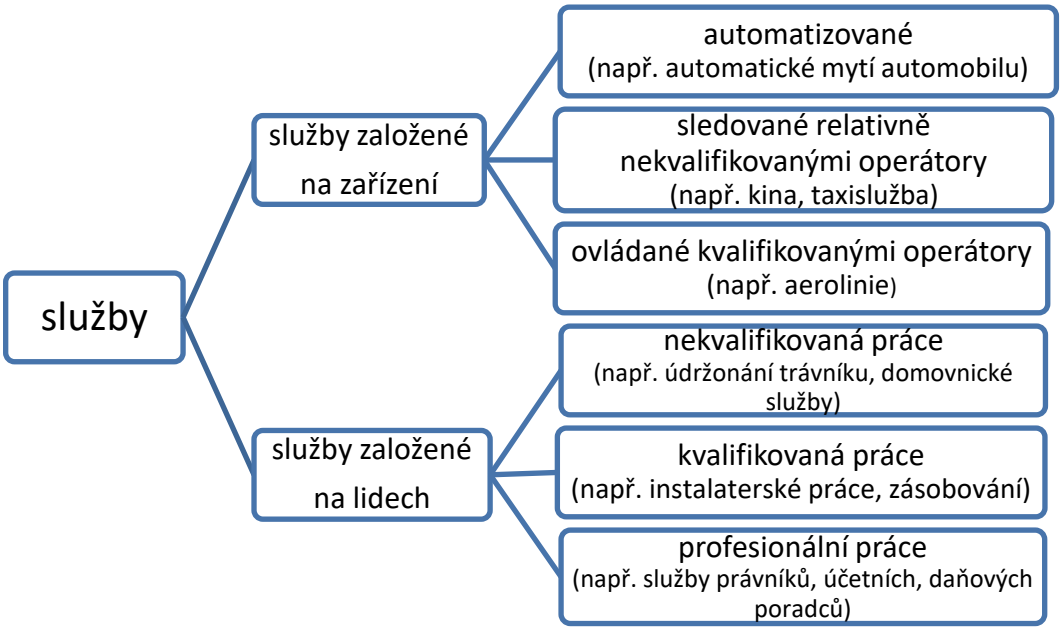
Zdroj: Vaštíková (2014, s. 25)

Podle Kotlera (1995) v důsledku heterogenity služeb je vhodné roztřídit služby i podle zaměření. Služby můžeme třídit podle toho, zda zá*visejí na lidech nebo na zařízení.*

- *Služby, které závisejí na zařízeních*, lze dále třídit na ty, které jsou poskytovány pomocí plně automatických zařízení, a ty, při kterých jsou zařízení sledována nízko kvalifikovaným nebo vysoce kvalifikovaným personálem. *Služby závisející na lidech*

lze třídit na ty, které poskytují pracovníci s nízkou nebo vysokou kvalifikací, nebo špičkoví odborníci. Některé služby vyžadují bezpodmínečně přítomnost zákazníka. Blíže dokumentuje obrázek 2.

Obrázek 2 Členění služeb podle dalších hledisek



Zdroj: Vlastní úprava dle Kotler, Keller (2013, s. 395)

Dle Kotlera (1995, s. 490) z hlediska ***nabídky poskytovatele*** můžeme služby rozlišit v rámci kategorií nabídky na:

- *hmatatelné zboží s doprovodnými službami* – nabídka se skládá z hmatatelného zboží a doprovodných služeb pro zvýšení spotřebitelské přitažlivosti.
- *důležitá služba s doprovodnými výrobky a službami* – nabídka se skládá z důležité služby doplněné dalšími službami a doprovodnými výrobky.
- *pouze služba.*

Klasifikace služeb pro potřeby marketingu. Cílem marketingu je dokonale identifikovat potřeby různých cílových skupin zákazníků (uživatelů služeb). **Služby** je možné rozlišovat podle toho, zda uspokojují **potřeby** osobní – osobní služby, zda uspokojují potřeby společenské nebo potřeby spojené s veřejným zájmem – tj. veřejné služby nebo zda uspokojují potřeby obchodní – obchodní služby (Kotler, 1995, s. 490).

3.5.3 Klasifikace služeb podle procesního přístupu

Průvodce studiem

Na služby je nahlíženo i z **hlediska procesního přístupu,** jak z pohledu zahraničních autorů Silvestro, Fitzgerald, Johnston, Voss, (1992), tak i domácích autorů např. Žižka (2012).

Tito autoři služby rozdělují do tří základních skupin. Jedná se o:

- ***profesionální služby,*** které představují takové služby, kde se uskuteční denně relativně málo transakcí, produkty jsou přizpůsobené na míru potřeb zákazníků, kontaktní čas mezi zákazníkem a obslužným personálem je dlouhý, přidanou hodnotu vytváří zejména pracovnici „front-office“ a při poskytování služby je kladen důraz na proces, tzn. jak službu poskytnout zákazníkovi.

Příklad:

Mezi profesionální služby patří služby architektů, právníků, konzultantů a další.

- ***masové služby,*** které jsou typické pro organizace, kde se vyskytují vysoké počty transakcí a kontaktní čas mezi personálem a zákazníkem je omezený. Nabídka těchto služeb je zpravidla orientována produktově s omezenou možností ji přizpůsobit specifickým potřebám zákazníka. Většina hodnoty je vytvářena pracovníky v „back-office“. Podíl pracovníků front-office je ve srovnání s profesionálními službami výrazně nižší.

Příklad:

Mezi masové služby patří například veřejná doprava, telekomunikace nebo zábavní služby.

- ***služby poskytované prostřednictvím prodejních míst*** představují služby, které přejímají prvky obou předchozích skupin. Tyto služby jsou nabízeny ve standardizované podobě s možností drobné modifikace dle individuálních potřeb zákazníka, kontaktní čas mezi zákazníkem a prodávajícím je zde zpravidla delší než u masových služeb a na tvorbu hodnoty se zhruba stejnou měrou podílejí pracovnici front i back-office.

Příklad:

Do této kategorie služeb patří např. obchodní bankovnictví, hotelové služby nebo služby půjčoven automobilů.

3.5.4 Klasifikace služeb podle inovačních aktivit

Průvodce studiem

V této části textu se zaměříme na klasifikaci služeb podle typu a původu inovačních aktivit, klasifikaci služeb podle inovační výkonnosti a podle inovačních aktivit se zaměřením na konečné zákazníky.

a) Klasifikace služeb podle typu inovačních aktivit

Přístup k rozlišení služeb ***podle typu inovačních aktivit*** je založen na čtyřstupňové klasifikaci (Evangelista, 2000; Pazour, 2008).

- První skupinu služeb tvoří *„uživatelé technologií“,* to znamená, že technologické inovace vznikají bez přímé vazby na tento segment služeb.
- Druhá skupina *„interaktivní služby“*, které se vyznačují tím, že inovace vzniká prostřednictvím úzké vazby mezi poskytovatelem a zákazníkem.

Příklad:

V případě interaktivních služeb se jedná o reklamní služby, finanční služby, služby cestovního ruchu apod.

- Třetím typem služeb jsou *„služby založené na vědě a technologiích“*, kde inovační aktivity představují začátek řetězce tvorby znalostí.

Příklad:

Mezi služby založené na vědě a technologiích patří služby VaV, IT služby, konstrukční služby apod. Společným znakem těchto služeb je úzká vazba na vytváření nových technologií pro zpracovatelský průmysl.

- Čtvrtou skupinu služeb tvoří *„služby technologických konzultací“***,** které představují kombinaci interaktivních služeb a služeb založených na vědě a technologiích. Tyto služby spočívají především v poskytování specifických

inovativních technologických řešení pro jednotlivé zákazníky, přičemž dostatečná znalostní úroveň zákazníků je v případě těchto služeb klíčová.

b) Klasifikace služeb podle původu inovačních aktivit

Ve vazbě na vývoj nových technologií se ***podle kritéria původu inovačních aktivit*** rozlišují tři typy služeb – tradiční služby, systémové služby a služby založené na znalostech (Salter, Tether, 2006; Pazour, 2008; Šebo, 2011).

- Do první kategorie patří *tradiční služby***,** které jsou zpravidla lokálně poskytované. Jedná se o služby s nízkou přidanou hodnotou, nízkou znalostní bází a slabou inovační aktivitou.
- Druhou skupinu představují *systémové služby*, které se vyznačují především aplikací sofistikovaných technologií a rozvinutých organizačních procesů (např. finanční služby, velkoobchod apod.).
- Třetí skupinu tvoří *služby založené na znalostech*, které stojí na nejvyšší úrovni inovačního žebříčku. Tyto služby jsou zaměřené na tvorbu komplexních (technologických) řešení a vyznačují se silnou vazbou poskytovaných služeb a produktů.

c) Klasifikace služeb podle inovační výkonnosti

Průvodce studiem

Ke klasifikaci služeb, kde třídícím kritériem je zdroj inovačních aktivit vázaných na vývoj nových technologií, se přiklání Kanerva, Hollanders, Arundel (2006), kteří na základě vyvinuté typologie sestavili systém ukazatelů pro ***měření inovační výkonnosti v sektoru služeb***. Tato typologie úzce navazuje na klasifikaci služeb podle typu a původu inovačních aktivit a rozděluje služby do čtyř skupin. Podle Pazoura (2008) se jedná o:

- *služby, které inovace pouze pasivně přebírají* a veškerá inovační aktivita je vyvíjena mimo tento segment služeb.
- *služby, jejichž charakteristickým rysem je široký rozsah poskytování*. Jedná se o vysoce standardizované služby a technologické inovace jsou v rámci této skupiny služeb zpravidla nejen přebírány, ale zavádění inovací je tímto segmentem služeb do určité míry také iniciováno.

- *síťové služby*, které využívají nové technologie zejména pro přenos informací a komunikaci.
- *služby založené na znalostech.*

d) Klasifikace služeb podle inovačních aktivit se zaměřením na zákazníky

Průvodce studiem

Jiný pohled nabízí typologie služeb z hlediska inovační aktivity pro konečné zákazníky v daném segmentu služeb. Tato typologie stanovuje čtyři základní kategorie služeb (Pazour, 2008; Šebo, 2011):

- První skupina *(„řešitelé problémů“)* – tvoří služby, ve kterých je hodnota produkována formou vytváření řešení pro specifické problémy zákazníků. Charakteristickým rysem tohoto segmentu služeb je nízký stupeň standardizace a silná interakce mezi poskytovatelem služby a zákazníkem. Činnosti směřující k inovacím jsou zde považovány za klíčové aktivity poskytovatelů služeb.

Příklad:

Jedná se například o služby právní, designérské, služby architektů, služby výzkumné.

- Druhá skupina *(„asistenční služby“)* se vyznačuje tím, že poskytovatelé služeb přebírají část aktivit původně vykonávaných zákazníky (domácností i firem). Poskytovatelé těchto služeb tak umožnují zbavit se části podpůrných činností (outsourcing činností), které nesouvisí s hlavním zaměřením jejich ekonomické aktivity. Převzetí části aktivit zákazníků představuje v případě těchto služeb hlavní zdroj tvorby hodnoty pro tyto zákazníky. Tyto služby se zpravidla vyznačují vysokým stupněm standardizace, což determinuje i zaměření inovačních aktivit v tomto segmentu služeb. Cílem inovací je zde zvýšení efektivnosti procesů a zajištění kvality při poskytování velkého objemu standardizovaných služeb.

Příklad:

Do druhé skupiny služeb patří například úklidové služby, služby ostrahy objektů, údržbářské služby.

- Třetí skupina *(„distribuční služby“)* – tyto služby vytváří hodnotu u zákazníků prostřednictvím usnadnění vazeb mezi zákazníky (producenty i spotřebiteli).

Stěžejním cílem inovací zaváděných v těchto službách je snížení nákladů na provádění různých transakcí zákazníků. Inovace se vyznačují zpravidla úzkou vazbou inovované služby a produktu a dále významnou úlohou informačních a komunikačních technologií.

Příklad:

Typickým příkladem skupiny distribučních služeb jsou finanční služby, dopravní služby, telekomunikační služby apod.

- Čtvrtá skupina *(„Rekreační služby“). Jedná se o služby,* které vytvářejí hodnotu pro zákazníky prostřednictvím stimulace emocí a fyzického a duševního vnímání zákazníků. Důležitým aspektem inovačních aktivit v této skupině služeb je efekt překvapení zákazníků ze zavedené inovace.

Příklad:

V případě čtvrté skupiny služeb se může jednat o poskytování služeb ve formě nových rekreačních druhů sportů.

Dalším přístupem pro klasifikaci služeb z hlediska inovačních aktivit je přístup **založený na pozorování jednotlivých subjektů v inovačním procesu**. Mezi subjekty ovlivňující inovační aktivitu patří kromě poskytovatelů i dodavatelé a zákazníci.

Na potřeby sledování procesu inovací reaguje i statistická evidence odvětví služeb. Eurostat ve spolupráci s OECD vytvořil klasifikaci odvětví služeb na základě jejich náročnosti na poznatky. Služby jsou zařazeny do skupin podle nadprůměrných požadavků na znalosti personálu (kvalifikační požadavky na zaměstnance) nebo funkčních specifik (zaměstnání ve výzkumu a vývoji). Do oblasti znalostně – intenzivních služeb jsou zařazovány i znalostní služby pro podniky.

Otázky k zamyšlení:

Zamyslete se a zhodnoťte následující služby podle poznatkové náročnosti a úrovně jejich inovační aktivity – 1) služby vědy a výzkumu, 2) informační služby, 3) telekomunikační služby, 4) finanční služby, 5) opravárenské služby, 6) kosmetické a kadeřnické služby.

Shrnutí

V teorii služeb se uplatňují různá kritéria, na základě kterých se služby člení do několika kategorií. Přístupy pro klasifikaci služeb vychází nejen z aspektu ekonomické teorie služeb a národohospodářské praxe (klasifikace služeb podle podmínek reprodukčního procesu, spotřebního určení služeb, odvětvové příslušnosti služeb, institucionální formy služeb). Pro klasifikaci služeb se uplatňují i přístupy z pohledu podnikohospodářské praxe (rozdělení služeb podle vztahu k výrobkům, podle povahy výkonů typu vztahu, dostupnosti apod.). Zařazení konkrétních služeb podle účelu a funkcí nemusí být zcela jednoznačné, záleží na přístupech a kritériích, podle kterých jsou služby hodnoceny a kategorizovány.

Klasifikace služeb můžou být založeny i na konkrétních přístupech, jako je rozdělení služeb pro organizace a pro spotřebitele, klasifikace služeb pro potřeby marketingu (služby osobní, veřejné, obchodní), klasifikace služeb podle procesního přístupu (služby profesionální, masové, služby poskytované prostřednictvím prodejních míst) nebo typologie služeb podle úrovně inovačních aktivit, inovační výkonnosti a se zaměřením na konečné zákazníky.

Kontrolní otázky a úkoly:

1. Vysvětlete význam klasifikace služeb z aspektu ekonomické teorie a společenské praxe.
2. Uveďte členění služeb z hlediska podmínek reprodukčního procesu a jednotlivé kategorie služeb vysvětlete.
3. Jaká je podstata klasifikace služeb z hlediska intenzity uspokojování potřeb?
4. Vysvětlete význam odvětvové klasifikace ekonomických činností a uveďte odvětví služeb, které zahrnuje.
5. Zdůvodněte význam klasifikace služeb z hlediska organizačně-institucionálních vztahů.
6. Uveďte hlediska pro členění služeb z pohledu podnikohospodářské praxe.
7. Jaké znáte další hlediska pro klasifikaci služeb?
8. Uveďte členění služeb podle typu a původu inovačních aktivit a podle inovační výkonnosti.

Citovaná a doporučená literatura

BENČO, J., KUVÍKOVÁ, H. a kol. (2011). *Ekonomika verejných služieb.* Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela.

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD (2008). *Klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE)* [online]. Praha: Český statistický úřad, 24. 1. 2008. [cit. 15. 11. 2017]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/10180/20565267/021608.pdf/2f45895b-4c51-435b-a52a-0c7164dbf371?version=1.0

DOLEŽELOVÁ, H., HALÁSEK, D. (2011). *Služby v obecném hospodářském zájmu EU. Komparace České republiky a Německa*. Series on Advanced Economic issues. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava.

EVANGELISTA, R. (2000). Sectoral Patterns of Technological Change in Services. *Economics of Innovation and New Technology*, **9**(3), pp. 183–222.

HALÁSEK, D. (2010). *Odvětví služeb*. Přerov: Vysoká škola logistiky.

HALÁSKOVÁ, M. (2012). *Zabezpečování veřejných služeb v zemích EU*. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela (habilitační práce).

HESKOVÁ, M. (2012). *Teorie, management a marketing služeb*. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií.

KANERVA, M., HOLLANDERS, H., ARUNDEL, A. (2006). *Can We Measure and Compare Innovation in Services*? [online]. TrendChart report, 8. 6. 2006 [cit. 20. 11. 2017]. Dostupné z: http://digitalarchive.maastrichtuniversity.nl/fedora/get/guid:8899ab66-5c2d-425b -9305-4bf5152a8bc8/ASSET1

KOTLER, P. (1995). *Marketing Management. Analýza, plánování, realizace a kontrola.* Praha: Victoria Publishing.

KOTLER, P. KELLER, K. L. (2013). *Marketing management*. Praha: Grada Publishing.

MATEIDES, A, ĎAĎO, J. (2002). *Služby – teória služieb, marketing, kvalita, služby zákazníkom a meranie spokojnosti s nimi.* Bratislava: EPOS.

MICHALOVÁ, V. a kol. (2008). *Služby v modernej ekonomike*. Bratislava: Ekonóm.

PAZOUR, M. (2008). Typologie inovačního procesu ve službách. *Politická ekonomie.* **56**(6), pp.795–818.

SALTER, A., TETHER, B. (2006). *Innovation in Services: Through the Looking Glass of Innovation Studies.* [online]. Background paper. London: Advanced Institute of Management Research, 7. 4. 2006. [cit. 20. 11. 2017]. Dostupné z: http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.103.7928&rep=rep1&type=pdf

SILVESTRO, R., FITZGERALD, L., JOHNSTON, R., VOSS, C. (1992). Towards a Classification of Service Processes. *Journal of Service Management*, **3**(3), pp. 62–75.

ŠEBO, J. (2011). Makroekonomický pohľad na verejné služby. In KUVÍKOVÁ, H., BENČO, J. a kol. *Ekonomika verejných služieb.* Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, s. 90–130.

VAŠTÍKOVÁ, M. (2014). *Marketing služeb – efektivně a moderně*. Praha: Grada Publishing.

VAŠTÍKOVÁ, M. (2008). *Marketing služeb – efektivně a moderně*. Praha: Grada Publishing. |

ŽIŽKA, M. (2012). Služby v kontextu podnikatelského prostředí České republiky. *E+M Ekonomie a Management.* **15**(4), s. 97–109.

4 Specifika a trendy v sektoru služeb

Cíl kapitoly

Po nastudování této kapitoly byste měli být schopni:

- vysvětlit význam služeb z pohledu globalizace,
- rozlišit dimenze spojené s globalizací služeb,
- definovat, co je to inovace a charakterizovat typy inovací ve službách,
- definovat, co je to standard, standardizace a charakterizovat typy standardů ve službách,
- vysvětlit použití standardů služeb pro potenciál sektoru služeb.

Klíčová slova

globalizace služeb, inovace, typy inovací, inovace ve službách, standardizace služeb, standardy služeb, typy standardů služeb

Průvodce studiem

V této kapitole se budeme blíže věnovat některým specifikům a trendům v sektoru služeb – konkrétně globalizaci, inovaci a standardizaci služeb.

4.1 Globalizace služeb

Průvodce studiem

Nejprve se zaměříme na globalizaci služeb. Služby, stejně jako jiné odvětví národního hospodářství, ovlivňuje proces globalizace. Globalizace vyvolává změny v řízení firem, vede k nejrůznějším formám kooperací a partnerství (Hesková, 2012).

V souvislosti s globalizací v oblasti služeb Michalová a kol. (2008) nebo Hesková (2012) konstatují, že má za následek těsnější, funkční propojení všech sektorů národního hospodářství, ve smyslu integrovaného celku. Všeobecný integrační rámec se charakterizuje jako „konvergence“ produkce, zboží a služeb, s ohledem na to, že se předmětné procesy stávají podobnějšími.

Podle Michalové a kol. (2008, s. 93–94) se sbližování produkce zboží a služeb projevuje:

- v rozšíření masové produkce služeb (jako příklad je možné uvést systém tzv. rychlého stravování) a širší prosazování samoobslužných prvků ve službách,
- ve zvyšování kapitálové intenzity a v uplatňování nových technologií (tzv. zprůmyslňování služeb),
- zvyšující se flexibilitou produkce služeb s možností prosazování prvků individualizace místo masové produkce,
- zkrácením produkčních cyklů (just-in-time-logistic),
- sbližováním vztahů poptávky a nabídky služeb,
- na druhé straně rostoucím významem informačních funkcí služeb ve zpracovatelském průmyslu, zejména v inovačních a integračních procesech.

Průvodce studiem

V souvislosti s globalizací můžeme podle Michalové a kol. (2008, s. 95) nebo Heskové (2012, s. 17–18) rozlišovat **čtyři dimenze globalizace služeb**. Jedná se především o:

- *mezinárodní vlivy* – internacionalizace obchodu a obchodních služeb (přeshraniční spolupráce, vnitrofiremní transakce),
- *mezinárodní značky* a ochranné známky – integrace strategie značky na mezinárodní trhy, rozvoj služeb (jejich značky a designu na mezinárodních trzích),
- *mezinárodní rámec* – standardizace služeb z důvodu odstranění bariér, globální diverzifikace, která vede ke specializaci ekonomiky služeb, direktivy pro služby (například pro EU – finanční služby, volný pohyb služeb a osob),
- *mezinárodní sítě* – dohody o sítích (franchising, joint ventures, formální a neformální sítě), transfery technologií (věda a výzkum, know-how).

V posledních letech (i na českém trhu) se projevuje rozvoj síťových systémů. Zapojení do síťových systémů má různou podobu (Hesková, 2012, s. 55): do sítě je napojena firma jako celek (např. franchisingové systémy) nebo jsou propojeny jen vybrané činnosti podniků služeb (např. zapojení do celosvětových rezervačních systémů leteckých společností).

Zjednodušený model globalizace služeb poskytuje návod na komplexní zkoumání jednotlivých částí procesů na globální úrovni. Služby se stávají součástí jednotlivých

sektorů ekonomiky a jsou propojené s výrobními procesy. Čím více jsou složité výrobky, tím více jsou spojeny se službami.

4.2 Inovace ve službách

Průvodce studiem

Nyní se budeme věnovat inovacím v sektoru služeb. Vysvětlíme si, co to je inovace a jaké typy inovací jsou využívány v souvislosti se službami.

Inovace můžeme všeobecně definovat jako zavedení nového nebo podstatně zlepšeného produktu, procesu anebo služby, nové marketingové metody nebo nové organizační metody, která přinese podstatné zlepšení v hospodárnosti, efektivnosti nebo kvalitě výstupů a výsledků (Pazour, 2008; Šebo, 2011; Osborne, Brown, 2013; Hawkins, Blind, Page, 2017).

Vědecká a technická inovace se chápe jako transformace nápadu do nového nebo zdokonaleného výrobku zavedeného na trh, do nového nebo zdokonaleného výrobního postupu používaného v průmyslu a ve službách nebo do nového přístupu k poskytování služeb (Light, 1998). V užším pojetí inovace představuje proces neustálých změn, který přináší producentovi konkurenční výhody a dovolí mu zlepšit si konkurenční pozici na trhu (Fuglsang, 2008).

Šebo (2011, s. 118) uvádí tři typy inovací. Jedná se o:

- *inovace produktu* – která může mít formu inovace výrobku nebo služby,
- *inovace procesu* – která sleduje inovaci v oblasti metod produkce nebo zpracování produktu, metod logistiky nebo distribuce a podpůrných činností,
- *organizační a marketingová inovace* – patří do netechnických inovací, které byly v roce 2004 nově zařazené mezi inovace. V rámci organizační inovace představuje dominantní inovaci zavedení inovačního systému řízení v rámci podniku, následuje inovace v organizaci práce a třetí místo zaujímá inovace podniku založená na změně vztahu k jiným podnikům. Marketingová inovace může mít formu výrazné změny desingu služby a podstatné změny prodeje nebo distribuce služby.

Inovace ve službách se na rozdíl od inovací v průmyslu vyznačují netechnologickým inovačním procesem.

4.2.1 Typy inovací ve službách

Průvodce studiem

Dále se podrobněji zaměříme na typy inovací a inovační přístupy uplatňované v sektoru služeb.

Sektor služeb se tradičně spojoval s nízkou produktivitou práce a s nízkou úrovní inovací. Zkušenosti posledních desetiletí ale ukazují, že produktivita ve službách má rostoucí tendenci. Vznik nových a inovativních služeb umožňuje vytváření dalších pracovních míst, pro které je nutné rozvíjet speciální dovednosti a kvalifikaci pracovníků. Inovace ve službách je možné členit do jednotlivých kategorií podle jejich významu (Lavelock, 1992, s. 193; Hesková, 2012, s. 97–98):

- *Významné inovace* – jsou orientovány na nové trhy.
- *Inovace současných služeb* – nalezení nových způsobů a přístupů k uspokojování současných potřeb zákazníků a rozšíření nabídky služeb.
- *Nové produkty pro současné trhy* – strategie hledá nové produkty pro segment stávajících zákazníků. Jako příklad je možné uvést pojišťovací služby v souvislosti s prodejem nových aut nebo prodej doplňků téže značky.
- *Rozšíření současné služby* – tento přístup volí podniky v období zralosti. Příkladem je firma nabízející komerční poradenství v podnikatelské oblasti, nabídku rozšíří i o zastupování ve věcech ochrany značky resp. duševního vlastnictví.
- *Inovace produktu* – tato inovační strategie mění nebo zdokonaluje vlastnosti stávajících produktů spojených se službami. Např. rychlejší dopravní prostředky (vlaky) umožňující vyšší standard služeb.
- *Změna stylu* – zahrnuje drobné úpravy nebo posílení hmatatelných prvků služby. Např. změna podnikové image, nové uniformy pracovníků bank apod.

Průvodce studiem

Další způsoby inovací ve službách uvádí Pazour (2008), který rozděluje) inovace do pěti skupin.

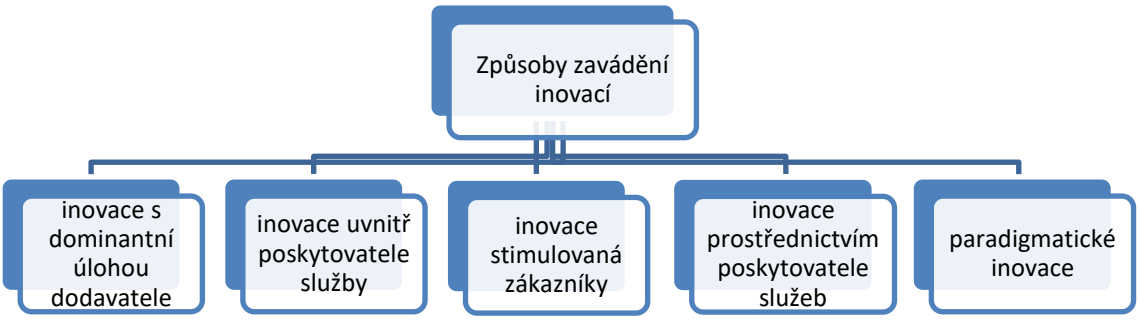
Typy (způsoby) inovací v sektoru služeb:

- *První typ inovací* je spojován s tradičními (např. osobními) službami, kde hraje hlavní roli dodavatel inovačního řešení. Poskytovatel služby zde přebírá nová řešení, která byla vyvinuta externě, bez vazby na konkrétní aktivity poskytovatele služeb. Tento typ inovací je zpravidla spojen s aplikací nových technologií. Zákazník v případě tohoto způsobu zavádění inovací nehraje aktivní roli.
- *Druhý způsob* zavádění inovací v sektoru služeb je vývoj a implementace inovace, která je realizována přímo poskytovatelem služby. Dodavatelé zde plní zpravidla podpůrnou úlohu, a to zejména při poskytování technologického vybavení pro zavedení inovace. Na rozdíl od inovací s dominantní úlohou dodavatele, kde převládá zavádění technologicky orientovaných inovací, mají inovace uvnitř poskytovatele služby technický i netechnický charakter (organizační nebo marketingové inovace). Role zákazníka je obdobně jako v případě prvního typu inovačních aktivit spíše pasivní.
- *Třetí forma* inovačního procesu se vyznačuje stěžejní úlohou zákazníka, který dává určující podnět k zavedení inovace. V případě inovace stimulované zákazníky je tato úloha klíčová. Poskytovatel služby vystupuje v roli realizátora inovační aktivity a dodavatel se na inovaci podílí prostřednictvím poskytnutí potřebných (zpravidla technických) vstupů.
- *Inovace prostřednictvím poskytovatele služby* představují čtvrtý typ inovačního procesu. Typická je úzká interakce poskytovatele a uživatele služby. Inovační řešení jsou zde vyvíjena ve vzájemné spolupráci těchto subjektů. Tento způsob realizace inovací je charakteristický především pro služby, kde dochází k propojení znalostí a technické vybavenosti poskytovatele služby a zákazníka. Úloha dodavatele v procesu zavádění inovací má v případě inovací prostřednictvím poskytovatele služby spíše pasivní charakter.
- *Pátá forma* realizace inovačních aktivit v sektoru služeb se odlišuje především aktivním zapojením všech subjektů do inovačního procesu. Vzhledem k tomu, že

se jedná zpravidla o inovace služeb, které vycházejí z převratných změn v technickém vybavení, bývají tyto inovace spojovány s radikálními technickými inovacemi. Tyto inovace významně ovlivňují jak parametry poskytovaných služeb, tak i charakter chování konečných zákazníků (Pazour, 2008, s. 813–814).

Typy inovací ve službách v souhrnné podobě zachycuje obrázek 3.

Obrázek 3 Typy inovací ve službách



Zdroj: vlastní zpracování podle Pazour (2008, s. 813)

Úkol k textu

Které typy inovací jsou nejčastěji uplatňovány v sektoru služeb?

Průvodce studiem

Směry hledání inovací služeb mohou být spojeny i s oblastmi profesních a produktových inovací (Hesková, 2012, s. 98–99). *Produktové inovace* se orientují na vytvoření nových produktů – služeb nebo jde o zvyšování úrovně technických a ekonomických parametrů stávajících produktů.

Inovace služeb pro podniky – jedná se o inovační aktivity, které jsou zaměřené na oblasti - technických inovací, organizačních inovací, strategických inovací, obchodních inovací a inovací v pracovní oblasti. Do skupiny inovací služeb pro podniky spadá i outsourcing.

Outsourcing představuje podle Heskové (2012) přenesení výkonů (služeb) bez strategického významu realizovaných v rámci podniku na externí dodavatele. Může se jednat o jednotlivé služby (např. účetní a mzdová evidence) nebo o celé aplikace. Smyslem je na jedné straně redukce nákladů (např. zajištění úklidových služeb), na druhé straně soustředění se na podstatné činnosti (věda, výzkum a vývoj) odpovídající odbornému zaměření podniku. V současné době outsourcing představuje běžný nástroj snižování nákladů resp. zajišťování specializovaných služeb.

4.3 Standardizace služeb

Průvodce studiem

V této kapitole se budeme věnovat standardizaci služeb. Vysvětlíme si, co je to standard a standardizace a jaký má význam standardizace služeb. Charakter služeb určuje možné cíle pro standardizaci. Podle jednotlivých typů služeb je určeno, které standardy můžou být realizovány a jaký je jejich dopad na poskytování služeb.

Pojmy standard, norma a standardizace jsou vysvětleny a vymezovány řadou autorů např. Hunčová (2003); Nemec (2003); Ochrana (2002).

Standard představuje ustálenou, normální míru, stupeň, který tvoří základ hodnocení a **standardizace** je proces, který uvádí či upravuje určitý výrobek nebo činnost na ustálenou míru, uvedení na standard neboli standardizování = (normování, typizace, unifikace). Vymezení těchto pojmů není jediné ani konečné (Halásková, 2015, s. 19).

Standardem podle European Commission (2016) se rozumí technická specifikace přijatá uznaným normalizačním orgánem pro opakované nebo nepřetržité použití. ***Technickou specifikací*** se rozumí dokument, který stanoví technické požadavky, které musí splňovat výrobek, proces, služba nebo systém.

Standard služby specifikuje požadavky, které má služba splnit, aby zjistila svou vhodnost pro daný účel. Standardy služeb mohou obsahovat konkrétní měřitelné požadavky na samotnou službu nebo zavedené postupy organizace, které by mohly být použity opakovaně nebo nepřetržitě, aby se zajistilo dosažení definované úrovně služeb.

Příklad:

Pro dosažení definované úrovně služeb se využívá např. poskytování definic, ukazatele kvality služeb a jejich úrovně, specifikování doby dodání apod.

Standard se může vztahovat pouze na část nebo konkrétní aspekt služby, jako je poskytování informací zákazníkům. Stanovení standardů pro část služby může být relevantní pro oblasti, kde by standardizace hlavní služby mohla být obtížná nebo nebyla prospěšná. Například pokud je hlavní služba silně závislá na osobním vztahu mezi poskytovatelem služby a příjemcem služby.

4.3.1 Typy standardů služeb

Průvodce studiem

Dále se zaměříme na vybrané typy standardů v sektoru služeb. Standardy služeb mohou být zavedeny na národní úrovni národními normalizačními orgány (NSB), na evropské úrovni evropskými normalizačními organizacemi: CEN, CENELEC nebo ETSI10, nebo na mezinárodní úrovni (ISO 11).

Podle European Commission (2016) standardy služeb můžou být odvětvové nebo horizontální.

- ***Sektorové standardy služeb*** jsou standardy navržené a implementované pro použití v konkrétním odvětví nebo typech organizací působících v jednotlivých odvětvích. Zahrnují prvky, jako je kvalita služeb, osvědčené postupy, termíny a definice nebo procesy.
- ***Horizontální standardy služeb*** jsou navrženy tak, aby byly relevantní pro provozovatele nebo organizace služeb bez ohledu na typ podniku, odvětví, velikost nebo lokalitu. Zaměřují se na aspekty, které jsou společné pro všechny nebo alespoň většinu odvětví služeb.

Standardy pro zboží a služby mají mnoho společných znaků, a to, že jsou dobrovolné, řízené trhem, založené na konsensu a vyvinuty podle stejného postupu. Standardy služeb se ale vyznačují i významnými rozdíly:

- služby často zahrnují lidský prvek,
- jsou interaktivním procesem a jejich kvalita závisí na výkonu osoby (osob) poskytující služby a vnímání zákazníků,
- specifikace služeb se často týkají spíše procesů než technických specifikací.

Standardy jsou klasifikovány dle Den Butter, Groot, Lazrak (2007) na standardy soukromé a veřejné. ***Soukromé standardy*** vnikají převážně na základě tržních podmínek a pro firmu je jejich dodržování dobrovolné. Veřejné standardy jsou prosazovány vládou a měly by sloužit veřejnému zájmu.

Veřejné standardy jsou povinné a dobrovolné a jejich záběr na rozdíl od soukromých standardů je širší. Standardy služeb mohou být specifikovány jako:

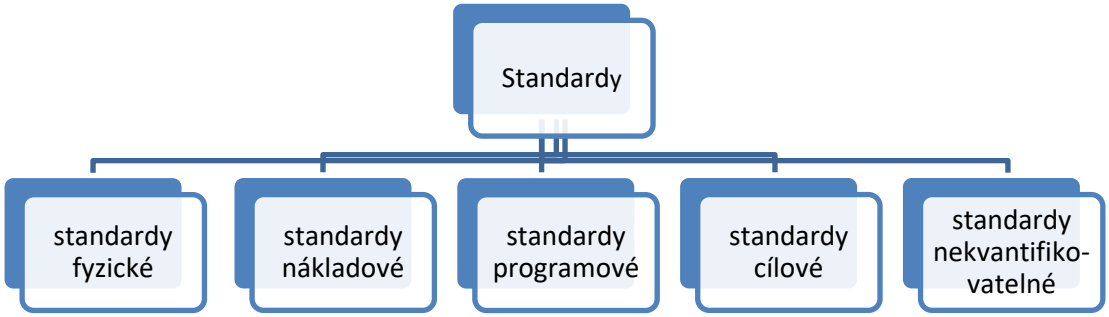
- *standardy procesů*, tzn., mají přímý vliv na kvalitu produktu anebo kvalitu služeb (ISO - certifikace), zvyšují účinnost produkce anebo internalizují externí efekty,
- *standardy produktů*, které zabezpečují technickou charakteristiku těchto služeb.

Základní přístupy ke stanovování standardů a standardizaci uvádí i Nemec (2003), jde o:

- ***standardy decentralizované*** – standardy, které jsou založené na dobrovolném definovaní stanovených ukazatelů charakterizujících poskytování příslušné služby, které se subjekt zavazuje dodržovat.
- ***standardy centrální*** – standardy jako centrálně stanovené normy, které definují některé parametry (kvalitativní nebo kvantitativní) poskytování příslušné služby.

Standardy rozděluje Ochrana, (2002, s. 24–28) do pěti typů (kategorií) standardů. Blíže standardy dokumentuje obrázek 4.

Obrázek 4 Základní typy standardů



Zdroj: Vlastní zpracování dle Ochrana (2002), Halásková (2015)

Mezi základní typ standardů se řadí ***fyzické standardy***, které se používají ke kontrolní činnosti ve veřejném sektoru. Tyto standardy se využívají tam, kde je nasazován personál (počet lidí), spotřebováván materiál (počet kusů, hmotnost) nebo poskytovány služby (počet obsloužených občanů). Porovnáním skutečného počtu fyzických jednotek s fyzickým standardem se zjišťuje odchylka a provádí následná korekce.

Druhým typem jsou ***nákladové standardy,*** které jako měřící kritérium používají peněžní jednotku. Používají se pro sledování obdobných objektů a činností jako u fyzických standardů, ale s rozdílem, že sledované činnosti jsou posuzovány z peněžního hlediska (např. z aspektu nákladu na jednotku výstupu, z pohledu nákladu na časovou jednotku). Třetím typem jsou tzv. ***standardy programové,*** které se používají pro hodnocení a kontrolní činnost programových aktivit. Standardem potom mohou být časové faktory.

Standardy mohou být i ***jako cíle.*** V tomto případě cíl vystupuje jako kontrolní bod. Pokud je cíl verifikovatelný, lze jej měřit a brát jako kritérium úspěšnosti realizace činnosti. Vyhodnocení cílů je možné provádět expertními odhady (např. odhadem stupně splnění cíle v procentech).

Řada standardů služeb patří do třídy ***nekvantifikovatelných standardů***. Někdy je obtížné stanovit standardy, u nichž je možné určit bezprostřední kvantifikovatelná měřítka. Tyto standardy se vyjadřují ve formě normativních soudů – například „dobrý, špatný“ atd. Výroky jsou získávány použitím metody dotazníku nebo ankety. A následně je možné zhodnotit, zda se dají tato zjištění aplikovat do některé z měřitelných forem (např. do škály).

4.3.2 Použití standardů služeb pro potenciál sektoru služeb

Průvodce studiem

Někteří odpůrci standardizace služeb argumentují, že vlastnosti služeb na první pohled zpochybňují proveditelnost standardizace, protože ta se týká vytvoření dohodnutých řešení v opakovatelných situacích. A že použitelnosti standardizace v procesu dodávání služeb může bránit i rozhodující role zaměstnanců a zákazníků, protože je sporné, do jaké míry lidé a jejich chování může být a měly by být standardizovány (Halásková, 2015).

Přesto v řadě odvětví služeb postupně dochází k rozvoji standardizace. Autoři holandské školy Wakke (2010); De Vries, Van Delden (2011); Wakke, Blind, De Vries (2012) konstatují, že standardy v odvětvích služeb mohou být proveditelné a mohou se týkat organizace služeb, zaměstnanců, poskytování služeb, výsledků služeb nebo inovace služeb.

Význam standardizace služeb vzrostl v posledním desetiletí. Jde především o služby veřejné tj. zabezpečované a financované z veřejných financí, kontrolované orgány veřejné správy, neboť občané chtějí znát jejich rozsah i kvalitu. Podle autorů De Vries, Van Delden (2011) má standardizace v některých odvětvích služeb (knihovny nebo sektor finančních služeb) stejnou tradici jako v technických oborech.

K rozvoji standardizace a definování standardů ve službách dochází nejen na národní, ale i na úrovni EU a mezinárodní úrovni. Evropské orgány již v uplynulých letech zavedly

evropské normy pro poskytování služeb v sektoru dopravy, logistiky, poštovních služeb a sítí nebo služeb elektronické komunikace.

Úkol k textu

Jaké znáte typy standardů ve službách? Uveďte konkrétní příklady.

Význam evropských standardů služeb

Průvodce studiem

Úloha standardů služeb byla uznána směrnicí o službách z roku 2006 a zohledněna EU přijetím nařízení č. 1025/2012, jehož oblast působnosti zahrnuje standardy služeb. Evropské trhy se službami by měly být jádrem hospodářského oživení Evropy. Otevřením trhů pro poskytovatele služeb by vzniklo více příležitostí pro růst těchto podniků a zvýšení konkurence, což by vedlo k vyšší kvalitě a lepší nabídce pro spotřebitele. Přesto evropští poskytovatelé služeb a výrobci stále čelí řadě překážek v poskytování přeshraničních služeb.

Pouze 6% evropských služeb je obchodováno přes hranice, oproti 22% zboží. Strategie Evropské komise o jednotném trhu oznámila celou řadu opatření na vytvoření integrovaného evropského trhu služeb. Mezi ně patří podpora většího rozvoje a používání evropských standardů služeb, které by mohly přispět k integraci trhů služeb stejným způsobem, jakým byly za posledních třicet let provedeny standardy výrobků pro trh zboží (European Commission, 2016).

Průvodce studiem

Rozvoj standardů služeb je však mnohem omezenější. Podle některých odhadů představují standardy služeb pouze 2% všech standardů EU, přestože odvětví služeb v EU dosahují cca 70% HDP.

Evropské standardy služeb můžou různým způsobem přispívat k rozvoji trhu služeb EU (European Commission, 2016). Konkrétně:

1. Standardy zvyšují kvalitu, včetně bezpečnosti, působí jako pobídka k dosažení minimálních úrovní služeb.

2. Standardy služeb pomáhají zlepšit transparentnost, komunikaci a interoperabilitu stanovením společně dohodnutých definic a definováním požadavků na poskytování služeb.
3. Standardy služeb mohou snížit náklady a otevřít trhy pro podniky, což snižuje provozní zátěž.
4. Přijetí standardu pro podniky zvyšuje důvěru v přeshraniční transakce, zejména pro malé a střední podniky a začínající podniky, kterým často chybí odborné znalosti pro zpracování určitých procesů nebo požadavků.
5. Standardy služeb mohou pomoci otevřít trhy, kde jsou služby úzce spojeny s produkty, jako jsou poprodejní služby nebo inovační služby s vysokou hodnotou. Toto propojené ustanovení rychle roste a podněcuje pokročilé digitální technologie. V oblastech, kde jsou služby poskytovány vedle zboží nebo kde se služba stává skutečným nepostradatelným zdrojem zboží, neexistence dohodnutého standardu služeb může znamenat, že prodej zboží je v praxi omezený nebo je obtížný, což může zvýšit jeho cenu.
6. Poskytovatelům služeb může v některých případech dokazování shody se standardy služeb poskytnout nejefektivnější způsob, jak splnit požadavky stanovené ve vnitrostátních nebo evropských právních předpisech.

Otázky k zamyšlení:

Zamyslete se a zdůvodněte, ve kterých odvětvích služeb se nejčastěji využívají standardy a jakou mají podobu.

Shrnutí

Služby, stejně jako jiné odvětví národního hospodářství, ovlivňuje proces globalizace, mezi další trendy patří inovace a standardizace služeb. **Globalizace v oblasti služeb** má za následek těsnější, funkční propojení jednotlivých sektorů národního hospodářství, ve smyslu integrovaného celku. Můžeme rozlišovat čtyři dimenze globalizace služeb. Jedná se o mezinárodní vlivy, mezinárodní značky a ochranné známky, mezinárodní rámec a mezinárodní sítě (rozvoj síťových systémů celé firmy nebo vybraných činností a služeb).

Inovace ve službách je možné rozlišit podle jejich významu a způsobu zavádění inovací. Inovace ve službách představují nejčastěji organizační a marketingové inovace, které se

vyznačují netechnologickým inovačním procesem. Inovace ve službách můžou být spojeny i s profesními a produktovými inovacemi nebo se může jednat o inovace služeb pro podniky.

Standardy služeb mají různou podobu (standardy odvětvové a horizontální, soukromé a veřejné, decentralizované a centrální). **K rozvoji standardizace** a definování standardů ve službách dochází nejen na národní, ale i na evropské a mezinárodní úrovni. Postupně dochází k rozvoji standardizace v řadě odvětví služeb. Byly již zavedeny evropské normy pro poskytování služeb (sektor dopravy, logistiky, poštovních služeb a sítí, služeb elektronické komunikace). A v některých odvětvích služeb (knihovny nebo sektor finančních služeb) má standardizace stejnou tradici jako v technických oborech.

Kontrolní otázky a úkoly:

1. Co je podstatou globalizace služeb?
2. Jaké znáte dimenze pro globalizaci služeb?
3. Co je to inovace a jaké typy inovací znáte?
4. Které typy a způsoby inovací jsou využívány v sektoru služeb?
5. Jaký je rozdíl mezi inovacemi ve službách a inovacemi v průmyslu?
6. Co je to standard a standardizace?
7. Uveďte typy standardů, které jsou uplatňovány v sektoru služeb.
8. Vysvětlete, jaký je význam evropských standardů služeb?

Citovaná a doporučená literatura

DEN BUTTER, F., GROOT, S., LAZRAK, F. (2007). *The Transaction Cost Perspective on Standards as a Source of Trade and Productivity Growth.* [online]. Amsterdam, Rotterdam: Tinbergen Institute Discussion Paper, TI, 27p. [cit. 23. 11. 2017]. Dostupné z: http://personal.vu.nl/f.a.g.den.butter/TIstandards07090.pdf

DE VRIES, H. J, VAN DELDEN, M. (2011). *Standardisation and Knowledge Management in Services* [online]. [cit. 18. 11. 2017]. Dostupné z: http://www.standards-standardization.org/Journal/Down/Henk_J.pdf

EUROPEAN COMMISSION (2016). *Standardisation package. Tapping the potential of European service standards to help Europe's consumers and businesses*. [online]. Commission Staff Working Document SWD(2016) 186 final. European Commission: Brussels, 1. 6. 2016. [cit. 2. 12. 2017]. Dostupné z: http://swd_2016_186_f1_other_staff_working_paper_en_v4_p1_851920.pdf

FUGLSANG (2008).Capturing the benefits of open innnovation in public innovation: a case study. *International Journal of Services Technology and Management*. **9**(3–4), pp. 234–248.

HALÁSKOVÁ, R. (2015). *Standardizace ve vybraných odvětvích veřejných služeb*. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela (habilitační práce).

HAWKINS, R., BLIND, K., PAGE, R. eds. (2017). *Handbook of Innovation and Standards*. Cheltenham: Edward Elgar publishing.

HESKOVÁ, M. (2012). *Teorie, management a marketing služeb*. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií.

HUFBAUER, G, WARREN, T. (1999). *The Globalization of Services. What Has Happened? What Are the Implications?* [online]. Working Paper 99-12. Washington: Peterson Institute for International Economics, October 1999. [cit. 2. 12. 2017]. Dostupné z: https://piie.com/sites/default/files/publications/wp/99-12.pdf

HUNČOVÁ, M. (2003). Standardy veřejných služeb a participativní ekonomika. In: *Standardizace veřejných služeb jako předpoklad efektivnosti rozvoje regionů.* Brno: Masarykova Univerzita, s. 22–30.

LAVELOCK, CH. (1992). *Managing services*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.

LIGHT, P. C. (1998). *Sustaining Innovation: Creating Non-profit and Government Organizations that Innovate Naturally.* San Francisco: Jossey-Bass.

MICHALOVÁ, V. a kol. (2008). *Služby v modernej ekonomike***.** Bratislava: Ekonóm.

NEMEC, J. (2003). Štandardy: áno alebo nie? In *Standardizace veřejných služeb jako předpoklad efektivnosti rozvoje regionů.* Brno: Masarykova univerzita, s. 10–15.

OCHRANA, F. (2002). *Manažerské metody ve veřejném sektoru*. Praha: Ekopress.

OSBORNE, S. P., BROWN, L. eds. (2013). *Handbook of Innovation in Public Services*. Cheltenham: Edward Elgar publishing.

PAZOUR, M. (2008). Typologie inovačního procesu ve službách. *Politická ekonomie.* **56***(*6), pp. 795–818.

ŠEBO, J. (2011). Makroekonomický pohľad na verejné služby. In KUVÍKOVÁ, H., BENČO, J. a kol. *Ekonomika verejných služieb.* Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, s. 90–130.

WAKKE, P. (2010). *Explanatory Factors for Service Standardization at National Standards Bodies: Empirical Evidence at Sector Level* [online]. [cit. 22. 11. 2017]. Dostupné z: http://www.reser.net/materiali/priloge/slo/wakke_p.pdf

WAKKE, P., BLIND, K. DE VRIES, H. J. (2012). *The relationship between innovation in services and standardization: Empirical evidence of service providers' involvement in standardization* [online]. [cit. 22. 11. 2017]. Dostupné z: http://ssrn.com/abstract= 2045484 or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2045484