

Ekonomia

Projekty offshoringowe w usługach biznesowych

Pozycja Polski

Monika Wodnicka



Projekty offshoringowe w usługach biznesowych

Pozycja Polski



WYDAWNICTWO
UNIWERSYTETU
ŁÓDZKIEGO

[Kup książkę](#)

Ekonomia

Projekty offshoringowe w usługach biznesowych

Pozycja Polski

Monika Wodnicka

Monika Wodnicka – Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny
Katedra Logistyki i Innowacji, 90-214 Łódź, ul. Rewolucji 1905 r. nr 37

RECENZENT

Stanisław Maciej Szukalski

REDAKTOR INICJUJĄCY

Monika Borowczyk

REDAKCJA

Wojciech Górnaś

SKŁAD I ŁAMANIE

AGENT PR

KOREKTA TECHNICZNA

Anna Sońta

PROJEKT OKŁADKI

Agencja Reklamowa efectoro.pl

Zdjęcie wykorzystane na okładce: © stock.adobe.com/Makkuro_GL

© Copyright by Monika Wodnicka, Łódź 2020

© Copyright for this edition by Uniwersytet Łódzki, Łódź 2020

Wydane przez Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego

Wydanie I. W.09839.20.0.M

Ark. wyd. 10,0; ark. druk. 10,5

ISBN 978-83-8220-142-0

e-ISBN 978-83-8220-145-1

Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego

90-131 Łódź, ul. Lindleya 8

www.wydawnictwo.uni.lodz.pl

e-mail: ksiegarnia@uni.lodz.pl

tel. 42 665 58 63

[Kup książkę](#)

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział I	
Internacjonalizacja rynku usług	9
1.1. Megatrendy w rozwoju usług	9
1.2. Teoria wobec umiędzynarodowienia usług	14
1.3. Międzynarodowy rynek usług – charakterystyczne procesy	18
1.4. Instytucjonalno-prawne regulacje determinujące wzrost obrotu usługami w gospodarce światowej	23
1.5. Czynniki rozwoju międzynarodowego rynku usług	26
Rozdział II	
Geneza, uwarunkowania i determinanty przemieszczenia światowego potencjału usług	31
2.1. Zmiany w systemie organizacji biznesu w warunkach globalizacji	31
2.2. Determinanty internacjonalizacji procesów biznesowych na poziomie korporacji	35
2.3. Redefinicja działalności przedsiębiorstw w aspekcie umiędzynarodowienia procesów gospodarczych	39
2.4. Delokalizacja potencjału wytwórczego i usługowego	44
2.4.1. Pojęcie delokalizacji działalności gospodarczej	44
2.4.2. Czynniki determinujące delokalizację usług biznesowych	49
2.5. Delokalizacja usług jako nowoczesna forma zwiększania konkurencyjności	50
Rozdział III	
Offshoringowe projekty w usługach biznesowych	57
3.1. Outsourcing, offshoring usług i pokrewne pojęcia	57
3.2. Klasyfikacja usług biznesowych z punktu widzenia działań offshoringowych	62
3.3. Rodzaje offshoringu usług biznesowych	74
3.4. Zakres projektów i modele usług BPO	84
3.4.1. Projekty realizowane w ramach BPO	84
3.4.2. Modele świadczenia usług BPO	88

Rozdział IV

Offshoring usług biznesowych – globalne trendy 95

- 4.1. Tendencje rozwoju transgranicznego transferu potencjału usług biznesowych 95
- 4.2. Determinanty lokowania usług biznesowych i przestrzenna konfiguracja działalności offshoringowej 97
- 4.3. Ocena regionów gospodarki światowej dla transferu potencjału usług 107
 - 4.3.1. Ocena regionu Azji i Pacyfiku 114
 - 4.3.2. Rynek Ameryki Łacińskiej 116
 - 4.3.3. Region Afryki 119
 - 4.3.4. Rynek Europy Środkowo-Wschodniej 121

Rozdział V

Polska w offshoringu usług biznesowych. Wyniki badań 127

- 5.1. Polska jako miejsce offshoringu usług biznesowych 127
 - 5.1.1. Atuty Polski 127
 - 5.1.2. Rządowe i regionalne systemy wsparcia inwestycji 129
- 5.2. Charakterystyka rynku usług biznesowych w Polsce 133
 - 5.2.1. Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w sektor usług biznesowych w Polsce w latach 2003–2018 133
 - 5.2.2. Charakterystyka centrów usługowych 135
 - 5.2.3. Zatrudnienie w centrach usług biznesowych 140
 - 5.2.4. Regionalna lokalizacja centrów usług i atrakcyjność regionów Polski 142
- 5.3. Inwestycje w sektor usług w Polsce. Wyniki badań własnych 143
 - 5.3.1. Cel badań 143
 - 5.3.2. Metoda badań i charakterystyka badanej populacji 144
 - 5.3.3. Wyniki badań zagranicznych centrów usług w Polsce 144

Zakończenie 153

Bibliografia 155

Spis tabel 163

Spis rysunków 165

Spis wykresów 167

Wstęp

Dyфуzja postępu technicznego w usługach oraz rozwój gospodarki opartej na wiedzy, w której usługi wiedzy zajmują wiodącą pozycję, to procesy charakteryzujące zmiany strukturalne tego sektora oraz gospodarki jako całości. W sferze realnej mamy do czynienia z procesem serwicyzacji gospodarek, co oznacza zmiany w ich strukturze na korzyść usług. Dotyczy to zarówno struktur sektorowych, jak i struktur wewnątrz sektorów produkcyjnych, w których rośnie znaczenie rozmaitych funkcji usługowych. Intensyfikuje się międzynarodowy obrót usługami. Szczególnie interesującym zjawiskiem w rozwoju międzynarodowego rynku usług jest delokalizacja potencjału usług biznesowych (*offshoring usług*) określana jako BPO (*business process offshoring*), czyli przenoszenie usług do innych krajów, czasem odległych od lokalizacji centrum korporacyjnego. To zjawisko nasiliło się w ostatnich latach. Korporacje transnarodowe, poszukując źródeł obniżki kosztów działania oraz mając na uwadze ekspansję na globalnym rynku, tworzą centra usługowe, zwane centrami wsparcia lub centrami usług wspólnych, które wspomagają procesy zarządzania i nierzadko lokowane są w innych, czasem odległych krajach. Dla krajów przyjmujących te inwestycje są źródłem wzrostu eksportu usług. Polska stała się miejscem lokowania korporacyjnych centrów usług. Celem pracy jest przedstawienie pozycji Polski na tle krajów Europy Środkowo-Wschodniej jako miejsca delokalizacji centrów usług biznesowych.

Praca składa się z pięciu rozdziałów. Rozdział I dotyczy teoretycznych i praktycznych aspektów międzynarodowego rynku usług we współczesnej gospodarce. Omówiono w nim koncepcję międzynarodowej wymiany usług oraz współczesne teorie rozwoju handlu międzynarodowego w odniesieniu do międzynarodowego handlu usługami. Wskazano na instytucjonalno-prawne regulacje determinujące wzrost obrotu usługami w gospodarce światowej.

Rozdział II poświęcono genezie, uwarunkowaniom i determinantom przemieszczania światowego potencjału usług. Zwrócono w nim uwagę na procesy globalizacji, kluczowe zmiany makroekonomiczne, czynniki warunkujące decyzję podmiotów o przenoszeniu za granicę usług biznesowych. Przedstawiono determinanty internacjonalizacji procesów biznesowych na poziomie korporacji, redefinicję działalności przedsiębiorstw w aspekcie umiędzynarodowienia procesów gospodarczych i delokalizacji potencjału wytwórczego oraz usługowego

we współczesnej gospodarce światowej. Omówiono także pojęcie delokalizacji i jej istotę, czynniki determinujące delokalizację usług biznesowych.

Kolejny rozdział dotyczy offshoringowych projektów w usługach biznesowych. Zaprezentowano w nim klasyfikację usług z punktu widzenia projektów offshoringowych, zarówno w ujęciu teoretycznym, jak i statystyki międzynarodowej. Scharakteryzowano także tradycyjne modele *captive offshoring* i *offshore outsourcing* oraz nowoczesne modele takie jak: *offshore joint ventures*, *virtual captive*, *build–operate–transfer*, dzięki którym można uzyskać złagodzenie ryzyka transferu usług bądź jego wyeliminowanie. Omówiono typy projektów offshoringowych oraz przedstawiono modele outsourcingu typu: *onsite*, *offsite*, *offshore*, *customer project manager offshore model*.

Rozdział IV poświęcony jest globalnym trendom transgranicznego transferu potencjału usług biznesowych. Skoncentrowano się na analizie tendencji światowych, determinantach lokowania usług i przestrzennej konfiguracji działalności offshoringowej. Podjęto także próbę oceny regionalnych rynków dla transferu tych usług. Przedstawiono również opis regionu Europy Środkowo-Wschodniej i pozycję Polski w tym obszarze.

W ostatnim, V rozdziale zaprezentowano charakterystykę zagranicznych centrów usługowych w Polsce oraz przedstawiono wyniki badań własnych. Zainteresowanie skoncentrowano na motywach uruchomienia centrum usług, ocenie warunków prowadzenia biznesu usługowego w Polsce przez badane korporacje (od momentu uruchomienia centrum), roli polskich instytucji wspierania biznesu w procesie przygotowania do inwestycji, ocenie perspektyw rozwoju usług BPO w Polsce.

Rozdział I

Internacjonalizacja rynku usług

1.1. Megatrendy w rozwoju usług

Rosnąca pozycja usług we współczesnej gospodarce jest faktem bezspornym. Na szczególną uwagę zasługują następujące kwestie:

- postępująca serwicyzacja sfery produkcji materialnej,
- wysoka innowacyjność i absorpcja techniki, głównie związanej z technologiami informacyjnymi,
- intensywne umiędzynarodowienie procesów usługowych,
- delokalizacja potencjału usługowego poza granice kraju,
- zmiana sposobu świadczenia usług, głównie biznesowych, oraz ich standaryzacja przy wykorzystaniu technik informacyjnych.

Serwicyzacja gospodarki oznacza wzrost udziału usług nie tylko w rozumieniu trójsektorowego podziału gospodarki, ale także jeżeli chodzi o znaczenie funkcji usługowych w sektorach produkcji materialnej. Produkcja przemysłowa i rolnicza nie jest możliwa bez usług, które w znacznym stopniu je kształtują. Większości produktów nie można sprzedawać bez serwisu usługowego. Istnieje silna zależność przedmiotów materialnych i usług we wszystkich procesach wytwórczych. Można mówić o serwicyzacji produktów, rynków, procesów produkcyjnych, czynników produkcji, a także zatrudnienia¹. Co więcej, umiędzynarodowienie procesów gospodarczych dynamizują procesy, pobudzają popyt na nowe rodzaje usług, natomiast szybki rozwój niektórych usług, takich jak transport, informatyka, telekomunikacja, sprzyja procesom globalizacji². Szczególnie istotna dla rozwoju gospodarczego jest dyfuzja tak zwanych nowoczesnych usług. Pod pojęciem tym należy rozumieć (w wąskim znaczeniu) usługi nowe (nieistniejące dotychczas w gospodarce narodowej lub mające marginalne znaczenie) lub usługi świadczone

1 S.M. Szukalski, *Serwicyzacja gospodarki i industrializacja usług*, „Handel Wewnętrzny” 2004, nr 4–5, s. 48.

2 J. Naisbitt, *Megatrendy. Dziesięć nowych kierunków zmieniających nasze życie*, Poznań 1997, s. 80–105.

w nowoczesny sposób. W znaczeniu szerszym to przede wszystkim usługa świadczona przez nowoczesne, innowacyjne przedsiębiorstwo oferujące kompleksowe rozwiązania biznesowe lub usługi konsumpcyjne oparte na nowoczesnych technologiach.

Dynamiczne zmiany w gospodarce zrodziły liczne problemy badawcze związane ze wzrostem ich roli w tej dziedzinie, w tym również absorpcji nowych technik. Warto zwrócić uwagę na niektóre z nich.

Po pierwsze, w dalszym ciągu istnieje problem definicji usług wobec wzrostu ich zakresu, komplementarności ze sferą materialną oraz zacierania się różnicy pomiędzy produkcją i usługami a nowymi usługami związanymi z technologiami informacyjnymi. Z jednej strony mamy do czynienia z procesem serwicyzacji procesów produkcyjnych, z drugiej z materializacją usług (na przykład produkt usługowy coraz częściej dociera do odbiorcy za pomocą nośników cyfrowych). W definiowaniu usług wyodrębnia się podejście makroekonomiczne i mikroekonomiczne³. Stosuje się także sektorowe podejście, choć granica podziału pomiędzy poszczególnymi sektorami jest elastyczna i, w zależności od przyjętych kryteriów, różne są wyniki tych klasyfikacji⁴. Początkowe próby zdefiniowania usług koncentrowały się na zidentyfikowaniu cech odróżniających usługi od towarów, z czasem zwróciły się w kierunku świadczenia na szczególny rodzaj transakcji ekonomicznej⁵. Spośród wielu autorów zajmujących się tą problematyką wymienić trzeba między innymi T.P. Hilla⁶, J.N. Bhagwati⁷, I.B. Kravisa⁸ i innych.

Po drugie, heterogeniczność usług w dalszym ciągu sprawia kłopoty z ich typologią. J. Gershuny i I. Miles⁹ wyróżnili usługi produkcyjne, dystrybucyjne i personalne. Z kolei M. Gibbs¹⁰ wyodrębnił usługi:

- przedprodukcyjne (*pre-production services*) – projektowanie produktu, badania rynkowe i studia wykonalności,

3 Dla przykładu: K.A. Kłosiński, *Pojęcia: usług oraz sektora usług*, „Handel Wewnętrzny” 1993, nr 4; M. Daszkowska, *Ekonomika organizacji usług*, Warszawa 1982; K. Naumowicz, *Usługi – zagadnienia ogólne*, Szczecin 1992.

4 Szerzej: V.R. Fuchs, *The Service Economy*, New York 1968, National Bureau of Economic Research, General series, no. 87; V.R. Fuchs, *The Growing Importance of the Service Industries*, New York 1965, National Bureau of Economic Research, Occasional Paper, no. 96.

5 P. Nicolaides, *Liberalizing Service Trade, Strategies for Success*, The Royal Institute of International Affairs, London 1989, s. 9.

6 Zob. T.P. Hill, *On Goods and Services*, „Review of Income and Wealth” 1977, vol. 23, no. 4, December.

7 J.N. Bhagwati, *International Trade in Services and its Relevance for Economic Development*, [w:] O. Giarini (red.), *The Emerging Service Economy*, Oxford 1987.

8 I.B. Kravis, *Services in the Domestic Economy and in World Transactions*, Working Paper No. 1124, Cambridge Massachusetts: National Bureau of Economic Research, 1983.

9 J. Gershuny, I. Miles, *The New Service Economy. The Transformation of Employment in Industrial Societies*, London 1983.

10 Szerzej: M. Gibbs, *Interlinkages Between Services and Other Economic Sectors in United Nations Centre on Transnational Corporations, Services and Development: The Role of Foreign Direct Investment and Trade*, United Nations, New York 1989, s. 9–11.

- usługi produkcyjne (*production services*) – kontrola jakości, oprogramowanie, zarządzanie zasobami ludzkimi,
- usługi poprodukcyjne (*post-production services*) – reklama, marketing, transport.

Z punktu widzenia roli usług w innowacyjności gospodarki można wyodrębnić usługi oparte na wiedzy, charakteryzujące się stosunkowo wysokim udziałem kapitału ludzkiego (ubezpieczenia, usługi profesjonalne i techniczne, pewne usługi bankowe, techniki informacyjne, doradztwo, zdrowie, edukacja i niektóre usługi rządowe), oraz usługi konwencjonalne, zorientowane na zaopatrzenie konsumpcyjne, o niższym udziale kapitału ludzkiego i o bardziej standaryzowanych metodach ich świadczenia (leasing, dystrybucja, franchising, handel detaliczny, podróże zagraniczne, niektóre usługi socjalne i większość usług rozrywkowych i prywatnych).

Po trzecie, otwarte jest w dalszym ciągu zagadnienie innowacyjności usług i ich wpływ na gospodarkę, szczególnie chodzi tutaj o kwestię wpływu poziomu rozwoju usług nasyconych wiedzą na ich innowacyjność oraz innowacyjność całej gospodarki¹¹.

W związku z intensyfikacją międzynarodowego obrotu usługami warto zwrócić uwagę na teorię wymiany usługowej w skali międzynarodowej. Jak zauważa J. Misala¹², „pełna i spójna teoria wymiany usług jest na dzień dzisiejszy niemożliwa”. Trudności wynikają po pierwsze z tego, że większość produkcji usługowej nie przyjmuje postaci materialnej. Po drugie – z braku jednoznacznej i powszechnie akceptowanej definicji usług, zwłaszcza w odniesieniu do wymiany międzynarodowej. Nawet GATS¹³ nie podaje definicji usług, określa jedynie, w jakim przypadku dochodzi do międzynarodowego przepływu usług (tabela I.1). Po trzecie – z braku jednoznacznych kryteriów podziału usług, co w efekcie prowadzi do istnienia różnorodnych ich klasyfikacji, co z kolei utrudnia analizy i porównanie usług w czasie i przestrzeni. Po czwarte, wobec silnego zintegrowania wielu produktów i usług istnieją trudności w wyodrębnieniu międzynarodowej wymiany usług od międzynarodowej wymiany towarów. Ostatnie lata zapoczątkowały zjawisko przenoszenia potencjału usług za granicę, które także komplikuje analizę wymiany usługowej, oznacza bowiem, iż w wyniku tych procesów kraje wysoko rozwinięte

11 Pośród licznych prac na ten temat wymienić warto: I. Miles, *Services in the New Industrial Economy*, „Futures” 1993, vol. 25, July/Aug.; I. Miles, N. Kastrinos, K. Flanagan, R. Bilderbeek, P. den Hertog, W. Hunting and M. Bouman, *Knowledge-intensive Business Services: Their Roles as Users, Carriers and Sources of Innovation*, Manchester: PREST, 1995; B. Naslund, *Financial Innovations. A Comparison with R&D in Physical Products*, EFI Research Paper/Report, Stockholm 1986; D. Czarnitzki, A. Spielkamp, *Business Services in Germany: Bridges for Innovation*, October 2000, Centre for European Economic Research (ZEW), Mannheim University of Applied Sciences Gelsenkirchen, s. 1.

12 Szerzej: J. Misala, *W kierunku teorii międzynarodowej wymiany usług*, www.we.radom.pl/pliki/upload/kmsgiir/Wymiany_uslug.pdf (dostęp: 29.06.2012).

13 The General Agreement on Trade in Services, Annex 1B, <http://www.mg.gov.pl/NR/rdonlyres/6239F88F-91AE-4103-8741-91F64495E032/13525/tekstgats1.pdf> (dostęp: 29.06.2012).

tracą przewagi komparatywne w usługach na rzecz krajów rozwijających się¹⁴. Powstaje także problem, czy offshoring¹⁵ usług można traktować jako wymianę handlową w tradycyjnym ujęciu teorii handlu. Tradycyjna teoria handlu międzynarodowego może być pomocna w zrozumieniu zjawisk występujących w obrocie usługami, jednakże wymaga modyfikacji, zmienił się bowiem zasadniczo system organizacji biznesu, sytuacja w strukturze handlu i na rynkach pracy, możliwości w dostępie do zaawansowanej technologii oraz aktywność działalności w różnych lokalizacjach. A zatem z jednej strony, z punktu widzenia teorii międzynarodowej wymiany gospodarczej, nie ma istotnych różnic między dobrami a usługami, z drugiej jednak międzynarodowa wymiana usług może być realizowana na rozmaite sposoby, które zasadniczo różnią się od handlu dobrami. Jedynе podobieństwo jest takie, że usługi podobnie jak dobra są przeznaczone na sprzedaż i mają określoną wartość wymienną wyrażoną przez cenę¹⁶. Teoria międzynarodowej wymiany usług musi uwzględniać specyfikę obrotu usługami, która sprowadza się do trzech elementów:

1. Cech samych usług (na przykład niematerialność, niejednorodność, nietrwałość, brak możliwości nabycia na własność) – analizując problem, trzeba w większym stopniu zwrócić uwagę na proces świadczenia usług, a nie na wynik ich świadczenia. Przykładem są usługi biznesowe w korporacyjnych centrach usług wsparcia, w których czynność usługowa w końcowym efekcie przyczynia się do powstania produktu materialnego będącego przedmiotem transakcji rynkowej.
2. Sposobu dostarczenia usługi na rynek – rosnąca zdolność handlowa niektórych usług stała się podstawą dla specyficznych, zorganizowanych form międzynarodowej wymiany usług w postaci (jak to definiuje GATS): handlu transgranicznego, zagranicznej konsumpcji usług, możliwości świadczenia usług poza granicami kraju, możliwości okresowej migracji określonych osób poza granice kraju w celu świadczenia tam pewnych usług (tabela I.1).
3. Sposobu współdziałania usługodawcy i usługobiorcy – międzynarodowa wymiana usług jest równoważona z mobilnością czynników wytwórczych. W tym kontekście handel usługami, jak zauważają G.P. Sampson i R.H. Snape¹⁷, jest powiązany z międzynarodową wymianą dóbr, przepływem ludzi i informacji. Autorzy ci wyróżniają usługi będące bezpośrednio przedmiotem obrotu międzynarodowego (typ A w tabeli I.2) od tych, które mogą być świadczone za pośrednictwem międzynarodowych przepływów usługodawców (typ B i D) i/lub międzynarodowych przepływów usługobiorców (typ C i D).

14 B. Liberska, *Globalizacja a offshoring usług sektora IT*, [w:] A. Szymaniak, *Globalizacja usług. Outsourcing, offshoring i shared services center*, Warszawa 2008, s. 251.

15 Offshoring usług oznacza przenoszenie ich potencjału do odległych krajów.

16 D. Mongiało, *Pojęcie usług we współczesnej myśli ekonomicznej*, „Studia Ekonomiczne” 2007, nr 1–2, s. 94.

17 Szerzej: G.P. Sampson, R.H. Snape, *Identifying the issues in trade in services*, „The World Economy” 1985, no 8, s. 171–182.

Tabela I.1. Międzynarodowe transakcje usługami według GATS

Terminologia GATS – sposób dostarczenia usługi na rynek	Definicja	Przejawy umiędzynarodowienia działalności – migracja czynników wytwórczych	Rodzaje usług
Handel transgraniczny oznaczający sprzedaż usług z terytorium jednego kraju bezpośrednio na terytorium innego – <i>cross border</i> ; usługa transgraniczna	Możliwość świadczenia określonej usługi przez usługodawcę w innym kraju przy przekraczaniu granicy jedynie przez tę usługę	Bez potrzeby migracji usługodawcy i usługobiorcy, brak migracji czynników wytwórczych; dostawa usługi za pomocą telefonu, internetu, faksu, telewizji, poczty, kuriera	Usługi świadczone przez usługodawcę dzięki międzynarodowym sieciom komunikacyjnym; tak zwane usługi odseparowane (<i>separated services</i>), na przykład usługi transportowe, pocztowe, kurierskie, doradcze, transmisja danych, niektóre usługi finansowe czy handel wysyłkowy
Zagraniczna konsumpcja usług (<i>consumption abroad</i>)	Zagwarantowane obywatelom możliwości nabycia i/lub konsumpcji określonych usług poza granicami własnego kraju	Usługa nie przekracza granicy, jedynie jej konsument. Usługobiorca przemieszcza się czasowo poza granice kraju w celu nabycia usługi i/lub jej konsumpcji, czyli międzynarodowy obrót usługami związany z ruchem granicznym odbiorców	Usługi turystyczne, edukacyjne (studia zagraniczne), zdrowotne (specjalistyczne usługi medyczne), gastronomiczne i usługi świadczone w zagranicznych portach
Obecność handlowa (<i>commercial presence</i>)	Możliwość świadczenia usług poza granicami kraju przez tworzenie tam i/lub rozbudowę przez danego usługodawcę filii zagranicznych własnej firmy, przedstawicielstwa	Usługodawca przemieszcza się na dłuższy okres poza granice kraju (zagraniczne inwestycje bezpośrednie)	Częste i intensywne interakcje między usługodawcą i usługobiorcą (na przykład usługi marketingowe, ubezpieczeniowe czy bankowe)
Obecność poza granicami kraju określonych osób (<i>presence of natural persons</i>)	Możliwość okresowej migracji określonych osób poza granice kraju w celu świadczenia tam pewnych usług	Usługodawcy przemieszczają się na określony czas do macierzystych krajów usługobiorców	Migracja personelu (głównie kierowniczego) mającego specjalne zdolności i umiejętności, na przykład niektóre usługi biznesowe, usługi wyspecjalizowane lub inżynierskie czy kulturalno-oświatowe

Źródło: opracowanie własne na podstawie *The Results of the Uruguay Round of Multilateral Trade Negotiations*, WTO, Geneva 1995; L. Kuczevska, *Polski handel usługami na arenie międzynarodowej*, „Handel Wewnętrzny” 2002, nr 3, s. 28–29; J. Misala, *Współczesne teorie wymiany międzynarodowej i zagranicznej polityki ekonomicznej*, Warszawa 2003, s. 152; A. Wróbel, *Międzynarodowa wymiana usług*, Warszawa 2009, s. 53.

Tabela 1.2. Podział usług w obrocie międzynarodowym według G.P. Sampsona i R.H. Snape'a

Cechy, rodzaj współdziałania oraz typ transakcji		Usługodawca	
		Nie przemieszcza się za granicę	Przemieszcza się za granicę
Usługobiorca	Nie przemieszcza się za granicę	Typ A – transakcje usługowe świadczone są bez konieczności fizycznego kontaktu usługodawcy i usługobiorcy, granicę przekracza sama usługa jako produkt finalny, co jest możliwe dzięki tradycyjnym i nowoczesnym metodom łączności. Przykładem mogą być usługi doradcze, bankowe, dystrybucyjne	Typ B – dotyczy transakcji, gdzie producent usługi przemieszcza się do kraju, w którym obecny jest niemobilny konsument. Przybiera formę bezpośrednich inwestycji zagranicznych (na przykład filia banku). Przykładem mogą być usługi: profesjonalne, finansowe
	Przemieszcza się za granicę	Typ C – ta forma transakcji charakteryzuje się przyjazdem usługobiorcy do kraju usługodawcy, gdzie świadczona jest usługa. Przykładem mogą być usługi medyczne, turystyczne, edukacyjne	Typ D – odnosi się do transakcji, gdzie zarówno usługodawca, jak i usługobiorca są mobilni. W tym przypadku usługa jest realizowana w państwie, z którego nie pochodzą ani jej producent, ani jej konsument

Źródło: opracowanie własne na podstawie G.P. Sampson, R.H. Snape, *Identifying...*, s. 171–182.

1.2. Teoria wobec umiędzynarodowienia usług

W teorii można wyróżnić dwa podejścia do zdefiniowania zjawiska międzynarodowego handlu usługami. Pierwsze jest próbą przedstawienia ogólnej definicji obrotu usługami w skali międzynarodowej, nie określając sposobów przepływu usług między krajami. Wykorzystuje się do tego klasyczne i neoklasyczne teorie wymiany. Drugie, czyli międzynarodowy handel usługami, jest definiowane poprzez wskazanie poszczególnych sposobów międzynarodowego świadczenia usług, posługując się przy tym na przykład teoriami międzynarodowej migracji czynników: wytwórczych, ludności, kapitału, wiedzy technicznej, a także teorią lokalizacji działalności gospodarczej.

W pierwszym podejściu na potrzeby analizy można zaadaptować teorię kosztów absolutnych A. Smitha, teorię kosztów względnych, określaną też jako teoria przewagi komparatywnej D. Ricardo, oraz model Heckshera-Ohlina-Samuelsona (HOS) będący uzupełnieniem teorii kosztów względnych (tak zwana teoria

obfitości zasobów). Pomimo iż przydatność klasycznej teorii wymiany międzynarodowej do wyjaśnienia handlu usługami jest dziś dyskusyjna z uwagi na wiele nierealnych założeń, nieprzystających do współczesnej gospodarki¹⁸, to jednak teoria kosztów komparatywnych w pewnym stopniu może okazać się przydatna z punktu widzenia wyjaśnienia i zrozumienia handlu między krajami rozwiniętymi i rozwijającymi się, które różnią się od siebie warunkami (na przykład wydajnością pracy lub dostępnością czynników wytwórczych).

Wśród współczesnych teorii rozwoju handlu międzynarodowego, odnoszących się do wszystkich transakcji międzynarodowego handlu usługami, przydatne są teorie neotechnologiczne, które pozwalają wyjaśnić model handlu usługami zarówno w postaci transgranicznej, jak i wymiany usług związanej z przemieszczaniem się ich producenta i/lub konsumenta. W teoriach neotechnologicznych podstawą międzynarodowej wymiany i korzyści z niej płynących są różnice w poziomie kosztów i cen, wzbogacone uwzględnieniem zmian spowodowanych ciągłym rozwojem postępu technicznego. W ramach tej grupy wyróżnić można: a) teorię luki technologicznej M.V. Posnera¹⁹; b) teorię cyklu życia produktu R. Vernona²⁰; c) teorię korzyści skali. Pierwsza z wymienionych kładzie nacisk na możliwości rozwoju międzynarodowego handlu dzięki różnicom w poziomie wiedzy technicznej i w tempie postępu technicznego. Wyróżnia się twórców (innovatorów) i naśladowców (imitatorów) nowych technologii. Znaczenie ma tutaj opanowanie określonych technologii przez poszczególne kraje i opóźnienie naśladowcze w krajach imitujących rozwiązania. Przygotowanie i wdrożenie nowych technologii daje firmie-innowatorowi pozycję lidera (quasi-monopolisty) w pewnym obszarze. Im większe będą luki technologiczne oraz opóźnienie naśladowcze pomiędzy innowatorem a imitatorami, tym większe będą korzyści dla innowatora. Wraz z dyfuzją postępu technologicznego firma innowator traci swoją przewagę, pozycję quasi-monopolisty, dana technologia staje się coraz tańsza i bardziej dostępna. Teoria ta jest szczególnie użyteczna do wytłumaczenia kształtu i przyczyn pojawiania się handlu usługami o dużym zaawansowaniu technologicznym lub wysokim udziale kapitału ludzkiego i odnosi się zarówno do innowacji w usługach, jak i innowacji ich procesów wytwórczych. W literaturze wskazuje się na przydatność tej koncepcji w odniesieniu do usług finansowych oraz usług telekomunikacyjnych²¹.

18 Wśród założeń należy wymienić: doskonałość rynków, brak mobilności kapitału w skali międzynarodowej oraz migracji siły roboczej. Aktywność międzynarodowa przedsiębiorstwa uzależniona była od lokalizacji działalności w kraju posiadającym przewagę komparatywną.

19 M.V. Posner, *International trade and technological change*, „Oxford Economic Papers” 1961, no. 13.

20 R. Vernon, *The Location of Economic, Sovereignty at Bou*, Harmondsworth 1971; R. Vernon, *International investment and International trade in the product cycle*, „Quarterly Journal of Economics” 1966, vol. 80.

21 Szerzej: R.K. Shelp, *Beyond Industrialization, Ascendancy of the Global Service Economy*, New York 1981, s. 89–95; J. Misła, *Współczesne teorie wymiany międzynarodowej i zagranicznej polityki ekonomicznej*, Warszawa 2003, s. 154.

Druża z teorii, czyli teoria cyklu życia produktu R. Vernona, próbuje wyjaśniać struktury i kierunki obrotu usługami, w szczególności usługami podlegającymi standaryzacji. W przeciwieństwie do luki technologicznej koncentruje uwagę tylko na innowacji samych usług/produktów²².

Teoria korzyści skali podkreśla, że korzyści te pojawiają się, gdy efekty rosną szybciej niż nakłady czynników wytwórczych. W kontekście usług odnosi się to w szczególności do usług biznesowych, gdy skutek centralizacji usług, ich specjalizacji oraz stworzenia globalnego bądź regionalnego centrum usług obniżają się koszty wytwarzania w korporacji.

Kolejną grupą teorii w odniesieniu do handlu usługami są teorie popytowo-podażowe, za pomocą których można wyjaśnić model handlu usługami zarówno w postaci transgranicznej, jak i w pozostałych typach wymagających przepływu czynników. Wśród nich na uwagę zasługuje teoria podobieństwa preferencji S. Burenstam-Lindera²³ nazywana również teorią ujednoliconej struktury popytu. Zgodnie z nią przedsiębiorstwa usługowe szukają na rynku globalnym takich krajów, w których struktura popytu jest podobna do struktury popytu na ich rodzimym rynku.

Teoria zróżnicowania produktów P.S. Armingtona, G.C. Hufbauera i H. Hessego²⁴ tłumaczy przyczyny i strukturę handlu usługami między krajami o różnym poziomie dochodu narodowego (w szczególności między krajami wysoko rozwiniętymi a rozwijającymi się), jednocześnie pokazuje związek między popytem na usługę a poziomem dochodów konsumenta²⁵ oraz relacjami cen usług w kontekście determinant wymiany międzynarodowej²⁶. W miarę wzrostu dochodu społeczeństw zwiększa się popyt zarówno krajowy, jak i zagraniczny na dobra o wyższej jakości. Mowa tu o pionowym (jakościowym) zróżnicowaniu produktów i usług oraz równoległym handlu nimi między różnymi krajami.

22 T. Rynarzewski, A. Zielińska-Głębocka, *Międzynarodowe stosunki gospodarcze. Teoria wymiany i polityki handlu międzynarodowego*, Warszawa 2006, s. 156–157; D. Mongiato, *Możliwości zastosowania wybranych teorii handlu międzynarodowego dla wyjaśnienia rozwoju wymiany usługami*, „Bank i Kredyt” 2007, listopad–grudzień, s. 39–40.

23 S. Burenstam-Linder, *An Essay on Trade and Transformation*, New York 1961, s. 91.

24 P.B. Armington, *A Theory of Demand for Products Distinguished by Place of Production*, IMF Staff Papers, 1969; G.C. Hufbauer, *The Impact of National Characteristics and Technology on the Commodity Composition of Trade in Manufactured Goods*, [w:] R. Vernon (red.), *The Technology Factor in International Trade*, New York 1970; H. Hesse, *Hypothesis for the Explanation of Trade between Industrial Countries 1953–1970*, [w:] H. Gierch, J.C.B. Mohr (red.), *On the Economics of Intra-Industry Trade*, Tübingen; J. Misala, *Współczesne teorie wymiany międzynarodowej...*, s. 86.

25 Można zauważyć tutaj pewne nawiązanie do teorii trzech sektorów i ujęcia A. Fishera, który zmiany struktury popytu na rzecz usług wiązał z rosnącym dochodem *per capita*.

26 Zob.: T. Rynarzewski, A. Zielińska-Głębocka, *Międzynarodowe stosunki gospodarcze. Teoria wymiany...*, s. 132–133.