

Karolina Tyc-Szmił

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

MIEJSCE LOGISTYKI MIĘDZYNARODOWEJ W TEORII MIĘDZYNARODOWEJ WYMIANY USŁUG

Wstęp

W wielu publikacjach naukowych ostatnich lat autorzy podkreślają fakt, iż szybki rozwój logistyki i zarządzania logistycznego powoduje problemy opisu teoretycznego zjawisk gospodarczych zaś każdy pogląd może być lepiej lub gorzej uzasadniony. Podejście to jest bliskie autorowi tego opracowania, który starać się będzie odnaleźć odpowiedź na pytanie o miejsce pojęcia logistyki pośród teorii wymiany międzynarodowej przedsiębiorstw usługowych.

1. Logistyka międzynarodowa a teoria międzynarodowej wymiany usług

Autorzy klasycznych i neoklasycznych teorii handlu zagranicznego niemal całkowicie pomijali problematykę międzynarodowej wymiany usług. Pojawiła się ona dopiero, w mniejszym lub większym zakresie, we współczesnych teoriach międzynarodowej wymiany gospodarczej, zwłaszcza w teoriach handlu międzynarodowego. Początkowo zakładano, że:

- współcześnie dokonuje się obrót usługami komplementarnymi w stosunku do handlu międzynarodowego (np. usługami transportowymi czy ubezpieczeniowymi), zarazem jednak takimi usługami, które z rozwojem handlu międzynarodowego mają niewiele wspólnego (np. usługami służby zdrowia);
- niezbędne jest odrzucenie typowego dotychczas klasyfikowania usług według kryterium przedmiotowego; ponieważ towary i usługi są efektem zaangażowania określonych czynników wytwórczych, to należy rozpatrywać je przez pryzmat związków z międzynarodową migracją ludzi i kapitału; dlatego w rozważaniach pojawiają się często usługodawcy i usługobiorcy, których trakto-

wano jak obywatele rezydujących w różnych krajach oddzielonych od siebie granicami politycznymi i ekonomicznymi¹.

W świetle rozważań teoretycznych prowadzonych w literaturze przedmiotu, pewną część międzynarodowych obrotów usługami wyjaśnić można, opierając się na teoriach handlu międzynarodowego, zwłaszcza zaś na teorii obfitości zasobów, teoriach neoczynnikowych, teoriach neotechnologicznych i teoriach popytowo-podażowych (tabela 1)².

Tabela 1. Wykaz głównych typów usług oraz teorii handlu międzynarodowego możliwych do wykorzystania przy wyjaśnianiu międzynarodowych obrotów usługami

Teorie	Typ usług		
	usługi będące bezpośrednio przedmiotem obrotu międzynarodowego	usługi świadczone przy międzynarodowych przepływach usługodawców	usługi świadczone przy międzynarodowych przepływach usługobiorców
Teoria kosztów względnych, teoria przewagi z tytułu dysponowania produktami i czynnikami wytwórczymi	+	–	*
(np. z powodu dysponowania siecią banków czy technologiami)			(np. z powodu atrakcyjności turystycznej czy też z tytułu dysponowania renomowanymi klinikami)
Teoria obfitości zasobów (H-S-O), teorie neoczynnikowe	+	+	+
(np. z powodu różnicy wyposażenia w czynniki i różnice kosztów)		(np. z powodu różnicy wyposażenia w czynniki i różnice kosztów)	(np. z powodu różnicy kosztów)
Teorie neotechnologiczne i teorie popytowo-podażowe	+	+	+
(np. z powodu występowania przewagi technologicznej czy występowania korzyści skali)		(np. z powodu występowania warunków niedoskonałej konkurencji)	(np. z powodu różnicy jakości świadczonych usług czy zróżnicowania preferencji konsumentów)
Współczesna teorie handlu międzynarodowego	+	+	+
(np. z powodu różnicy kosztów czy też dysponowania własnością)		(np. z powodu różnicy kosztów, wyposażenia w czynniki czy też dysponowania własnością)	(np. z powodu dysponowania przewagą w postaci infrastruktury gospodarczej czy też odpowiedniej lokalizacji działalności)

Źródło: J. Misala, *Wymiana międzynarodowa i gospodarka światowa. Teoria i mechanizmy funkcjonowania*, Oficyna Wydawnicza SGH w Warszawie, Warszawa 2005, s. 143.

¹ J. Misala, *Współczesne teorie wymiany międzynarodowej i zagranicznej polityki ekonomicznej*, Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2003, s. 148–149.

² Tamże, s. 153.

Kwestia zasadności stosowania tej części teorii kosztów komperatywnych, która opiera się na analizie pozytywnej dla wyjaśniania międzynarodowego handlu usługami nie została jednoznacznie rozstrzygnięta. Większość badaczy zgadza się, iż jest ona przydatną koncepcją pomagającą zrozumieć kierunki handlu usługami pomiędzy krajami. Samo istnienie przewagi względnej nie może jednak w pełni wyjaśnić istniejących przepływów handlowych. W tym celu konieczne jest uwzględnienie znaczenia innych czynników, a więc konieczna jest analiza strumieni przepływów międzynarodowych na podstawie tzw. nowych teorii handlu międzynarodowego³.

Teorie neoczynnikowe przydatne do opisu obrotu międzynarodowego usługami to te uwzględniające dodatkowe, poza pracą i kapitałem, czynniki produkcji oraz zakładające niejednorodność czynników pracy i kapitału. Wśród teorii neotechnologicznych wymienić należy: teorię luki technologicznej, teorię cyklu życia produktu oraz teorię korzyści skali. Teorie popytowo-podażowe to m.in. teoria handlu wewnątrzgałęziowego⁴.

Bez wątplenia nastąpił wzrost znaczenia usług w handlu międzynarodowym. Wśród przyczyn tego zjawiska w literaturze przedmiotu wymienia się: postęp techniczny, udoskonalenie metod pomiaru działalności usługowej oraz zmiany polityczno-prawne. Zmiany w handlu – otwarcie granic, zmiany technik i technologii przemieszczania produktów, łatwość pozyskiwania kapitału – sprawiły, iż handel usługami przekroczył tradycyjną problematykę handlu międzynarodowego.

Świadczenie usług na rynku międzynarodowym jest trudne. Specyfika tego rynku sprawia, że firmy muszą dokonać precyzyjnego planowania i prognozowania popytu. Duże wymagania konsumentów globalnych wymuszają specjalizację w ściśle określonym obszarze usług. Koncentracja zaś na głównych kompetencjach firmy sprawia, że oferowana usługa ma potencjalnie liczne grono nabywców. Narzędziem, które pozwala przedsiębiorstwom na osiągnięcie przewagi konkurencyjnej na rynku międzynarodowym, jest logistyka wspomagająca proces świadczenia usług⁵.

Przyjmując, że zarządzanie logistyczne w przedsiębiorstwie usługowym jest procesem w łańcuchu dostaw, zaś ze względu na skalę funkcjonowania przedsiębiorstwa łańcuch ten może mieć charakter międzynarodowy lub globalny, za-

³ A. Kuźniar, *Usługi w handlu międzynarodowym*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2007, s. 210.

⁴ Teorie handlu wewnątrzgałęziowego zajmują się analizą istoty i efektami ekonomicznymi zjawiska równoległego importu i eksportu produktów w ramach tych samych gałęzi przez poszczególne kraje.

⁵ K. Tyc-Szmił, *Międzynarodowe uwarunkowania logistyki w usługach*, w: *Logistyka międzynarodowa w teorii i praktyce*, E. Gołemska, red., Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2004, s. 82.

sadne wydaje się poszukiwanie teoretycznych podstaw procesów internacjonalizacji i globalizacji logistyki w przedsiębiorstwach usługowych.

M. Szymczak wśród dorobku teoretycznego w dziedzinie wymiany międzynarodowej i międzynarodowej ekspansji przedsiębiorstw wskazał te z nich, które można według niego wykorzystać w opisie procesów internacjonalizacji logistyki. Do tej grupy uczony zaliczył:

- 1) teorie handlu międzynarodowego – szczególnie model wymiany międzynarodowej Deardorffa, model wymiany usług;
- 2) teorie międzynarodowej ekspansji przedsiębiorstw – w tym eklektyczna teoria produkcji międzynarodowej;
- 3) teorie nauk systemowych;
- 4) teorie lokalizacji;
- 5) ogólne teorie gospodarki przestrzennej;
- 6) teorie firmy;
- 7) teorie zarządzania strategicznego;
- 8) teoretyczne modele relacji międzyorganizacyjnych.

Zdaniem M. Szymczaka, internacjonalizacja logistyki jest, jak na razie, ostatnim z przejawów umiędzynarodowienia kluczowych obszarów funkcjonalnych w przedsiębiorstwie i jest to kolejny przejaw procesów dostosowawczych, jakim muszą podlegać firmy, podejmując wyzwanie międzynarodowe. Wprowadzenie logistyki do biznesu międzynarodowego oznacza uzupełnienie występujących tam komplementarnych dyscyplin o charakterze międzynarodowym. Postępujące umiędzynarodowienie działalności gospodarczej wymaga wdrożenia zasad logistyki jako koniecznego uzupełnienia operacji handlu zagranicznego⁶.

Zdaniem E. Gołębskiej oraz M. Szymczaka, nie tylko warto znaleźć odpowiedź na pytanie, czym jest logistyka międzynarodowa, ale również poszukiwać narzędzi i instrumentów do jej implementacji w różnego rodzaju przedsiębiorstwach⁷.

Poglądy reprezentowane przez E. Gołębską sprowadzić można do delfinacji logistyki międzynarodowej rozumianej jako zarządzanie międzynarodowym łańcuchem dostaw (połączenie działalności logistycznej firm – ogniów łańcucha logistycznego, zwłaszcza funkcji operacyjnej, finansowej i marketingowej zarządzania logistycznego, a także kontroli przepływu fizycznego dóbr, środków pieniężnych i informacji przez granice i ponad granicami różnych państw).

⁶ M. Szymczak, *Logistyka w procesie internacjonalizacji przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2004, s. 32.

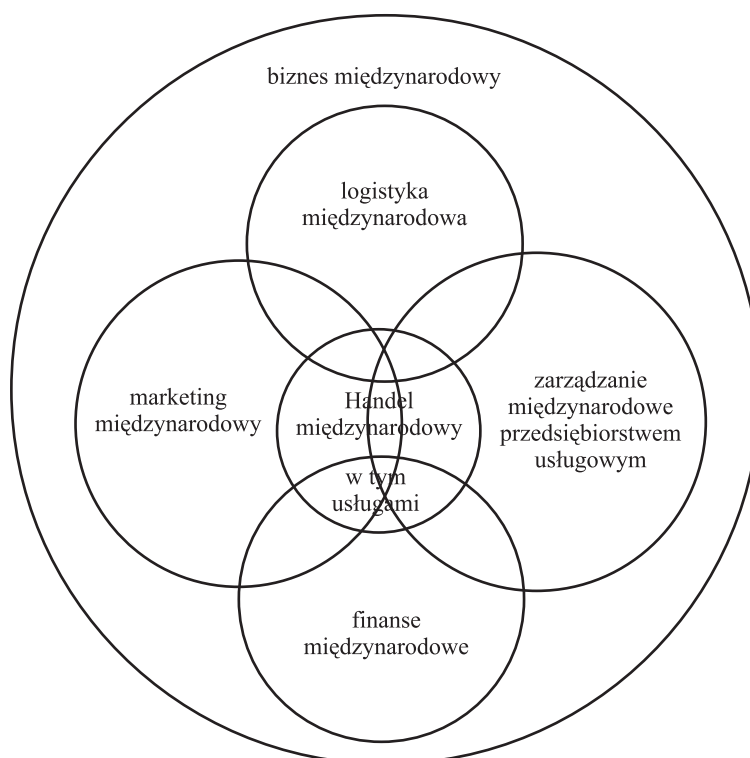
⁷ E. Gołębska, M. Szymczak, *Logistyka międzynarodowa*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2004 oraz M. Szymczak, dz. cyt.

Zdaniem M. Szymczaka, pojęcie logistyki międzynarodowej obejmuje:

- 1) procesy czasowo-przestrzennej transformacji dóbr ponad granicami państwowymi, a więc w międzynarodowych łańcuchach i sieciach dostaw;
- 2) procesy logistyczne przedsiębiorstwa przebiegające w różnych miejscach na świecie;
- 3) strategię logistyczne przedsiębiorstwa prowadzącego działalność w wielu krajach⁸.

Podążając za przytoczonym stanowiskiem M. Szymczaka, miejsce logistyki międzynarodowej w internacjonalizującym się przedsiębiorstwie usługowych powinno uwzględniać (rys. 1):

- związek z zarządzaniem międzynarodowym,
- związek z marketingiem międzynarodowym,
- związek z finansami międzynarodowymi,
- związek z handlem międzynarodowym.



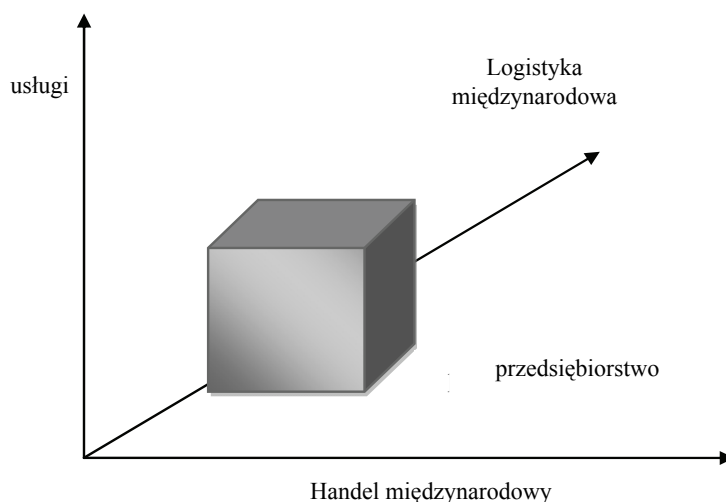
Rysunek 1. Logistyka międzynarodowa a handel międzynarodowy usługami

Źródło: opracowanie własne na podstawie M. Szymczak, dz. cyt., s. 32

⁸ M. Szymczak, dz. cyt., s. 40.

Traktując koncepcją internacjonalizacji logistyki jako pierwsze zręby teorii logistyki międzynarodowej, rysunek 2 obrazuje złożoność powiązań oraz przenikanie się teorii handlu międzynarodowego, logistyki oraz usług w przedsiębiorstwach usługowych funkcjonujących w ramach międzynarodowych i globalnych łańcuchów dostaw.

Internacjonalizacja przedsiębiorstw świadczących usługi, prowadzi obecnie do integracji albo produktowej, albo geograficznej. Integracja produktowa wymaga koordynacji działań w zakresie wszystkich przestrzennie rozproszonych ogniw łańcucha logistycznego. Stąd integracja produktowa następuje wtedy, kiedy w celu wprowadzenia na rynek nowej usługi, czyli produktu, projektuje się łańcuch dostaw bez względu na przestrzenne rozmieszczenie ogniw tego łańcucha. Integracja geograficzna natomiast ma miejsce wtedy, gdy podstawową przesłanką wyboru w łączeniu miejsc świadczenia usługi lub etapów w logistycznym łańcuchu jest dostępność przestrzenna do zasobów rzeczowych i ludzkich lub dostępność komunikacyjna do firm usługowych, bez względu na to, jakiego typu są to usługi.



Rysunek 2. Teoria logistyki międzynarodowej a teorie handlu międzynarodowego i usług

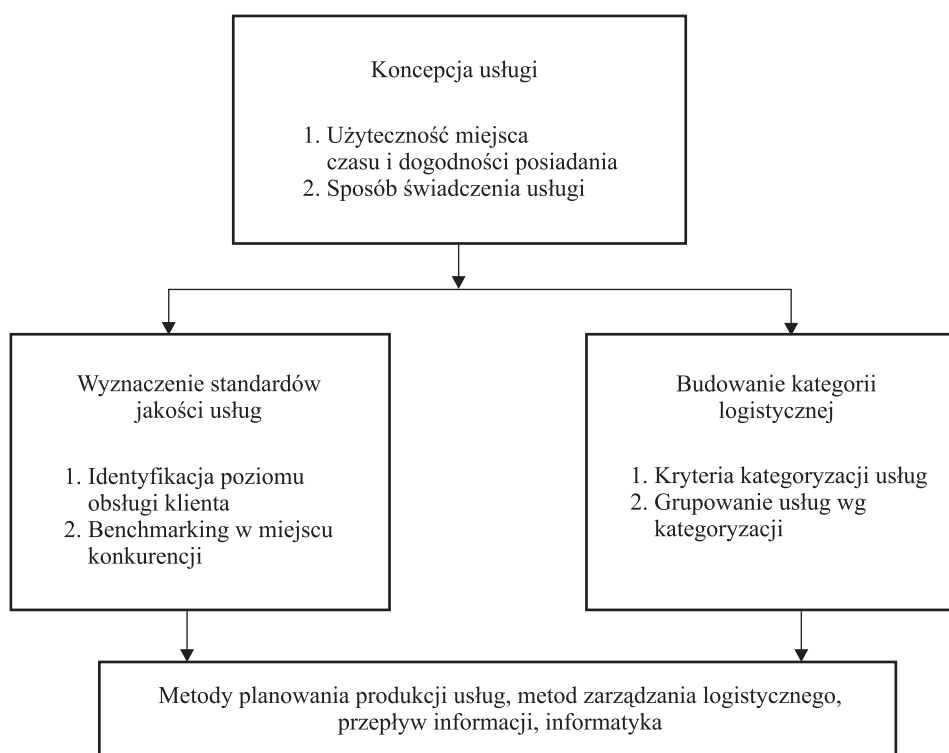
Warunkiem koniecznym stosowania integracji produktowej lub geograficznej w świadczeniu usług jest rozwój różnych form internacjonalizacji. Zdaniem J. Rymarczyka⁹, internacjonalizacja, to każdy rodzaj działalności gospodarczej

⁹ J. Rymarczyk, *Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstwa*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2004, s. 19 za E. Gołębska, K. Tyc-Szmił, J. Brauer, *Logistyka w usługach*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 13.

podejmowanej przez przedsiębiorstwa za granicą. W tym kontekście internacjonalizacja to zarówno proces, który ma charakter dynamiczny, ciągły, jak i redefinicja działalności firmy w nowych warunkach. Integracja produktowa lub geograficzna jako wynik internacjonalizacji przedsiębiorstwa usługowego wymaga szczególnej troski w projektowaniu usług. Proces projektowania usług (oprócz przedstawionej poniżej koncepcji – rys. 3), składa się jeszcze z takich etapów, jak:

- akceptacja,
- wykonanie,
- przetworzenia.

W całym procesie projektowania usług, niezwykle dużą rolę odgrywają istotne właściwości takiego projektu, bezpośrednio związane z wielkością i strukturą świadczenia usług¹⁰.

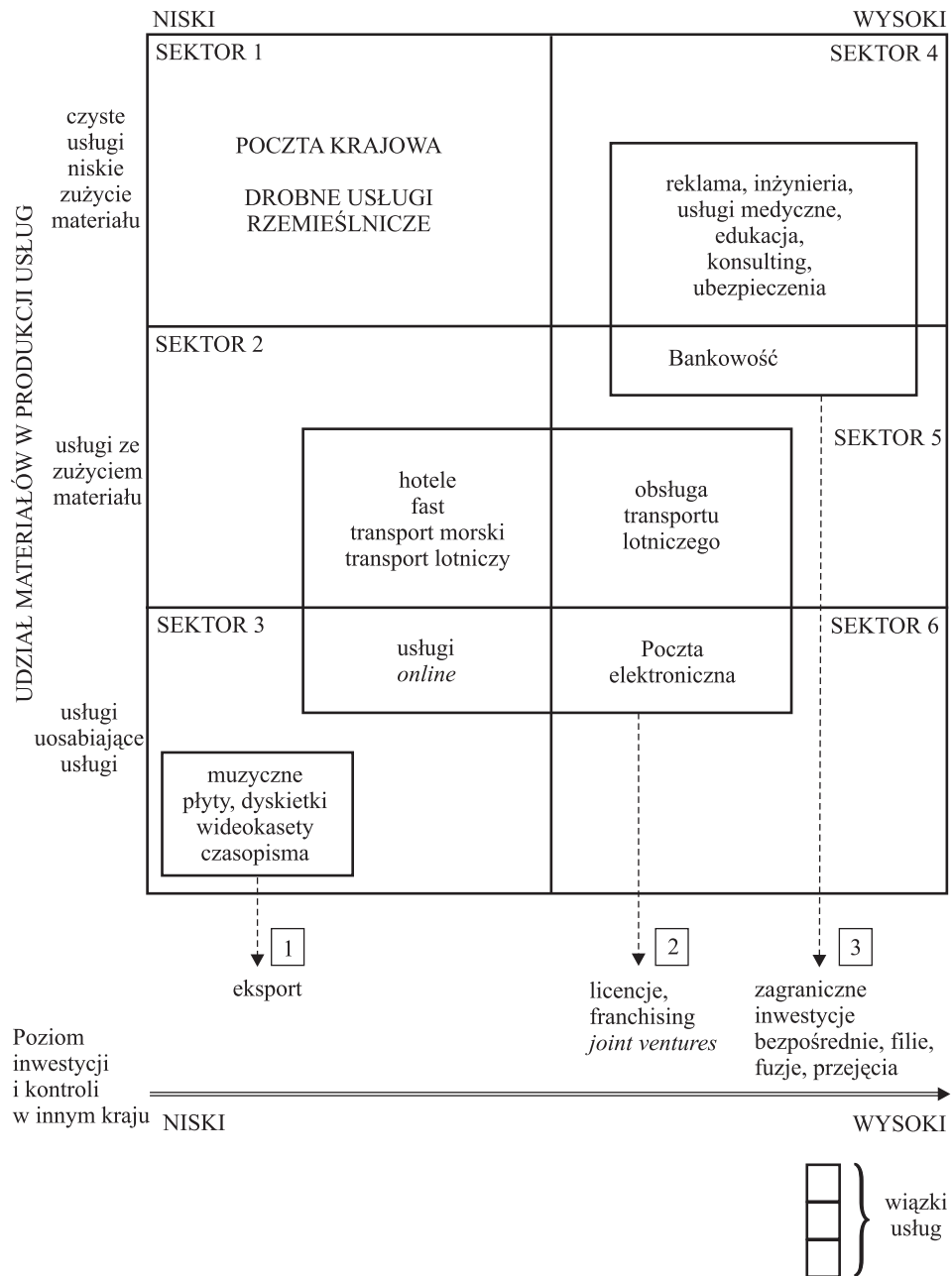


Rysunek 3. Koncepcja usługi w logistyce globalnej

Źródło: E. Gołębska, K. Tyc-Szmił, J. Brauer, dz. cyt., s. 13

¹⁰ Źródło: E. Gołębska, K. Tyc-Szmił, J. Brauer, dz. cyt., s. 11–14.

POZIOM INTERAKCJI USŁUGOBIORCY I USŁUGODAWCY



Rysunek 4. Wiązka usług i formy internacjonalizacji

Źródło: E. Gołomska, K. Tyc-Szmił, J. Brauer, dz. cyt., s. 22

W literaturze przedmiotu S. Vandermerve, M. Chadwick¹¹ zwrócili uwagę na wpływ różnych form internacjonalizacji na sposób świadczenia usług. Autorzy zaproponowali dwa wymiary prowadzenia usług za granicą. Pierwszy z nich oznacza stopień udziału materiałów w procesie świadczenia usługi oraz drugi, w którym określa się poziom interakcji pomiędzy usługodawcą i usługobiorcą. Wyróżniono sześć sektorów, przy czym:

- w pierwszym sektorze znajdują się czyste usługi, niewymagające zaopatrzenia materiałowego ani zbyt wysokiego poziomu interakcji z usługobiorcą;
- w drugim sektorze znaczenie zaopatrzenia materiałowego wzrasta, ale poziom interakcji pomiędzy stronami pozostaje na niskim poziomie;
- w sektorze czwartym świadczone są głównie usługi profesjonalne z niezbędną interakcją z klientem i mniejszym zaopatrzeniem materiałowym;
- w sektorze szóstym internacjonalizacja usług wysokiej złożoności i jakości rozwija się drogą zastosowania najnowszych sieci telekomunikacyjnych.

W pierwszej wiązce występuje zdolność do eksportu usług przy małych inwestycjach w kraju przeznaczenia. Druga wiązka zawiera usługi zmierzające do globalizacji poprzez zastosowanie franchisingu, licencji i kontraktów menedżerskich, przy czym zwykle menedżerowie wykonują swoje zadania w kraju, w którym usługi te są świadczone. Nadto mogą także w ograniczony sposób inwestować w tych krajach. Z trzecią wiązką usług wiążą się największe zagraniczne inwestycje bezpośrednie, co zresztą wynika z charakteru tych usług¹².

2. Ważniejsze modele rozwoju międzynarodowej wymiany usług

Analizując literaturę przedmiotu w opisie procesów internacjonalizacji logistyki w przedsiębiorstwach usługowych, najbardziej przydatne mogą okazać się modele rozwoju międzynarodowej wymiany usług¹³. Do najbardziej znanych i omówionych szczegółowo w fachowej literaturze polskiej należą:

- 1) model M.F. Deardorffa,
- 2) model J.R. Malvina,
- 3) model F. Breussa,
- 4) model J.J. Stiboty i A. de Vaala.

Ad 1. Punktem wyjścia modelowych rozważań Deardorffa jest statycznie ujmowana zasada obfitości zasobów, z tym że przyjmuje on rozszerzoną wer-

¹¹ S. Vandermerve, M. Chadwick, *The internationalization of service*, The Service Industries Journal 1989, no. 1, s. 79–93 za E. Gołębska, K. Tyc-Szmił, J. Brauer, dz. cyt., s. 21–22.

¹² E. Gołębska, K. Tyc-Szmił, J. Brauer, dz. cyt., s. 21.

¹³ Któregoś rozwój wspomagany może być przez strategie logistyczne realizowane w ramach przedsiębiorstwa lub łańcucha dostaw.

się rozważań E. Heckschera, B. Ohlina i P.A. Samuelsona. Autor zaznacza w niej, że:

- popyt na pewne usługi (np. transportowe) pojawia się wyłącznie razem z zagranicznym popytem na towary i dlatego trudno mówić o kształtowaniu się cen tych usług w warunkach autarkii;
- świadczenie pewnych usług (np. turystycznych) jest związane z migracją czynników wytwórczych, a zatem jest możliwe dopiero wtedy, gdy dany kraj odchodzi od polityki autarkii gospodarczej (Deardorff założył, iż migracje czynników wytwórczych mogą być substytutem handlu towarami);
- pewne usługi (np. konsulting) mogą być świadczone bezpośrednio z innego kraju i/lub grupy krajów.

Formuła M. F. Deardorffa przedstawia się następująco:

$$p^a X^i - p^a C^i + q^a S^i + q^a U^i \leq 0$$

gdzie:

X^i – wektor produkcji towarów,

C^i – wektor konsumpcji towarów,

U^i – wektor usług towarzyszących eksportowi,

p^i – wektor cen towarów,

q^i – wektor cen usług,

i – określony przypadek prowadzenia przez kraj A polityki autarkicznej, oznaczony jako a, bądź prowadzenia przez ten kraj polityki wolnego handlu, oznaczony jako f.

Jak wynika z przedstawionej formuły, w porównaniu z warunkami autarkii wartość towarów i usług eksportowanych przez kraj A, winna być większa niż wartość ich importu. W swoich rozważaniach Deardorff dochodzi do wniosku, że liberalizacja międzynarodowej wymiany gospodarczej, w tym międzynarodowych przepływów czynników wytwórczych, sprzyja intensyfikacji międzynarodowej wymiany usług¹⁴.

Ad 2. W modelu J.R. Melvina podstawą do rozważań autora była również statycznie ujmowana zasada obfitości zasobów, z tym że wprowadza on dodatkowo kształtowanie się preferencji klientów. Zdaniem Melvina, w większości statystycznych modeli handlu międzynarodowego zakłada się, że przy ograniczonych zasobach czynników wytwórczych preferencje konsumentów są identyczne i niezróżnicowane. W tak skonstruowanym modelu nie uwzględnia się przestrzeni, czasu czy też kosztów transportu, komunikowania się eksporterów i importerów. Tymczasem uwzględnianie tych elementów przy wyjaśnieniu ob-

¹⁴ J. Misala, *Wymiana międzynarodowa i gospodarka światowa. Teoria i mechanizmy funkcjonowania*, Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Warszawa 1997, s. 145–146 oraz J. Misala, *Współczesne teorie...*, s. 155–156.

rotów międzynarodowych jest konieczne. Zdaniem J.R. Melvina, usługi można podzielić na trzy grupy:

- usługi kontaktowe – świadczone przy uwzględnieniu czasowej oraz przestrzennej zbieżności ich świadczenia i konsumpcji (usługi fryzjerskie, medyczne);
- usługi substytucyjne świadczone przy braku czasowej i przestrzennej zbieżności ich świadczenia i konsumpcji, których świadczenie wymaga określonego pośrednictwa bądź to przez producenta usług, bądź przez konsumenta, bądź przez typowego pośrednika, bądź większej ich liczby (usługi transportowe, magazynowanie, składowanie);
- usługi intermediacyjne (pośredniczące), tj. usługi świadczone przy czasowej i przestrzennej zbieżności usługobiorcy (-biorców) i usługodawcy (-dawców), z tym jednak że z wielu różnorodnych względów obie strony preferują pośrednictwo innego kontrahenta lub większej ich liczby (np. usługi świadczone przy organizowaniu międzynarodowych imprez sportowych).

Równanie J. R. Melvina to:

$$U = U[f(K, L), X]$$

gdzie:

U – użyteczność dóbr,
 f – funkcja,
 k – kapitał,
 L – praca,
 X – towar X .

F.R. Melvin zaproponował konwersję wymienionych wyżej trzech rodzajów usług, polegającą na transformacji efektu procesu produkcyjnego usług na produkt użyteczny dla konsumenta. W tym rozumieniu jest to usługa jako produkt logistyczny stanowiący zbiór życzeń i oczekiwań klienta.

Celem zatem dokonania takiej konwersji J.R. Melvin rozszerza swoją formułę w sposób następujący:

$$X_c = G(X_p, K_g, L_s) + D(X_p, K_g, L_g) Q(d),$$

gdzie:

X_c – produkt (logistyczny) użyteczny dla konsumenta,
 X_p – efekt procesu produkcyjnego usług,
 $G(X_p, K_g, L_s)$ – technologia wytworzenia jednostki X_c z jednostki X_p , kiedy X_p i X_c są w czasie procesu oddalone od siebie,
 $D(X_p, K_g, L_g)$ – bariery transportowe, których znaczenie jest zależne od ilości X_p , warunkującej fizyczne przemieszczenie,
 $Q(d)$ – zmienna opisana jako dystans, który może wystąpić lub nie.

Międzynarodowy obrót usługami różni się w przypadku wielu z nich od tradycyjnego międzynarodowego obrotu towarami. Obroty usługami dokonywane są zgodnie z zasadami racjonalnego gospodarowania w skali międzynarodowej – wybory dokonywane są z uwzględnieniem kształtowania się relatywnych cen czynników wytwórczych, a zatem również na podstawie poziomu kosztów. Melvin nazywa kształtowanie się relatywnej przewagi w międzynarodowym handlu usługami mianem przewagi efemeralistycznej, tj. takiej, w przypadku której rzeczywista przewaga pod względem kształtowania się kosztów jest wyraźnie korygowana i/lub przekształcana wskutek specyfiki i różnicowania się preferencji usługobiorców. Nośnikami większości usług są ludzie z ich zdolnościami i umiejętnościami. Na kształtowanie się przewagi istotny wpływ wywierają rozmiary, struktura i efektywność tzw. inwestycji w człowieka, a także szeroko rozumiany klimat tworzony dla zagranicznych, mobilnych czynników wytwórczych¹⁵.

Ad 3. M. Breuss stworzył model kraju A i B, jako kraju zagranicznego towaru „X” i usługi „S” oraz takich czynników wytwórczych, jak siły roboczej krajowej i usługi świadczonej w skali międzynarodowej R . Autor modelu oznacza krzywą transformacji, to znaczy krzywą możliwości produkcyjnej w kraju A, jako T , a także jako WP , światowe ceny relatywne usług S i towarów X . Nadto w modelu uwzględnia się także:

- rozmiary produkcji i konsumpcji towaru C ;
- rozmiary produkcji i konsumpcji usługi P ;
- rozmiary eksportu usług S_1, S_2, S_3 ;
- zdolności kierownicze, umiejętność zarządzania;
- wielkość towaru.

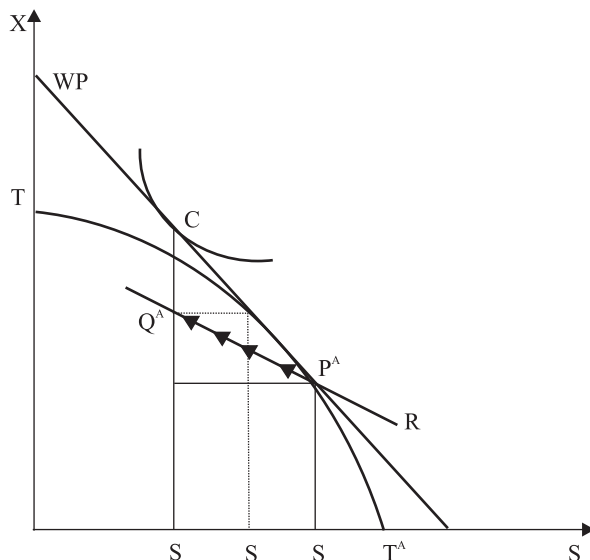
Biorąc więc pod uwagę powyższe dane, F. Breuss swoim modelem w postaci wykresu, z którego wynika, iż położenie krzywej transformacji TATA wskazuje na relatywną przewagę kraju w świadczeniu usługi S .

Należy dodać, iż w przypadku gdy zmniejsza się możliwość produkcyjna kraju A, co skutkuje przesunięciem krajowej transformacji do wewnątrz, zwiększają się też możliwości w kraju B, co skutkuje równowagą w wymianie handlowej.

W konsekwencji zatem kraj A importuje dobra X o rozmiarach CAQA, a w rozliczeniu eksportuje usługę S o rozmiarach S_3, S_1 ⁽¹⁶⁾. W podsumowaniu rozważań J. Misala stwierdza, iż sformułowanie jednolitej, wewnętrznie spójnej teorii międzynarodowej wymiany usług jest trudne nie tylko dlatego, iż brakuje akceptowanej ich definicji, ale również z powodu braku ich pełnej klasyfikacji, nie mówiąc o danych statystycznych.

¹⁵ J. Misala, *Wymiana międzynarodowa...*, s. 146–147 oraz J. Misala, *Współczesne teorie...*, s. 157–160.

¹⁶ J. Misala, *Wymiana międzynarodowa...*, s. 145–167.



Rysunek 5. Ogólny model międzynarodowej wymiany usług F. Brenssa, na przykładzie kraju A

Źródło: J. Misala, *Wymiana międzynarodowa...*, s. 147

Ad. 4. Przy modelowaniu międzynarodowych obrotów usługami, zdaniem J.J. Stibora i A. de Vaala, należy uwzględnić:

- brak większej przydatności teoretycznych koncepcji zakładających funkcjonowanie wolnego rynku i handlu;
- heterogeniczność (zróżnicowanie) wymienianych usług na bardzo specyficznych rynkach branżowych;
- wysoką elastyczność świadczenia usług;
- brak możliwości składowania usług przy ich świadczeniu.

Obaj autorzy dzielą transakcje usługami na te zbliżone do międzynarodowych transakcji handlowych (*service trade in good-like sense*) oraz na transakcje związane z międzynarodowym przemieszczaniem usługodawców lub usługobiorców. W swoich rozważaniach proponują własny sposób mierzenia międzynarodowych obrotów usługami (tj. towarami i usługami). Proponują oni, by rozmiary produkcji firm zagranicznych na terenie określonego kraju goszczącego ujmować jako handel międzynarodowy bez względu na to, czy chodzi o produkcję dóbr czy świadczenie usług.

Autorzy dochodzą również do wniosku, iż w wyniku braku możliwości magazynowania usług (przy zachowaniu identycznych warunków rynkowych) mamy do czynienia z większą dywersyfikacją oferowanych usług i z wyższymi ich cenami niż ma to miejsce w przypadku towarów wymienianych w skali międzynarodowej.

Uwzględniając heterogeniczność usług, można je podzielić dodatkowo na usługi dla konsumentów (*consumer services*) oraz usługi dla producentów (*producer services*), rozumiejąc pod tym drugim przede wszystkim różnego typu usługi świadczone w czasie kolejnych etapów rozwoju produkcyjnego i określając je w związku z tym zamiennie mianem usług pośredniczących (*intermediate services*).

J.J. Stibor i A. de Vaal rozpatrują następnie wpływ elastyczności świadczenia usług na rozwój międzynarodowego handlu usługami. Stwierdzają, iż owa elastyczność powoduje, z jednej strony, zmniejszenie liczby form funkcjonujących na rynku, ale z drugiej – swego rodzaju rozszerzenie palety oferowanych usług w sensie ich celowego rozróżniania¹⁷.

3. Logistyka w międzynarodowych firmach usługowych

Podobne jak w przypadku logistyki międzynarodowej kontrowersje dotyczą również wyodrębniania pojęcia logistyki usług lub logistyki w usługach¹⁸. W literaturze polskiej rozpoczęto z początkiem XX wieku dyskusję o roli logistyki w przedsiębiorstwach usługowych.

Tabela 2 zawiera poglądy w zakresie logistyki zorientowanej na przedsiębiorstwo usługowe prezentowane w literaturze przedmiotu, np. przez E. Gołębską, S. Krawczyka czy też D. Kisperską-Moroń.

Według E. Gołębskiej proces zarządzania logistycznym usługami to proces planowania i wykonywania usługi z uwzględnieniem analizy potrzeb, możliwości i sposobów świadczenia tych usług w całym łańcuchu: od producenta usług aż do ich konsumenta¹⁹. S. Krawczyk stoi na stanowisku, iż logistyka w przedsiębiorstwach produkcyjnych, handlowych i usługowych obejmuje planowanie, koordynację i sterowanie, zarówno w aspekcie czasu, jak i przestrzeni, przebiegów procesów realnych, by efektywnie osiągać cele tej organizacji²⁰. Z kolei *Council of Logistics Management* podkreśla znaczenie koordynacji wszystkich niematerialnych czynności koniecznych do wykonania w procesie świadczenia usług.

¹⁷ Tamże, s. 148–149.

¹⁸ Krytyczne spojrzenie na rozszerzoną definicję logistyki uwzględniającą specyfikę sfery usług prezentuje np. M. Cichorz, *Logistyka w firmach usługowych – rozważania teoretyczne*, *Gospodarka Materialowa i Logistyka* 2006, nr 8, s. 7–8.

¹⁹ *Kompendium wiedzy o logistyce*, E. Gołębska, red., Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999, s. 257.

²⁰ S. Krawczyk, *Zarządzanie procesami logistycznymi*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2001, s. 41–43.

Tabela 2. Definicje logistyki w usługach

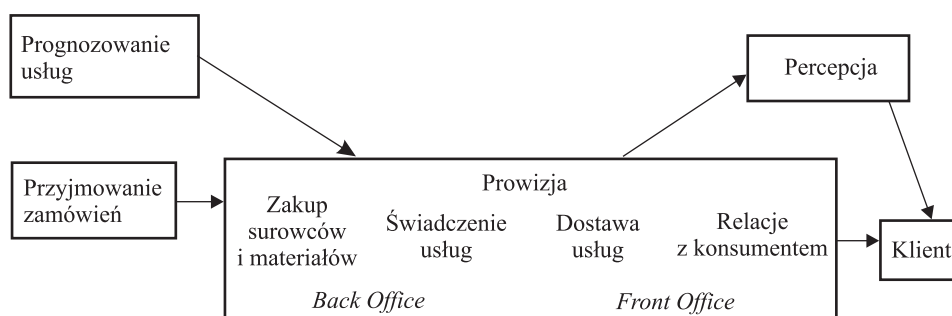
<i>Council of Logistics Management</i> (definicja logistyki)	Logistyka jest procesem przewidywania potrzeb i preferencji klientów; pozyskiwania kapitału, materiałów, ludzi, technologii i informacji potrzebnych do zaspokojenia owych potrzeb i preferencji
<i>Council of Supply Chain Management Professional</i>	Zarządzanie logistyczne w przedsiębiorstwie usługowym jest procesem zarządzania w łańcuchu dostaw, który polega na planowaniu, wdrażaniu i kontroli odbywających się w sposób sprawny i efektywny procesów przepływu i magazynowania produktów, usług i odpowiedniej informacji z punktu pochodzenia do punktu konsumpcji w celu zaspokajania potrzeb klienta
E. Gołemska	Logistyka usług to proces planowania i wykonywania usługi z uwzględnieniem analizy potrzeb, możliwości i sposobów świadczenia tych usług w całym łańcuchu od producenta usług aż do ich konsumenta. Zarządzanie logistyczne usługami to wykonywanie i kontrola procesów logistycznych w globalnym łańcuchu logistycznym wspierającym świadczenie usług
D. Kempny	Opisując logistykę w usługach, można za punkt wyjścia do dalszych rozważań przyjąć dwa różniące się obszary obsługi logistycznej w usługach: obsługę logistyczną różnych usługodawców i ich infrastruktury, świadczących usługi nieprodukcyjne na rzecz masowego konsumenta (w tym na rzecz banków, szpitali, hoteli) oraz obsługę logistyczną samych usługodawców logistycznych i ich infrastruktury punktowej i liniowej, świadczących usługi produkcyjne na rzecz masowego klienta i konsumenta (w tym operatorów logistycznych, firm kurierskich)
<i>Council of Logistics Management</i>	Logistyka odpowiadająca potrzebom sfery usług to proces koordynacji czynności niematerialnych koniecznych do wykonania usługi w sposób kosztowo i jakościowo efektywny
D. Kisperska-Moroń	Zarządzanie logistyczne firmą usługową w łańcuchu dostaw polega na wyborze lokalizacji, dostępności usług, umiejętnościach, które służą klientowi i utrzymują zainteresowanie firmą w oparciu na czynniku czasu i punktualności
B. Rzeczrzyński	Logistyka zorientowana na usługi oznacza proces koordynacji wszystkich czynności materialnych i niematerialnych, które muszą zostać przeprowadzone, aby wykonać usługę w sposób precyzyjny, efektywny pod względem kosztów i zgodny z wymaganiami klienta. Główny kierunek tych działań obejmuje trzy dziedziny: zminimalizowany czasu oczekiwania, zarządzanie potencjałem usługowym, dostawę usług, najlepiej przez kanał dystrybucyjny

Źródło: opracowanie własne na podstawie E. Gołemska, K. Tyc-Szmił, J. Brauer, dz. cyt., s. 16; M. Cichorz, dz. cyt., s. 7–10; B. Rzeczrzyński, *Logistyka usług*, Logistyka 2001, nr 3, s. 18; *Logistics in Service Industries*, Council of Logistics Management, Oak Brook 1991, s. 11.

Autorzy podejmujący tematykę logistyki w usługach zgodni są co do procesowego podejścia, którego w ramach na podstawie prognoz rynkowych logistyk planuje zarządzanie przepływem i potencjałem organizacji usługowej²¹.

Chcąc pozostać konkurencyjnymi przedsiębiorstwa, zmuszone są do poszukiwania nowych, optymalnych, nie tylko pod względem kosztów, sposobów organizacji świadczenia usług. Dostosowanie się podmiotów do nowej sytuacji rynkowej wymaga w większości przypadków tworzenia nowych, bardziej efektywnych łańcuchów dostaw. Ze względu na specyfikę usług²² i ich różnorodność²³ trudno jest zbudować uniwersalny model łańcucha dostaw dla przedsiębiorstw usługowych.

Łańcuch logistyczny można zdefiniować jako powiązania i koordynację pewnej grupy przedsiębiorstw w celu tworzenia, rozwoju i dostaw produktu usługowego-usługi do określonej grupy klientów. Łańcuch dostaw usług tworzy wartość poprzez koordynację zakupu dóbr i usług towarzyszących wraz z odpowiednimi czynnościami przetwarzania oraz dostaw usług. Koncepcję łańcucha dostaw w przedsiębiorstwach usługowych prezentuje poniższy rysunek. Prezentowana koncepcja odpowiada specyfice większości przedsiębiorstwach usługowych, które wymagają obszernych, rozległych dostawców z daleka i bliska.



Rysunek 6. Funkcje w łańcuchu dostaw przedsiębiorstwa usługowego

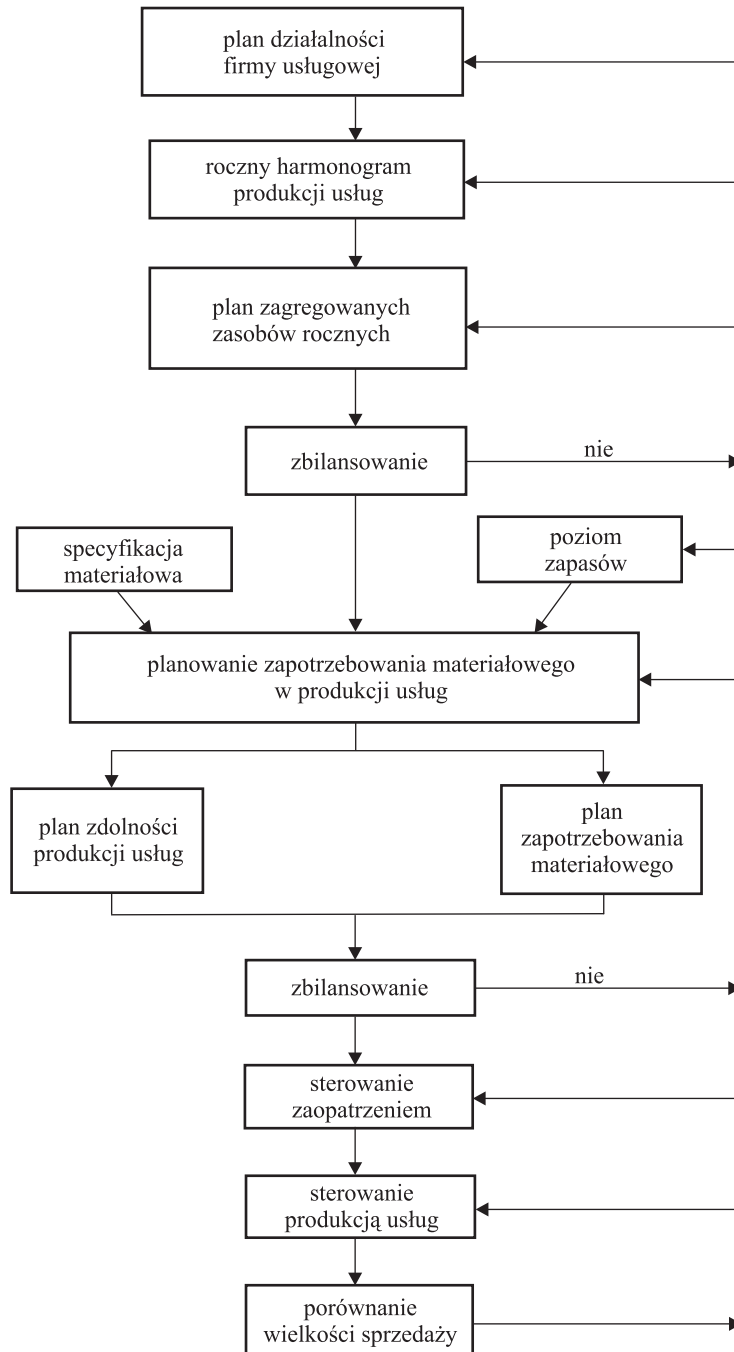
Źródło: I. Sandler, *Logistics and Supply Chain Integration*, Sage Publications, London 2008, s. 76 za K. Tyc-Szmił, *Łańcuch dostaw przedsiębiorstw usługowych*, w: *Logistyka międzynarodowa w gospodarce światowej*, E. Gołębska, M. Szuster, red., Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2008, s. 196–200

Łańcuch dostaw przedsiębiorstwa funkcjonującego na wielu rynkach międzynarodowych ulega znacznemu skomplikowaniu chociażby poprzez chęć ob-

²¹ *Logistyka międzynarodowa w teorii i praktyce*, E. Gołębska, red., Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2004, s. 83.

²² Wśród cech usług wymienia się: niematerialność, różnorodność, nierozdzielność, nietrwałość, za: A. Payne, *Marketing usług*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1997, s. 21.

²³ Wśród kryteriów podziału wymienia się m.in.: rodzaj usługi, firmę sprzedającą usługę, typ nabywcy usługi, charakter zapotrzebowania, warunki dostarczenia usługi, pracochłonność.



Rysunek 7. Model sterowania produkcją usług SRP

Źródło: E. Gołomska, K. Tyc-Szmił, J. Brauer, dz. cyt., s. 41

sługi różnych kulturowo rynków zbytu. Bardzo ważnym elementem kreowania usług jest zapewnienie ich elastyczności względem zgłaszanych przez klienta potrzeb. Odkąd klient musi być obecny w wielu etapach świadczenia usług, muszą być one dostarczane elastycznie zgodnie z ich oczekiwaniami. Elastyczność może oznaczać gotowość świadczenia usług przez 24 godziny, dostosowania ich do zgłoszonego popytu lub elektroniczny dostęp do miejsc składania zamówień²⁴.

Poprawność określenia przedmiotu i zakresu procesów logistycznych w międzynarodowych przedsiębiorstwach usługowych uzależniony jest przede wszystkim od opracowania modelu sterowania produkcją usługi.

Powyższy model (rys. 7) zbudowano²⁵ na bazie MRP II, to znaczy na planowaniu zaopatrzenia produkcji. Model sterowania produkcją usług SRP (*Services Resources Planning*) definiuje się jako planowanie zapotrzebowania na zasoby wytwórcze, a uwzględnia się w nim roczny harmonogram produkcji usług, wedle którego planowana jest wielkość zasobów rzeczowych i ludzkich. W ramach tego modelu oszacowanie wielkości wymienionych zasobów umożliwia kolejno wyznaczanie zakresu zwłaszcza pomocniczych operacji logistycznych. Należy dodać, że sposób sterowania produkcją usług może być w każdym ogniwie łańcucha różny, co nie oznacza, iż na poziomie strategicznym cele działalności międzynarodowej wszystkich firm nie mogą być wspólne. Polityka zarządzania usługami w skali międzynarodowej wymaga bowiem określenia jednolitego celu strategicznego w produkcji usług, pozostawiając jednocześnie decyzje o charakterze operacyjnym w gestii firm – ogniw łańcucha logistycznego²⁶.

Obserwacje szybkiego tempa umiędzynaradawiania się przedsiębiorstw usługowych (ogniw międzynarodowego łańcucha logistycznego) pociąga za sobą chęć pomiaru skali tego zjawiska.

Wybór sposobu, rodzaju czy wreszcie drogi umiędzynarodowienia się firm usługowych zależy przede wszystkim od przyjęcia określonej strategii umiędzynarodowienia się przedsiębiorstw.

W zależności bowiem od rodzaju usługi, wielkości obrotu międzynarodowego tymi usługami, czy wreszcie od stopnia samodzielności firmy można dokonać wyboru strategii umiędzynarodowienia w taki sposób, aby zapewnić sobie efektywność operacji logistycznych realizowanych wspólnie ze świadczeniem usług²⁷.

Do najważniejszych wskaźników wykorzystywanych przy ocenie intensywności umiędzynarodowienia przedsiębiorstwa J. Rymarczyk²⁸ zalicza takie, jak:

²⁴ K. Tyc-Szmił, *Łańcuch dostaw...*, s. 196–200.

²⁵ E. Gołemska, *Podstawy logistyki*, Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Kupieckiej, Łódź 2006, s. 104.

²⁶ E. Gołemska, K. Tyc-Szmił, J. Brauer, dz. cyt., s. 40.

²⁷ E. Gołemska, K. Tyc-Szmił, J. Brauer, dz. cyt., s. 37.

²⁸ J. Rymarczyk, dz. cyt., s. 24.

Tabela 3. Internacjonalizacja i globalizacja ze względu na stopień samodzielności przedsiębiorstwa w ich realizacji

Strategia umiędzynarodowienia		
z innymi	przez innych	samodzielnie
styl partycypujący	styl rynkowo-partnerski	styl transmisji funkcji
– uczestnictwo – przejęcie – fuzja – <i>joint venture</i> – konsorcjum – kooperacja	– eksport/import (bezpośredni/pośredni) – transfer licencji (aktywny/pasywny) – transfer <i>know-how</i> – franchising	– polityka rynkowa (zaopatrzenie/zbyt) – produkcja /lokalizacja – organizacja/administracja – inne funkcje przedsiębiorstwa

Źródło: J. Rymarczyk, *Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstwa*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2004, s. 29.

- liczba obsługiwanych rynków zagranicznych,
- udział obrotów zagranicznych obrotach przedsiębiorstw,
- udział zysków zagranicznych w globalnym zysku przedsiębiorstwa,
- udział zatrudnionych za granicą w globalnym zatrudnieniu przedsiębiorstwa,
- rozmiary bezpośrednich inwestycji zagranicznych (absolutne lub do całkowitych inwestycji przedsiębiorstwa),
- udział środków trwałych za granicą do całkowitej wartości środków trwałych przedsiębiorstwa,
- formy zagranicznego zaangażowania w wymiarze wartościowym lub ilościowym.

J. Rymarczyk uwzględnił powyższe założenia i zbudował wskaźnik umiędzynarodowienia korporacji (WUK) w sposób następujący²⁹:

$$WUK = \frac{\frac{\dot{S}T_z}{\dot{S}T} + \frac{O_z}{O} + \frac{E_z}{E}}{3}$$

gdzie:

$\dot{S}T_z$ – środki trwałe za granicą,

$\dot{S}T$ – całkowite środki trwałe,

O_z – obroty za granicą,

O – całkowite obroty,

E_z – zatrudnienie zagraniczne,

E – całkowite zatrudnienie.

Zdaniem E. Gołembskiej, przy założeniu, że połączenie działalności międzynarodowej z niezbędnymi operacjami logistycznymi, również międzynarodowymi,

²⁹ Tamże, s. 25.

stanowi warunek konieczny umiędzynarodowienia się korporacji, to przymierzając do takiej oceny wskaźnik J. Rymarczyka, współczynnik umiędzynarodowienia logistyki przyjmie postać³⁰:

$$WUL = \frac{\frac{MT_z}{MT} + \frac{O_z}{O} + \frac{EL_z}{EL}}{4}$$

gdzie:

WUL – wskaźnik umiędzynarodowienia logistyki,

MT_z – środki trwałe w magazynowaniu i transporcie za granicę,

MT – całkowite środki trwałe w magazynowaniu i transporcie,

O_z – obroty za granicą,

O – całkowite obroty,

Z_z – zapasy za granicą,

Z – całkowite zapasy,

EL_z – zatrudnienie w logistyce za granicą,

EL – całkowite zatrudnienie.

Prezentowany powyżej wskaźnik ma większe zastosowanie przy opisie przedsiębiorstw produkcyjnych. Ze względu na specyfikę procesu świadczenia niektórych usług nie wykorzystuje się np. majątku trwałego za granicą lub nie zatrudnia się pracowników (usługa konsultingowa, porada prawna). Celowe zatem wydaje się wykorzystanie takich wskaźników, jak:

- względna stopa zysku za granicą;
- względna rentowność obrotu za granicą;
- liczba krajów, w których świadczone są usługi;
- udział obrotów zagranicznych w całkowitych obrotach;
- liczba operacji logistycznych realizowanych poza granicami.

Zaprezentowane w tym opracowaniu poglądy na temat logistyki, logistyki międzynarodowej oraz handlu międzynarodowego są próbą autora odpowiedzi na pytanie o miejsce logistyki, a zwłaszcza logistyki międzynarodowej w teorii handlu międzynarodowego.

Bibliografia

- Cichorz, M., *Logistyka w firmach usługowych – rozważania teoretyczne*, Gospodarka Materiałowa i Logistyka 2006, nr 8.

³⁰ E. Gołębska, K. Tyc-Szmił, J. Brauer, dz. cyt., s. 38.

- Gołębska, E., *Podstawy logistyki*, Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Kupieckiej, Łódź 2006.
- Gołębska, E., Szymczak, M., *Logistyka międzynarodowa*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2004.
- Gołębska, E., Tyc-Szmił, K., Brauer, J., *Logistyka w usługach*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
- Kompendium wiedzy o logistyce*, E. Gołębska, red., Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999.
- Krawczyk, S., *Zarządzanie procesami logistycznymi*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2001.
- Kuźniar, A., *Usługi w handlu międzynarodowym*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2007.
- Logistics in Service Industries*, Council of Logistics Management, Oak Brook, 1991.
- Logistyka międzynarodowa w teorii i praktyce*, E. Gołębska, red., Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2004.
- Misala, J., *Współczesne teorie wymiany międzynarodowej i zagranicznej polityki ekonomicznej*, Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Warszawa 2003.
- Misala, J., *Wymiana międzynarodowa i gospodarka światowa. Teoria i mechanizmy funkcjonowania*, Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Warszawa 2005.
- Payne, A., *Marketing usług*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1997.
- Rymarczyk, J., *Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstwa*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2004.
- Rzeczcyński, B., *Logistyka usług*, *Logistyka* 2001, nr 3.
- Sandler, I., *Logistics and Supply Chain Integration*, Sage Publications, London 2008.
- Szymczak, M., *Logistyka w procesie internacjonalizacji przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2004.
- Tyc-Szmił, K., *Łańcuch dostaw przedsiębiorstw usługowych*, w: *Logistyka międzynarodowa w gospodarce światowej*, E. Gołębska, M. Szuster, red., Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej E w Poznaniu, Poznań 2008.
- Tyc-Szmił, K., *Międzynarodowe uwarunkowania logistyki w usługach*, w: *Logistyka międzynarodowa w teorii i praktyce*, E. Gołębska, red., Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2004.

THE PLACE OF INTERNATIONAL LOGISTICS IN THE SERVICE INTERNATIONAL EXCHANGE THEORY

Summary

This paper is meant to be a synthetic presentation of selected theoretical studies on international logistics in the service sector in Polish literature in the past years.

The starting point is current knowledge on international logistics. The author suggests that we should identify different approaches to definition of logistics and its place within business activities classification.

According to the quoted opinions, the importance of studies on the recognition of the definition of international logistics in the services sector has reached a substantial level of maturity.

As the author shows the consequences of different approaches to logistics itself makes it difficult to define a winning definition of international logistics. It also has a negative impact on finding and building the relationships between logistics, international logistics and service international exchange theory.

In the Polish theoretical literature there is no point of view on the role of logistics in the services sector. There is no answer to the question: what is logistics in services? Is there a place for international logistics?

On the other hand, multiple points of view create new chances for the scientists to find a new way of implementation of logistics in the theory of service sector and business activities classification.

This paper also makes an attempt to choose the best approach for logisticians to the service international exchange models which will explain the role and importance of logistics for the service sector.