

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 353

Usługi 2014

**Sektor usług – uwarunkowania
i tendencje rozwoju**

Redaktorzy naukowi

Ryszard Kłeczek

Anetta Pukas



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2014

Redaktor Wydawnictwa: Elżbieta Kozuchowska

Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz

Korektor: Justyna Mroczkowska

Łamanie: Beata Mazur

Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:

www.ibuk.pl, www.ebscohost.com,

w Dolnośląskiej Bibliotece Cyfrowej www.dbc.wroc.pl,

The Central and Eastern European Online Library www.ceeol.com,

a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon

http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się
na stronie internetowej Wydawnictwa

www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2014

ISSN 1899-3192

ISBN 978-83-7695-438-7

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk i oprawa:

EXPOL, P. Rybiński, J. Dąbek, sp.j.

ul. Brzeska 4, 87-800 Włocławek

Spis treści

| | |
|-------------|---|
| Wstęp | 9 |
|-------------|---|

Część 1. Pojęcia i modele w marketingu usług

| | |
|--|----|
| Katarzyna Dziewanowska: Wpływ działań z zakresu marketingu doświadczeń na postrzeganie usługi edukacyjnej | 13 |
| Jolanta Mazur, Piotr Zaborek: Czy usługodawcy stosują logikę usługową w marketingu? | 22 |
| Marcin Pigłowski: Notyfikacje dotyczące poważnych zagrożeń i pozostałe notyfikacje w systemie RAPEX..... | 32 |
| Magdalena Rzemieniak: Budowanie tożsamości oferty usługowej w oparciu o wartości niematerialne | 44 |
| Robert Skikiewicz: Determinanty popytu na usługi bankowe na przykładzie kredytów konsumpcyjnych i mieszkaniowych w latach 2004–2013 | 54 |

Część 2. Działalność usługowa jako dziedzina zastosowań zasad i kategorii marketingu

| | |
|---|-----|
| Dorota Bednarska-Olejniczak: Marketing wewnętrzny w przedsiębiorstwie usługowym..... | 69 |
| Monika Boguszewicz-Kreft: Efekt kraju pochodzenia w usługach..... | 79 |
| Ema Halavach, Mirosław Zalech: Zmiany w zachowaniach klientów usług turystycznych jako szansa a ryzyko dla biur turystycznych..... | 90 |
| Martyna Kostrzewa, Grzegorz Zieliński: Specyfika procesów logistycznych w działalności usługowej | 101 |
| Anna Lemańska-Majdzik, Piotr Tomski: Konkurencyjność przedsiębiorstwa usługowego. Identyfikacja działań przedsiębiorstw obsługujących rynek nieruchomości..... | 110 |
| Agnieszka Nowak: Kooperacja i rywalizacja na rynku usług turystycznych w Polsce | 121 |
| Anetta Pukas: Wykorzystanie crowdsourcingu w sferze usług – możliwości i ograniczenia..... | 132 |
| Małgorzata Skiert, Krystyna Buchta: Jakość kształcenia na kierunku turystyka i rekreacja w świetle oczekiwań rynku turystycznego | 145 |

| | |
|--|-----|
| Ewelina Sokołowska, Maciej Schulz: Metody ustalania cen produktów na rynku usług w Polsce | 155 |
| Iwona Wilk: Uwarunkowania wyboru ekoagroturystyki jako formy wypoczynku | 165 |
| Grzegorz Zieliński, Piotr Grudowski, Małgorzata Szymańska-Bralkowska: Oczekiwania interesariuszy usług edukacyjnych w ujęciu relacyjnym | 175 |

Część 3. E-usługi i innowacje w usługach

| | |
|---|-----|
| Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka, Aneta Lipińska: Motywy wykorzystania aplikacji mobilnych w procesie nabywania dóbr wśród młodych konsumentów | 187 |
| Joanna Katarzyna Kowalska: Rola internetowych technologii informacyjnych w kreowaniu relacji podmiotów leczniczych z pacjentami na rynku usług zdrowotnych na terenie Dolnego Śląska | 197 |
| Robert Nowacki: Innowacyjność usług w okresie spowolnienia gospodarczego | 208 |
| Aleksandra Radziszewska: Determinanty jakości e-usług na przykładzie bankowości elektronicznej | 219 |
| Grażyna Węgrzyn: Zróżnicowanie innowacji w sektorze usług w krajach Unii Europejskiej | 229 |
| Robert Wolny: Rozwój rynku e-usług w Polsce | 240 |

Część 4. Usługi publiczne

| | |
|--|-----|
| Anna Brdulak: Strategie rozwoju jednostek samorządów terytorialnych w kontekście świadczonych usług | 253 |
| Danuta Kunecka: Usługi pielęgniarские w Polsce – uwarunkowania i tendencja zmian | 263 |
| Danuta Kunecka, Dorota Rogalska: Zmiany na rynku usług zdrowotnych a kształcenie na kierunkach medycznych | 272 |
| Dominika Mierzwa: Ocena zarządzania finansami organizacji (na przykładzie zakładu opieki zdrowotnej) | 282 |
| Dariusz Skorupka, Jacek Korona: Gospodarka wodno-ściekowa w aglomeracji kieleckiej – ewolucja koncepcji | 292 |

Summaries

Part 1. Concepts and models in service marketing

| | |
|---|----|
| Katarzyna Dziewanowska: Influence of experiential marketing activities on the perception of educational services..... | 21 |
| Jolanta Mazur, Piotr Zaborek: Is Service Logic practiced by service companies? | 31 |
| Marcin Piękowski: Serious risk notifications and other notifications in the RAPEX system | 43 |
| Magdalena Rzemieniak: Building an identity of service offer based on intangible assets | 53 |
| Robert Skikiewicz: Determinants of demand for banking services – the case of consumer and housing loans in the years 2004-2013 | 65 |

Part 2. Service activities as an application field of principles and categories of marketing

| | |
|--|-----|
| Dorota Bednarska-Olejniczak: Internal marketing in a service enterprise ... | 78 |
| Monika Boguszewicz-Kreft: Country-of-origin effect in services | 89 |
| Ema Halavach, Mirosław Zalech: Changes in the behavior of customers of tourist services as an opportunity and risk for travel companies..... | 100 |
| Martyna Kostrzewa, Grzegorz Zieliński: Specificity of logistic processes in service activities..... | 109 |
| Anna Lemańska-Majdzik, Piotr Tomski: Competitiveness of a service company. Identification of activities of enterprises providing services on the real estate market | 120 |
| Agnieszka Nowak: Cooperation and competition on the market of tourist services in Poland | 131 |
| Anetta Pukas: The use of crowdsourcing in services sector – possibilities and limitations | 144 |
| Małgorzata Skiert, Krystyna Buchta: The quality of education at tourism and recreation university studies in the perspective of tourist market expectations | 154 |
| Ewelina Sokółowska, Maciej Schulz: Methods of prices setting of products on the market of services in Poland..... | 164 |
| Iwona Wilk: Ecoagritourism as a form of recreation selection determinants... | 174 |
| Grzegorz Zieliński, Piotr Grudowski, Małgorzata Szymańska-Bralkowska: Expectations of educational services stakeholders in terms of relations of one with another | 183 |

Part 3. E-services and innovations in services

| | |
|---|-----|
| Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka, Aneta Lipińska: Reasons for using mobile applications in the process of acquiring goods among young consumers | 196 |
| Joanna Kowalska: The role of information technology in creating relation between health care providers and patients on the area of Lower Silesia Health Care services market | 207 |
| Robert Nowacki: Services innovativeness in the period of economic slowdown | 218 |
| Aleksandra Radziszewska: E-service quality determinants on the example of e-banking services | 228 |
| Grażyna Węgrzyn: Diversification of innovation in the services sector of the European Union countries | 239 |
| Robert Wolny: The development of e-services market in Poland..... | 250 |

Part 4. Public services

| | |
|---|-----|
| Anna Brdulak: Strategies for the development of local government units in the context of provided services | 262 |
| Danuta Kunecka: Nursing services in Poland – conditions and trend of changes | 271 |
| Danuta Kunecka, Dorota Rogalska: Changes on the health market, and education on medical courses | 281 |
| Dominika Mierzwa: The assessment of organization finance management exemplified by health care institution..... | 291 |
| Dariusz Skorupka, Jacek Korona: Water–sewage management in the agglomeration of Kielce – the evolution of concept..... | 300 |

Robert Nowacki

Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Warszawie

INNOWACYJNOŚĆ USŁUG W OKRESIE SPOWOLNIENIA GOSPODARCZEGO

Streszczenie: Cechą charakterystyczną współczesnych gospodarek jest rosnące znaczenie sektora usługowego. Jego udział w tworzeniu PKB sięga ponad 60%. Jest to sektor bardzo dynamiczny i elastyczny, czego wyrazem są zmiany wynikające m.in. z wdrażania rozwiązań innowacyjnych zorientowanych na podwyższanie konkurencyjności przedsiębiorstw usługowych. Celem artykułu jest zaprezentowanie kierunków zmian w tym zakresie w latach 2009–2012 wraz z próbą odpowiedzi na pytanie, jaki wpływ na działalność innowacyjną i rozwój sektora usług ma obserwowany w tym okresie spadek tempa wzrostu gospodarczego. Podstawą rozważań są dane statystyczne oraz badania wśród przedsiębiorstw usługowych na temat stanu ich innowacyjności i kierunków wdrażania rozwiązań innowacyjnych. Wyniki pokazują wzrost aktywności innowacyjnej przedsiębiorstw usługowych, które widzą w niej czynnik sprzyjający podnoszeniu konkurencyjności.

Słowa kluczowe: usługi, przedsiębiorstwa usługowe, innowacyjność, spowolnienie gospodarcze.

DOI: 10.15611/pn.2014.353.19

1. Wstęp

Cechą charakterystyczną współczesnego rozwoju społeczno-gospodarczego jest wzrost znaczenia sektora usług. Serwicyzacja gospodarek staje się wyznacznikiem tempa tego rozwoju, a jednocześnie obrazuje zmiany zachodzące w strukturze konsumpcji. Pojęcie usług definiowane jest najczęściej w kontekście powstawania określonej wartości użytkowej. M. Daszkowska definiuje je jako użyteczny produkt niematerialny, wytwarzany w wyniku pracy ludzkiej (czynności) w procesie produkcji, przez oddziaływanie na strukturę określonego obiektu (człowieka traktowanego jako osoba fizyczna, intelekt czy część określonej społeczności albo przedmiotu materialnego), w celu zaspokojenia potrzeb ludzkich¹. Usługi można też zdefiniować jako korzyści oferowane do sprzedaży w istocie niewymierne i subiektywnie oceniane przez nabywców².

¹ M. Daszkowska, *Usługi. Produkcja, rynek, marketing*, PWN, Warszawa 1998, s. 17.

² M. Pluta-Olearnik, *Marketing usług*, PWE, Warszawa 1993, s. 21.

Znaczenie sektora usługowego w gospodarce uzasadnia konieczność traktowania go jako istotny obszar badawczy. Szczególnie interesujące wydają się uwarunkowania i trendy dotyczące jego rozwoju, wśród których istotne znaczenie ma innowacyjność będąca jedną ze strategicznych determinant zwiększania konkurencyjności przedsiębiorstw³.

2. Innowacyjność jako cecha przedsiębiorstw

Innowacyjność jest jednym z immanentnych atrybutów przedsiębiorstw, mających swe źródła nie w relacjach z otoczeniem, ale wynikających z konieczności prowadzenia działalności w sposób warunkujący zdolność do funkcjonowania, przetrwania, rozwoju i odniesienia sukcesu w trudnej, zdeterminowanej rosnącą konkurencją rzeczywistości. Jest silnie powiązana z przedsiębiorczością, która jest m.in. oparta na inicjowaniu działań innowacyjnych, obarczonych wysokim poziomem ryzyka⁴.

Innowacje definiowane są w nawiązaniu do szeroko pojmowanego nowatorstwa, związanego z wprowadzaniem czegoś nowego w danej dziedzinie życia społecznego, a zwłaszcza w gospodarce. Na gruncie ekonomii i przedsiębiorczości znaleźć można wiele określeń tego terminu, akcentujących różne obszary i przejawy innowacyjności. J. Schumpeter za innowacje uważał wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów lub ich udoskonalanie, otwieranie nowych rynków zbytu, stosowanie nowych sposobów sprzedaży lub zakupów, surowców, półfabrykatów lub nową organizację produkcji⁵. Podobne spojrzenie na innowacje prezentują m.in. P.F. Drucker⁶ czy F. Damanpour. Szersze spojrzenie charakteryzuje A. Farazmanda. Definiując innowację, odnosi ją do nowości w zakresie pomysłów, podejść, metod, procesów, struktur, zachowań, postaw i kultur, jak również technologii i zdolności. Odnosi ją też do wiedzy, wykorzystywanej do wytwarzania nowych produktów i usług, rządzenia i administrowania społecznościami oraz zarządzania organizacjami równego typu⁷. Z kolei D.M. Rogers mówi o innowacji jako o wszystkim, co jest postrzegane przez osobnika jako nowe, niezależnie od obiektywnej nowości danej idei czy rzeczy⁸. Innowacyjność natomiast jest rozumiana jako organizacyjna zdolność i skłonność do wdrażania rozwiązań innowacyjnych⁹, przekładająca się na pro-

³ R. Nowacki, M.W. Staniewski, *Innovation of the management of SME's in the service sector in Poland*, „Amfiteatru Economic” 2012, no. 6, s. 756.

⁴ R. Nowacki, *Zarządzanie – konkurencyjność – innowacyjność*, [w:] *Innowacyjność w zarządzaniu a konkurencyjność przedsiębiorstwa*, red. R. Nowacki, Difin, Warszawa 2010, s. 28.

⁵ J. Schumpeter, *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960, s. 322.

⁶ P.F. Drucker, *Innowacje i przedsiębiorczość. Praktyka i zarządzanie*, PWE, Warszawa 1992, s. 42–43.

⁷ A. Farazmand, *Innovation in strategic human resource management: building capacity in the age of globalization*, „Public Organization Review” 2004, no. 1, s. 8.

⁸ D.M. Rogers, *Diffusion of Innovation*, Free Press, New York 1960, s. 13.

⁹ R. Nowacki, *Znaczenie innowacyjności w rozwoju przedsiębiorstwa*, [w:] *Podejście innowacyjne w zarządzaniu przedsiębiorstwem*, red. R. Nowacki, M.W. Staniewski, Difin, Warszawa 2010, s. 16.

cesy o różnym poziomie zaawansowania zachodzące w szeroko pojmowanym zarządzaniu przedsiębiorstwem. W takim kontekście wyróżnia się cztery podstawowe rodzaje innowacji: produktowe, procesowe (technologiczne), marketingowe oraz organizacyjne, których źródła mogą mieć charakter wewnętrzny lub zewnętrzny¹⁰.

Zdolność przedsiębiorstw do innowacyjności i elastyczności jest cechą, którą powinny posiadać wszystkie przedsiębiorstwa, bez względu na wielkość, poziom rozwoju czy też sektor działalności. Zawsze staje się bowiem czynnikiem stymulującym rozwój i zwiększającym szanse osiągnięcia sukcesu nawet w sytuacji dekonunktury na rynku, z jaką boryka się świat na przełomie pierwszej i drugiej dekady XXI wieku.

3. Rozwój sektora usług w Polsce w okresie spowolnienia gospodarczego

Ostatnie lata należą niewątpliwie do trudnych i burzliwych. Dynamiczny wzrost gospodarczy w pierwszych latach nowego stulecia został gwałtownie zahamowany pod koniec 2008 roku przez kryzys finansowy. Jego skutkiem stały się recesja bądź co najmniej wyraźne spowolnienie gospodarcze, jakie dotknęły cały świat. W przypadku gospodarki polskiej następstwem światowego kryzysu stał się spadek tempa wzrostu gospodarczego. Uwidocznili się to przede wszystkim w roku 2009 – w porównaniu z rokiem 2008 podstawowe wskaźniki makroekonomiczne wyraźnie się zmniejszyły (tab. 1). Wprawdzie już w roku 2010 sytuacja się poprawiła, podobne trendy odnotowano również w roku 2011, ale rok 2012 przyniósł kolejne przyhamowanie.

Tabela 1. Dynamika podstawowych wskaźników makroekonomicznych charakteryzujących gospodarkę narodową w cenach stałych (ceny średnioroczne roku poprzedniego)

| Wyszczególnienie | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|-------------------------|---------------------|-------|-------|-------|-------|
| | Rok poprzedni = 100 | | | | |
| Produkt krajowy brutto | 105,1 | 101,6 | 103,9 | 104,5 | 101,9 |
| Wartość dodana brutto | 105,1 | 101,8 | 103,7 | 104,5 | 101,9 |
| Popyt krajowy | 105,6 | 98,9 | 104,6 | 103,6 | 99,9 |
| Spożycie ogółem | 106,1 | 102,0 | 103,4 | 101,6 | 101,0 |
| Akumulacja | 104,0 | 88,5 | 109,3 | 111,2 | 95,8 |
| Eksport towarów i usług | 107,1 | 93,2 | 112,1 | 107,7 | 103,9 |
| Import towarów i usług | 104,0 | 87,6 | 113,9 | 105,5 | 99,3 |

Źródło: *Roczne wskaźniki makroekonomiczne*, GUS, Departament Rachunków Narodowych. http://stat.gov.pl/gus/wskazniki_makroekon_PLK_HTML.htm, 14.10.2013.

¹⁰ P. Niedzielski i in., *Innowacyjność w działalności przedsiębiorstw. Kompendium wiedzy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2007, s. 13–14.

W procesie tworzenia wartości dodanej brutto (tab. 2) podstawową rolę odgrywa sektor usługowy, w którym wytworzono w 2012 roku 891 461 mln zł (udział na poziomie 63,1% – o 0,7 p.p. większym niż rok wcześniej, ale jednocześnie o 0,5 p.p. mniejszym niż w roku 2010). W sektorze skupiającym działalność przemysłową i budownictwo wytworzono w tym czasie 458 742 mln zł, przy wzroście w roku 2011 w stosunku do 2010 i spadku w roku 2012 w porównaniu z rokiem 2011. Zwraca też uwagę nieznaczny wzrost wskaźnika w przypadku rolnictwa, leśnictwa, łowiectwa i rybołówstwa w latach 2011–2012 – w ostatnim wartość dodana ukształtowała się na poziomie 55 103 mln zł (udział rzędu 3,9%). Półprocentowy udział posiadała pozostała działalność gospodarcza (7603 mln zł w roku 2012). Analizując dynamikę wartości dodanej brutto wytworzonej w poszczególnych sektorach gospodarki, warto zwrócić uwagę na jej relatywnie duże wahania w przypadku sektora I oraz II (również pozostałej działalności gospodarczej) i wyraźnie ustabilizowany trend charakteryzujący sektor usługowy. W kolejnych latach analizowanego okresu przyrost wartości dodanej brutto wynosił w jego przypadku około 5–6%. Sektor I wykazał się dużymi wzrostami dynamiki w latach 2009–2011, by w roku 2012 wyraźnie spowolnić. Duże wahania wykazywała dynamika sektora II – wzrost w latach 2009 i 2011, osłabienie tempa wzrostu w latach 2010 i 2012.

Tabela 2. Dynamika wartości dodanej brutto według sektorów gospodarki narodowej (rok poprzedni = 100) oraz udział procentowy poszczególnych sektorów gospodarki w tworzeniu wartości dodanej brutto w latach 2009–2012

| Wyszczególnienie | 2009 | | 2010 | | 2011 | | 2012 | |
|---|----------|--------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|
| | Dynamika | Udział | Dynamika | Udział | Dynamika | Udział | Dynamika | Udział |
| Sektor I – Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo | 104,3 | 3,6 | 108,3 | 3,7 | 116,0 | 4,0 | 101,9 | 3,9 |
| Sektor II – Przemysł i budownictwo | 110,2 | 32,6 | 102,9 | 32,2 | 110,4 | 33,0 | 103,5 | 32,5 |
| Sektor III – Usługi | 105,6 | 63,2 | 105,1 | 63,6 | 105,7 | 62,4 | 106,4 | 63,1 |
| Pozostała działalność gospodarcza | 105,5 | 0,6 | 95,8 | 0,5 | 108,5 | 0,5 | 108,0 | 0,5 |

Źródło: *Roczne wskaźniki makroekonomiczne*, GUS, Departament Rachunków Narodowych, http://stat.gov.pl/gus/wskaźniki_makroekon_PLK_HTML.htm, 14.10.2013.

Omawiając rozwój sektora usług w Polsce i jego znaczenie w gospodarce narodowej, należy też zwrócić uwagę na jej strukturę podmiotową. Według danych z rejestru REGON (tab. 3) na koniec grudnia 2012 roku zarejestrowane były w Polsce 3 551 193 podmioty gospodarcze, wśród których znajdowało się 2 736 161 przedsiębiorstw usługowych (sektor III), co stanowiło 77,05% wszystkich podmiotów. Udział sektora II wynosił 20,57% (730 442 przedsiębiorstwa), natomiast sektora I

uksztaltował się na poziomie jedynie 2,28% (84 353 podmioty). Pozostałe formy działalności stanowiły zaledwie 0,01% (łącznie 237 podmiotów).

W analizowanych czterech latach dynamika liczby rejestrowanych w gospodarce polskiej podmiotów była niewielka. Charakterystycznym zjawiskiem był wzrost liczby przedsiębiorstw w roku 2010 w stosunku do roku 2009 – w całej gospodarce wyniósł on 3,24% (przyrost o 114 475 przedsiębiorstw do poziomu 3 646 694). Najwyższa dynamika wystąpiła w przypadku sektora I – plus 4,91%, nieco wyższą niż w całej gospodarce odnotowano też w sektorze II (plus 3,41%) oraz pozostałej działalności (plus 3,75%). W sektorze usługowym dynamika również była dodatnia – w liczbach bezwzględnych przyrost wyniósł 84 926 podmiotów (tym samym ich liczba wyniosła 2 787 369), co stanowiło wzrost o 3,14%. Rok 2010 był odbiciem po słabym roku 2009, w którym uwidoczniły się skutki światowego kryzysu finansowego. Relatywnie dobra – na tle innych krajów – sytuacja gospodarcza i niewielkie osłabienie tempa wzrostu gospodarczego stały się bodźcem do nieco większej aktywności gospodarczej.

Dwa kolejne lata charakteryzowało pogorszenie sytuacji. W roku 2011 zarysował się wyraźny trend spadkowy liczby przedsiębiorstw. W całej gospodarce ich liczba zmniejszyła się o 100 856, do poziomu 3 545 838 (spadek o 2,77%). W naj-

Tabela 3. Struktura podmiotów zarejestrowanych w systemie REGON w latach 2009–2012 według sektorów gospodarki narodowej (stan na koniec roku kalendarzowego)

| Wyszczególnienie | | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|---|-------------------------------|---------|---------|---------|---------|
| Sektor I – Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo | Liczba podmiotów | 83508 | 87612 | 87604 | 84353 |
| | Udział % w gospodarce | 2,36 | 2,40 | 2,47 | 2,38 |
| | Dynamika, rok poprzedni = 100 | - | 104,91 | 99,99 | 96,29 |
| Sektor II – Przemysł i budownictwo | Liczba podmiotów | 746108 | 771547 | 145104 | 730442 |
| | Udział % w gospodarce | 21,12 | 21,16 | 21,01 | 20,57 |
| | Dynamika, rok poprzedni = 100 | - | 103,41 | 96,57 | 98,03 |
| Sektor III – Usługi | Liczba podmiotów | 2702443 | 2787369 | 2712890 | 2736161 |
| | Udział % w gospodarce | 76,51 | 76,44 | 76,51 | 77,05 |
| | Dynamika, rok poprzedni = 100 | - | 103,14 | 97,33 | 100,86 |
| Pozostała działalność gospodarcza | Liczba podmiotów | 160 | 166 | 240 | 237 |
| | Udział % w gospodarce | 0,00 | 0,00 | 0,01 | 0,01 |
| | Dynamika, rok poprzedni = 100 | - | 103,75 | 144,58 | 98,75 |
| Polska ogółem | Liczba podmiotów | 3532219 | 3646694 | 3545838 | 3511193 |
| | Udział % w gospodarce | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| | Dynamika, rok poprzedni = 100 | - | 103,24 | 97,23 | 100,15 |

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych GUS dotyczących podmiotów zarejestrowanych w systemie REGON.

większym stopniu dotknęło to sektora II – liczba podmiotów zmniejszyła się o 3,43%. W przypadku sektora I spadek był symboliczny – o 0,01%. W dalszym ciągu rosła liczba podmiotów w sekcjach pozostałych – procentowo aż o 44,58%. Sektor usługowy również odczuł skutki pogorszenia koniunktury. Odnotowano dość duży spadek liczby zarejestrowanych podmiotów w stosunku do roku poprzedniego – o 2,67% (czyli o 74 479, do poziomu 2 712 890).

Rok 2012 charakteryzował się mniejszymi wahaniami populacji przedsiębiorstw w Polsce. W skali całej gospodarki odnotowano nieznaczny ich wzrost – o 5355, czyli o 0,15%. Było to rezultatem ożywienia w sektorze usługowym. Jako jedyny w gospodarce charakteryzował się dodatnią dynamiką liczby zarejestrowanych podmiotów – plus 0,86% (wzrost o 23 271 przedsiębiorstw). Najwyższy spadek dotyczył sektora I (o 3,71%), w sektorze II wyniósł 1,97%, a w przypadku działalności pozostałej – 1,25%.

4. Innowacyjność przedsiębiorstw usługowych w Polsce

Pierwszą płaszczyzną analizy innowacyjności przedsiębiorstw usługowych w Polsce są badania prowadzone przez Główny Urząd Statystyczny. W sektorze usługowych badania te obejmują jedynie część podmiotów, zgrupowanych w wybranych sekcjach i działach, a dodatkowo zawężone są do populacji podmiotów zatrudniających minimum 10 osób. Według GUS działalność innowacyjna rozumiana jest jako całokształt działań naukowych, technicznych, organizacyjnych, finansowych i komercyjnych, które rzeczywiście prowadzą lub mają w zamierzeniu prowadzić do wdrażania innowacji. Niektóre z tych działań same z siebie mają charakter innowacyjny, natomiast inne nie są nowością, lecz są konieczne do wdrażania innowacji. Działalność innowacyjna obejmuje także działalność badawczo-rozwojową (B+R), która nie jest bezpośrednio związana z tworzeniem konkretnej innowacji¹¹. W raportach wprowadzone jest również pojęcie przedsiębiorstw aktywnych innowacyjnie, czyli takich, które w badanym okresie wprowadziły przynajmniej jedną innowację produktową lub procesową albo realizowały przynajmniej jeden projekt innowacyjny, który został przerwany lub zaniechany w trakcie badanego okresu (niezakończony sukcesem), lub nie został do końca tego okresu ukończony (tzn. jest kontynuowany)¹².

Z badań wynika, iż w latach 2010–2012 aktywność innowacyjną wykazało 13,9% przedsiębiorstw usługowych, o 1,6 p.p. więcej w porównaniu z poprzednią edycją badań, obejmującą lata 2009–2011 (tab. 4). Wdrażanie rozwiązań innowacyjnych jest jednak w firmach usługowych rzadsze niż w przedsiębiorstwach przemysłowych, w przypadku których odsetek podmiotów aktywnych innowacyjnie jest o około 4 p.p. wyższy.

¹¹ *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012. Informacja sygnałna*, GUS, Warszawa 2013, http://www.stat.gov.pl/gus/5840_14721_PLK_HTML.htm, 20.12.2013.

¹² *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012*, GUS, Warszawa 2012, s. 21.

Najwyższy odsetek przedsiębiorstw usługowych – 11,1%, czyli o 3,3 p.p. więcej niż w poprzednim okresie badawczym – wprowadzał w latach 2010–2012 innowacje marketingowe, czyli wdrożenie nowej koncepcji lub strategii marketingowej, różniącej się znacząco od metod marketingowych dotychczas stosowanych w celu lepszego zaspokojenia potrzeb klientów, otwarcia nowych rynków zbytu lub nowego pozycjonowania usługi z zamiarem zwiększenia sprzedaży. Innowacje marketingowe obejmują znaczące zmiany w projekcie/konstrukcji produktów (*product design*), opakowaniu, dystrybucji produktów, promocji produktów i kształtowaniu cen. Wśród innowacji marketingowych najczęściej wdrażane były przez przedsiębiorstwa usługowe nowe rozwiązania z zakresu promocji usług (przez 6,3% przedsiębiorstw), najwyższą dynamiką w stosunku do poprzedniej edycji badań (plus 2,3 p.p.) charakteryzowała się natomiast działalność w zakresie nowych metod dystrybucji i kanałów sprzedaży.

Na drugim miejscu pod względem odsetka wdrażających przedsiębiorstw usługowych znalazły się innowacje organizacyjne – 10,5%, o 1,4 p.p. więcej niż w poprzednim okresie. Innowacja organizacyjna to wdrożenie nowej metody organizacyjnej w przyjętych przez przedsiębiorstwo zasadach działania (w tym w zakresie zarządzania wiedzą – *knowledge management*), w organizacji miejsca pracy lub stosunkach z otoczeniem, która nie była dotychczas stosowana. Innowacje organizacyjne stanowią czynnik wspierający innowacje w obrębie produktów i procesów, wywierają istotny wpływ na efektywność funkcjonowania przedsiębiorstwa, przyczyniają się do podniesienia jakości i wydajności pracy, intensyfikują wymianę informacji, a także podnoszą zdolność firmy do uczenia się oraz wykorzystywania nowej wiedzy i nowych technologii. Wśród nich na pierwszy plan wysuwa się wprowadzanie nowych metod podziału zadań i uprawnień decyzyjnych (co zostało wdrożone przez 6,8% przedsiębiorstw usługowych), największy wzrost odsetka wykorzystania odnotowano natomiast w przypadku nowych metod kształtowania stosunków z otoczeniem (plus 1,6 p.p.).

Nieco rzadziej wdrażane były innowacje procesowe, obejmujące zastosowanie nowych lub istotnie ulepszonych metod produkcji, dystrybucji i wspierania działalności w zakresie wyrobów i usług. Do innowacji procesowych zalicza się nowe lub znacząco ulepszone metody tworzenia i świadczenia usług, techniki, urządzenia i oprogramowanie w działalności pomocniczej, takiej jak zaopatrzenie, księgowość, obsługa informatyczna i prace konserwacyjne. W ostatnim okresie innowacje tego typu wdrożyło 9,1% przedsiębiorstw usługowych (poprzednio 9,0%). Najczęściej dotyczyło to metod wspierających procesy realizowane w przedsiębiorstwie. Zauważyć należy jednak, iż ten obszar innowacji procesowych traci na zainteresowaniu przedsiębiorców na rzecz ulepszania metod wytwarzania / świadczenia usług.

Najrzadziej wdrażane były innowacje produktowe związane z wprowadzeniem na rynek wyrobu lub usługi, które są nowe lub istotnie ulepszone w zakresie swoich cech lub zastosowań. Innowacje produktowe w zakresie usług polegają na wprowadzeniu znaczących udoskonaleń w sposobie świadczenia usług, na dodaniu nowych

Tabela 4. Odsetek przedsiębiorstw usługowych, które wprowadziły rozwiązania innowacyjne w latach 2009–2012

| Wyszczególnienie | 2009–2011 | 2010–2012 | Dynamika w punktach procentowych |
|--|---------------------|-----------|----------------------------------|
| | W procencie wskazań | | |
| Innowacje ogółem | 12,3 | 13,9 | +1,6 |
| Innowacje produktowe | 6,3 | 7,0 | +0,7 |
| Innowacje procesowe, <i>w tym:</i> | 9,0 | 9,1 | +0,1 |
| nowe lub istotnie ulepszone metody wytwarzania wyrobów | 2,8 | 3,0 | +0,2 |
| nowe lub istotnie ulepszone metody z zakresu logistyki i dystrybucji | 3,6 | 3,5 | -0,1 |
| nowe lub istotnie ulepszone metody wspierające procesy w przedsiębiorstwie | 7,0 | 6,6 | -0,4 |
| Innowacje organizacyjne, <i>w tym:</i> | 9,1 | 10,5 | +1,4 |
| nowe metody w zasadach działania | 3,3 | 4,7 | +1,4 |
| nowe metody podziału zadań i uprawnień decyzyjnych | 6,6 | 6,8 | +0,2 |
| nowe metody w zakresie stosunków z otoczeniem | 4,2 | 5,8 | +1,6 |
| Innowacje marketingowe, <i>w tym:</i> | 7,8 | 11,1 | +3,3 |
| znaczące zmiany w projekcie/konstrukcji lub opakowaniu usług | 2,1 | 3,8 | +1,7 |
| nowe metody lub techniki promocji usług | 5,6 | 6,3 | +0,7 |
| nowe metody w zakresie dystrybucji lub kanałów sprzedaży | 3,0 | 5,3 | +2,3 |
| nowe metody kształtowania cen usług | 3,6 | 5,3 | +1,7 |

Źródło: *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012. Informacja sygnałna*, GUS, Warszawa 2013, http://www.stat.gov.pl/gus/5840_14721_PLK_HTML.htm, 20.12.2013.

funkcji lub cech do istniejących usług lub na wprowadzeniu całkowicie nowych usług. Takie działania podjęte zostały jedynie w 7% przedsiębiorstw usługowych, co jednak oznacza wzrost o 0,7 p.p. w stosunku do poprzedniego okresu.

Pomimo spowolnienia gospodarczego przedsiębiorstwa usługowe zwiększają swoje nakłady na działalność innowacyjną – w latach 2009–2011 wynosiły one około 11,0 mld złotych, natomiast w latach 2010–2012 już ponad 15,0 mld złotych (wzrost o ponad jedną trzecią). Podstawowym źródłem finansowania nakładów na działalność innowacyjną w przedsiębiorstwach usługowych pozostają środki własne – ich udział w latach 2010–2012 wynosił 69,6%. W porównaniu z wcześniejszą edycją badań uwidacznia się jednak wyraźny spadek tego wskaźnika (poprzednio wynosił aż 83,0%). Rośnie natomiast skala wykorzystania środków budżetowych i pochodzących z innych źródeł, w tym z zagranicy.

Oceniając zakres i skalę aktywności innowacyjnej przedsiębiorstw usługowych, warto zastanowić się nad jej efektami dla kształtowania konkurencyjności. Z badań prowadzonych w 2010 roku¹³ wynika, iż 36,4% przedsiębiorstw usługowych ocenia-

¹³ Badanie przeprowadzone metodą wywiadu bezpośredniego na próbie 154 menedżerów przedsiębiorstw usługowych, zróżnicowanych pod względem wielkości, terytorialnego zasięgu działania i lokalizacji.

ło własną konkurencyjność jako wyższą niż bezpośrednich rywali rynkowych (w tym 5,8% deklaroowało zdecydowanie wyższy poziom konkurencyjności), a jedynie niespełna co dziesiąte wskazuje na sytuację w tym zakresie gorszą niż w przypadku konkurentów. Te optymistyczne wyniki uzasadniane były relatywnie dobrą kondycją finansową w latach 2009–2010. Zauważyć należy jednak, iż deklaracje te nie były poparte precyzyjną identyfikacją czynników, które mogły decydować o wspomnianym wysokim poziomie konkurencyjności – co piąty badany nie potrafił wskazać takich uwarunkowań. Wśród wymienionych determinant zmian konkurencyjności najczęściej wskazywano na zmiany w sferze organizacji i zarządzania, rozwój przedsiębiorstwa i jego inwestycje, rozszerzanie i uatrakcyjnianie oferty usługowej (po 13–15% wskazań). Warto zauważyć, że wszystkie te czynniki wpisują się w zakres szeroko rozumianych rozwiązań innowacyjnych. Dodatkowo 7,5% badanych zadeklarowało, że głównym czynnikiem wzrostu konkurencyjności jest po prostu ogólnie ujmowana innowacyjność przedsiębiorstwa¹⁴.

Tabela 5. Najważniejsze korzyści wdrażania innowacji w przedsiębiorstwach usługowych w opinii menedżerów

| Wyszczególnienie | Procent wskazań |
|--|-----------------|
| Wzrost liczby klientów | 48,3 |
| Wzrost obrotów | 35,3 |
| Poprawa konkurencyjności przedsiębiorstwa | 34,5 |
| Wzrost zysków | 34,3 |
| Poprawa wizerunku przedsiębiorstwa | 30,5 |
| Podwyższenie jakości świadczonych usług | 23,3 |
| Poprawa jakości obsługi klientów | 23,0 |
| Rozszerzenie oferty świadczonych usług | 22,5 |
| Wzrost udziału w rynku | 21,3 |
| Wzrost płac w przedsiębiorstwie | 17,0 |
| Poprawa kondycji ekonomicznej przedsiębiorstwa | 16,3 |
| Otwarcie nowych rynków | 14,3 |

Źródło: badania własne przeprowadzone w 2009 roku wśród menedżerów 400 przedsiębiorstw usługowych zróżnicowanych pod względem wielkości, rodzaju działalności i lokalizacji.

Menedżerowie przedsiębiorstw usługowych dostrzegają wiele korzyści ze stosowania rozwiązań innowacyjnych. Za najważniejszą uznany został wzrost liczby klientów – wskazała go prawie połowa badanych. Co trzeci zwrócił uwagę na zwiększenie obrotów i zysków, ale również na wzrost konkurencyjności i poprawę wizerunku przedsiębiorstwa w otoczeniu (tab. 5).

¹⁴ R. Nowacki, *Konkurencyjność przedsiębiorstw usługowych*, „Handel Wewnętrzny” 2012, nr 1, s. 55–57.

5. Zakończenie

Przedstawione rozważania pozwalają na wyciągnięcie kilku wniosków dotyczących funkcjonowania przedsiębiorstw usługowych w okresie spowolnienia gospodarczego i ich aktywności innowacyjnej jako sposobu przeciwdziałania jego skutkom.

Pierwszym jest stwierdzenie, iż samo spowolnienie gospodarcze, choć niewątpliwie odczuwane przez sektor usług, nie wpłynęło na wyraźne pogorszenie ich sytuacji rynkowej i ograniczenie skłonności do prowadzenia działalności. Na tle pozostałych sektorów usługi charakteryzują się relatywnie wysokim poziomem stabilności. Wahania wskaźników obrazujących ich stan i potencjał są zdecydowanie najmniejsze, co świadczyć może o mniejszym ryzyku związanym z prowadzeniem działalności usługowej.

Jest ona przy tym coraz bardziej innowacyjna. Pomimo niekorzystnej koniunktury rynkowej, a być może właśnie dla jej przewyciężenia, przedsiębiorstwa usługowe sięgają po rozwiązania innowacyjne. Systematycznie zwiększa się odsetek podmiotów aktywnych innowacyjnie. Na tle przedsiębiorstw przemysłowych jest on wprawdzie ogólnie niższy, ale w układzie rodzajowym rysuje się już przewaga działalności usługowej w sferze innowacji marketingowych i organizacyjnych. Są to obszary innowacyjności, które przyczyniają się do zwiększenia elastyczności funkcjonowania i sprawności obsługi rynku. W mniejszym stopniu dotyczy to innowacji produktowych i procesowych, ale w tym przypadku przewaga przedsiębiorstw przemysłowych tkwi w rozwiązaniach natury technologicznej, które ze swej istoty w usługach odgrywać mogą mniejszą rolę.

Rosnące nakłady na działalność innowacyjną w usługach – przynajmniej w grupie podmiotów zatrudniających powyżej 9 osób – w połączeniu ze świadomością korzyści, jakie może ona przynieść przedsiębiorstwom, wskazują też na perspektywę jej rozwoju. Biorąc pod uwagę poprawę sytuacji finansowej oraz nowe możliwości sięgania po wsparcie ze strony administracji i instytucji otoczenia biznesu, należy spodziewać się, że w najbliższych latach skala wdrażania rozwiązań innowacyjnych w przedsiębiorstwach usługowych będzie rosła.

Literatura

- Damanpour F., *Organizational innovation: a meta analysis in effects of determinants and moderators*, „Academy of Management Journal” 1991, no. 3.
- Daszkowska M., *Usługi. Produkcja, rynek, marketing*, PWN, Warszawa 1998.
- Drucker P.F., *Innowacje i przedsiębiorczość. Praktyka i zarządzanie*, PWE, Warszawa 1992.
- Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012*, GUS, Warszawa 2012.
- Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012. Informacja sygnałna*, GUS, Warszawa 2013, http://www.stat.gov.pl/gus/5840_14721_PLK_HTML.htm, 20.12.2013.
- Farazmand A., *Innovation in strategic human resource management: building capacity in the age of globalization*, „Public Organization Review” 2004, no. 1.

- Niedzielski P., Markiewicz J., Rychlik K., Rzewuski T., *Innowacyjność w działalności przedsiębiorstw. Kompendium wiedzy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2007.
- Nowacki R., *Konkurencyjność przedsiębiorstw usługowych*, „Handel Wewnętrzny” 2012, nr 1.
- Nowacki R., *Zarządzanie – konkurencyjność – innowacyjność*, [w:] *Innowacyjność w zarządzaniu a konkurencyjność przedsiębiorstwa*, red. R. Nowacki, Difin, Warszawa 2010.
- Nowacki R., *Znaczenie innowacyjności w rozwoju przedsiębiorstwa*, [w:] *Podejście innowacyjne w zarządzaniu przedsiębiorstwem*, red. R. Nowacki, M.W. Staniewski, Difin, Warszawa 2010.
- Nowacki R., Staniewski M.W., *Innovation of the management of SME's in the service sector in Poland*, „Amfiteatru Economic” 2012, no. 6.
- Pluta-Olearnik M., *Marketing usług*, PWE, Warszawa 1993.
- Roczne wskaźniki makroekonomiczne*, GUS, Departament Rachunków Narodowych, http://stat.gov.pl/gus/wskazniki_makroekon_PLK_HTML.htm, 14.10.2013.
- Rogers D.M., *Diffusion of Innovation*, Free Press, New York 1960.
- Schumpeter J., *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960.

SERVICES INNOVATIVENESS IN THE PERIOD OF ECONOMIC SLOWDOWN

Summary: A characteristic feature of the contemporary economies is the growing importance of the service sector. Its share in GDP formation accounts for more than 60%. This is a very dynamic and flexible sector as indicated by changes resulting, *inter alia*, from the implementation of innovative solutions oriented on raising service enterprises' competitiveness. An aim of the article is to present the trends in this area in the years 2009-2012 together with an attempt to answer the question of the impact on the innovative activity and development of the service sector exerted by the observed in that period decline of the rate of economic growth. The grounds are the statistical data and surveys carried out among service enterprises operating in Poland on the state of their competitiveness and directions of innovative solutions implementation. The results show increased innovation service companies, which see it as a pull factor for increasing competitiveness.

Keywords: services, service enterprises, innovativeness, economic slowdown.