PRZEGLĄD GEOGRAFICZNY
2011, 83, 4, s. 435–452

Innowacyjność w sferze usług

Innovation in services

JOANNA DOMINIAK
Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej,
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza, 61-680 Poznań, ul. Dzięgielowa 27;
dominiak@amu.edu.pl

Zarys treści. Głównym celem niniejszego artykułu jest próba przedstawienia problematyki innowacyjności w sferze usług na podstawie przeglądu polskiej i zagranicznej literatury przedmiotu. Na podstawie publikacji naukowych z dziedziny ekonomii i geografii społeczno-ekonomicznej przeprowadza się dyskusję na temat pojęcia innowacyjności usług, typologii innowacyjności w sferze usług, różnic pomiędzy innowacyjnością sektora produkcyjnego i usługowego oraz metodologii pomiaru innowacyjności usług.

Słowa kluczowe: usługi, sfera usług, innowacyjność, innowacje usługowe, usługi elektroniczne.

Wstęp

Tocząca się w ostatnich latach dyskusja na temat innowacji w sferze usług wiąże się z jednej strony z rosnącą rolą usług w gospodarce, z drugiej jest rezultatem wzrostu znaczenia innowacyjności jako czynnika rozwoju społeczno-gospodarczego państw i regionów. Uznawane wcześniej jedynie za konsumenta innowacji, usługi zaczynają odgrywać coraz aktywniejszą rolę w systemie innowacji. Do niedawna zagadnienie innowacji w literaturze rozpatrywane było głównie z punktu widzenia działalności produkcyjnej, a innowacje usługowe miały znaczenie marginalne (Miles, 2000). Wzrost roli usług w nowoczesnej gospodarce doprowadził do zwiększenia zainteresowania działalnością usługową i innowacjami usługowymi.

Innowacje w sferze usług wiążą się z ich rozwojem i zwiększaniem się konkurencji na rynku. Przyczyną rozwoju usług był wzrost popytu na usługi produkcyjne i konsumpcyjne. W przedsiębiorstwach przemysłowych nastąpił wzrost zapotrzebowania na wyspecjalizowane i nowoczesne usługi, stosujące zaawansowane technologie – zarówno powstające w ramach przedsiębiorstwa, jak i nabywane.

http://rcin.org.pl

Rozwinęły się usługi tworzące tzw. otoczenie biznesu, głównie branży informatycznej i finansowej. Rosnący poziom życia ludności spowodował także wzrost zapotrzebowania oraz rozwój tradycyjnych usług konsumenckich: handlowych, medycznych, edukacyjnych i turystycznych. Następujący równolegle z rozwojem usług wzrost konkurencji wymusił zmiany organizacyjne przedsiębiorstw. Do tych zmian należy zaliczyć eksternalizację świadczenia usług i stosowanie outsourcingu oraz tworzenie centrów *shared services* w celu minimalizacji kosztów funkcjonowania przedsiębiorstw. Istotnym aspektem przemian w sferze usług jest także rozwój nowych form świadczenia tradycyjnych usług z zastosowaniem technik komputerowych i sieci internetowej (usługi elektroniczne), np. elektroniczna administracja, zdalna edukacja czy handel elektroniczny.

Zmiany, które nastąpiły w sferze usług są wynikiem zastosowania innowacji rozumianych nie tylko przez pryzmat technologii, ale także, a może przede wszystkim – innowacji nietechnologicznych (por.: Gallouj i Weinstein, 1997; De Jong i inni, 2003; Niedzielski i inni, 2008).

Głównym celem niniejszego artykułu jest próba przedstawienia problematyki innowacyjności w sferze usług na podstawie polskiej i zagranicznej literatury przedmiotu. W artykule poszukuje się odpowiedzi na pytanie: na czym polega specyfika działalności innowacyjnej w usługach? W tym celu, opierając się na publikacjach naukowych z dziedziny ekonomii i geografii społeczno-ekonomicznej dokonuje się przeglądu pojęć związanych z innowacyjnością usług oraz typologii innowacyjności w sferze usług. Dalsza część artykułu poświęcona jest poglądom na temat różnic pomiędzy innowacyjnością sektora produkcyjnego i usługowego oraz ustaleniom dotyczącym metodologii pomiaru innowacyjności usług.

Ustalenia terminologiczne

W literaturze ekonomicznej brak jest jednoznacznego określenia pojęcia usług. Dyskusję dotyczącą zagadnień terminologicznych oraz klasyfikacyjnych działalności usługowej można odnaleźć w literaturze zarówno polskiej – m.in. w pracach: E. Jakubowicz (1993, 2000), E. Nowosielskiej (1994, 2000), M. Daszkowskiej (1998), A. Werwickiego (1998), K. Rogozińskiego (2000a; red., 2000), S. Flejterskiego i innych (2005), D. Ilnickiego (2009) – jak i zagranicznej (np. Hill, 1977; Gadrey, 1992; Daniels, 1993; Illeris, 1996; De Jong i inni, 2003). Początki badań nad działalnością usługową wiązane są najczęściej z nazwiskami ekonomistów Clarka, Fishera oraz Fourastie i opracowaniem trójsektorowego podziału gospodarki. Najczęściej usługi definiowane były wówczas poprzez wykluczenie – stanowiły one wszystkie te działalności, które nie były przynależne do rolnictwa i przetwórstwa przemysłowego (Clark, 1940; Fisher, 1935). Tradycyjnie usługi pojmowane są jako działalność, która nie prowadzi do produkcji

http://rcin.org.pl

dóbr materialnych (Illeris, 1996)[1]. Nie wdając się w dyskusję na temat definicji usług, można stwierdzić, że najczęściej podkreślanymi w literaturze charakterystycznymi cechami usług są ich niematerialność, równoczesność produkcji i konsumpcji, uwzględnianie potrzeb klienta oraz to, że nie mogą być magazynowane (Hill, 1997; De Jong i inni, 2003). Rozwój nowych technologii powoduje jednak znaczące zmiany w naturze usług i umożliwia np. rozdzielenie produkcji i konsumpcji usług w czasie i przestrzeni, chociażby dzięki sieci Internet.

Rosnąca rola usług w nowoczesnej gospodarce państw świata przejawia się nie tylko wzrostem udziału w zatrudnieniu, wytwarzaniu i konsumpcji, ale także coraz większym znaczeniem działalności usługowej w procesach produkcji przemysłowej i rolniczej (Cyrek, 2008). Sfera usług wykracza poza tradycyjnie pojmowany trzeci sektor gospodarki, coraz bardziej przenikając do sektorów produkcyjnych (II i III). Taką definicję przedstawia E. Nowosielska (1994, s. 8), według której „usługi to wszystkie prace usługowe bez względu na ich miejsce w klasyfikacji gospodarki narodowej, zarówno te sklasyfikowane w sektorach produkcyjnych gospodarki (rolnictwie, leśnictwie oraz przemyśle i budownictwie), jak i prace wykonane w działach usługowych (tj. niebędących produkcją rolniczą, przemysłową itd.)[2]. Nasilający się proces przenikania produktów materialnych i usługowych prowadzi do zatarcia granic pomiędzy sferą usług i sferą produkcji. Obrazem tego jest koncepcja produktu rozszerzonego Levitta (*augmented product*). Produkt rozszerzony powstaje w wyniku ciągłego wzbogacania oferowanego produktu o tak zwane usługi towarzyszące, które z czasem stanowią integralną część składową produktu. Przykładem takich hybrydowych ofert łączących produkty i usługi jest np. sprzedaż nowego samochodu wraz z serwisem gwarancyjnym, pakietem ubezpieczeniowym, ofertą kredytową czy systemem leasingowym (Rostropowicz, 2002).

Rozwój usług – innowacje usługowe

W procesie rozwoju społeczno-gospodarczego S. Flejterski i inni (2005) wyróżniają cztery fazy rozwoju sektora usług: (1) fazę pierwotną, z dominacją usług niewymagających wysokich kwalifikacji; (2) fazę wzrostową, która cechuje się rozwojem usług wymagających pewnych kwalifikacji; (3) fazę obsługi przemysłu i wzrostu konsumpcji usług oraz (4) fazę rozwoju usług opartych na wysokich technologiach. W rozwoju działalności usługowej, szczególnie w ostatniej, czwartej fazie, dużą rolę odgrywają innowacje. Pojęcie innowacji wprowadził do nauk ekonomicznych w początkach ubiegłego stulecia J.A. Schumpeter

[1] Dyskusja na temat negatywnych definicji usług i ich drugorzędnego znaczenia w rozwoju gospodarczym była już prowadzona w wielu pracach (m.in. Illeris, 1996).

[2] Podobnie jak w pracy E. Nowosielskiej (1994), autorka przyjmuje, że pojęcia: usługi, działalność usługowa i sfera usług mają równy zakres i mogą być stosowane zamiennie. Obejmują one wszystkie prace usługowe bez względu na ich miejsce w klasyfikacji, w odróżnieniu od pojęcia sektor usług (sektor trzeci), które jest pojęciem węższym.

http://rcin.org.pl

(1960). Rozumiał on innowacje szeroko, jako: (1) wprowadzenie do produkcji wyrobów nowych lub też udoskonalenie dotychczas istniejących, (2) wprowadzenie nowej lub udoskonalonej metody produkcji, (3) otwarcie nowego rynku, (4) zastosowanie nowego sposobu sprzedaży lub zakupów, (5) zastosowanie nowych surowców lub półfabrykatów, (6) wprowadzenie nowej organizacji produkcji. Według *Podręcznika Oslo* (2008) innowacja ma miejsce, gdy nowy lub ulepszony produkt zostaje wprowadzony na rynek albo nowy lub ulepszony proces zostaje zastosowany w produkcji, przy czym ów produkt i proces są nowe przynajmniej z punktu widzenia wprowadzającego je przedsiębiorstwa. Działalność innowacyjna jest to natomiast całokształt działań prowadzących lub mających w zamierzeniu prowadzić do wdrażania innowacji.

Sektor usług jeszcze do niedawna był uznawany za niepodatny na innowacje i postęp techniczny, a teoria innowacyjności odnosiła się początkowo jedynie do działalności produkcyjnej. Znaczenie usług w procesach innowacyjnych zostało zdegradowane do roli pasywnego odbiorcy innowacji technologicznych pozyskiwanych od sektora produkcyjnego (Niedzielski i inni, 2008). Taką koncepcję przedstawił R. Barras (1986), podkreślając zależność innowacji w usługach od innowacji wprowadzanych przez przedsiębiorstwa produkcyjne, które inicjują proces innowacyjny w przedsiębiorstwach usługowych. Trudno zgodzić się jednak z koncepcją, w której usługi są traktowane tylko jako konsument innowacji i pasywny element systemu innowacyjnego (por. Niedzielski i inni, 2008). Postrzeganie innowacji usługowych zaczęło ewaluować w latach 1990. i obecnie większość badawczy jest zgodna, że sektor usług w coraz większym stopniu nie tylko korzysta z osiągnięć naukowo-technicznych, ale także uczestniczy w ich tworzeniu. Stało się to w wyniku rosnącej roli sektora usług w gospodarce oraz w wyniku przesunięcia ciężaru postrzegania zjawisk innowacyjnych z obszarów ściśle technologicznych w kierunku bardziej „miękkich", takich jak marketing czy organizacja i zarządzanie.

Innowacyjność jako proces generowania i przyswajania innowacji w usługach (Niedzielski i inni, 2008), można rozpatrywać wieloaspektowo. P. Hertog (2000) wyróżnia cztery aspekty działalności innowacyjnych w zakresie usług, obejmujące:

1) koncepcję usługi (stworzenie sieci sklepów firmowych, *call centres*);
2) kontakt z klientem (wykorzystanie Internetu jako nowego kanału dystrybucji, funkcjonowanie portali umożliwiających kontakt z klientem, zastępujący bezpośrednie kontakty);
3) system dostarczania usługi (system zakupów dostarczanych do domu, handel elektroniczny – *e-commerce*);
4) możliwości technologiczne (wykorzystanie ICT, np. system zamówień pozwalających na automatyczne składanie zamówień wtedy, gdy ilość towaru na półkach osiągnie wartość krytyczną).

http://rcin.org.pl

Innowacja w usługach może także być pewną kombinacją tych czterech wymiarów. Kompletnie nowa usługa zazwyczaj poza nowym pomysłem będzie także obejmować system dostarczania, kontaktu z klientem i zmiany technologiczne (De Jong i inni, 2003).

W literaturze przedmiotu można odnaleźć różne klasyfikacje innowacji usługowych. Jedną z najogólniejszych jest klasyfikacja innowacji usługowych ze względu na zakres innowacyjności. Według tego kryterium innowacje w usługach można podzielić na (1) radykalne (*major, radical*) – obejmujące kompleksowe zmiany w działalności usługowej oraz (2) innowacje o mniejszym zasięgu – (*secondary, incremental*) (Gallouj i Weinstein, 1997).

Innowacje w działalności usługowej można podzielić także ze względu na inicjatora innowacji – na (De Jong i inni, 2003):

1) inicjowane przez dostawców, często postrzegane jako dominujący typ innowacji w usługach. Polegają na zastosowaniu nowych produktów będących efektem innowacji w produkcji przemysłowej, w procesie świadczenia usług np. kuchenki mikrofalowe w gastronomii. W tego rodzaju innowacjach charakterystyczne będą nie tylko zmiany technologiczne, ale także wymuszone przez nie zmiany organizacyjne niezbędne do przystosowania działalności firmy z taką innowacją – np. szkolenie personelu itp.;
2) inicjowane przez same firmy usługowe; są to innowacje o charakterze technologicznym lub nietechnologicznym wdrażane w firmie często ze względów strategicznych np. nowa formuła sklepów w firmach handlowych;
3) inicjowane przez klienta – innowacje te są odpowiedzią na jasno precyzowane potrzeby klienta firm usługowych np. transport *door to door*;
4) inicjowane poprzez usługi – kiedy firmy usługowe wpływają na proces innowacji mający miejsce w innej firmie-kliencie. Ten rodzaj innowacji odnosi się głównie do usług typu *business to business*. Firma usługowa dostarcza wiedzę, umiejętności i zasoby, które wspierają proces innowacyjny zachodzący jednak w większości w firmie-kliencie;
5) paradygmatyczne (*paradigmatic innovation*) – innowacje o charakterze kompleksowym, w których udział biorą zarówno dostawcy, klienci, jak i same firmy usługowe – np. zastąpienie naziemnego transportu publicznego podziemnym.

Klasyfikacja innowacyjności usług ze względu na inicjatora innowacji jest ważna z punktu widzenia poszukiwań możliwych źródeł innowacji usługowych.

Innowacje w usługach są rozpatrywane nie tylko z punktu widzenia nowych usług, ale również jako nowy sposób świadczenia usług obejmujący sposób kontaktu z klientem, kanał dystrybucji oraz lub/i nową formę organizacji działalności usługowej – w tym zmiany m.in. w zarządzaniu – i działalności marketingowej. Jednocześnie zakłada się, że zmiany te będą spełniały wymóg nowatorskości oraz przyniosą wymierne korzyści ekonomiczno-społeczne (Niedzielski i inni, 2008.). Wybrane innowacje w usługach zostały omówione poniżej.

http://rcin.org.pl

Innowacje w zakresie sposobu świadczenia usług

Innowacje w zakresie sposobu świadczenia usług są przede wszystkim wynikiem rozwoju technik informacyjno-telekomunikacyjnych (ICT). Zastosowanie ICT w sferze usług doprowadziło do przemian właściwie w każdej ich dziedzinie. Duża część usług może być świadczona częściowo bądź całkowicie na bazie sieci teleinformatycznej. Upowszechnienie się Internetu doprowadziło do znaczących zmian w świadczeniu usług handlowych. Powstały nowe ścieżki dystrybucji w postaci sieci internetowej, które sprzyjają zwiększaniu się rynków zbytu i umożliwiają znaczną obniżkę kosztów działalności gospodarczej. Internet odgrywa istotną rolę w bankowości, ubezpieczeniach, ale także w doradztwie, księgowości i innych usługach dla biznesu. Rozwój ICT spowodował także przemiany w sferze edukacji i administracji. Impulsem do rozwoju zdalnego nauczania stały się interaktywne techniki dostępu do zasobów informacyjnych Internetu i multimedia. Te same narzędzia i technologie umożliwiają automatyzację rutynowych czynności z zakresu administracji publicznej bez konieczności osobistego kontaktu urzędnika i petenta (Werner, 2003). Coraz większą rolę odgrywa także Internet w medycynie, zapewniając zarówno dostęp do informacji, jak i zdalne diagnozowanie oraz konsultacje medyczne (Dominiak, red., 2008). Rozwój ICT umożliwił najważniejszą innowację w zakresie form świadczenia usług – rozwój usług elektronicznych. Usługi elektroniczne (e-usługi) są świadczone za pomocą technologii informacyjno-telekomunikacyjnych, przy wykorzystaniu takich urządzeń jak komputer, telefon komórkowy oraz przy użyciu sieci Internet. Ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną definiuje ją jako „wykonanie usługi, które następuje za pomocą systemów teleinformatycznych na indywidualne żądanie usługobiorcy, bez jednoczesnej obecności stron" W myśl ustawy zatem, usługa elektroniczna to nowa forma realizacji (świadczenia) tradycyjnych usług przy zastosowaniu sieci Internet i narzędzi informatycznych. Technika elektroniczna umożliwia realizację świadczenia usługi bez konieczności bezpośredniego kontaktu między usługodawcą a klientem, co prowadzi do znaczącego ograniczenia roli odległości geograficznej w procesie świadczenia usług.

Usługi elektroniczne najczęściej klasyfikuje się ze względu na odbiorcę i ze względu na rodzaj świadczonych usług. Według pierwszego kryterium wyróżnia się elektroniczne usługi dla przedsiębiorstw oraz dla odbiorców indywidualnych. Według drugiego kryterium wyróżnia się następujące rodzaje usług elektronicznych:

– elektroniczna administracja (*e-government*) – świadczenie usług dla obywateli i przedsiębiorców oraz dostarczanie informacji publicznych za pomocą sieci Internet, poprzez zdalny dostęp do różnego rodzaju aktów prawnych, informacji m.in. na temat realizowanych przetargów, inwestycji oraz poprzez elektroniczną wymianę korespondencji;

http://rcin.org.pl

– handel elektroniczny (*e-commerce*) obejmuje kupno oraz sprzedaż towarów i usług w Internecie, przekazywanie zamówień i potwierdzeń oraz obsługę płatności bezgotówkowych. Najczęściej spotykaną formą *e-commerce* są sklepy internetowe;
– elektroniczna (zdalna) edukacja (*e-learning*) – nowoczesna forma edukacji oparta na technologiach informacyjnych, nauczanie na odległość z wykorzystaniem technik komputerowych i Internetu, wspomaganie dydaktyki za pomocą komputerów i sieci Internet. Pozwala na ukończenie kursu, szkolenia, studiów oraz wspiera tradycyjny proces nauczania;
– usługi medyczne na odległość (zdalna medycyna) (*e-health*) – to działania obejmujące profilaktykę zdrowotną, usługi zwiększające dostęp do opieki zdrowotnej, podnoszące jej jakość i efektywność;
– elektroniczna bankowość (*e-banking*) jest usługą oferowaną przez niektóre banki, umożliwiającą klientowi dostęp do jego rachunku, m.in. za pośrednictwem komputera i łącza telekomunikacyjnego. W zależności od banku i wykorzystywanego oprogramowania, może ona pozwalać jedynie na wgląd w stan konta i ewentualne uzyskanie ogólnych informacji na temat usług banku, lub również na dokonywanie operacji na rachunkach, takich jak przelewy czy zakładanie lokat;
– elektroniczny marketing (*e-marketing*) polega na wykorzystywaniu Internetu w celu promocji produktów lub usług za pomocą np.: wiadomości e-mail, bannerów reklamowych, promocyjnych stron www, biuletynów elektronicznych i innych;
– pozostałe rodzaje: elektroniczne ubezpieczenia, elektroniczna księgowość i inne.

Nowy sposób organizacji działalności usługowej

Innowacyjne rozwiązania w sferze organizacji i zarządzania są – podobnie jak w przypadku form świadczenia usług – wynikiem postępu w technice informacyjno-telekomunikacyjnej. Wykorzystanie ICT w działalności gospodarczej wpłynęło na rewolucyjne zmiany w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa, zwłaszcza w realizacji wielu funkcji usługowych. Postęp w stosowaniu i rozpowszechnianiu zaawansowanych technologii informacyjnych i łącznościowych zwiększyły możliwości przetwarzania i przesyłania danych, co umożliwiło wielu usługodawcom transgraniczne dostarczanie usług. Tam gdzie to możliwe kontakt osobisty jest zastępowany komunikacją na odległość (Kuźnar, 2008). Technologia IT i ujednolicenie programów komputerowych związanych z obsługą biznesu pozwoliły na standaryzację organizacji prac biurowych i obsługi finansowej firm, usług informatycznych, praktyk biznesowych, gromadzenia i przetwarzania danych, prowadzenia księgowości. Dzięki temu, że usługi biznesowe są standaryzowane, mogą być dostarczone do wielu firm w różnych krajach świata.

http://rcin.org.pl

Innowacje organizacyjne w sferze usług obejmują nie tylko zmiany w firmach sektora usługowego, ale dotyczą także działów usługowych funkcjonujących w ramach firm produkcyjnych. Do ważnych innowacyjnych metod zarządzania i organizacji przedsiębiorstw można zaliczyć outsourcing i offshoring.

Termin angielski *outsourcing* w tłumaczeniu dosłownym oznacza korzystanie ze źródeł zewnętrznych (*out* – zewnętrzny, *source* – źródło). Według M. Trockiego (2001, s. 13) outsourcing jest to „przedsięwzięcie, polegające na wydzielaniu ze struktury organizacyjnej przedsiębiorstwa macierzystego realizowanych przez nie funkcji i przekazanie ich do realizacji innym podmiotom gospodarczym". Koncepcja outsourcingu ma swoje źródła już w koncepcji łańcucha wartości Portera, w której słabe ogniwa mogą zostać zlecone do realizacji na zewnątrz, przyczyniając się w ten sposób do wzrostu efektywności przedsiębiorstwa (Kłos, 2007). Pozwala to firmie na koncentrację na strategicznych działalnościach (*core business*), a działalności pomocnicze przekazywane są do realizacji podmiotom zewnętrznym specjalizującym się w określonych działalnościach. Od zwykłego zlecenia różni się tym, że zazwyczaj wiąże się z nawiązaniem długotrwałej współpracy partnerskiej. Outsourcing dotyczy tych funkcji, za które odpowiedzialność prawną i ekonomiczną nadal ponosi podmiot, który przekazuje te funkcje do realizacji innemu podmiotowi, natomiast w przypadku kooperacji odpowiedzialność podmiotów kooperujących jest określana w kontraktach i może być rozłożona pomiędzy podmioty kooperujące (Oleński, 2005). S. Illeris (1996) i K. Zimniewicz (2000) za główny powód zastosowania outsourcingu w przedsiębiorstwach uznają obniżenie kosztów, wynikające z realizacji funkcji przedsiębiorstw przez firmy wyspecjalizowane. W szczególności dotyczy to: efektów zewnętrznych (w tym przeniesienia kosztów transakcji), możliwości dostosowania się do wahań popytu (zwiększenie elastyczności działania) i przeniesienia kosztów związanych z rozwojem know-how na inne firmy, np. zakup gotowych rozwiązań (Mielcarek, 2008). Przedmiotem outsourcingu usług biznesowych (BPO) może stać się wiele funkcji i procesów, które nie wymagają bezpośredniego kontaktu między usługodawcą a usługobiorcą i mogą być przekazywane drogą elektroniczną. B. Liberska (2008) wyróżnia pięć grup usług:

1) związane z obsługą klienta (centra kontaktowe) w systemie przez całą dobę i we wszystkie dni w roku; obejmuje m.in. reklamacje, rezerwacje, sprzedaż, prenumeraty, obsługę kart kredytowych, telemarketing, sprawdzanie rachunków, rezerwacje hoteli, biletów;
2) prace administracyjne i biurowe (*Back–office*), w tym gromadzenie danych i ich przetwarzanie, transakcje płatnicze, usługi finansowe, wystawianie faktur, listy płac, zarządzanie zasobami ludzkimi, podatki i inne usługi wspierające operacje biurowe;
3) usługi profesjonalne, w tym finansowe, prawnicze, księgowe, architektoniczne, multimedialne i inne;

http://rcin.org.pl

4) usługi bezpośrednio związane z technologią IT, tj. usługi komputerowe, instalowanie i doskonalenie oprogramowania, utrzymanie sieci, tworzenie systemów integrujących, obsługa stron internetowych, bezpieczeństwo i inne;
5) usługi związane ze sferą badawczo-rozwojową.

Obok outsourcingu ważną innowacją organizacyjną jest tzw. offshoring. „O ile outsourcing jest strategią przedsiębiorstwa polegającą na wydzieleniu z jego działalności ważnych, choć nie kluczowych procesów i powierzeniu ich realizacji zewnętrznej firmie, to offshoring jest strategią rozwoju opartą na relokacji określonej części działalności na teren innego kraju. Często te dwa procesy przenikają się wzajemnie, co znajduje odzwierciedlenie w łączeniu ich w jedno zjawisko. Szczególną tego formą jest *offshore outsourcing*, który ma miejsce wówczas, gdy część działalności macierzystej jest przeniesiona do innego kraju i wykonywana przez firmę zewnętrzną" (Maleszyk, 2009). Offshoring wyraża więc przeniesienie funkcji organizacyjnych do innego kraju niezależnie od tego czy praca pozostaje w tym samym przedsiębiorstwie czy nie. Offshoring usług jest sposobem dla wielu firm, zwłaszcza międzynarodowych na redukcję kosztów, poprawę jakości usług, a w konsekwencji zwiększenie konkurencyjności firm. E. Maleszyk (2009, s. 200) zauważa, że w literaturze i praktyce wyróżnia się dwie podstawowe klasyfikacje offshoringu procesów biznesowych – ze względu na: (1) rodzaj prowadzonej działalności: centra kontaktowe lub koordynacji, badawczo-rozwojowe, usług wspólnych oraz (2) typ wydzielonego procesu: procesy wspomagające bezpośredni kontakt z klientami, procesy sprzedaży (kontrakty, telemarketing) procesy wspomagające obsługę klienta (pomoc techniczna, *call center*) procesy wewnętrzne, procesy obsługi łańcucha dostaw (logistyka i dystrybucja) procesy związane z funkcjonowaniem firmy macierzystej (HR, finanse, IT, R&D, design). Jak zauważa E. Banachowicz (2008) globalna konkurencja powoduje, że coraz więcej firm wykorzystuje strategię offshoringu usług jako drogę zmniejszania kosztów i skoncentrowania się na kluczowej z punktu widzenia przyszłości dziedzinie.

Zjawiska outsourcingu i offshoringu usług występują w największym zakresie w dwóch rodzajach usług: IT i usługach biznesowych (BPO). Według K. Rybińskiego (2008) czynniki, które zapoczątkowały proces rozwoju outsourcingu i offshoringu można podzielić na trzy grupy: (1) regulacyjne (np. liberalizacja rynków usługowych); (2) technologiczne (np. spadek cen transportu i kosztów połączeń długodystansowych, szybki rozwój ICT, a w szczególności uruchomienie Internetu); (3) ekonomiczne (niższe koszty przede wszystkim pracy, ale także ziemi, nieruchomości, energii i innych czynników produkcji).

Do innowacji organizacyjnych zaliczyć można również tworzenie tzw. Centrów Usług Wspólnych (CUW) (ang. *Shared Services Center*). Centra Usług Wspólnych są niezależnymi, wyodrębnionymi organizacyjnie jednostkami realizującymi funkcje wsparcia korporacji, stosując zoptymalizowane i wystanda-

http://rcin.org.pl

ryzowane procesy (Banachowicz, 2008). Tworzone są one przez międzynarodowe korporacje w celu lepszego przepływu informacji oraz obniżenia kosztów obsługi procesów wsparcia. W Centrach Usług Wspólnych obsługa realizowana jest w jednej lokalizacji dla wielu krajów, przez podmiot wewnętrzny korporacji (czym różni się od outsourcingu), najczęściej w zintegrowanym systemie informatycznym. CUW najczęściej świadczą usługi finansowe, zarządzania zasobami ludzkimi, technologii informacyjnych, zaopatrzenia i logistyczne, call-center, badawczo-rozwojowe. Przykładami CUW zlokalizowanych w Polsce są: MAN Accounting Center (MAC) zajmujące się obsługą finansową, księgową i wsparciem procesów zakupowych dla przedstawicielstw grupy MAN[3] w Polsce i innych krajach Europy (Poznań) czy też IT Centrum, świadczące usługi w zakresie obsługi informatycznej dla zakładów koncernu farmaceutycznego GSK zlokalizowanych w Europie i poza nią (Poznań).

Innowacje w usługach a innowacje w przemyśle

W literaturze przedmiotu można zauważyć trojakie podejście do analizy innowacyjności w sferze usług (por. Coombs i Miles, 2000; Drejer, 2003). Pierwsze z nich, reprezentowane przez m.in. F. Gallouj i O. Weinsteina (1997), postuluje podejście jednakowe z ukształtowaną już metodologią badań innowacji w procesach produkcyjnych. W literaturze przedmiotu podejście to określa się jako asymilujące (*assimilation approach*). Według drugiego podejścia rozwinięta już metodologia badań w produkcji przemysłowej, po odpowiednim dostosowaniu do specyfiki usług, może stać się podstawą do sformułowania koncepcji innowacji w sektorze usług (podejście syntezujące – *synthesis approach*). Według trzeciego podejścia, które przeważa w literaturze, niezbędne jest specjalne podejście do innowacji w usługach. Podejście to nazywa się rozgraniczającym (*demarcation approach*). Według niego innowacje w usługach w znacznym stopniu różnią się od innowacji w przemyśle i w związku z tym wymagają nowych teorii i instrumentów badawczych (Bernardt, 2000; *Promoting...*, 2000).

Według A. Tokarz (2009), podstawową różnicą pomiędzy procesem innowacji w przedsiębiorstwach przemysłowych i usługowych jest jego długość i złożoność. Przemysł najczęściej absorbuje nową myśl techniczną poprzez wdrożenie nowych technologii do produkcji. Zmiana w sektorze usług zwykle nie kończy się na wprowadzeniu nowej technologii, polega bowiem na dalszych przekształceniach, doskonaleniu i dopasowywaniu do potrzeb klientów. W przedsiębiorstwach usługowych kluczową rolę w procesach innowacyjnych mają zasoby ludzkie. J. De Jong i inni (2003) najważniejsze różnice pomiędzy innowacyjnością rozpatrywaną w sferze usług i produkcji przemysłowej rozpatrują w trzech aspektach: (1) przedmiot innowacji, (2) stopień nowatorstwa, (3) wymiar nowo-

[3] Międzynarodowa Grupa MAN zajmuje się produkcją pojazdów.

http://rcin.org.pl

czesności. Rozpatrując przedmiot innowacji w przemyśle, wyróżnia się najczęściej innowacje produktowe i procesowe, w usługach zaś granica ta ulega zatarciu. Innowacje produktowe i procesowe następują bardzo często jednocześnie. Poza tym nowe usługi są często wspierane przez nowe sposoby dystrybucji, kontroli jakości i kontaktu z klientem. W odniesieniu do stopnia nowatorstwa, w sektorze usług przeważają innowacje o niższym stopniu nowatorstwa, w których cechy są jedynie zastępowane lub dodawane bez zmieniania istoty usługi. Wymiar nowoczesności może sprowadzać się do pojmowania innowacji jako nowej usługi w firmie – proces ten zachodzi najczęściej poprzez adaptację usług już istniejących na rynku lub wprowadzanie zupełnie nowej usługi. W sektorze usług oba wymiary nowoczesności często występują równolegle.

Podsumowując, można stwierdzić, że specyfika innowacji usługowych polega na tym, że zazwyczaj obejmuje ona niewielkie zmiany, które często są adaptacją zmian wcześniej wprowadzonych przez inne firmy usługowe (De Jong i inni, 2003)(tab. 1).

Pomiar innowacyjności usług

F. Gallouj i O. Weinstein (1997) zwracają uwagę, że analiza innowacyjności usług jest trudna z dwóch przyczyn. Po pierwsze, zagadnienie innowacyjności usług zostało rozwinięte na bazie innowacji technologicznych w działalnościach produkcyjnych. Po drugie, specyfika działalności usługowej powoduje duże trudności w pomiarze przy wykorzystaniu tradycyjnych metod ekonomicznych (np. produktywności). Trudności te są podstawą dwóch nurtów badań innowacyjności w usługach. Pierwsza grupa skupia się na analizie wprowadzania nowych urządzeń i systemów technicznych w firmach usługowych. W nurcie tym analizuje się wpływ technologii (przede wszystkim informacyjnych) na usługi. Na uwagę zasługuje tu teoria Reverce Produkt Circle przedstawiona przez R. Barrasa (1990). Drugi nurt badań skupia się na nietechnologicznych formach innowacji (Gallouj i Weinstein, 1997). Dodatkowa trudność polega na tym, że działalność innowacyjna w sektorze usług ma często charakter procesu ciągłego i składa się z serii przyrostowych zmian w obrębie produktów i procesów. Może to niekiedy utrudniać rozpoznawanie innowacji w sektorze usług w kategoriach pojedynczych wydarzeń, tzn. jako wdrożenie znaczącej zmiany w produktach, procesach lub innych metodach (*Podręcznik Oslo*, 2008).

Badania nad miernikami innowacyjności zostały zapoczątkowane w latach 1960., kiedy to powstała pierwsza wersja *Proposal Standard Practise for Surveys of Research and Development – Frascati Manual* opracowana przez OECD. Obecnie seria podręczników Frascati obejmuje m.in. także podręcznik *Oslo Manual* (wydawany od 1992 r., zob. *Podręcznik Oslo...*, 2008) zajmujący się metodologią badań nad innowacjami oraz *Bogota Manual* (innowacje w krajach rozwijających się). Zawarta w *Podręczniku* metodologia stanowi obecnie stan-

http://rcin.org.pl

Tabela. 1. Różnice między innowacyjnością usług i przemysłu
Differences between the innovativeness of services and industry

Źródło *Source*	Różnice między innowacyjnością usług i przemysłu *Differences between the innovativeness of services and industry*
E. Brouwer (1997)	• Innowacje w usługach nie wymagają tak dużego wsparcia sfery B+R jak przemysł. *Innovations in services do not require as much R&D support as industry* • Firmy usługowe są mniej skłonne inwestować w środki trwałe w celu wspierania innowacji *Service firms are less inclined to invest in fixed assets to support innovations* • Firmy usługowe wydają mniej pieniędzy na kupno patentów i licencji *Service firms spend less money on the purchase of patents and licences*
K. Atuahene-Gima (1996)	• Innowacje w usługach są łatwiejsze do naśladowania *Innovations in services are easier to imitate* • Znaczenie zasobów ludzkich w procesie tworzenia innowacji jest znacznie większe w usługach niż w przemyśle *Importance of human resources in creating innovations is much higher in services than in industry*
R.G. Cooper, U. Brentani (1991)	• W rozwoju innowacyjności usług mniejsze znaczenie ma technologia *In the development of service innovativeness, technology plays a minor role*
G. Sirilli, R. Ewangelista (1998)	• Główną barierą w rozwoju innowacyjności usług jest brak dobrze wykształconej siły roboczej *The chief barrier to the development of service innovativeness is lack of well-educated labour force* • Kluczowe znaczenie mają aspekty organizacyjne *Of key importance are organisational aspects*
OECD 2000	• Innowacje w usługach nie są ograniczone do zmian we właściwościach produktu - obejmują również zmiany w procesie dostarczania usług oraz kontaktów z klientami *Innovations in services are not restricted to changes in the properties of a product; they also include changes in the process of service provision and contacts with clients*

Opracowanie na podstawie DeJong i inni (2003).

Prepared on the basis of DeJong et al. (2003).

http://rcin.org.pl

dard pomiaru innowacyjności. W świetle zaleceń *OECD...* (1997) kluczowym pojęciem są innowacje technologiczne. W kolejnym wydaniu *OECD...* (2005) obok innowacji produktowych i procesowych wymienia się również innowacje nietechnologiczne, tj. organizacyjne i marketingowe. Według OECD innowacje nietechnologiczne – to wszelka działalność innowacyjna przedsiębiorstw, która nie jest związana z opracowywaniem i wprowadzaniem na rynek nowych bądź istotnie zmienionych wyrobów i usług lub wdrażaniem nowych lub istotnie zmienionych procesów. Obejmuje ona głównie innowacje organizacyjne i menedżerskie takie jak wdrażanie zaawansowanych technik zarządzania oraz innowacje marketingowe (Tokarz, 2009). W podręczniku przyjęto założenie, że zmiany o charakterze usługowym można uznać za innowacje tylko wtedy, gdy wywierają one pozytywny, dający się zmierzyć wpływ na wyniki przedsiębiorstwa – np. wzrost produktywności czy sprzedaży.

Zalecenia OECD przedstawione w podręczniku z 1997 r. i z lat późniejszych zostały przyjęte za podstawę Community Innovation Survey (CIS). Jest to międzynarodowy cykl badań ankietowych, zainicjowany przez Komisję Europejską, przeprowadzanych cyklicznie od 1993 r. CIS jest głównym europejskim źródłem danych na temat innowacyjności. European Innovation Score Board (Europejska Tablica Wyników w Dziedzinie Innowacji) – to drugie obok programu „Community Innovation Survey" (CIS) źródło informacji nt. szeroko rozumianej działalności innowacyjnej przedsiębiorstw europejskich, bazujące zresztą w dość istotnej części na danych pochodzących z badań tego programu. Jest to przedsięwzięcie wdrożone przez Komisję Europejską w ramach realizacji projektu „Trend Chart on Innovation Policy In Europe", zwane w skrócie EIS. Obecnie projekt Trend Chart został zastąpiony przez projekt „PRO INNO Europe". W Polsce badania nad innowacyjnością w sektorze usług według metodologii OECD są prowadzone przez GUS od 2000 r. (Tokarz, 2009).

Według metodologii *Podręcznika Oslo* pomiary innowacyjności należy wykonywać w układzie: działalność badawcza i prace rozwojowe oraz działania podejmowane na potrzeby innowacji. W analizie działalności badawczo-rozwojowej najczęściej wykorzystuje się wskaźniki GERD (nakłady krajowe na działalność B+R) w przeliczeniu na mieszkańca lub w relacji do PKB. Nakłady na działalność naukowo-badawczą analizuje się w podziale na nakłady wewnętrzne i zewnętrzne. Działania podejmowane na potrzeby innowacji mierzone są nabyciem praw do korzystania z patentów, znaków towarowych, know how i innych typów wiedzy od innych przedsiębiorstw i instytucji naukowych (z wyjątkiem B+R) oraz nabyciem zaawansowanych maszyn i urządzeń, sprzętu lub oprogramowania komputerowego itd., które są konieczne do wdrożenia innowacji (np. wydatki na zakup ICT). Efekty działalności innowacyjnej mogą być mierzone np. udziałem sprzedaży produktów nowych w całkowitych obrotach firmy, udziałem wartości dodanej w produkcji sektora wysokiej techniki czy relacją eksportu wyrobów wysokiej techniki do wartości eksportu ogółem. Choć metodologia

http://rcin.org.pl

pomiaru zaproponowana przez autorów *Podręcznika Oslo* jest często krytykowana ze względu na zastosowanie jednakowych narzędzi do pomiaru innowacyjności działalności produkcyjnej i usługowej (patrz Rogoziński, 2004), to na razie nie wypracowano nowej, powszechnie stosowanej metodologii pomiaru innowacyjności usług.

Podsumowanie

Znaczenie innowacji w sektorze usług oraz wkład tego sektora we wzrost gospodarczy rośnie, co stało się przyczynkiem do podjęcia szeregu studiów nad innowacjami w obrębie usług (de Jong i inni, 2003; Hauknes, 1998; Howells i Tether, 2004; Miles, 2005). Mimo rozbieżności w poglądach dotyczących istoty oraz metod analizy innowacji usługowych, w literaturze przedmiotu panuje zgodność co do rosnącego ich znaczenia w rozwoju społeczno-gospodarczym. W sferze usług najważniejszą rolę odgrywają innowacje nietechnologiczne, w tym przede wszystkim organizacyjne.

Innowacyjność usług można rozpatrywać w aspekcie nowych usług, nowego sposobu świadczenia usług oraz nowego sposobu organizacji przedsiębiorstwa. Wśród innowacji organizacyjnych, poza outsourcingiem i offshoringiem, na uwagę zasługuje, zdaniem autorki, także koncepcja Centrów Usług Wspólnych, mająca praktyczne zastosowanie w coraz większej liczbie korporacji, i będąca tematem coraz większej liczby publikacji naukowych. W artykule nie wyczerpano zagadnienia innowacji organizacyjnych, zwrócono jedynie uwagę na niektóre aspekty innowacyjności usług, m.in. na usługi elektroniczne jako nowe formy świadczenia usług, oraz outsourcing i offshoring jako innowacyjne formy organizacji. Pominięto analizę szeregu innych innowacji, w tym organizacyjnych dotyczących procesu zarządzania, marketingu i dystrybucji. Tematyka ta jest stosunkowo często podejmowana w literaturze ekonomicznej (m.in. Rogoziński, 2000b).

Innowacyjność usług nabiera szczególnego znaczenia w aspekcie rosnącej konkurencyjności przedsiębiorstw, która wymusza podejmowanie innowacyjnych przedsięwzięć. Według S. Flejterskiego i innych (2005) dalszy rozwój działalności usługowej postępować będzie właśnie w kierunku wzrostu konkurencyjności, między innymi poprzez outsourcing oraz offshoring.

Piśmiennictwo

Atuahene-Gima K., 1996, *Differential potency of factors affecting innovation performance in manufacturing and services firms in Australia*, Journal of Product Innovation Management, 13, s. 35–52.

Banachowicz E., 1998, *Czy firma wszystko musi robić sama? Outsourcing w strategii zarządzania instytucją*, Manager, 9, s. 17.

http://rcin.org.pl

–, 2008, *Centra usług wspólnych. Stan obecny i perspektywy rozwojowe*, [w:] A. Szymaniak (red.), *Globalizacja usług, outsourcing, offshoring i shared services centres*, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa, s. 313–326.

Barras R., 1986, *Towards a theory of innovation in services*, Research Policy, 15, 4, s. 161–173.

–, 1990, *Interactive innovation in financial and business services: The Vanguard of the service revolution*, Research Policy, 19, 3, s. 215–237.

Bernardt Y., 2000, *De innovativiteit van de Nederlandse dienstensector*, EIM Business & Policy Research, Zoetermeer.

Brouwer E., 1997, *Into Innovation: Determinants and Indicators*, University of Amsterdam, Drukkerij Elinkwijk, Utrecht.

Clark C., 1940, *The Conditions of Economic Progress*, Macmillan, London.

Coombs R., Miles I., 2000, *Innovation, measurement and services: the new problematique*, [w:] J.S. Metcalfe, I. Miles (red.), *Innovation Systems in the Service Economy, Measurement and Case Study Analysis*, Kluwer Academic Publishers, Boston, s. 85–103.

Cooper R.G., de Brentani U., 1991, *New industrial financial services: what distinguishes the winners*, Journal of Product Innovation Management, 8, 2, s. 75–90.

Cyrek M., 2008, *Poziom rozwoju sektora usług w Polsce w układzie międzywojewódzkim*, [w:] A. Panasiuk, K. Rogoziński (red.), *Usługi w Polsce – nauka, dydaktyka i praktyka wobec wyzwań przyszłości*, Tom I, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, 497, Ekonomiczne Problemy Usług, 20, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, s. 239–245.

Daniels P.W., 1993, *Services Industries in the World Economy*, Blackwell, Oxford.

Daszkowska M., 1998, *Usługi. Produkcja, rynek, marketing*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

De Jong, J.P.J., Bruins, A.., Dolfsma, W., Meijaard, J., 2003, *Innovation in Service Firms Explored: What, How and Why?*, EIM Business & Policy Research, Zoetermeer.

Dominiak J. (red.), 2008, *Przemiany w sferze usług w Polsce*, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.

Drejer I., 2003, *Identifying innovation in surveys of services: a Schumpeterian perspective*, Research Policy, 33, 3, s. 551–562.

Fisher A.G.B., 1935, *The Clash of Progress and Security*, Macmillan, London.

Flejterski S., Panasiuk A., Perenc J., Rosa G., 2005, *Współczesna ekonomika usług*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Gadrey J., 1992, *L' Economie des services*, La Decouverte, Paris.

Gallouj F., Weinstein O., 1997, *Innovation in services*, Research Policy, 26, 4–5, s. 537–556.

Hauknes J., 1998, *Services in Innovation, Innovation in Services*, SI4S Final Report, Studies in Technology, Innovation and Economic Policy (STEP) Group, Oslo.

Hertog P., 2000, *Knowledge-intensive business services as co-producers of innovation*, International Journal of Innovation Management, 4, 4, s. 491–528.

Hill T.P., 1977, *On goods and services*, Review of Income and Wealth, 23, 4, s. 315–338.

Howells J.R.L., Tether B.S., 2004, *Innovation in Services: Issues at Stake and Trends – A Report for the European Commission"*, INNO-Studies 2001: Lot 3 (ENTR-C/2001), Brussels, www.archive.europeinnova.eu (portal Europe Innova, 12.04.2011).

Illeris S., 1996, *The Service Economy. A Geographical Approach*, John Wiley & Sons, Chichester-New York-Brisbane-Singapore.

Ilnicki D., 2009, *Przestrzenne zróżnicowanie poziomu rozwoju usług w Polsce. Teoretyczne i praktyczne uwarunkowania badań*, Rozprawy Naukowe Instytutu Geografii i Rozwoju Regionalnego Uniwersytetu Wrocławskiego, 11, Wrocław.

http://rcin.org.pl

Jakubowicz E., 1993, *Podstawy metodologiczne geografii usług*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.

–, 2000, *Rola usług „nowych" w przekształceniach systemu miast regionu dolnośląskiego*, [w:] J. Słodczyk (red.), *Społeczne, gospodarcze i przestrzenne przeobrażenia miast*, Uniwersytet Opolski, Opole, s. 177–186.

Kłos M., 2007, *Outsourcing – koncepcja wzmocnienia konkurencyjności*, [w:] T. Bernat (red.), *Przedsiębiorstwo i państwo – wybrane problemy konkurencyjności*, Katedra Mikroekonomii Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, s. 19–29.

Kuźnar A., 2008, *Długofalowe tendencje wzrostu roli usług w handlu międzynarodowym*, [w:] A. Szymaniak (red.), *Globalizacja usług, outsourcing, offshoring i shared services centres*, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa, s. 101–124.

Liberska B., 2008, *Globalizacja a offshoring usług sektora IT*, [w:] A. Szymaniak (red.), *Globalizacja usług, outsourcing, offshoring i shared services centres,* Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa, s. 237–254.

Maleszyk E., 2009, *Outsourcing i offshoring – światowe tendencje w polskim sektorze usług*, [w:] B. Słomińska (red.), *Usługi w Polsce 2006–2008*, Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur, Warszawa, s. 198–203.

Matusiak K.B. (red.), 2008, *Innowacje i transfer technologii. Słownik pojęć*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa.

Mielcarek P., 2008, *Uwarunkowania zastosowania outsourcingu w działalności gospodarczej*, [w:] J. Dominiak (red.), *Przemiany w sferze usług w Polsce*, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.

Miles I., 2000, *Services innovation: coming of age in the knowledge-based economy'*, International Journal of Innovation Management, 4, 4, s. 371–389.

–, 2005, *Innovation in services*, [w:] J.Fagerberg, D. Mowery, R.R. Nelson (red.), *The Oxford Handbook of Innovation*, Oxford University Press, Oxford, s. 433–458.

Niedzielski P., Rychlik K., Markiewicz J., 2008, *Innowacyjność przedsiębiorstw sektora usług – nowe ścieżki rozwoju. Materiały IV Konferencji Naukowej z cyklu: Wiedza i Innowacje, Fundusze Unijne w rozwoju nauki i gospodarki, Uniwersytet Jagielloński, Kraków*, http://www.instytut.info/IVkonf/referaty/Niedzielski.pdf (strona Instytutu Wiedzy i Innowacji, 12.04.2011).

Nowosielska E., 1994, *Sfera usług w badaniach geograficznych: główne tendencje rozwojowe ostatniego dwudziestolecia i aktualne problemy badawcze*, Zeszyty IGiPZ PAN, 22, Warszawa.

–, 2000, *Sektor usług w aglomeracji warszawskiej 1992–1997: przemiany strukturalne i tendencje rozwoju*, Dokumentacja Geograficzna, 17, IGiPZ PAN, Warszawa.

OECD Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data – Oslo Manual, 1992, 1997, 2005, OECD/Eurostat, Paris.

Oleński J., 2005, *Outsourcing w e-administracji. Korzyści ekonomiczne i granice outsourcingu w e-administracji*, www.e-administracja.org.pl/baza_wiedzy/, 10.04.2011.

Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji, 2008, Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Warszawa (tłumaczenie *OECD... Oslo Manual*, 2005, OECD/Eurostat, Paris).

Promoting Innovation and Growth in Services, 2000, Organisation for Economic Cooperation and Development, Paris.

Puślecki Z., 2008, *Nowoczesne formy świadczenia usług w skali międzynarodowej. Wprowadzenie do problematyki*, [w:] A. Szymaniak (red.), *Globalizacja usług, outsourcing, offshoring i shared services centres*, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa, s. 155–168.

Rogoziński K., 2000a, *Usługi rynkowe*, Wydawnictwo AE, Poznań.

http://rcin.org.pl

–, 2000b, *Nowy marketing usług*, Wydawnictwo AE, Poznań.
–, 2004, *Innowacyjność i nowa taksonomia usług*, Wiadomości Statystyczne, 4, 1, s. 43–55.
Rogoziński K. (red.), 2000, *Transformacja w usługach. Sektor usług w Polsce w latach 1990–1999*, Wydawnictwo AE, Poznań.
Rostropowicz P., 2002, *Wybrane zagadnienia dotyczące rozwoju sektora usług,* [w:] *Materiały konferencji naukowej: „Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy"*, 26–28 IX 2002 r., Rzeszów, www.univ.rzeszow.pl/nauka/konferencje (strona internetowa Uniwersytetu Rzeszowskiego, kwiecień 2011 r.).
Rybiński K., 2008, *Outsourcing i offshoring usług. Siatka pojęć, trendy i bariery rozwojowe*, [w:] A. Szymaniak (red.), *Globalizacja usług, outsourcing, offshoring i shared services centres*, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa, s. 169–188.
Schumpeter J.A., 1960, *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa.
Sirilli G.,. Evangelista R ., 1998, *Technological innovation in services and manufacturing; Results from an Italian study'*, Research Policy, 27, 9, s. 881–899.
Tokarz A., 2009, *Zasoby ludzkie jako determinanta innowacyjności przedsiębiorstw usługowych*, Materiały konferencji: Zarządzanie organizacjami usługowymi, Poznań http://www.uslugi.ue.poznan.pl/file/129_462938426.doc (12.04.2011).
Trocki M., 2001, *Outsourcing. Metoda restrukturyzacji działalności gospodarczej*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
Werner P., 2003, *Geograficzne uwarunkowania rozwoju infrastruktury społeczeństwa informacyjnego w Polsce*, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych UW, Warszawa.
Werwicki A., 1998, *Zmiany paradygmatu geografii usług*, Przegląd Geograficzny, 70, 3-4, s. 249–267.
Zimniewicz K., 2000, *Współczesne koncepcje i metody zarządzania*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.

[Wpłynęło: sierpień 2010; poprawiono: kwiecień 2011 r.]

JOANNA DOMINIAK

INNOVATION IN SERVICES

The discussion held in the recent years about innovativeness in services results on the one hand from their growing role in the economy, and on the other form the growing significance of innovation as the main factor underpinning the socio-economic development of states and regions. Seen until recently as merely a consumer of innovation, the service sector has started to play an increasingly active role in the innovation system. The innovative measures taken in the services sector have been forced by that sector's development, and the ever stiffer competition on the market. This intensified competition forced enterprises to introduce organisational changes, like externalisation of services rendered, outsourcing, and the establishment of shared service centres to minimise operating costs. A further significant aspect of organisational change involves the development of new forms of provision of traditional services using computer techniques and the Internet (electronic services), e.g. electronic administration, e-learning, or e-commerce. The changes that have occurred in services are the result of the application of innovation, understood not only in terms of technology, but also – perhaps primarily - in non-technological terms (cf. Gallouj and Weinstein, 1997; De Jong *et al.,* 2003; Niedzielski *et al.,* 2008).

http://rcin.org.pl

The primary aim of this article is to systematise cosideration of the innovation in services on the basis of a survey of relevant Polish and foreign literature. The article on publications in the fields of the economy and socio-economic geography discusses the notion of service innovation, a typology of innovation in services, differences between innovation in the manufacturing and the service sector, and the methodology of service innovation measurement

The significance of innovation in the service sector and the contribution of this sector to economic growth keeps rising, a fact that has prompted several studies of innovation in services (de Jong *et al.,* 2003; Hauknes, 1998; Howells and Tether, 2004; Miles, 2005). Despite differences of opinion about the essence and methods of analysis of service innovation, there is agreement in the literature as to its growing importance in socio-economic development. A survey of the literature leads to the conclusion that innovation in services can be viewed in terms of new services, new means of service provision, and new ways of organising enterprises. Innovations in service provision are primarily an effect of the development of information and telecommunications technologies (ICT), which have made possible the most important innovation in the form of service provision: electronic services. Electronic services (e-services) are the kind of services delivered with the help of ICT via such facilities as the computer, the cellular (mobile) phone, and the Internet. Innovative solutions in organisation and management are also a result of advances in, and the diffusion of. ICT. They have greatly expanded the possibilities for the processing and transmitting of data, which has allowed many providers to deliver their services across borders. Among important innovative methods in the management and organisation of enterprises are outsourcing and offshoring. Also worth noting among other innovations is the concept of shared service centres, which finds practical application in a growing number of corporations, and is a subject of an ever greater number of scientific publications.

The literature offers three approaches to the analysis of innovation in services (cf. Combs and Miles, 2000; Drejer, 2003). One, represented by e.g. Gallouj and Weinstein (1997), opts for a uniform approach employing already-developed methodology for the study of innovation in manufacturing processes. This is termed an assimilation approach. In line with the second approach, the already-developed methodology of research on industrial production, after adjustment for the specificity of services, can provide a basis for a conceptualisation of innovation in the services sector (a synthetic approach). A third approach, prevailing in the literature and termed the demarcation approach, claims that innovation in services requires a separate methodology. Innovation in services differs considerably from innovation in industry, hence it may need new theories and research instruments (Bernardt 2000, OECD 2000).

Studies of innovation measures were initiated in the 1960s with the first version of the *Frascati Manual: Proposed Standard Practise for Surveys on Research and Experimental Development*, prepared by the OECD. Today the standard of innovation measures is supplied by the methodology presented in the Oslo Manual. The OECD recommendations included in the 1997 and later versions of the manual have been adopted as a basis for a Community Innovation Survey (CIS). This is international survey research carried out by the European Commission cyclically since 1993. The CIS is the chief European source of data on the innovation activity of European enterprises as broadly understood. Another is the European Innovation Score Board, which relies on CIS data.

http://rcin.org.pl