

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 353

Usługi 2014

**Sektor usług – uwarunkowania
i tendencje rozwoju**

Redaktorzy naukowci

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 Pięglowski: 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 Pięglowski: 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

Martyna Kostrzewa, Grzegorz Zieliński

Politechnika Gdańska

SPECYFIKA PROCESÓW LOGISTYCZNYCH W DZIAŁALNOŚCI USŁUGOWEJ

Streszczenie: W niniejszym opracowaniu zaprezentowano podstawowe aspekty działalności usługowej, w tym główne różnice wobec działalności wytwórczej, rodzaje i typy definicji oraz czynniki mające wpływ na ich kształt i rozwój. Kluczową częścią opracowania jest identyfikacja procesów logistycznych oraz ich adaptacja do potrzeb działalności usługowej. Autorzy zaprezentowali to podejście z wykorzystaniem obserwacji przeprowadzonych w dwóch wybranych branżach usługowych. Wybrane zostały: branża gastronomiczna i hotelarska jako jedne z podstawowych obszarów usługi turystycznej. Ich specyfika posłuży do zidentyfikowania kluczowych cech charakterystycznych dla procesów logistycznych w działalności usługowej. Zróżnicowane podejście do procesów logistycznych wynika z konieczności uwzględnienia cech charakterystycznych dla usługi w odniesieniu do działalności wytwórczej. Stąd też autorzy odwołują się do tych cech w analizach specyfiki procesów logistycznych.

Słowa kluczowe: usługi, logistyka, proces.

DOI: 10.15611/pn.2014.353.09

1. Wstęp

Doskonalenie podmiotów gospodarczych związane jest z koniecznością podejmowania prób wprowadzania działań optymalizacyjnych w różnych obszarach ich funkcjonowania. Jednym z nich jest obszar logistyki. Zarówno w kontekście zaopatrzenia, dystrybucji, jak i logistyki przemysłowej stanowi to bez wątpienia jeden z podstawowych obszarów funkcjonowania przedsiębiorstw produkcyjnych. Jednakże w firmach usługowych procesy logistyczne nie są bez znaczenia. Istotne jest uświadomienie sobie zasadniczych różnic tego typu działalności w odniesieniu do działalności wytwórczych, a następnie podjęcie prób adaptacji kluczowych procesów logistycznych do potrzeb działalności usługowej. Autorzy niniejszego opracowania postawili sobie następujący problem badawczy – jak podstawowe procesy logistyczne występujące w działalności wytwórczej będą przyjmować specyficzny charakter w przypadku ich adaptacji do działalności usługowej. Stąd też celem niniejszego opracowania jest prezentacja adaptacji procesów logistycznych do potrzeb działalności usługowej z wykorzystaniem badań przeprowadzonych w wybranych podmiotach usługowych.



2. Pojęcie, charakter i geografia usług

W literaturze przedmiotu występuje wiele definicji usług prezentujących w zróżnicowany sposób ich treść i znaczenie. Kluczowym odniesieniem jest uwypuklenie niematerialnego charakteru usługi, co z reguły jest prezentowane w odniesieniu do działalności wytwórczej. Przykładem takich definicji jest m.in. definicja R. Maleriego, który twierdzi, że usługa jest niematerialnym wyjściem z kombinacji czynników¹. Precyzyjniej ujmuje to J. Gerhardt, według którego „usługi to niematerialne dobra z procesów wejścia-wyjścia”². Tego typu podejście widoczne jest zarówno w przypadku literatury światowej³, jak i krajowej⁴. Jednakże nie tylko odwołanie do aspektów niematerialnych usługi stanowi podstawę definiowania jej specyfiki. Zwraca się bowiem uwagę na wiele innych cech, co znajduje odzwierciedlenie w różnorodnym definiowaniu usługi. Tym samym główne cechy różnicujące usługi w odniesieniu do wyrobów materialnych, na które zwraca się uwagę w literaturze przedmiotu, to przede wszystkim⁵: niematerialność, nierozdzielność, nietrwałość, różnorodność, jakość, lokalizacja placówek usługowych czy też brak możliwości transportu.

Przytoczone wcześniej cechy przewijają się w opracowaniach i wielu definicjach, co wynika z różnorodności definicji występujących w literaturze przedmiotu. Ich rodzaje zaprezentowano na rys. 1.

Znaczna różnorodność zarówno definicji, jak i cech charakteryzujących usługi wynika bezpośrednio z dużego zróżnicowania samych usług i specyfiki wielu gałęzi usługowych. Typy usług będą powiązane z ich geografiami, a w dalszej konsekwencji z wpływem różnorodnych czynników na ich rozmieszczenie. Do kluczowych można zaliczyć czynniki takie jak⁶:

¹ R. Maleri, *Grundlagen der Dienstleistungsproduktion*, Springer-Verlag, Berlin-Heidelberg-New York-London-Paris-Tokyo-Hong Kong-Barcelona 1991, s. 32; cyt. za: M. Daszkowska, *Usługi. Produkcja, rynek, marketing*, PWN, Warszawa 1998, s. 19.

² J. Gerhardt, *Dienstleistungsproduktion. Eine produktions-theoretische Analyse der Dienstleistungsprozesse*, Verlag J.E. Bergisch Gladbach, Köln 1987, s. 211; cyt. za: M. Daszkowska, wyd. cyt. s. 19.

³ M.in. A. Smith, *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów*, t. I, PWN, Warszawa 1954, s. 417; P. Kotler i in., *Marketing. Podręcznik europejski*, PWE, Warszawa 2002, s. 41.

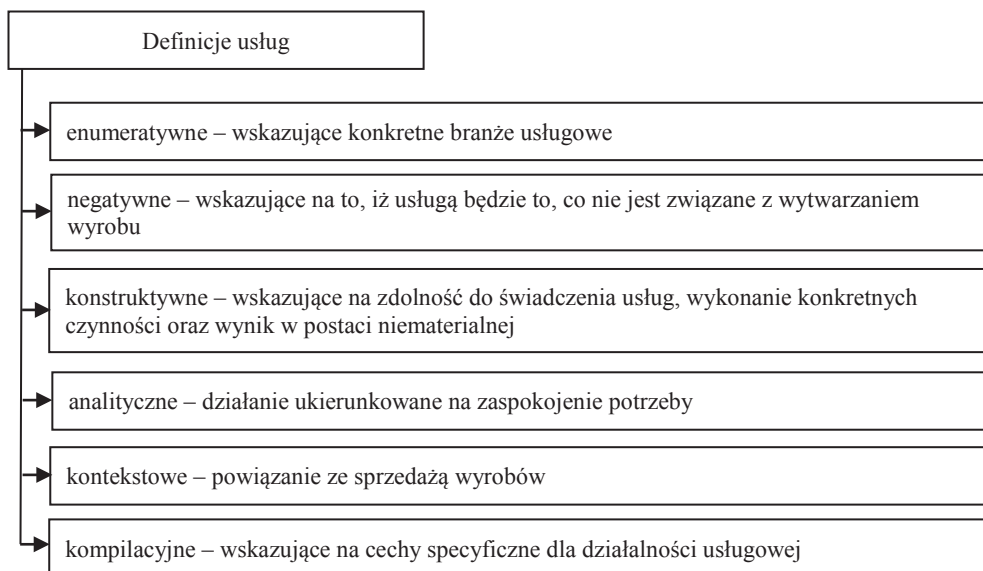
⁴ M.in. O. Lange, *Ekonomia polityczna*, t. I, PWN, Warszawa 1980, s. 24; S. Kasiewicz, *Zarządzanie operacyjne w dobie globalizacji*, Difin, Warszawa 2002, s. 134; A. Styś, J. Olearnik, *Ekonomika i organizacja usług*, PWE, Warszawa 1985, s. 9; M. Daszkowska, wyd. cyt., s. 11.

⁵ M.in. A. Payne, *Marketing usług*, PWE, Warszawa 1997, s. 21; K. Leja, *Instytucja akademicka. Strategia, efektywność, jakość*, Gdańskie Towarzystwo Naukowe, Gdańsk 2003, s. 25; B. Hollins, S. Shinkins, *Zarządzanie usługami. Projektowanie i wdrażanie*, PWE, Warszawa 2009, s. 24–25; J. Łopatowska, G. Zieliński, *Obszary zmian w wymiarach jakości usług*, [w:] *Nowe koncepcje w zarządzaniu organizacją wobec wyzwań otoczenia*, red. M. Boguszewicz-Kreft, M. Rozkwitalska, Prace Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Gdańsku, t. 22, Wyższa Szkoła Bankowa, Gdańsk 2013, s. 113.

⁶ E. Nowosielska, *Sfera usług w badaniach geograficznych. Główne tendencje rozwojowe ostatniego dwudziestolecia i aktualne problemy badawcze*, Zeszyty Instytutu Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania PAN nr 22, IGiPZ PAN, Warszawa 1994, s. 34–37.



- strukturalne,
- technologiczne,
- demograficzne,
- ekonomiczne,
- społeczne,
- polityczne.



Rys. 1. Rodzaje definicji usług

Źródło: opracowanie własne na podstawie: A. Czubała, *Usługi w gospodarce*, [w:] *Marketing usług*, red. A. Czubała i in., Wolters Kluwer, Warszawa 2012, s. 13–14.

Każdy z tych czynników będzie miał bezpośredni wpływ na rodzaj usług występujących w danym regionie, ale także na rozwój i zmiany zachodzące w ich strukturze. W związku z powyższym występuje szereg klasyfikacji działalności usługowej zarówno pod kątem typu, charakteru, jak i kluczowych kategorii usług. Pozwalają one m.in. na prowadzenie różnorodnych analiz statystycznych związanych z każdą z grup. Można do nich zaliczyć dwie kluczowe klasyfikacje występujące w Polsce⁷:

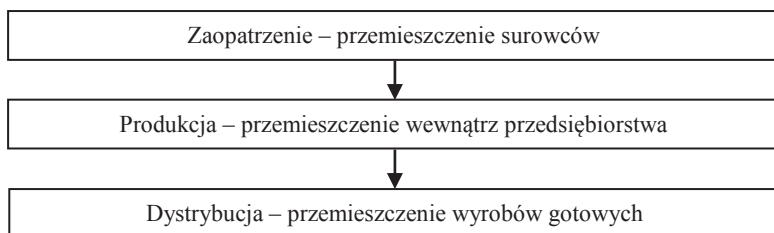
- Polską Klasyfikację Działalności,
- Polską Klasyfikację Wyrobów i Usług.

Specyfika usług w odniesieniu do działalności wytwórczej, ale także z uwzględnieniem zróżnicowania poszczególnych branż usługowych wymaga adaptacji różnorodnych podejść typowych dla działalności wytwórczej, uwzględniających ten specyficzny charakter.

⁷ www.stat.gov.pl/klasyfikacje, 7.01.2014.

3. Procesy logistyczne w działalności usługowej

Procesy logistyczne występujące w przedsiębiorstwach związane są nierozdzielnie z samym pojęciem logistyki, definiowanej w literaturze jako „część procesu łańcucha dostaw, która zajmuje się planowaniem, uruchamianiem i kontrolą sprawnego i efektywnego przepływu dóbr, usług i związanych z nimi informacji [...]”⁸. Logistyka jest zatem związana z trzema kluczowymi obszarami zaprezentowanymi na rys. 2.



Rys. 2. Obszary logistyki

Źródło: opracowanie własne na podstawie: D. Waters, *Zarządzanie operacyjne. Towary i usługi*, PWN, Warszawa 2001, s. 528.

Poszczególne obszary będą związane z występowaniem kluczowych procesów logistycznych, do których z reguły zalicza się procesy takie, jak⁹:

- zaopatrzenie,
- transport,
- odbiór,
- składowanie i magazynowanie,
- kontrola zapasów,
- pakowanie,
- komunikacja i przepływ informacji.

Poszczególne procesy logistyczne, poprzez konieczność ich adaptacji do działalności usługowej, będą musiały przyjąć nieco inny wymiar, uwzględniający cechy charakterystyczne usług. Analizę poszczególnych procesów z uwzględnieniem specyfiki działalności usługowej zaprezentowano w tab. 1. Autorzy do analiz wykorzystali obserwacje własne prowadzone w dwóch przykładowych branżach usługowych (usługach gastronomicznych i noclegowych – stanowiących podstawowe składowe usług turystycznych). Zaprezentowane rozważania wiążą się z badaniami przeprowadzonymi w ośmiu placówkach turystycznych, które posiadały zarówno ofertę noclegową, jak i gastronomiczną.

⁸ C. Bozarth, R. Handfield, *Wprowadzenie do zarządzania operacjami i łańcuchem dostaw*, Helion, Gliwice 2007, s. 429.

⁹ M.in. D. Waters, *Zarządzanie operacyjne. Towary i usługi*, PWN, Warszawa 2001, s. 531; C. Bozarth, R. Handfield, *Wyd. cyt.*, s. 429.



Tabela 1. Charakterystyka specyfiki procesów logistycznych w usługach

<u>zaopatrzenie</u>	
<p>W przypadku działalności usługowej następuje zaopatrzenie w surowce w podobnym stopniu, jak ma to miejsce w przypadku działalności wytwórczej. Wiele gałęzi usługowych wymaga bowiem surowców do realizacji usługi. Podlegają one podobnym zasadom, jak w przypadku klasycznej działalności wytwórczej. Istotne będzie jednakże podejście do powiązania zaopatrzenia z magazynowaniem, które zostanie uzależnione konkretną branżą usługową – w niektórych bowiem trudniej jest uzyskać dostawy np. w systemach typu <i>Just in Time</i> z uwagi na konieczność oczekiwania usługi na klienta. W niektórych usługach to klient będzie czekał na realizację usługi (np. gastronomiczne), w innych zaś usługa czeka na klienta (np. noclegowe).</p>	
<i>Usługi gastronomiczne</i>	<i>Usługi noclegowe</i>
<p>W usługach gastronomicznych kluczowym aspektem będzie zapewnienie zaopatrzenia w surowce, z jednej strony, z odpowiednią rotacją zapewniającą zachowanie świeżości, z drugiej zaś zapewnienie możliwości zachowania działań operacyjnych w stosunku do jedynie przewidywanych zamówień klienta.</p>	<p>W usługach noclegowych zaopatrzenie w niezbędne produkty w większym stopniu będzie podlegało „przechowywaniu” w związku z koniecznością posiadania gotowej oferty noclegowej jeszcze przed pojawieniem się klienta.</p>
<u>transport</u>	
<p>Usługa sama w sobie nie podlega transportowi – pewnego rodzaju wyjątkiem są usługi z wykorzystaniem sieci komputerowych czy też technik multimedialnych. Niematerialny charakter usługi przejawia się w samym procesie usługowym, w którym transport jako pewnego rodzaju przepływ materiałów będzie związany z surowcami niezbędnymi do wykonania usługi.</p>	
<i>Usługi gastronomiczne</i>	<i>Usługi noclegowe</i>
<p>W usługach gastronomicznych w nawiązaniu do transportu można odnieść się w przypadku surowców niezbędnych do realizacji konkretnego zamówionego dania z pewnego rodzaju technicznym obszarem funkcjonowania usługi. Należy jednak pamiętać o tym, iż w wielu przypadkach trudno w jakimkolwiek stopniu odnieść się do transportu wobec takich cech usługi gastronomicznej, jak np. atmosfera miejsca czy też uprzejmość obsługi.</p>	<p>W usługach noclegowych również trudno mówić o transporcie usługi. Widoczny będzie przepływ materiałów niezbędnych do zapewnienia możliwości realizacji usługi i działań międzyusługowych, takich jak np. sprzątanie pokoi i środki do tego niezbędne. Również i w tym przypadku trudno mówić o transporcie wobec np. atmosfery, którą zapewnia hotel, czy wrażeń związanych z widokiem za oknem.</p>
<u>odbior</u>	
<p>Odbiory surowców i produktów w działalności wytwórczej funkcjonują w trzech kluczowych obszarach – odbiór zamówionego surowca niezbędnego do realizacji procesów produkcyjnych, odbiory międzyoperacyjne pomiędzy stanowiskami oraz odbiory wyrobu gotowego. W każdym z tych etapów może wystąpić kontrola poprawności wykonania założonego produktu. W przypadku działalności usługowej także może to wystąpić w przypadku tych trzech obszarów, jednakże zmiany będą dotyczyć w głównej mierze obszarów realizacji usługi i wykonania usługi gotowej. Wiąże się to z dwoma wcześniej przytaczanymi cechami działalności usługowej, a mianowicie nierozdzielnością i różnorodnością. Odbiór wraz z ewentualną kontrolą działań związanych z poszczególnymi etapami usługi odnosić się będzie do uczestnictwa klienta w trakcie realizacji usługi. Klient bardzo często uczestniczy w trakcie realizacji usługi i jest bezpośrednim świadkiem wykonywania poszczególnych działań. Jego spostrzeżenia mogą następnie przelożyć się na ocenę całokształtu usługi. Z kolei odbiór końcowy będzie dodatkowo uzależniony od subiektywnych ocen klienta, czasami niejednoznacznie zdefiniowanych na etapie formułowania oczekiwań.</p>	



<p style="text-align: center;"><i>Usługi gastronomiczne</i></p> <p>W usługach gastronomicznych klient rzadko uczestniczy w procesie przygotowania posiłku (odstępstwem są pokazy typu <i>live cooking</i> czy różnego rodzaju restauracje orientalne, ale także i pizzerie, gdzie klient może obserwować proces przygotowania posiłków). Dlatego też odbiór usługi będzie w dużej mierze uwarunkowany szeregiem czynników wpływających na całokształt usługi gastronomicznej, którymi poza gotowym posiłkiem będą wystrój miejsca, atmosfera, czystość, uprzejma obsługa itd. – tego typu cechy w mniejszym stopniu będą pojawiały się w odbiorach produktu w przypadku działalności wytwórczej.</p>	<p style="text-align: center;"><i>Usługi noclegowe</i></p> <p>W usługach noclegowych również istotne będzie postrzeganie całokształtu usługi w jej odbiorze przez klienta. Jednakże w tym przypadku należy jeszcze pamiętać o zdecydowanie dłuższym doświadczaniu samej usługi przez klienta, niż ma to miejsce w przypadku m.in. usługi gastronomicznej.</p>
<u>składowanie i magazynowanie</u>	
<p>Składowanie i magazynowanie będzie w przypadku usługi powiązane ze specyfiką wynikającą z zaopatrzenia. W tym przypadku bowiem, w odróżnieniu od działalności wytwórczej, będzie występować głównie składowanie i magazynowanie surowców niezbędnych do wykonania usługi. Nietrwałość, jako jedna z cech podstawowych działalności usługowej, uniemożliwia przygotowanie i magazynowanie usług na zapas. Same bowiem usługi uniemożliwiają wykonanie ich na zapas i przechowywanie w magazynie produktów gotowych, tak jakby to miało miejsce w przypadku działalności wytwórczej.</p>	
<p style="text-align: center;"><i>Usługi gastronomiczne</i></p> <p>W usługach gastronomicznych składowanie i magazynowanie będzie dotyczyć surowców, z których będą wykonywane posiłki, w tym należy uwzględnić m.in. specyfikę form ich składowania (np. chłodnia). Czasami będą przygotowywane dania, których specyfika wymaga częściowego przygotowania podczas czekania na klienta, do momentu sfinalizowania, którym jest złożenie przez niego zamówienia. Jednakże całokształt usługi gastronomicznej nie będzie składowany i magazynowany na zapas, co wiąże się z faktem, iż klient nie będzie też na zapas jej nabywał.</p>	<p style="text-align: center;"><i>Usługi noclegowe</i></p> <p>W usługach noclegowych składowanie i magazynowanie usługi wiąże się z gotowością do jej realizacji. Jednakże i w tym przypadku składowaniu będą podlegały jedynie surowce niezbędne do jej realizacji, a nie sama realizacja.</p>
<u>kontrola zapasów</u>	
<p>Kontroli zapasów zarówno pod kątem rodzaju, jak i jakości będą podlegały w działalności usługowej jedynie surowce składowane na potrzeby jej realizacji. Usługodawca przed wykonaniem usługi musi zachować pewność posiadania niezbędnych półproduktów, które będą potrzebne do jej wykonania. Sama zaś forma kontroli będzie zbliżona do tej, która jest realizowana w produkcji.</p>	
<p style="text-align: center;"><i>Usługi gastronomiczne</i></p> <p>W usługach gastronomicznych kontroli będą podlegały surowce, które będą wykorzystywane do realizacji usługi. Zarówno pod kątem ich posiadania w wystarczającej ilości, jak i w odniesieniu do ich świeżości.</p>	<p style="text-align: center;"><i>Usługi noclegowe</i></p> <p>W usługach noclegowych również będą występowały kontrole surowców niezbędnych do wykonania usługi, ale także stanu wolnych pokoi, miejsc noclegowych itd.</p>
<u>pakowanie</u>	
<p>Sama usługa z uwagi na to, iż nie jest transportowana, nie będzie podlegała procesowi pakowania, tak jak ma to miejsce w przypadku wysyłki towaru do klienta. Różnego rodzaju odstępstwa mogą wynikać jedynie z uwypuklenia w niektórych usługach aspektu materialnego.</p>	



Usługi gastronomiczne	Usługi noclegowe
W usługach gastronomicznych pakowaniu może podlegać jedynie element materialny, jakim jest posiłek, który zamówił klient. Będzie to stanowiło tylko część usługi gastronomicznej, gdyż pozostałe aspekty, takie jak np. atmosfera, wygląd wnętrza itd., nie będą podlegały temu procesowi ze względu na ich niematerialny charakter.	W usługach noclegowych nie będzie występowało pakowanie, gdyż w tym przypadku aspekty materialne usługi wiążą się z zachowaniem gotowości do jej świadczenia, a nie samym procesem świadczenia.
<i>komunikacja i przepływ informacji</i>	
W obszarze realizacji działań związanych z zaopatrzeniem nie będzie znaczących różnic w odniesieniu do działalności wytwórczej. Główne różnice wynikają z nierozdzielności związanej z jednoczesnym świadczeniem usługi i jej konsumowaniem przez klienta. To bowiem komunikacja z usługobiorcą może doprowadzić do konieczności podejmowania zmian wpływających na proces realizacji samej usługi.	
Usługi gastronomiczne	Usługi noclegowe
W usługach gastronomicznych komunikacja z dostawcami będzie wyglądać podobnie, jak ma to miejsce w przypadku działalności wytwórczej. Jedynie komunikacja z klientem i informacje związane z zamówieniem lub ocena jakości usługi w trakcie jej świadczenia może doprowadzić do konieczności podejmowania dodatkowych działań.	W usługach noclegowych również istotny będzie sprawny przepływ informacji i komunikacja z usługobiorcą, a jego bieżące spostrzeżenia i opinie mogą przyczynić się do realizacji samej usługi.

Źródło: opracowanie własne.

Dokonując analizy treści zawartych w tabeli 1, należy stwierdzić, iż tak jak w przypadku specyfiki działalności usługowej na tle działalności wytwórczej, tak i w przypadku procesów logistycznych widoczne jest bezpośrednie odniesienie tych cech. Niematerialny charakter usługi odzwierciedla się bowiem w braku możliwości jej magazynowania. Magazynowaniu podlegają jedynie półprodukty niezbędne do wykonania usługi. Tym samym usługa gotowa będzie również w innym stopniu wiązać się z procesem pakowania. Nierozdzielność związana z jednoczesnym świadczeniem i konsumowaniem wpłynie na procesy komunikacji i przepływu informacji, ale także na odbiór i kontrolę całej usługi, która może być oceniana przez pryzmat obecności klienta w poszczególnych etapach jej realizacji.

Wpływa to tym samym na ocenę jakości całokształtu usługi, jak i jej poszczególnych części składowych, co wiąże się z dużą trudnością świadczenia w skoncentrowany sposób, podkreślając tym samym ich specyfikę¹⁰.

4. Podsumowanie

Podsumowując rozważania na temat specyfiki procesów logistycznych w działalności usługowej, należy zauważyć, iż występują w nich duże różnice w zależności od charakteru usługi. Ukazują to zaprezentowane przez autorów przypadki. W różnych

¹⁰ W. Rydzikowski, *Usługi logistyczne*, Wyd. Instytut Logistyki i Magazynowania, Poznań 2004, s. 10–11.



typach usług różne są czynniki warunkujące charakter danej usługi, co pośrednio ma wpływ na procesy w nich występujące. Dobór czynników mających wpływ na profil usług wymaga zindywidualizowanego podejścia zarówno do każdej usługi, jak i procesu (w tym także procesów logistycznych). Procesy logistyczne w działalności usługowej stanowią interesujące pole do dalszych pogłębionych studiów nad analizami procesów logistycznych w działalności usługowej z jednoczesnym uwzględnieniem specyfiki różnych gałęzi usług.

Literatura

- Bozarth C., Handfield R., *Wprowadzenie do zarządzania operacjami i łańcuchem dostaw*, Helion, Gliwice 2007.
- Czubała A., *Usługi w gospodarce*, [w:] *Marketing usług*, red. A. Czubała, A. Jonas, T. Smoleń, J. Wiktor, Wolters Kluwer, Warszawa 2012.
- Daszkowska M., *Usługi. Produkcja, rynek, marketing*, PWN, Warszawa 1998.
- Gerhardt J., *Dienstleistungsproduktion. Eine produktions-theoretische Analyse der Dienstleistungsprozesse*, Verlag J.E. Bergisch Gladbach, Köln 1987; cyt. za: Daszkowska M., *Usługi. Produkcja, rynek, marketing*, PWN, Warszawa 1998.
- Hollins B., Shinkins S., *Zarządzanie usługami. Projektowanie i wdrażanie*, PWE, Warszawa 2009.
- Kasiewicz S., *Zarządzanie operacyjne w dobie globalizacji*, Difin, Warszawa 2002.
- Kotler P., Armstrong G., Saunders J., Wong V., *Marketing. Podręcznik europejski*, PWE, Warszawa 2002.
- Lange O., *Ekonomia polityczna*, t. I, PWN, Warszawa 1980.
- Leja K., *Instytucja akademicka. Strategia, efektywność, jakość*, Gdańskie Towarzystwo Naukowe, Gdańsk 2003.
- Lopatowska J., Zieliński G., *Obszary zmian w wymiarach jakości usług*, [w:] *Nowe koncepcje w zarządzaniu organizacją wobec wyzwań otoczenia*, red. M. Boguszewicz-Kreft, M. Rozkwitalska, Prace Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Gdańsku, t. 22, Wyższa Szkoła Bankowa, Gdańsk 2013.
- Maleri R., *Grundlagen der Dienstleistungsproduktion*, Springer-Verlag, Berlin-Heidelberg-New York-London-Paris-Tokyo-Hong Kong-Barcelona 1991; cyt. za: Daszkowska M., *Usługi. Produkcja, rynek, marketing*, PWN, Warszawa 1998.
- Nowosielska E., *Sfera usług w badaniach geograficznych. Główne tendencje rozwojowe ostatniego dwudziestolecia i aktualne problemy badawcze*, Zeszyty Instytutu Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania PAN nr 22, IGiPZ PAN, Warszawa 1994.
- Payne A., *Marketing usług*, PWE, Warszawa 1997.
- Rydzikowski W., *Usługi logistyczne*, Wyd. Instytut Logistyki i Magazynowania, Poznań 2004.
- Smith A., *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów*, t. I, PWN, Warszawa 1954.
- Styś A., Olearnik J., *Ekonomika i organizacja usług*, PWE, Warszawa 1985.
- Waters D., *Zarządzanie operacyjne. Towary i usługi*, PWN, Warszawa 2001.
- www.stat.gov.pl/klasyfikacje.



SPECIFICITY OF LOGISTIC PROCESSES IN SERVICE ACTIVITIES

Summary: This elaboration presents basic aspects of service activities, including the main differentiating factors with respect to manufacturing operations, kinds and types of definitions and factors affecting their shape and development. A key part of the study is the identification of logistics processes and their adaptation to the needs of service activity. The authors presented this approach through a study conducted in two selected service industries. They selected catering and hospitality industry as one of the main areas of tourist services. The specifics will help identify the key characteristics of logistics processes in service activities. A differentiated approach to the logistics processes is caused by the necessity to take into account the characteristics of the services in relation to manufacturing operations. Hence, the authors refer to these characteristics in the analysis of the specificity of logistics processes.

Keywords: services, logistics, process.