

# Rozdział i.

## Innowacyjność przedsiębiorstw sektora usług – nowe ścieżki rozwoju

Piotr Niedzielski<sup>1</sup>  
Katarzyna Rychlik<sup>2</sup>  
Joanna Markiewicz<sup>3</sup>

### Streszczenie

Artykuł prezentuje analizę innowacji usługowych, ich aspektów, przejawów, uwarunkowań. Analiza oparta jest wynikami badań przeprowadzonych na przedsiębiorstwach MŚP sektora usług w województwie zachodniopomorskim. Pokazane jest podejście do innowacyjności przedsiębiorstw branż usługowych, zakres zmian wprowadzanych w ostatnim okresie przez te podmioty w zakresie elementów „twardych” (patenty, licencje, technologie) oraz „miękkich” (struktury, systemy) jak również postrzegane efekty wprowadzanych zmian. Motywy te przedstawione są na tle planowanych kierunków rozwoju oraz czynników determinujących zachowania firm w zakresie innowacyjności (źródła innowacji oraz bariery i zagrożenia). Pokazuje się znaczenie innowacji usługowych w rozwoju obecnej gospodarki oraz różnice w interpretowaniu zjawisk innowacyjnych w sektorze usług oraz sektorze przemysłu, który do tej pory silnie determinuje sposób myślenia na temat innowacji. Wnioski z analizy należy traktować jako przyczynek do dyskusji oraz dalszych pogłębionych badań i rozważań.

---

<sup>1</sup> prof. US dr hab. Piotr Niedzielski, profesor, Uniwersytet Szczeciński, Katedra Efektywności Innowacji

<sup>2</sup> mgr Katarzyna Rychlik, asystent, Uniwersytet Szczeciński, Katedra Efektywności Innowacji

<sup>3</sup> mgr Joanna Markiewicz, asystent, Uniwersytet Szczeciński, Katedra Efektywności Innowacji

## **Wstęp**

Innowacyjność w obszarze usług pozostaje wciąż w cieniu zorientowanego na technologie paradygmatu innowacji przemysłowych, według którego innowacje usługowe są traktowane jako wtórne w stosunku do rozwiązań (wynalazków) tworzonych i wprowadzanych w obszarze produkcyjnym. W dobie społeczeństwa opartego na wiedzy oraz gospodarki opartej na usługach zasadne wydaje się odrzucenie tego myślenia i nadanie dużego znaczenia aktywności innowacyjnej podmiotów w sektorze usług. Wskazują na to badania prowadzone w tych obszarach przez znanych badaczy procesów innowacyjnych. Prawidłowość tę można także zauważyć w badaniach prowadzonych w ostatnim dziesięcioleciu na terenie Europy pod hasłem „Community Innovation Survey”.

### **i.1. Usługi i ich znaczenie w obecnej gospodarce**

Z ekonomicznego punktu widzenia przyjmuje się, że usługi stanowią działalność o określonym powyżej charakterze wykonywaną przez podmioty gospodarcze, której efektem nie są przedmioty materialne (*Innowacje...*, 2005). Jak podaje M. Daszkowska (1982) „usługa w sensie gospodarczym jest użytecznym produktem niematerialnym, który jest wytwarzany w wyniku pracy ludzkiej (czynności) w procesie produkcji, przez oddziaływanie na strukturę określonego obiektu (człowieka traktowanego jako osoba liczna, intelekt czy część określonej społeczności albo przedmiotu materialnego) w celu zaspokojenia potrzeb ludzkich”. Z charakteru usług wynikają ich specyficzne **cechy**:

1. *niematerialność* – wyraża się w braku możliwości pokazywania, przechowywania, a także poddania ocenie zmysłów usługobiorcy,
2. *jednoczesność procesu świadczenia i konsumpcji* – w odróżnieniu od dóbr materialnych, dla których istnieje znaczna rozbieżność czasowa pomiędzy procesem produkcji i konsumpcji przez ostatecznego nabywcę, usługi nie mogą istnieć poza tym procesem,
3. *niejednolitość* – każdorazowo świadczona usługa podlega specyficznym uwarunkowaniom i nie może być ustandaryzowana, a ostateczne cechy usługi kształtują się w procesie jej tworzenia,
4. *nietrwałość* – brak możliwości składowania i „produkcowania na zapas”, z czego wynika ograniczony dostęp do usług uwarunkowana ilością osób je świadczących,
5. *brak możliwości nabycia na własność* – raz nabyta wartość wynikająca z usługi nie może być przedmiotem dalszego obrotu.

Pojęcie usługi jest bardzo obszerne, a elementy nim charakteryzowane zróżnicowane. Dlatego można wyróżnić różne grupy (**rodzaje**) usług. Biorąc pod

uwagę przeznaczenie, można wyróżnić usługi produkcyjne, konsumpcyjne, ogólnospołeczne (*Współczesna ekonomika usług*, 2005). Usługi produkcyjne związane są z procesem produkcji dóbr materialnych. Wspomagają ten proces, ale nie uczestniczą bezpośrednio w tworzeniu nowych produktów. Zaliczyć można do nich np. prace instalacyjne i montażowe, złomowanie, dystrybucja energii elektrycznej. Usługi konsumpcyjne są to usługi służące konsumentom indywidualnym i zbiorowym. Do grupy tej zalicza się usługi skierowane na dobra użytkowane w procesie konsumpcji (naprawy, konserwacje), urządzenia i pomieszczenia udostępniane konsumentom w celu eksploatacji (transport, handel) oraz usługi zaspokajające bezpośrednio potrzeby konsumentów (takie jak np. nauka, kultura, opieka zdrowotna, fryzjerstwo, kosmetyka).

Sektor usług to dział gospodarki, w obrębie którego podmioty gospodarcze prowadzą działalność w zakresie świadczenia usług (*Innowacje...*, 2005). W ramach tego sektora wyróżnić można bardzo wiele branży i gałęzi, których ilość zmienia się wraz z jego rozwojem. Czyni to opisywany sektor gospodarki niejednorodnym. Sektor usług wyłonił się dopiero w piątym etapie rozwoju gospodarczego (wg klasyfikacji F. Lista), w którym gospodarka została podzielona na trzy sektory: rolnictwo, przemysł i usługi. Cechą specyficzną sektora usług jest to, że jego rozwój, a tym samym udział w gospodarce, wzrasta wraz z rozwojem gospodarczym. W historii rozwoju sektora usług wyróżnić można cztery fazy (*Współczesna ekonomika usług*, 2005):

1. Faza pierwotna – przewaga usług wymagających niskich kwalifikacji (sprzątanie, gotowanie)
2. Faza wzrostowa – rozwój usług, do wykonania których niezbędne są pewne kwalifikacje (usługi szewskie, hydrauliczne)
3. Faza obsługi przemysłu i wzrostu konsumpcji usług – rozwój usług związanych z obsługą procesów wytwórczych (usługi księgowo, transportowe) oraz usług konsumpcyjnych (usługi turystyczne)
4. Faza rozwoju usług opartych na wysokich technologiach – rozwój usług związanych z rozwojem technologicznym (usługi telekomunikacyjne, internetowe)

Sektor usług pełni dwojakie **funkcje**: gospodarcze i pozagospodarcze (*Współczesna ekonomika usług*, 2005). Do **funkcji gospodarczych** zaliczyć należy: *funkcje obsługi procesów produkcyjnych dóbr materialnych* – usługi wspomagają procesy wytwórcze i stanowią dodatkowy element dóbr materialnych; *funkcje bytowe* – usługi służą zaspokojeniu potrzeb bytowych społeczeństwa; *funkcje socjalne* – usługi wspomagają społeczeństwo poprzez wsparcie socjalne; *funkcje kulturotwórcze i oświatowe* – pełnione przez ośrodki oświatowe oraz kulturotwórcze, generujące procesy edukacyjne oraz socjalizacyjne; *funkcje administracyjno-organizatorskie* – ujawniają się w obszarze administracji procesów gospodarczych w zakresie tworzenia warunków ich prawidłowego

funkcjonowania; *funkcje naukowo-badawcze* – polegają na kreowaniu postępu w dziedzinie nauki, techniki oraz w obszarze organizacyjnym. Do gospodarczych funkcji sektora usług należy także zaliczyć *kształtowanie dochodu narodowego*, a tym samym dynamizowanie wzrostu gospodarczego. Z finansowego punktu widzenia usługi wpływają także na wysokość wpływów budżetowych oraz kształtowanie równowagi pieniężno-rynkowej poprzez absorbowanie środków budżetów podstawowych (usługi zaspokajające potrzeby podstawowe) oraz budżetów swobodnego dysponowania (usługi zaspokajające potrzeby wyższego rzędu). Według Europejskiej Klasyfikacji Działalności funkcje te obejmują takie działalności jak: sprawy zagraniczne, działalność w zakresie obronności, działalność prawnicza i sądowa, działalność dotycząca porządku i bezpieczeństwa publicznego, działalność straży pożarnej, działalność w zakresie opieki społecznej, działalność związków zawodowych, działalność organizacji wyznaniowych i politycznych, działalność organizacji międzynarodowych.

Sektor usług jest dynamicznym i elastycznym działem gospodarki. Ze względu na cechy usług działalność w tym zakresie posiada stosunkową łatwość dostosowywania się do zmian w otoczeniu, tak gospodarczych jak i społecznych. Może również ze znacząco łatwością reagować na nowe trendy poprzez przyswajanie innowacji technicznych i organizacyjnych oraz nowej wiedzy.

Obecnie w gospodarce obserwuje się wiele zmian w sektorze usług, spowodowanych głównie przez czynniki gospodarcze, społeczne, demograficzne, polityczne i prawne (Payne A., 1997). Wśród zachodzących przemian identyfikuje się przede wszystkim wzrost zainteresowania usługami turystycznymi oraz rozrywkowymi oraz medycznymi i paramedycznymi, w związku ze zmianami w strukturze demograficznej ludności. Zmiany w sposobie życia wpłynęły na rozwój działalności gastronomicznej, szczególnie w kierunku tzw. fast-food. Masowe zatrudnienie kobiet spowodowało zdecydowany wzrost dochodów rodziny, a tym samym funduszu wolnego gospodarowania, co miało bezpośrednie przełożenie na rozwój usług zaspokajających potrzeby wyższego rzędu, usług bankowych oraz ubezpieczeniowych, ale także miało wpływ na coraz powszechniejsze zastępowanie własnej pracy przez usługi obce (sprzątanie, gotowanie, prace remontowe). Rozwój gospodarczy zdeterminował rozwój usług komunikacyjnych oraz infrastrukturalnych, jak również usług doradczych i konsultingowych.

Ugruntowany paradygmat innowacji technologicznych jako motora rozwoju gospodarki zdeterminował bardzo ograniczony sposób myślenia na temat innowacyjności. Rozwój sektora usług i tym samym wzrost konkurencji w tym sektorze wymusił rozwój także w zakresie działań o charakterze innowacyjnym. Innowacyjność w sektorze usług staje się obecnie głównym wyzwaniem kształtowania postępu gospodarczego.

Od początku rozwoju teorii innowacji analitycy zagadnienia zwrócili się w stronę innowacji technologicznych w firmach produkcyjnych. Znaczenie usług w procesach innowacyjnych zostało zdegradowane do roli pasywnego odbiorcy innowacji technologicznych pozyskiwanych od firm sektora produkcyjnego. W 1984 roku K. Pavitt przedstawił swój sektorowy podział zmian technologicznych (ang. *sectoral taxonomy of technological change*), w której zaliczył przedsiębiorstwa usługowe do sektora zależnego od dostawcy (ang. *supplier-dominated sector*), czyli sektora, którego działalność innowacyjna wynika z podaży innowacji techniczno-technologicznych generowanych przez przedsiębiorstwa przemysłowe. Podobnie innowacje w usługach opisał w 1986 roku R. Barras (1986), podkreślając ich zależność od innowacji wprowadzanych przez przedsiębiorstwa produkcyjne, które inicjują proces innowacyjny w przedsiębiorstwach usługowych. Utrwalił się paradygmat innowacji przemysłowych<sup>4</sup>, który usługi traktował jako konsumentów innowacji i pasywny element w systemie innowacyjnym. W najlepszym przypadku ujmował innowacje jako wspierający element infrastruktury „przypatrujący się” działaniom prawdziwych innowatorów (firm produkcyjnych) i w razie potrzeby wspomagający te działania. Centralnym punktem paradygmatu były fizyczne aspekty innowacji technologicznych, proces produkcji, konsumpcja dóbr, patenty, działalność B+R (jako wskaźniki innowacyjności), oraz firmy produkcyjne przodujące pod względem innowacyjności w różnych sektorach produkcyjnych (Howells J., 2000).

Źródła podają, że pierwsze głosy mówiące o tym, że usługi nie są pozbawione zmian o charakterze innowacyjnym pojawiły się w latach 70. Pionierskich badań w tym zakresie dokonał Jonathan Gershuny (*Innovation...*, 2001). Jednak postrzeganie innowacji usługowych zaczęło ewaluować dopiero w latach 90., kiedy to nastąpiły dwie istotne zmiany w sposobie myślenia o innowacji.

Po pierwsze, pojawiły się głosy, iż innowacje usługowe pełnią bardzo często niezwykle ważną rolę w procesie innowacyjnym (ujmowanym w aspekcie makroekonomicznym), co w pewnym stopniu zmieniło postrzeganie podmiotów usługowych jako odbiorców innowacji wytworzonych przez innych.

Po drugie, dostrzeżono możliwości działań innowacyjnych w innych obszarach niż tylko technologiczny, co spowodowało wzrost znaczenia zmian wprowadzanych przez podmioty usługowe.

Zainteresowanie tematem zmian innowacyjnych w obszarze usługowym wzmogło także podniesienie znaczenia usług spowodowane rozwojem tego sektora w gospodarce. Nastąpiło intensywne skierowanie uwagi na sektor usług, zarządzanie przedsiębiorstwem usługowym, analizę interakcji z klientem, i po-

---

<sup>4</sup> O paradygmacie tym pisze J. Howells przeciwstawiając mu paradygmat innowacji usługowych i proponując stworzenie zintegrowanego paradygmatu innowacji przemysłowych i usługowych systemu innowacyjnego. Zob. J. Howells (2000)

dobnymi aspektami związanymi z funkcjonowaniem przedsiębiorstwa usługowego. Pewne przesunięcie ciężaru postrzegania zjawisk innowacyjnych z obszarów ściśle technologicznych w kierunku obszarów bardziej miękkich, jak marketing czy organizacja i zarządzanie, umożliwiło ich analizę także w sektorze usługowym, w którym zmiany o tym charakterze są zdecydowanie bardziej powszechne.

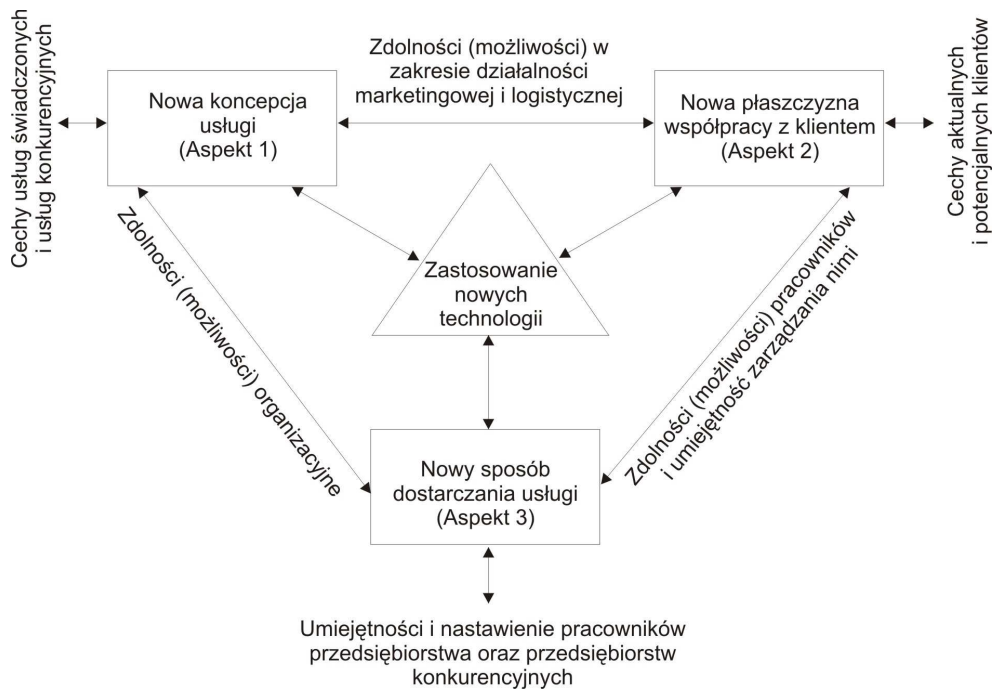
## **i.2. Istota innowacji usługowych**

Pomimo, że badania w tym zakresie są ograniczone, już pierwsze analizy prowadzone nad aktywnością innowacyjną w sektorze usług wskazują pewne prawidłowości charakterystyczne właśnie dla tego sektora.

Innowację usługową można rozumieć jako efekt procesu zmian lub sam proces związany z produktem, charakteryzujące się wysokim pierwiastkiem niematerialności, potrzebą bezpośredniego kontaktu pomiędzy świadczącym usługę a klientem, integracją czynników zewnętrznych w powiązaniu z heterogenizmem wynikającym z wysokiego wkładu osobistego czynnika ludzkiego (Krupper C., 2001). Innowacją może być zatem nowa usługa, nowy sposób świadczenia usługi i/lub nowy sposób organizacji w usługach, która będzie spełniała wymóg nowatorskości oraz przyniesie wymierne korzyści ekonomiczno-społeczne. Innowacji usługowej nie można ograniczać do zmiany w charakterystyce samej usługi. Jest ona często związana z wprowadzaniem nowych sposobów dystrybucji, interakcji z klientem, kontroli jakości, zabezpieczeń, itd. i ze względu na to można mówić o znaczących różnicach w charakterystykach innowacji. Zróżnicowanie to podkreśla P. den Hertog (2002) wyróżniając cztery aspekty zachowań innowacyjnych w zakresie usług:

- nowa koncepcja usługi
- nowa płaszczyzna współpracy z klientem
- nowy system dostarczania usług
- zastosowanie nowych technologii

Aspekty te, występujące między nimi zależności oraz podstawowe uwarunkowania przedstawia rysunek 1.



**Rysunek 1. Aspekty innowacji usługowej**

Źródło: P. den Hertog (2002)

*Nowa koncepcja usługi* polega na świadczeniu usług nowego typu. Niekiedy innowacje usługowe są wysoce widoczne, namacalne, szczególnie gdy są one bezpośrednio dostarczane. Czasami jednak innowacja tego typu nie ma charakteru fizycznego, co sprawia że jej istota jest raczej nieuchwytna (np. pomysł koncepcja sposobu rozwiązania danego problemu). Nowa koncepcja w zakresie usług jest związana z kreowaniem nowego podejścia do problemu. Przykładem innowacji tego typu może być stworzenie sklepów firmowych, co wykreowało klientom poczucie wyjątkowości przy robieniu zakupów, a więc stworzyło nowy styl robienia zakupów.

*Nowa płaszczyzna współpracy z klientem* to nowy sposób współpracy podmiotu z klientem, oddziaływania między przedsiębiorstwem a klientem, a także oferowania klientowi produktu (usługi). Współpraca ta ma w przypadku usług szczególne znaczenie po pierwsze ze względu na bezpośredni kontakt, ale także ponieważ w procesie świadczenia usługi trudno tak naprawdę rozgraniczyć dokładnie rolę klienta i świadczącego usługę. Sposób interakcji z klientem może być także ważnym źródłem innowacji, a także współpraca z klientem może mieć cel innowacyjny, co ma miejsce w przypadku usług związanych z B+R, projek-

towaniem wzorów użytkowych, itp. Przykładem innowacji kształtujących nową płaszczyznę współpracy z klientem jest wykorzystanie Internetu jako nowego kanału dystrybucji w firmach handlowych, w bankach czy w usługach turystycznych. Dobrze zaprojektowany portal zastąpił w tym przypadku bezpośredni kontakt z pracownikiem.

*Nowy system dostarczania usług* jest powiązany z omówioną powyżej płaszczyzną oddziaływania z klientem. Odnosi się jednak do wewnętrznych uwarunkowań organizacyjnych, które muszą być odpowiednio zarządzane, aby pracownicy świadczący usługę mogli odpowiednio wykonywać swoją pracę, rozwijać i oferować innowacyjne produkty (usługi). Chodzi więc o wyposażenie pracowników w odpowiednie narzędzia, umiejętności oraz uprawnienia pozwalające im na szukanie niekonwencjonalnych rozwiązań, wprowadzanie innowacji związanych z praktycznymi problemami pojawiającymi się w czasie pracy. Z drugiej strony wdrożenie nowego systemu dostarczania usługi może wymagać nie tylko zmian o charakterze organizacyjnym, logistycznym, wdrożenia nowych systemów informatycznych, ale także nowych umiejętności personelu. Przykładem tego modelu zachowania jest np. wprowadzenie na dużą skalę systemu zakupów „do domu”, sprzedaży e-commerce, czy wprowadzenie tzw. szybkiej obsługi (zmiana kół 20 minut).

*Innowacje o charakterze technologicznym* są ważnym elementem innowacyjności firm usługowych, jednakże mogą one być innowacyjne w innych obszarach bez konieczności wprowadzania tych zmian / nowości technologicznych. Wbrew powszechnemu przekonaniu innowacje technologiczne mogą być „pchane” nie tylko przez przemysł (ang. *supplier-dominated*) ale także przez firmy sektora usługowego (ang. *user-dominated*). Pomimo tego, że wiele technologii pochodzi od firm je produkujących, użytkownicy (firmy usługowe) mogą je przekształcać i oferować stworzone na ich bazie nowe usługi. Najczęściej podmioty usługowe wykorzystują technologie komunikacyjno-informacyjne (ICT), nie oznacza to jednak, że należą one do jedynych. Badania wskazują, że szczególne znaczenie dla rozwoju firm usługowych mają technologie (Licht G., Moch D., 1997):

- technologie wspierające komunikację wewnątrz przedsiębiorstwa, takie jak systemy zarządzania informacją, komunikacja za pomocą poczty internetowej oraz telefonów komórkowych
- technologie wspomagające kontakt między firmą a klientami, w tym wykorzystanie stron internetowych do reklamowania oraz *public relations*, różnej przejawy *e-commers*
- komputery osobiste (PC) służące do wykonywania wielu czynności związanych z obsługą biura oraz obsługą klienta
- bazy danych oraz systemy zarządzania danymi, umożliwiające analizę zachowań klientów i ich preferencji

- systemy zarządzania składowaniem w czasie rzeczywistym

Technologie mogą być czynnikiem wspomagającym lub umożliwiającym tworzenie nowych rozwiązań, ale także czynnikiem sprawczym. Przykładem innowacji usługowej o podłożu technologicznym może być system zamówień stosowany w dużych sklepach detalicznych, pozwalający na automatyczne składanie zamówień zawsze kiedy poziom ilości towaru na półkach osiągnie wartość krytyczną.

Jak widać innowacje o charakterze technologicznym stanowią tylko część innowacji generowanych w funkcjach usługowych. Wiele tych innowacji ma charakter typowo usługowy i jest wynikiem aktywnej działalności podmiotów w zakresie innowacyjności. Wiele jest także rezultatem bezpośrednich kontaktów z klientem, który prowokuje lub wymusza pewne innowacyjne zachowania zgłaszając swoje potrzeby. Stworzenie nowej usługi wymaga przeważnie innowacji we wszystkich wymienionych aspektach: stworzenia nowej koncepcji, nowych kanałów dystrybucji oraz form interakcji z klientem, nowego systemu dostarczania usługi (organizacja pracy, sposób pracy) oraz zaangażowania nowych technologii.

Innowacje w obszarze usługowym mają nieco inny charakter od tych w obszarze produkcyjnym (tabela 1). Podstawowe różnice wynikają z odmienności produktu i usługi. Materialność dóbr produkcyjnych sprawia, że innowacje produktowe są łatwiejsze do uchwycenia poprzez swoje uprzedmiotowienie. Usługi jako obszar innowacyjności charakteryzują się odmiennością w stosunku do obszaru produkcji materialnej.

**Tabela 1. Cechy systemowe usług i produkcji**

| Cecha  | Produkcja   | Usługi  |
|--|---|---|
| charakterystyka produktu / innowacji produktowej | materialny, łatwy do przechowywania                                     | niematerialny, brak możliwości przechowywania   |
| prawa własności intelektualnej                   | silna ochrona: patenty i in. prawa ochrony                              | słaba ochrona: prawa autorskie  |
| orientacja na technologie                        | „pchanie” technologii; uwarunkowane rozwojem nauki i stanem technologii | „ciągnięcie” technologii; uwarunkowane zachowaniami / wymaganiami klienta i podażą rozwiązań technologicznych |
| źródło badań / innowacji                         | wewnętrzne  | pozyskiwane z zewnątrz  |
| długość cyklu innowacji                          | krótki  | długi (z wyjątkiem usług informatycznych)   |
| zakres przestrzenny systemu                      | krajowy – międzynarodowy  | regionalny – krajowy – międzynarodowy   |

Źródło: opracowane na podstawie J. Howells (2000)

W sektorze usługowym występuje tendencja do wdrażania tzw. miękkich innowacji, duże znaczenie mają więc innowacje marketingowe oraz organizacyjno-zarządcze (por. *Innowacyjność...*, 2006). Obszary te bardziej spotykają się z obszarami, w których te podmioty funkcjonują. Innowacje produktowe w postaci wprowadzania nowych lub doskonalenia istniejących usług czy procesowe również mają miejsce, jednak mają inny charakter niż te związane z działalnością typowo produkcyjną. Trudna identyfikowalność i w wielu przypadkach nienamacalność tego typu innowacji powoduje znaczne niedoszacowanie działalności innowacyjnej przedsiębiorstw usługowych ze względu na trudną ich mierzalność tradycyjnymi metodami nakładów i wyników (por. *Oslo Manual...*, 2005).

Nienamacalność innowacji usługowych wpływa także na ograniczone możliwości ich formalnej ochrony. Prawa własności intelektualnej są w przypadku produktów silnie chronione dzięki patentom. Ochrona innowacji usługowych przed konkurencją jest w większym stopniu związana z zachowaniem tajemnicy przedsiębiorstwa, a także niepowtarzalnością struktur społecznych, kultury organizacyjnej, warunków społeczno-środowiskowych związanych z pracą ludzką, na co wskazują także dane EUROSTAT (*Results of the third...*, 2000).

Podobnie stwierdza się, iż działalność innowacyjna w usługach polega raczej na przyswajaniu nowych technologii, podczas gdy przemysł jest twórcą nowych rozwiązań technologicznych. Technologie te mają swoje źródło w samodzielnie prowadzonych badaniach rozwojowych, innowacje usługowe opierają się natomiast w większości na wiedzy pozyskiwanej z zewnątrz. Ważnym źródłem w przypadku innowacji usługowych są pracownicy, ich kreatywność, przedsiębiorczość oraz poziom wiedzy i kwalifikacji. Dlatego też w działalności usługowej większy nacisk kładzie się na szkolenia pracowników oraz pozyskiwanie nowej wiedzy (por. *Results of the third...*, 2000).

Ważne jest także, że ekspansja rynkowa innowacji usługowej ma bardzo często swój początek na poziomie regionalnym w porównaniu z innowacją sektora produkcyjnego, funkcjonującą od początku na rynku krajowym. Dla innowacji usługowej zmniejszony jest więc obszar odniesienia decydujący o skali nowości innowacji, co sprawia, że większą rację bytu mają działania benchmarkingowe, pozwalające na absorpcję „dobrych rozwiązań” (tzw. „dobrych praktyk”). Pozwala to jednak na większą kontrolę nad innowacjami firm usługowych, funkcjonującymi w systemie regionalnym.

Sektor usług wykazuje coraz wyraźniejszą aktywność w zakresie działalności innowacyjnej. Aktywność innowacyjna w sektorze usług ewoluuje w kierunku upodabniania się do sektora produkcyjnego. Przedsiębiorstwa usługowe nie tylko sukcesywnie zwiększają swoje nakłady na działalność badawczo-rozwojową (co wskazują badania prowadzone w tym zakresie), ale również odgrywają znaczącą rolę w regionalnych procesach innowacyjnych. Dotyczy to przede wszystkim takich dziedzin jak konsulting, specjalistyczne usługi projektowe i inżynier-

ryjne budowlane), ochrona środowiska, oprogramowanie i systemy informatyczne, badania i projekty rozwojowe (J. Bessant i H. Rush, 1995).

Obszar usługowy, który zyskał na znaczeniu w nowych uwarunkowaniach gospodarczych, stworzył nowe możliwości w zakresie działalności innowacyjnej. Otwarcie sektora usług na działania innowacyjne powoduje przekształcenie procesów innowacyjnych i rozszerzenie ich na obszary mające niematerialny i mniej sformalizowany charakter. Powoduje to, że zakres działalności innowacyjnej staje się coraz szerszy, odsłaniając nie znane dotąd możliwości.

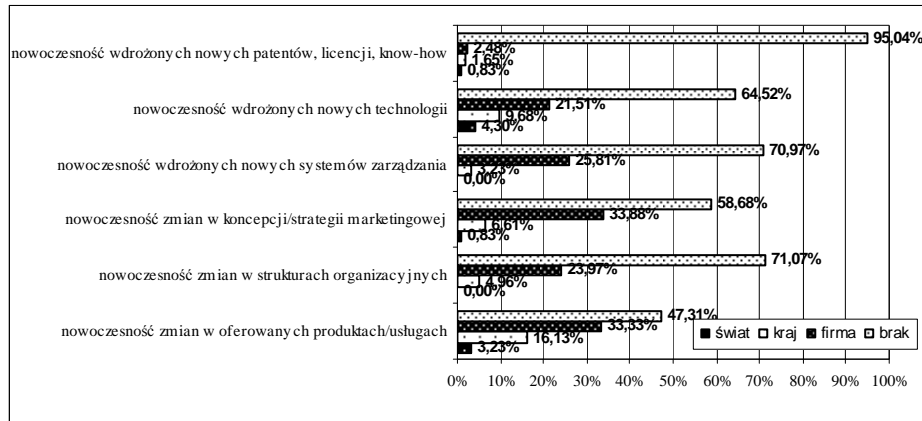
### **i.3. Obraz innowacyjności sektora usług w województwie zachodniopomorskim**

Sektor usług to przede wszystkim małe i średnie przedsiębiorstwa. Gospodarka województwa zachodniopomorskiego jest zdeterminowana rozwojem firm sektora MSP, który stanowi 99,9% wszystkich przedsiębiorstw funkcjonujących na terenie województwa. Uwarunkowania historyczne oraz geoeconomiczne sprawiają, że dominującymi i najsilniej rozwijającymi się branżami w regionie są handel i usługi, zwłaszcza handel detaliczny, usługi turystyczne i transportowe. Na tychże firmach zostało przeprowadzone badanie<sup>5</sup>, pokazujące stan, uwarunkowania i kierunki rozwoju sektora usług w województwie zachodniopomorskim w zakresie innowacyjności.

Analiza aktywności badanych przedsiębiorstw pokazuje, że najbardziej przełomowe zmiany wprowadzone w ostatnim okresie przez firmy sektora usług w województwie dotyczyły nowych technologii. Ponad 4% firm wdrożyło w tym zakresie rozwiązania innowacyjne na skalę światową. Podobnie wysoki jest udział innowacyjnych produktów/usług wprowadzanych przez przedsiębiorców. 3,2% firm wdrożyło usługi będące nowością na skalę światową, a ponad 16% firm rozwiązania nowe w skali krajowej (zob. wykres 1).

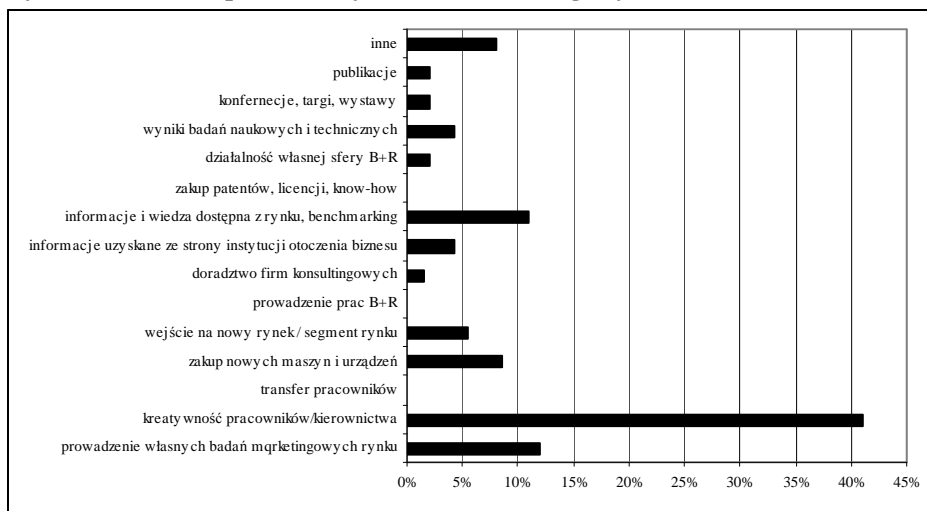
---

<sup>5</sup> Badanie zostało przeprowadzone w 2006 roku metodą ankietową na losowo wybranej próbie 94 przedsiębiorstw sektora usług (w klasyfikacji PKD branże oznaczone: i, jk, k) dla celów realizacji projektu Regionalne Systemy Innowacji, a jego wyniki zostały przedstawione w raporcie z badań *Oczekiwania MŚP na usługi ze strony instytucji otoczenia biznesu z zakresu szeroko pojętej innowacyjności*.

**Wykres 1. Nowoczesność wprowadzanych nowych rozwiązań w firmach usługowych**

Źródło: Markiewicz J. (2006)

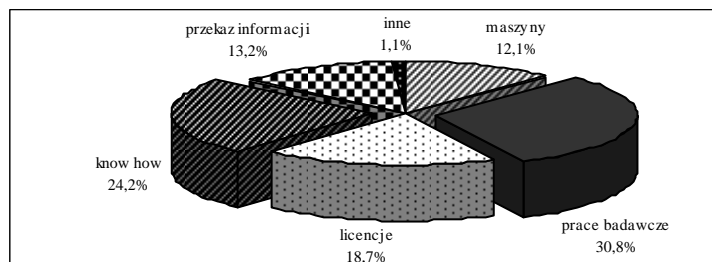
Można zauważyć brak związku powyższych wdrożeń z realizacją nowych patentów, licencji, know-how (brak wdrożeń w 95% firm), co pozwala wnioskować, że większość nowatorskich rozwiązań było rezultatem własnych działań badawczo-rozwojowych, a tylko część z nich została wtórnie nabytych z rynku. Wniosek ten znajduje potwierdzenie w deklarowanych źródłach innowacji (zob. wykres 2).

**Wykres 2. Źródło wprowadzonych w firmach usługowych**

Źródło: Markiewicz J. (2006)

Co prawda działalność własnej sfery B+R deklaruje jedynie 2% przedsiębiorstw, to jednak wynik ten może być mylący i interpretowany na niekorzyść małych i średnich przedsiębiorstw działających w sektorze usług. Biorąc pod uwagę, że głównymi czynnikami mającymi wpływ na zmiany wprowadzane w firmie są klienci – 39,8% respondentów oraz potrzeby rynku – 28% respondentów (zob. wykres 3), a także specyfikę działalności usługowej, niezwykle ważną rolę w procesie innowacyjnym odgrywa kreatywna postawa pracowników/kierownictwa oraz badania rynku, co stanowi ważny element działań badawczych i rozwojowych. Rezultaty przeprowadzonego badania wskazują rzeczywisty wysoki udział tych działań w realizowanych procesach (por. wykres 2).

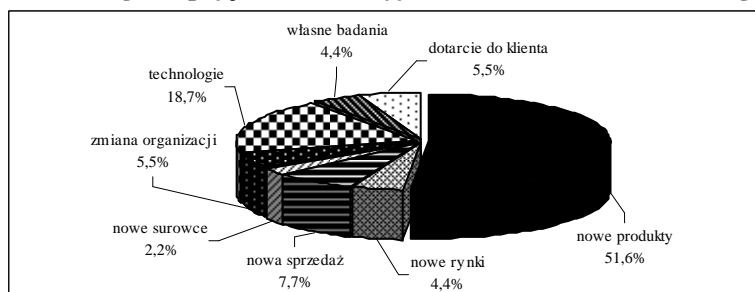
**Wykres 3. Czynniki mające wpływ na zmiany wprowadzane w firmie**



Źródło: Markiewicz J. (2006)

Podejście do innowacyjności w badanych firmach jest zbieżne z realizowanymi działaniami, w tym szczególnie realizowanymi procesami innowacyjnymi. Uwidacznia się nastawienie na, przede wszystkim, wprowadzanie nowych produktów/usług oraz nowych technologii, natomiast wykorzystanie nowych surowców jest traktowane marginalnie i wskazywane jedynie przez firmy prowadzące specyficzną działalność (wykres 4).

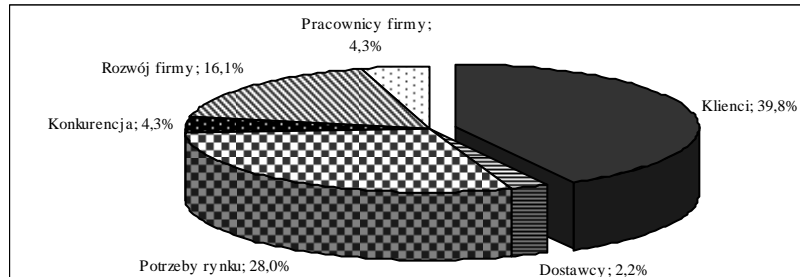
**Wykres 4. Postrzeganie pojęcia „innowacyjność” w firmach sektora usług**



Źródło: Markiewicz J. (2006)

Podobnie w odniesieniu do transferu technologii, przepływ wiedzy związany z pracami badawczymi (marketingowymi i w zakresie wykorzystania nowych technologii) – 30,8% przedsiębiorców oraz przepływ know-how – 24,2% przedsiębiorców, które mają szczególne odniesienie dla wdrażania nowych rozwiązań w sektorze usług, są najczęściej wskazywane jako czynnik innowacyjności przedsiębiorstw, chociaż nabywanie maszyn oraz licencji również nie pozostaje bez znaczenia (zob. wykres 5).

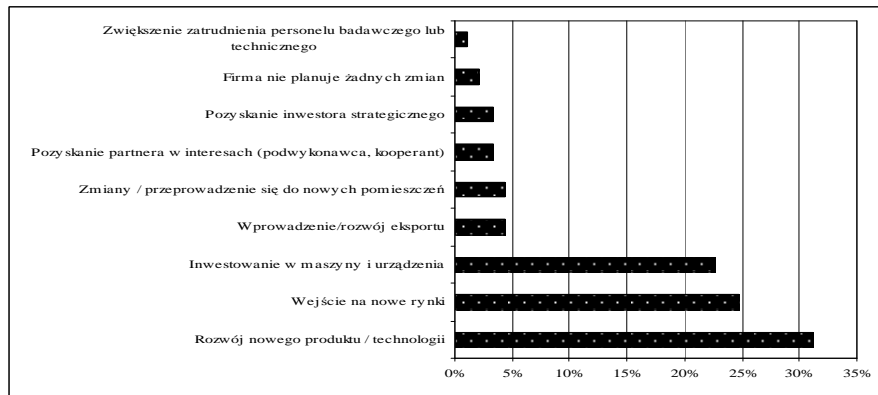
**Wykres 5. Postrzeganie pojęcia „transfer technologii” w firmach sektora usług**



Źródło: Markiewicz J. (2006)

Podobnie sytuację pokazują deklarowane przez firmy priorytety rozwoju, wśród których wskazywane są głównie: rozwój nowego produktu/technologii, wejście na nowe rynki oraz inwestowanie w maszyny i urządzenia (wykres 6). Potwierdzeniem celowości i rozmyślności powyższych działań, a tym samym strategicznego podejścia do innowacyjności, jest wskazywanie przez firmy usługowe rozwoju firmy jako istotnego czynnika mającego wpływ na wprowadzane zmiany (zob. wykres 3).

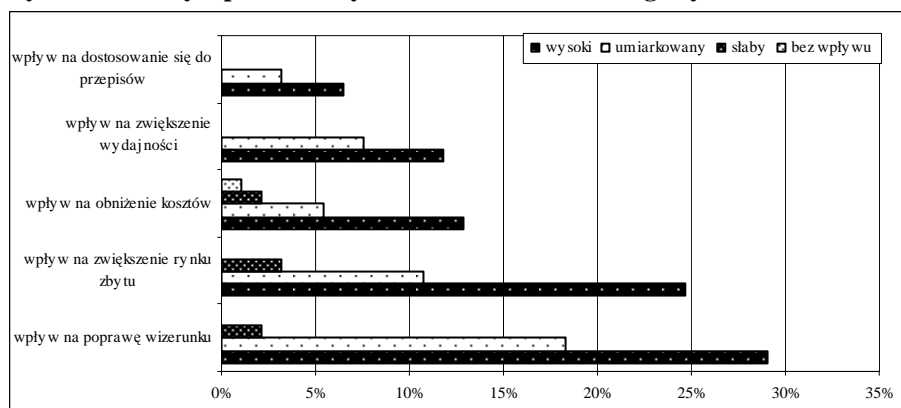
**Wykres 6. Priorytety rozwoju w firmach usługowych**



Źródło: Markiewicz J. (2006)

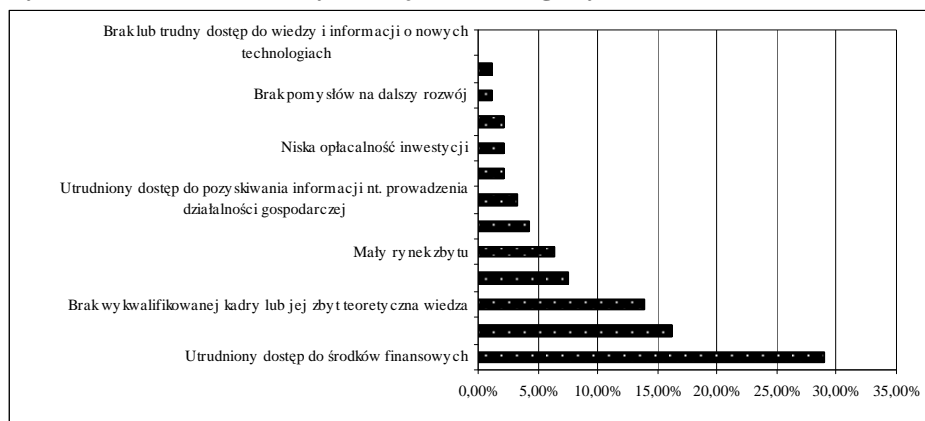
Realizowane strategie w zakresie innowacyjności służą osiągnięciu wyznaczonych celów. Cele te prowadzą do osiągnięcia korzyści ekonomicznych, głównie wzrostu dochodów uzyskiwanych z prowadzonej działalności. Z badań wynika, że firmy usługowe osiągają to przede wszystkim poprzez poprawę wizerunku, który jest kluczowym czynnikiem korzystania ze świadczonych usług. Ponadto wprowadzenie nowych lub udoskonalonych usług czy też sposobów ich świadczenia wpływa na zwiększenie rynków zbytu, co wspomaga ekspansję rynkową podmiotów usługowych na rynki ponadregionalne, a niekiedy także międzynarodowe. Celem wprowadzania niektórych udoskonalień jest obniżenie kosztów i/lub wzrost wydajności pracy, ale te zmiany mają charakter dostosowawczy i charakteryzują się niewielkim stopniem innowacyjności (por. wykres 7).

**Wykres 7. Efekty wprowadzanych zmian w firmach usługowych**



Źródło: Markiewicz J. (2006)

Osiągnięcie powyższych celów jest jednak zawsze związane z koniecznością poniesienia nakładów początkowych, które jednak w przypadku firm usługowych nie są bardzo wysokie (w porównaniu z działalnością produkcyjną), a główne koszty związane są z samą realizacją projektów innowacyjnych (koszty eksploatacji), procesem uczenia się i doskonalenia wdrożonych nowych rozwiązań. Stosunkowo niskie są także bariery wyjścia z inwestycji. Bariery wprowadzania innowacji nie jest zatem niska opłacalność inwestycji ani obawa przed recesją, co potwierdzają badania (zob. wykres 8).

**Wykres 8. Wskazane bariery rozwoju firm usługowych**

Źródło: Markiewicz J. (2006)

Główna trudność w realizacji działań innowacyjnych polega na pozyskaniu środków finansowych, szczególnie na realizację działań nie związanych z fazą inwestycyjną. Choć ryzyko inwestycji związanych z sektorem usług z reguły nie jest bardzo wysokie, to jednak trudne jest przewidzenie rozwoju wdrożenia nowych rozwiązań na rynek (szczególnie w przypadku innowacji radykalnych, przełomowych). Problematyka innowacji usługowych jest także marginalnie traktowana w krajowych i unijnych programach wsparcia innowacyjności i przedsiębiorczości. Stąd często wskazywaną barierą rozwoju jest, pomimo szerokiej oferty finansowania zewnętrznego dostępnego obecnie na rynku, utrudniony dostęp do środków finansowych (zob. wykres 8).

#### **i.4. Aktywność innowacyjna firm usługowych – wnioski z badania**

Specyfika samej usługi oraz działalności usługowej powoduje, że działania nowatorskie generowane w tym sektorze są traktowane jako wtórne i mające niewielkie znaczenie dla rozwoju gospodarczego oraz dobrobytu społecznego. Według prowadzonych dotychczas badań, sektor usług jest traktowany marginalnie w procesach innowacyjnych. Tymczasem, te same badania pokazują coraz wyższy stopień zainteresowania przedsiębiorców wdrażaniem rozwiązań innowacyjnych w realizowane funkcje usługowe, co staje się dla nich coraz ważniejszym elementem konkurencyjności.

Obserwując tendencje kształtujące się w sektorze usług należy wziąć pod uwagę, że myślenie o innowacyjności w kategoriach fizycznego produktu masowego nie oddaje istoty procesów realizowanych w działalności usługowej,

które często mają charakter specjalistyczny, niszowy i zaawansowany technologicznie. Specyfika ta ma odniesienie w szczególności do sektora MSP, w którym udział przedsiębiorstw usługowych jest dominujący.

Paradygmat innowacji produktowej wprowadzanej przez przedsiębiorstwa produkcyjne mocno zakorzenił się w sposobie myślenia na temat innowacyjności. Tymczasem należy pamiętać, że najdynamiczniej rozwijającym się obecnie sektorem gospodarki jest sektor usług. Najbardziej innowacyjnymi branżami są usługi profesjonalne, specjalistyczne, które w gospodarce wiedzy przeżywają swój triumf. Słusznym wydaje się zatem badanie zjawisk innowacyjnych występujących w działalności usługowej i kierowanie na nie bardziej wyspecjalizowanych form wsparcia. Tym bardziej, że rozwój sektora usług, dla którego głównym zasobem jest wiedza, intelekt i pomysłowość, jest szansą dla Polski, kraju o niskich zasobach naturalnych i finansowych, na osiągnięcie wysokiego rozwoju gospodarczego.

## Bibliografia

- Barras R. (1986), *Towards a Theory of Innovation in Services*, Research Policy, No 15, pp. 161-73
- Bessant J. i Rush H. (1995), *Building Bridges for Innovation: the Role of Consultants in Technology Transfer*. Research Policy, 1995, No 24, pp. 97-114
- Daszkowska M. (1982), *Usługi. Produkcja, Rynek, Marketing*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa
- Hertog P. den (2002), *Co-producers of Innovation: on the Role of Knowledge-intensive Business Services in Innovation*. [w:] Productivity, Innovation and Knowledge in Services. New Economic and Socio-Economic Approaches, J. Gadrey, F. Gallouj, Edward Elgar (ed.), Cheltenham / Northampton, MA
- Howells J. (2000), *Innovation and Services. New Conceptual Frameworks*. CRIC Discussion Paper, No 38, August
- Innovation in the Service Sector. Analysis of data collected under the Community Innovation Survey (CIS-2)*. Final Report (2001), Tether B. S., Miles I., Blund K., Hipp Ch., de Liso N., Cainelli G., ECSC-EC-EAEC Brussels-Luxemburg
- Innowacje i transfer technologii – słownik pojęć*, (2005), PARP, Warszawa
- Innowacyjność 2006. Stan innowacyjności, metody wspierania, programy badawcze*. Raport (2006), red. A. Żołnierski, PARP, Warszawa 2006
- Kupper C. (2001), *Service Innovation – A Review of the State of the Art*, LMU
- Licht G., Moch D. (1997), *Innovation and Information Technology Services*, ZEW Discussion Paper No. 97-20, Mannheim
- Markiewicz J. (2006), *Oczekiwania MŚP na usługi ze strony instytucji otoczenia biznesu z zakresu szeroko pojętej innowacyjności*, Raport z badań, Szczecin
- Niedzielski P., Rychlik K. (2006), *Innowacje produkcyjne i usługowe – odmienność czy podobieństwo?*, [w:] „Wiedza, innowacje i gospodarka oparta na wiedzy”, Stawasz

- E., Niedzielski P., Matusiak K. (red), *Zaszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin-Pobierowo*
- Oslo Manual. Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*. 3<sup>rd</sup> Edition. (2005), OECD/Eurostat
- Payne A. (1997), *Marketing usług*, PWE, Warszawa
- Results of the third community innovation survey (CIS3)*, (2000), EUROSTAT
- Współczesna ekonomia usług* (2005), Flejterski S., Panasiuk A., Perenc J., Rosa G. (red), , Wyd. Naukowe PWN, Warszawa