



Usługi PROFESJONALNE

w globalnej gospodarce

pod redakcją
Justyny Matysiewicz



Wydawnictwo PLACET zaprasza Państwa do zapoznania się
z naszą ofertą.



PLACET – słowo niegdyś używane w naszym języku a zapożyczone z łaciny oznaczało: przyzwolenie, zgodę, a też „podość się”. To właśnie przyjęliśmy za filozofię działania: w zgodzie, dla wygody i zadowolenia, przy pełnym zaufaniu – autorów, czytelników i rynku.

Od początku zajmujemy się też ściśle określoną tematyką, a mianowicie wydajemy tylko dzieła z dziedziny szeroko pojętego zarządzania przedsiębiorstwami, finansów i ekonomii. Zdajemy sobie sprawę, że jest to literatura trudna – więc dokładamy starań redakcyjnych aby była zrozumiała dla każdego wykształconego czytelnika. Nie wydajemy książek z cyklu „Jak wzbogacić się w jeden dzień”, ale prace prezentujące rzetelną i nowoczesną wiedzę, które mogą być zarówno podręcznikami dla studiującej młodzieży, jak i podręcznikami-poradnikami służącymi dokształcaniu (samokształceniu) kadr kierowniczych przedsiębiorstw dostosowujących swoje struktury i metody zarządzania do stale przekształcającej się gospodarki rynkowej.

Od początku istnienia komercyjnej sieci Internet w Polsce mamy swoją witrynę www.placet.pl. Tam można śledzić nowości i zamierzenia wydawnicze, a także skorzystać z „Bazy wiedzy”.

Zapraszamy do lektury

dr Katarzyna Bilińska-Reformat
dr Sebastian Chachołek
dr Marzena Czarnecka

dr Anna Dewalska-Opitek
mgr Jagoda Gola

mgr Marta Grybś
mgr Edyta Lachowicz-Santos
mgr Agnieszka Lebiejko

dr n. med. Dariusz Luboń
dr Małgorzata Kieźel
mgr Agnieszka Marie

dr Justyna Matysiewicz
mgr Marcin Młodożeniec

dr Barbara Pabian
dr hab. Ewa Płaczek
dr Beata Reformat

prof. UE dr hab. Sławomir Smyczek
prof. dr hab. Jacek Szoltysek
dr Rafał Śpiewak
mgr Marcin Tutaj
dr Sebastian Twaróg
Jakub Wolny
dr Robert Wolny

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
PRC Group
Kancelaria Radców Prawnych T. Ogłódek, M. Czarnecka
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Śląska Wyższa Szkoła Zarządzania im. Gen. J. Ziętka
AK Consulting Aleksander Karkos
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Grupa Maspex
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Wyższa Szkoła Nauk Stosowanych w Rudzie Śląskiej
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
PricewaterhouseCoopers Service Delivery Center Poland
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
PRIME Public Relations S.C.
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
PRIME Public Relations S.C.
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

Recenzja: dr hab. Witold Kowal, prof. nadzw. Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Redakcja: Leszek Plak

Projekt okładki: Aleksandra Olszewska Rysunki na okładce © Fabian Pietrzyk

Publikacja została dofinansowana ze środków Narodowego Centrum Nauki przyznanych na podstawie decyzji nr 2011/01/B/HS4/07572

© Copyright by Wydawnictwo Placet 2014

WYDANIE I, Warszawa 2014

Wszelkie prawa zastrzeżone. Publikacja ani jej części nie mogą być w żadnej formie i za pomocą jakichkolwiek środków technicznych reprodukowane bez zgody właściciela copyright.

Wydawca: Wydawnictwo PLACET

01-517 Warszawa ul. Mickiewicza 18a/1 tel. (22) 8393626

księgarnia internetowa: <http://www.placet.pl> e-mail: redakcja@placet.pl

ISBN 978-83-7488-061-9

Skład i łamanie: Wydawnictwo PLACET

Druk i oprawa: ebook

Spis treści

Wprowadzenie	6
CZĘŚĆ I. USŁUGI PROFESJONALNE CHARAKTERYSTYKA, ZRÓŻNICOWANIE	
Koncepcja usług profesjonalnych we współczesnej gospodarce <i>Justyna Matysiewicz, Sławomir Smyczek</i>	9
Profesjonalizm na rynku usług profesjonalnych nie wystarczy <i>Rafał Śpiewak</i>	31
Usługi audytowe z obszaru marketingu jako źródło podnoszenia konkurencyjności mikro, małych i średnich przedsiębiorstw <i>Katarzyna Bilińska-Reformat, Anna Dewalska-Opitek</i>	44
Możliwości i problemy pomiaru efektywności zarządzania usługami medycznymi <i>Dariusz Luboń</i>	64
Konieczność kształtowania kompetencji menedżerów firm świadczących profesjonalne usługi logistyczne w obszarze logistyki społecznej <i>Jacek Szoltysek, Ewa Płaczek, Sebastian Twaróg</i>	82
CZĘŚĆ II. USŁUGI PROFESJONALNE WOBEC WYZWAŃ GLOBALNEJ GOSPODARKI	
Usługi prawnicze – wyzwania w świetle kryzysu gospodarczego <i>Marzena Czarnecka</i>	107
Różnice kulturowe między narodami – stymulator czy bariera świadczenia profesjonalnych usług na rynkach turystycznych? <i>Barbara Pabian</i>	123
Przyszłość uczelni wyższych jako podmiotu świadczącego usługi profesjonalne w świetle globalizacji szkolnictwa wyższego <i>Edyta Lachowicz-Santos</i>	141
Public Relations w globalnym sektorze usług profesjonalnych – przekleństwo czy przyszłość? <i>Sebastian Chachołek</i>	171
CZĘŚĆ III. ZACHOWANIA KONSUMENTÓW NA RYNKU USŁUG PROFESJONALNYCH	
Postępowanie europejskich konsumentów na rynku e-usług <i>Robert Wolny</i>	188

Wybrane zachowania konsumentów na europejskim rynku usług medycznych <i>Agnieszka Lebiejko, Jagoda Gola</i>	204
Patologie w zachowaniach konsumentów na rynku usług medycznych <i>Agnieszka Marie</i>	228
 CZEŚĆ IV. NOWE TRENDY W ROZWOJU USŁUG PROFESJONALNYCH	
E-usługi jako element zintegrowanych procesów innowacyjnych <i>Beata Reformat</i>	246
Nowe trendy w komunikacji marketingowej na rynku usług profesjonalnych <i>Marta Grybś</i>	262
Komunikacja w marketingu wewnętrznym przedsiębiorstw oferujących usługi profesjonalne w tworzącej się gospodarce wiedzy <i>Małgorzata Kieźel</i>	274
Media społecznościowe jako narzędzie do budowania relacji z konsumentami przez firmy doradztwa finansowego <i>Marcin Młodożeniec, Marcin Tutaj</i>	296
LinkedIn jako nowoczesne narzędzie networkingowe – wieloaspektowe możliwości wykorzystania w sektorze usług profesjonalnych <i>Jakub Wolny</i>	313

Wprowadzenie

Dynamiczny rozwój sektora usług profesjonalnych w Polsce stwarza zapotrzebowanie na wnikliwe analizy i oceny zachowań podmiotów rynkowych, funkcjonujących w tym sektorze. Problematyka ta zasługuje na uwagę zarówno z punktu widzenia teoretycznego, jak i praktycznego. Złożoność zagadnień dotyczących usług profesjonalnych wynika głównie z ich specyficznych cech, takich, jak: wrażliwość na wiedzę, zaangażowanie wysoko wykwalifikowanego personelu w procesie ich świadczenia, czy też silny indywidualizm procesu usługowego. Mając to na względzie, autorzy sytuują tę problematykę w skomplikowanej rzeczywistości społeczno-ekonomicznej, warunkowanej splotem różnorodnych determinant oraz dokonującymi się wciąż zmianami, wynikającymi z procesu globalizacji gospodarki. Wszystkie te zjawiska nie pozostają bez wpływu na zachowania podmiotów rynkowych, działających w sektorze usług profesjonalnych. Zjawiska te wymagają od firm świadczących usługi profesjonalne oraz ich klientów podjęcia szeregu decyzji przystosowawczych. Należy jednak dodać, że reakcje podmiotów rynkowych nie zawsze mają jednakowy kierunek i treść, mimo że podlegają tym samym wpływom.

W tej książce autorzy podjęli próbę ukazania specyfiki i zróżnicowania usług profesjonalnych, wskazania zachowań zarówno firm, świadczących te usługi, jak i ich klientów w globalnej gospodarce, a także identyfikacji nowych trendów w sektorze usług profesjonalnych, wynikających przede wszystkim z rozwoju nowych technologii. W związku z tym rozważania teoretyków i praktyków podzielone zostały na cztery części, zawierające opracowania poświęcone wskazanym celom.

Część pierwsza składa się z pięciu opracowań. W pierwszym z nich, autorstwa Justyny Matysiewicz i Sławomira Smyczka, wskazano na istotę usług profesjonalnych, dokonano ich charakterystyki na tle całego sektora usług oraz przedstawiono różnorodne ich klasyfikacje. W drugim opracowaniu, przygotowanym przez Rafała Śpiewaka, zwrócono uwagę na współczesne problemy, występujące w firmach, świadczących usługi profesjonalne, a w szczególności na nadmierne koncentrowanie się na „profesjonalizmie”, a zapominanie o istocie samej usługi i jednostce, która z niej korzysta. Wskazano także na problemy kształcenia profesjonalnej kadry. Opracowanie trzecie, autorstwa Katarzyny Bilińskiej-Reformat i Anny Dewalskiej-Opitek, poświęcone jest usługom audytu marketingu. Specyfika tych usług została zaprezentowana na tle sek-

tora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw. Kolejne opracowanie poświęcone jest usługom medycznym. Dariusz Luboń przedstawił możliwości i problemy pomiaru efektywności zarządzania tymi usługami. Natomiast w piątym opracowaniu, przygotowanym przez zespół: Jacek Szołtysek, Ewa Płaczek i Sebastian Twaróg, skupiono się na problematyce kształtowania kompetencji menedżerów firm, świadczących profesjonalne usługi logistyczne w obszarze logistyki społecznej.

Druga część publikacji, składająca się z czterech opracowań, została poświęcona wyzwaniom, jakie stawia globalna gospodarka przed sektorem usług profesjonalnych. I tak, opracowanie pierwsze, przygotowane przez Marzenę Czarnecką, obejmuje rozważania dotyczące kancelarii prawnych i wyzwań, stojących przed prawnikami w obliczu kryzysu gospodarczego. Z kolei Barbara Pabian zwraca uwagę na różnice kulturowe i ich wpływ na kształtowanie się rynku profesjonalnych usług turystycznych. W trzecim opracowaniu, przygotowanym przez Edytę Lachowicz-Santos, zaprezentowane zostały problemy i wyzwania, jakimi muszą sprostać uczelnie wyższe w dobie globalizacji rynku szkolnictwa wyższego. Ostatnie opracowanie w tej części, autorstwa Sebastiana Chachołka, dotyczy usług PR i funkcjonowania agencji świadczących te usługi w globalnej konkurencji.

Trzecia część książki poświęcona została zachowaniom konsumentów na rynku usług profesjonalnych. Robert Wolny dokonuje charakterystyki i porównań zachowań europejskich konsumentów na rynku e-usług. Z kolei Agnieszka Lebiejko i Jagoda Goła zwracają uwagę na zachowania konsumentów–pacjentów na rynku usług medycznych. Tę część kończy opracowanie Agnieszki Marie, która zwraca uwagę na ważny problem patologii w zachowaniach konsumentów na rynku usług profesjonalnych.

Czwarta część książki, obejmująca pięć opracowań, poświęcona została nowym trendom, jakie można zaobserwować na rynku usług profesjonalnych. W pierwszym opracowaniu Beata Reformat opisuje e-usługi jako element zintegrowanych procesów innowacyjnych. Kolejne opracowanie, autorstwa Marty Grybś, ukazuje nowe trendy w komunikacji zewnętrznej firm, świadczących usługi profesjonalne. Natomiast Małgorzata Kiezel zwraca uwagę na narzędzia komunikacji wewnętrznej firm, oferujących usługi profesjonalne w tworzącej się gospodarce wiedzy. Ostatnie dwa opracowania związane są z wykorzystaniem nowych technologii w sektorze usług profesjonalnych. I tak, Marcin Młodożeniec i Marcin Tutaj ukazują media społecznościowe jako narzędzie budowania relacji z konsumentami przez firmy doradztwa finansowego, natomiast Jakub Wolny zwraca uwagę na LinkedIn, stanowiący nowoczesne narzędzie networkingowe oraz możliwości jego wykorzystania w sektorze usług profesjonalnych.

Justyna Matysiewicz