



Usługi PROFESJONALNE

w globalnej gospodarce

pod redakcją
Justyny Matysiewicz

Placet

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 doksztalcaniu (samoksztalcaniu) 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	Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
dr Sebastian Chachołek	PRC Group
dr Marzena Czarnecka	Kancelaria Radców Prawnych T. Ogłódek, M. Czarnecka
	Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
dr Anna Dewalska-Opitek	Śląska Wyższa Szkoła Zarządzania im. Gen. J. Ziętka
mgr Jagoda Gola	AK Consulting Aleksander Karkos
	Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
mgr Marta Grybś	Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
mgr Edyta Lachowicz-Santos	Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
mgr Agnieszka Lebiejko	Grupa Maspex
	Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
dr n. med. Dariusz Luboń	Wyższa Szkoła Nauk Stosowanych w Rudzie Śląskiej
dr Małgorzata Kieźel	Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
mgr Agnieszka Marie	PricewaterhouseCoopers Service Delivery Center Poland
	Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
dr Justyna Matysiewicz	Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
mgr Marcin Młodożeniec	PRIME Public Relations S.C.
dr Barbara Pabian	Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
dr hab. Ewa Płaczek	Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
dr Beata Reformat	Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
prof. UE dr hab. Sławomir Smyczek	Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
prof. dr hab. Jacek Szoltysek	Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
dr Rafał Śpiewak	Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
mgr Marcin Tutaj	PRIME Public Relations S.C.
dr Sebastian Twaróg	Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Jakub Wolny	Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
dr Robert Wolny	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 zapomnianie 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 Gola 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