

**Jadwiga Berbeka, Krzysztof
Borodako, Michał Rudnicki**

**Usługi firmowe – wykorzystanie
przez podmioty bazy noclegowej w
Polsce**

Ekonomiczne Problemy Turystyki nr 1 (25), 213-229

2014

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

Jadwiga Berbeka*

Krzysztof Borodako**

Michał Rudnicki***

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

USŁUGI FIRMOWE – WYKORZYSTANIE PRZEZ PODMIOTY BAZY NOCLEGOWEJ W POLSCE¹

Streszczenie

Celem opracowania jest identyfikacja zachowań polskich obiektów noclegowych w zakresie korzystania z usług firmowych (kategoria wprowadzona przez autorów, obejmująca usługi związane z działalnością przedsiębiorstwa, do których zalicza się: usługi rachunkowe i doradztwo podatkowe, usługi informatyczne, doradztwo związane z zarządzaniem, usługi prawnicze). Realizacja celu wymagała znalezienia odpowiedzi na szczegółowe pytania badawcze dotyczące zakresu i częstotliwości korzystania w 2012 r. przez przedsiębiorstwa noclegowe z usług firmowych oraz czynników, które sprzyjały powyższemu outsourcingowi. Analizę przeprowadzono na podstawie wyników badań ankietowych zrealizowanych drogą elektroniczną.

Uzyskane rezultaty pozwoliły stwierdzić, że usługi firmowe oparte na wiedzy były jednymi z najczęściej zlecanych na zewnątrz usług przez obiekty noclegowe. Najważniejsze dla tych obiektów były usługi rachunkowe i doradztwo podatkowe oraz usługi informatyczne.

Słowa kluczowe: turystyka, usługi firmowe, outsourcing, baza noclegowa

* Adres e-mail: jadwiga.berbeka@uek.krakow.pl.

** Adres e-mail: borodako@uek.krakow.pl.

*** Adres e-mail: michal.rudnicki@uek.krakow.pl.

¹ Projekt został sfinansowany ze środków Narodowego Centrum Nauki przyznanych na podstawie decyzji numer DEC-2011/01/D/HS4/03983.

Wprowadzenie

Rola usług we współczesnej gospodarce jest ogromna, czego dowodem są wskaźniki makroekonomiczne. Zostało to już szeroko omówione w literaturze. W ostatnich latach zauważalne jest jednak nowe zjawisko – *outsourcing*, czyli zlecenie wykonania określonych usług zewnętrznym firmom. Początkowo działały w ten sposób przedsiębiorstwa produkcyjne, starając się obniżyć koszty poprzez koncentrację jedynie na swej głównej działalności statutowej. Z czasem także firmy usługowe zaczęły zlecać określone zadania firmom zewnętrznym. Działania takie można zaobserwować również na rynku turystycznym. Ponieważ temat ten nie jest jeszcze bogato opisany w polskiej literaturze przede wszystkim ze względu na niewielką liczbę badań empirycznych w tym zakresie, podjęto go w niniejszym artykule.

Celem opracowania jest przedstawienie odpowiedzi na następujące pytania badawcze:

1. Czy gestorzy bazy noclegowej w Polsce korzystali w 2012 r. z opartych na wiedzy usług firmowych?
2. Jak się miał zakres korzystania z powyższej kategorii usług do korzystania z pozostałych usług biznesowych opartych na wiedzy?
3. Jak często obiekty noclegowe korzystały w 2012 r. z opartych na wiedzy usług firmowych?
4. Które rodzaje usług wchodzących w skład kategorii usługi firmowe były w 2012 r. kupowane najczęściej?
5. Jakie cechy obiektów noclegowych determinowały korzystanie z poszczególnych kategorii usług?

1. Rola usług w gospodarce

Współczesne wysoko zaawansowane rozwojowo gospodarki charakteryzują się uniwersalnym megatrendem strukturalnym, jakim jest proces serwicyzacji. Terminem tym określa się wzrastającą rolę usług w relacjach społeczno-gospodarczych, jak również zaawansowany etap rozwoju sektora usług. W ujęciu makroekonomicznym serwicyzacja przejawia się zwiększeniem zatrudnienia w sektorze usług i wzrostem ich udziału w strukturze PKB, a w uję-

ciu mikro – wzrostem wydatków na usługi w strukturze wydatków gospodarstw domowych.

Usługi to sektor, który oprócz tego, że decyduje o ekonomicznym, społecznym i kulturowym rozwoju gospodarki, a tym samym o jej konkurencyjności, to jeszcze przyczynia się do wzrostu produktywności w pozostałych sektorach. Szacuje się, że sektor usług wypracowuje obecnie w krajach najwyżej rozwiniętych ok. 75% wartości dodanej brutto i angażuje ponad 70% pracujących. W gospodarce Polski również można zaobserwować wzrastające z roku na rok znaczenie sektora usługowego, który generuje prawie 65% wytworzonej wartości dodanej brutto oraz absorbuje niemal 60% potencjału kapitału ludzkiego. Jak podkreśla A. Czubała, sukcesywnie rośnie udział usług w inwestycjach, konsumpcji, wydatkach przedsiębiorstw oraz w obrocie międzynarodowym. Szczególnie szybko rozwijają się usługi profesjonalne, informatyczne, telekomunikacyjne i edukacyjne, które tworzą podstawy rozwoju społeczeństwa informacyjnego².

Wydzielenie sektora usług z całości działalności gospodarczej bazuje na klasycznych koncepcjach trójsektorowych sformułowanych przez A.G. Fishera³, C. Clarka⁴ i J. Fourastié⁵, i obejmuje działalność prowadzoną w ramach sekcji: G do U Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD 2007) oraz w ramach tych samych sekcji Statystycznej Klasyfikacji Działalności Gospodarczej we Wspólnocie Europejskiej (NACE Rev. 2) opracowanej przez Eurostat. Mimo braku jednej powszechnie przyjętej definicji oraz licznych prób usystematyzowania usług można wskazać fundamentalne cechy świadczące o ich istocie. Podstawowym wyróżnikiem działalności usługowej jest bezpośredniość relacji międzyludzkich zachodzących w procesie świadczenia usługi oraz niematerialny charakter wykonanej pracy. Wynikają z tego kolejne specyficzne cechy usług, wśród których najczęściej wymieniane są: jednoczesność procesu świadczenia i konsumpcji (w tym nierozdzielność usługi i jej wykonawcy), niejedno-

² A. Czubała, A. Jonas, T. Smoleń, J.W. Wiktor, *Marketing usług*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2012, s. 11.

³ C. Clark, *The Conditions of Economic Progress*, Macmillan and Co. Ltd., London 1940.

⁴ A.G. Fisher, *The Clash of Progress and Security*, McMillan, London 1935.

⁵ J. Fourastié, *Die grosse Hoffnung des zwanzigsten Jahrhunderts*, Bund-Verlag, Köln 1969.

rodność (brak standaryzacji), nietrwałość (brak możliwości wytwarzania na zapas, ich magazynowania i transportu), niemożność nabycia usługi na własność, a także wysoki udział kapitału ludzkiego (niski kapitału rzeczowego) w procesie świadczenia usługi.

Uwarunkowania współcześnie funkcjonujących gospodarek ukazują nasilenie się tendencji do zacierania się różnic między produkcją a usługami. Problem ten analizują I. Miles oraz M. Boden⁶. Jak zauważa M. Cyrek, stopień materializacji usług określony jest przez całe spektrum możliwych kombinacji: od czystej usługi poprzez hybrydy w kierunku coraz większego udziału produktu materialnego⁷. Zmieniają się metody wytwarzania wielu rodzajów usług w kierunku ich standaryzacji i zindustrializowania. Dostrzega się równocześnie zjawisko usługiwania sektora produkcji oznaczającego obecność firm produkcyjnych na rynkach usług, wzrost znaczenia elementów niematerialnych dla wartości towarów, coraz większy wpływ wydajności usług wewnętrznych na konkurencyjność oraz wzrost złożoności i wagi zewnętrznych usług związanych z produktem⁸. Jednocześnie obserwuje się tendencję do „obudowywania” usługami produktów i usług, czyli proces enkapsulacji usługami. Jest on związany z oferowaniem produktu wraz z pochodną usługą lub oferowaniem rozwiązań produktu *sensu stricto*⁹.

2. Klasyfikacja usług opartych na wiedzy

Występująca różnorodność usług świadcząca o ich heterogeniczności skłania do podejmowania prób ich klasyfikacji. Najbardziej znanymi przykładami klasyfikacji usług są te omówione przez K. Rogozińskiego¹⁰ i A. Dąbrowską¹¹.

⁶ I. Miles, M. Boden, *Introduction: Are Services Special?*, w: *Services and the Knowledge-Based Economy*, red. M. Boden, I. Miles, Science, Technology and the International Political Economy Series, Continuum, London–New York 2000, s. 8–10.

⁷ M. Cyrek, *Rozwój sektora usług a gospodarka oparta na wiedzy*, Wyd. UR, Rzeszów 2012, s. 15.

⁸ A. Szalavetz, *Tercjaryzacja przemysłu wytwórczego i rola TIT w drugiej fazie restrukturyzacji*, w: *„Nowa gospodarka” a transformacja*, red. M. Piątkowski, Tiger, Warszawa 2003, s. 131–147.

⁹ *Usługi w gospodarce rynkowej*, red. I. Rudawska, PWE, Warszawa 2009, s. 154–159.

¹⁰ K. Rogoziński, *Usługi rynkowe*, Wyd. AE w Poznaniu, Poznań 2000, s. 58–90.

Kategorią często pojawiającą się w różnych klasyfikacjach (np. klasyfikacja usług ze względu na nabywcę) są usługi biznesowe. Są to usługi świadczone przez wyspecjalizowane firmy na rzecz innych podmiotów gospodarczych w celu zwiększenia ich efektywności, wydajności i konkurencyjności¹². Do usług tych zalicza się usługi informatyczne, profesjonalne, marketingowe, techniczne, pośrednictwa pracy, porządkowe i inne. Znakomitą większość tych usług stanowią kategorie oparte na wiedzy, czyli angażujące w proces ich świadczenia specjalistów posiadających wysokie, potwierdzone dyplomem akademickim kwalifikacje zawodowe, wiedzę, doświadczenie, znajomość metod, umiejętność określenia i rozwiązania problemu zgłaszanego przez zleceńdawcę usługi.

„Produkcja, dystrybucja i wykorzystanie wiedzy jest główną siłą napędową wzrostu, kreowania bogactwa i zatrudnienia we wszystkich gałęziach przemysłu”¹³. To tylko jeden z licznych przykładów koncepcyjnych określenia istoty nowego modelu gospodarowania wskazującego na silne związki pomiędzy znaczeniem wiedzy oraz rozwojem usług. Coraz częściej mówi się wręcz o „nowej gospodarce usług”, z którą utożsamiana jest gospodarka oparta na wiedzy. Charakteryzuje się ona intensywnym przenikaniem się produktów materialnych i usług. Proces ten warunkowany jest rolą wiedzy, która zmienia definicję tradycyjnego produktu i technologii¹⁴. Znaczenie wiedzy dla procesu zarządzania współcześnie funkcjonujących przedsiębiorstw jest przyczyną, dla której zaczęto mówić o wysoce specjalistycznych usługach biznesowych (WSUB lub tłumaczonymi wiernie z jęz. ang. *knowledge-intensive business services* – KIBS) jako nowym, dynamicznym sposobie kreowania innowacji w przedsiębiorstwach przyczyniającym się do zdobycia przewagi konkurencyjnej i zapewniającym powodzenie w funkcjonowaniu na rynku. Niektórzy badacze tego zagadnienia podkreślają znaczenie nowych pomysłów świadczonych

¹¹ A. Dąbrowska, *Rozwój rynku usług w Polsce – uwarunkowania i perspektywy*, Wyd. SGH, Warszawa 2008.

¹² L. Kuczevska, *Stan i tendencje rozwojowe usług biznesowych w Polsce*, IRWiK, Warszawa 2006, s. 13.

¹³ R. Sanders, C. Yang, *Chińska droga do „nowej gospodarki”: podejście instytucjonalne*, w: „Nowa gospodarka”..., s. 265–306.

¹⁴ A. Herman, *Tworzenie wartości w nowej gospodarce usług*, „*Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstw*” 2006, nr 12, s. 4–5.

przez te „mosty innowacji” w zaawansowanych gospodarkach, które współpracują z sektorem produkcyjnym jako dostawcy wiedzy, jej nabywcy oraz partnerzy biznesowi¹⁵.

W literaturze można spotkać liczne próby zdefiniowania KIBS. Pierwszą z nich podjął I. Miles, który przez termin wysoko specjalistycznych usług biznesowych rozumie usługi firm wnoszących wiedziointensywny wkład do procesów biznesowych innych organizacji¹⁶. KIBS mogą być też zdefiniowane jako usługi, które wspierają procesy przedsiębiorstw wymagające szczególnych umiejętności oraz specjalistycznej wiedzy (np. usługi oparte na technologiach informacyjnych i komunikacyjnych – ICT), stanowiąc tym samym strategiczny wkład w działalność przedsiębiorstwa¹⁷. Miles i inni sklasyfikowali KIBS w dwóch kategoriach: tradycyjne usługi profesjonalne (P-KIBS, z jęz. ang. *traditional professional services*) i usługi oparte na nowej technologii (T-KIBS, z jęz. ang. *new-technology based services*). Pierwsza kategoria obejmuje usługi, które mogą być intensywnymi użytkownikami nowych technologii (usługi zarządzania, usługi prawne, rachunkowość, reklama, badania rynku itp.) i które są oparte na wiedzy społecznej i instytucjonalnej. Druga kategoria odnosi się do wiedzy technicznej i do usług związanych z jej transferem. T-KIBS są powiązane z technologiami informacyjnymi i komunikacyjnymi, jak również usługami technologicznymi, np. usługi informatyczne, inżynieryjne, usługi z zakresu badań i rozwoju itp. Najczęściej przyjmowaną klasyfikacją uwzględniającą KIBS jest podział usług zgodny z NACE (Europejska Klasyfikacja Działalności Gospodarczej). Jest to obecnie najczęściej stosowana w badaniach (np. OECD¹⁸) i literaturze klasyfikacja tych usług¹⁹. Interesujące podejście do za-

¹⁵ D. Czarnitzki, A. Spielkamp, *Business Services in Germany: Bridges for Innovation*, „ZEW Discussion Paper” 2000, no. 00–52.

¹⁶ I. Miles, N. Kastrinos, K. Flanagan, R. Bilderbeek, P. Den Hertog, *Knowledge-Intensive Business Services: Users, Carriers and Sources of Innovation*, European Innovation Monitoring Systems Publication no. 15, Innovation Programme, DGXIII, Luxembourg 1995.

¹⁷ M. Miozzo, D. Grimshaw, *Modularity and Innovation in Knowledge-Intensive Business Services: IT Outsourcing in Germany and the UK*, „Research Policy” 2005, vol. 34, s. 1419–1439.

¹⁸ *The Role of KISA in the Tourism and Leisure Industries. Innovation and Knowledge-Intensive Service Activities*, OECD 2006, s. 127–143.

¹⁹ E. Pardos, A. Gomez-Loscos, F. Rubiera-Morollon, “Do” versus “buy” decisions, „The Service Industries Journal” 2007, vol. 27, no. 3, s. 233–249.

gadnienia klasyfikacji KIBS zostało także zaprezentowane przez National Science Board²⁰. Zaproponowana tam klasyfikacja zawiera dwie główne kategorie działalności: ukierunkowane rynkowo i zorientowane na sektor publiczny. Na podstawie tej metody klasyfikacji R.G. Javalgi i inni przeprowadzili modyfikację i przygotowali swoją propozycję ujęcia usług WSUB z rozróżnieniem ze względu na poziom umiejętności i intensywność wiedzy²¹.

Tabela 1

Relacyjne ujęcie usług biznesowych zaliczanych do KIBS

Kategoria	Najważniejsze rodzaje usług
Rynkowe KIBS	Badania rynku Reklama Badania naukowe i prace rozwojowe w dziedzinie nauk społecznych i humanistycznych
Firmowe KIBS	Doradztwo związane z zarządzaniem Działalność prawnicza Działalność rachunkowa i doradztwo podatkowe Doradztwo w zakresie sprzętu komputerowego Doradztwo w zakresie oprogramowania Przetwarzanie danych Tworzenie i opracowywanie baz danych
Techniczne	Badania naukowe i prace rozwojowe w dziedzinie nauk przyrodniczych i technicznych Usługi projektowania architektonicznego Usługi inżynierskie Badania i analizy techniczne

Źródło: opracowanie własne.

Biorąc pod uwagę powyższe klasyfikacje, autorzy artykułu przygotowali własną propozycję podziału usług biznesowych opartych na wiedzy. Jako kryterium przyjęto relacje panujące na rynku oraz z punktu widzenia klient – przed-

²⁰ *Science and Engineering Indicators*, National Science Foundation–National Science Board, Washington 1995.

²¹ R.G. Javalgi, A.C. Gross, W.B. Joseph, E. Granot, *Assessing Competitive Advantage of Emerging Markets in Knowledge Intensive Business Services*, „Journal of Business & Industrial Marketing” 2011, vol. 26, no. 3, s. 173.

siębiorstwo²². Wyszczególniono trzy kategorie działalności: KIBS ukierunkowane rynkowo, usługi firmowe oraz techniczne, którym przyporządkowano dane rodzaje działalności zaprezentowane w tabeli 1.

Wyszczególnienie kategorii usług firmowych stanowi terminologiczną podstawę do badań empirycznych podjętych w dalszej części artykułu.

3. Baza noclegowa i jej współpraca z podmiotami rynku

Główną grupą przedsiębiorstw działających na rynku turystycznym są podmioty bazy noclegowej. Jej obecność na danym obszarze ma istotny wpływ na ruch turystyczny, a tym samym jest odzwierciedleniem atrakcyjności turystycznej danego obszaru recepcji. Rozwinięta baza noclegowa z reguły towarzyszy funkcjonowaniu w otoczeniu wielu innych podmiotów rynku turystycznego, które wchodzi we wzajemne relacje biznesowe. Ale oprócz relacji z innymi firmami turystycznymi współpracuje ona z przedstawicielami wielu pozostałych branż. Baza noclegowa i jej zmiany stanowią pewien obraz zmian na rynku turystycznym.

W Polsce w 2012 r. łącznie funkcjonowały 9483 turystyczne obiekty zbiorowego zakwaterowania (GUS 2013). Jest to wartość wyższa niż w roku poprzednim o 362 obiekty (co stanowiło niespełna 4% wartości początkowej). Biorąc pod uwagę większy horyzont czasu, tj. okres dekady, można powiedzieć, że łączna liczba obiektów bardzo dynamicznie się zmieniała – z 7,8 tys. obiektów w 2000 r. do 9 tys. w 2012 r. Przy ciągłych zmianach liczby obiektów ogółem zauważalne są dwa zjawiska. Po pierwsze, w trakcie tego okresu zanotowano gwałtowny spadek do 6,7 tys. obiektów, który został „odbudowany” w następnych 5 latach do wartości 7,2 tys. (w 2010 r.). Po drugie, tego typu zjawisko nie wystąpiło w grupie obiektów hotelowych, tj. hoteli, moteli, pensjonatów i innych. W tej grupie liczba obiektów w analizowanych latach notowała systematyczny wzrost. I tak w 2000 r. funkcjonowało 1449 obiektów tego typu, podczas gdy w 2012 r. było ich już 3414 (por. tabela 2). Świadczy to z jednej strony o rozwoju turystyki, a z drugiej – może być odzwierciedleniem coraz większej

²² K. Borodako, J. Berbeka, M. Rudnicki, *The Potential of Local KIBS Companies as a Determinant of the Development of Tourism in Krakow*, „Tourism Economics” 2013, IP Publishing Ltd., London, w druku, DOI: <http://dx.doi.org/10.5367/te.2013.0351> (4.10.2013).

popularności tego typu obiektów wśród turystów, jak również coraz wyższych wymagań co do komfortu i jakości usług. Towarzyszącemu wzrostowi liczby obiektów hotelowych towarzyszy spadek liczby pozostałych obiektów obejmujących swoim zakresem m.in. domy wycieczkowe, schroniska, ośrodki wczasowe, pola biwakowe czy ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe.

Tabela 2

Turystyczne obiekty zbiorowego zakwaterowania

Kategoria	Lata				
	2000	2005	2010	2011	2012
Obiekty	7818	6723	7206	9121	9483
Obiekty hotelowe	1449	2200	3223	3285	3414
Hotele	924	1231	1796	1883	2014
Motele	116	116	123	123	116
Pensjonaty	409	238	293	289	311
Inne obiekty hotelowe		615	1011	990	973
Pozostałe obiekty	6369	4523	3983	3754	–
Domy wycieczkowe	179	78	52	54	53
Schroniska	83	49	60	65	61
Schroniska młodzieżowe	457	403	346	327	326
Kempingi	171	136	121	135	131
Pola biwakowe	339	247	193	188	192
Ośrodki wczasowe	2079	1391	1154	1080	1079
Ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	497	492	494	465	450
Domy pracy twórczej	56	47	37	35	37
Zespoły domków turystycznych	514	315	365	365	388
Hostele			71	84	108
Inne obiekty	1994	1365	1090	965	–

Źródło: *Rocznik statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2012*, GUS, Warszawa 2012, s. 394; *Turystyka w 2012 r.*, GUS, Warszawa 2013, s. 84.

Wielkość bazy noclegowej w 2012 r. można jeszcze rozszerzyć o najbardziej aktualne dostępne dane dotyczące udziałów procentowych wynajętych pokoi w obiektach noclegowych według rodzajów obiektów hotelowych. Dane pochodzące z I półrocza 2012 r. dają obraz dominującej grupy obiektów, jaką są hotele. Aż 83,3% wszystkich wynajętych pokoi oferowały hotele, a jedynie 1,4% i 2,9% odpowiednio motele i pensjonaty. Na podstawie obu źródeł danych, tj. dotyczących liczby obiektów oraz udziału procentowego wynajętych pokoi, widać, że kluczowe dla turystyki wydają się być hotele i obiekty z tej

grupy. Z tej przyczyny pokrótce poddano analizie istniejącą literaturę dotyczącą współpracy tego rodzaju obiektów z innymi podmiotami.

Współpraca podmiotów bazy noclegowej w Polsce z innymi podmiotami jest opisana w literaturze przedmiotu z kilku perspektyw jej realizacji. Przykładem takiej współpracy jest udział przedsiębiorców prowadzących obiekty bazy noclegowej w tworzących się i działających klastrach²³. W przypadku tego typu literatury brak jest dokładnych badań dotyczących rodzajów form i skali intensywności współpracy, a większy nacisk kładziony jest na istotę i cele działania klastra turystycznego. Drugą perspektywą badania współpracy podmiotów bazy noclegowej z innymi podmiotami jest wykorzystywanie outsourcingu w działalności tych podmiotów²⁴. W jednej z publikacji przedstawiono wyniki analiz przeprowadzonych dla 42 hoteli z Dolnego Śląska. Wśród tych podmiotów aż 68% badanych firm budowało powiązania outsourcingowe, przy czym aż 90% badanych podmiotów reprezentujących sieci hotelowe korzystało z tych usług, natomiast wśród podmiotów niebędących w sieciach hotelowych dominowały obiekty duże i działające ponad 5 lat. W tego typu obiektach stosowano często (80% przypadków badanych) outsourcing²⁵. Badania współpracy w ramach outsourcingu prowadzone są również na podstawie kryterium efektywności²⁶, brak jednak badań pokazujących, z dostawcami jakich rodzajów usług podmioty bazy noclegowej współpracują i w jakiej skali.

²³ R. Kusa, *Uwarunkowania rozwoju klastrów turystycznych*, w: *Zarządzanie organizacjami w gospodarce opartej na wiedzy. Zasobowe podstawy funkcjonowania i rozwoju organizacji*, red. A. Glińska-Noweś, TNOiK, Toruń 2008, s. 513; L. Kaliszczak, *Klaster turystyczny jako innowacyjna forma polsko-ukraińskiej współpracy transgranicznej*, w: *Konkurencyjność a innowacyjność*, red. R. Fedan, L. Kaliszczak, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Rzeszowskiego” 2009, nr 1, s. 103–104.

²⁴ K. Perechuda, E. Nawrocka, *Sieci outsourcingowe w przedsiębiorstwach hotelarskich Dolnego Śląska*, w: *Technologie wiedzy w zarządzaniu publicznym*, red. J. Gołuchowski, A. Frąckiewicz-Wronka, Wyd. AE w Katowicach, Katowice 2008, s. 47–54.

²⁵ *Ibidem*, s. 51.

²⁶ M. Sztorc, *Efektywność outsourcingu w hotelarstwie*, „Zeszyty Naukowe, Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie” 2008, nr 788, s. 131–148.

4. Metodyka

Badania zostały przeprowadzone przy wykorzystaniu ankiety elektronicznej. Dobór miał charakter celowy poprzez wybór respondentów z określonej grupy podmiotów: zwrócono się do polskich podmiotów działających w branży turystycznej. W badaniu przyjęto do analiz subpopulację ograniczoną do bazy noclegowej. Identyfikację adresów e-mailowych przeprowadzono poprzez bazy danych obiektów noclegowych, dostępne w internecie bazy teleadresowe oraz uzupełniono je o wyniki wyszukiwania w wyszukiwarce Google pod hasłami: hotel, pensjonat, recepcja, nocleg. Nie było możliwości przeprowadzenia losowania tych obiektów z próby generalnej, co mogłoby zapewnić dobór losowy. Badania skierowano do właścicieli obiektów noclegowych i tę grupę poddano analizie. Kwestionariusz wysłano do 1492 podmiotów bazy noclegowej, odpowiedziało 101 podmiotów, co oznacza stopę zwrotu 6,77%. Badanie przeprowadzono w okresie styczeń–marzec 2013 r.

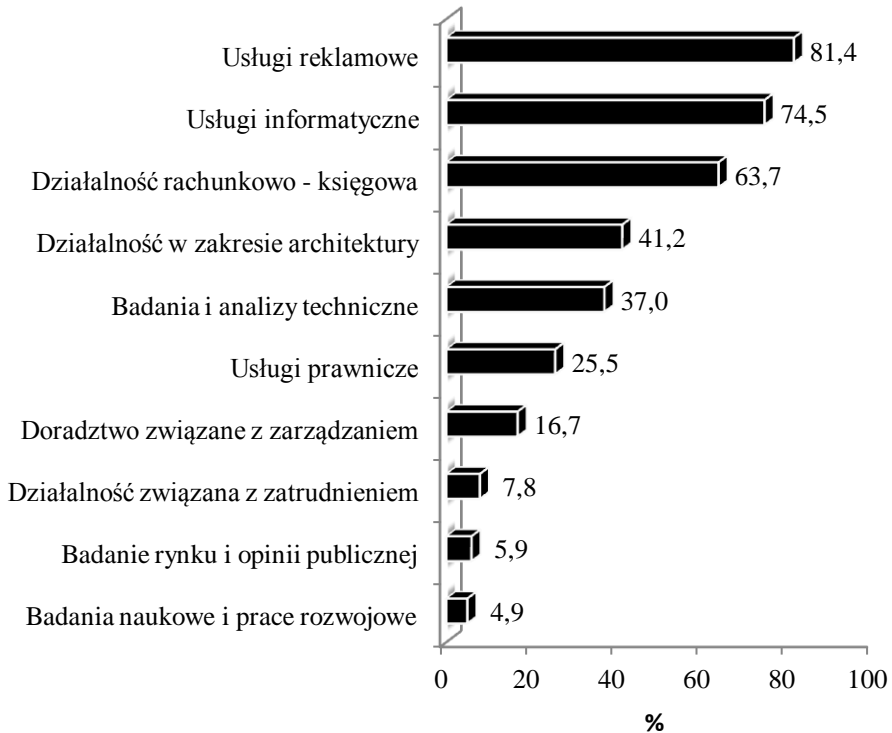
W badaniu postawiono następujące pytanie: Z przedstawicielami dostawców jakich usług profesjonalnych najczęściej współpracują przedsiębiorstwa bazy noclegowej w Polsce? W ramach tego pytania podjęto próbę dowiedzenia się, jakie usługi są kupowane przez firmy turystyczne oraz jakie cechy podmiotów wpływają na wybór danego rodzaju usługi.

W analizie wykorzystano statystykę podstawową w zakresie struktury próby oraz udzielonych odpowiedzi. Opracowano także wskaźnik korzystania z poszczególnych rodzajów usług firmowych obliczony jako suma iloczynów liczby podmiotów zakupujących daną usługę i częstotliwości jej nabywania. Wykorzystano również analizę tabel wielozmiennych do określenia istotności statystycznej zależności między odpowiedziami merytorycznymi a cechami podmiotów (i respondentów).

5. Zakres współpracy bazy noclegowej z dostawcami usług firmowych na podstawie badań własnych

Uzyskane rezultaty wskazują, że w 2012 r. zakres korzystania przez polskie obiekty bazy noclegowej z opartych na wiedzy usług firmowych był silnie zróżnicowany (por. rysunek 1). Usługi informatyczne zakupiły 3/4 badanych obiektów, a prawie 2/3 – usługi rachunkowo-księgowe. Po pozostałe rodzaje

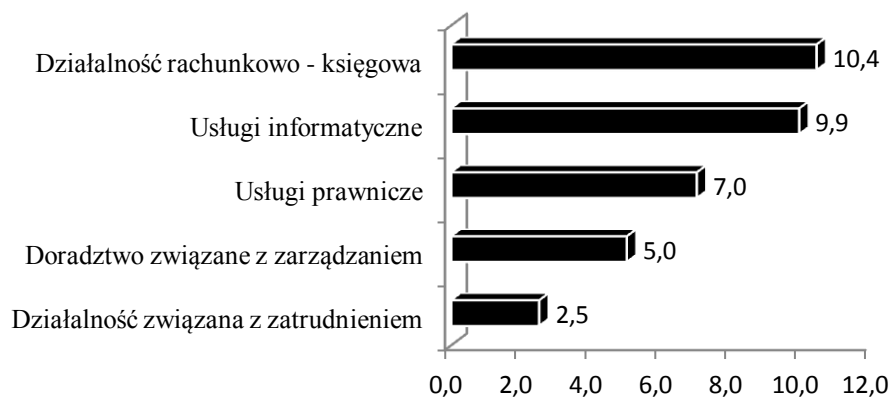
usług obiekty noclegowe sięgały w mniejszym stopniu – 1/4 zlecała usługi prawnicze, 17% skorzystało z usług związanych z zarządzaniem, a niecałe 8% z usług związanych z zatrudnieniem.



Rys. 1. Odsetek badanych obiektów noclegowych korzystających z poszczególnych rodzajów usług biznesowych opartych na wiedzy w 2012 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań.

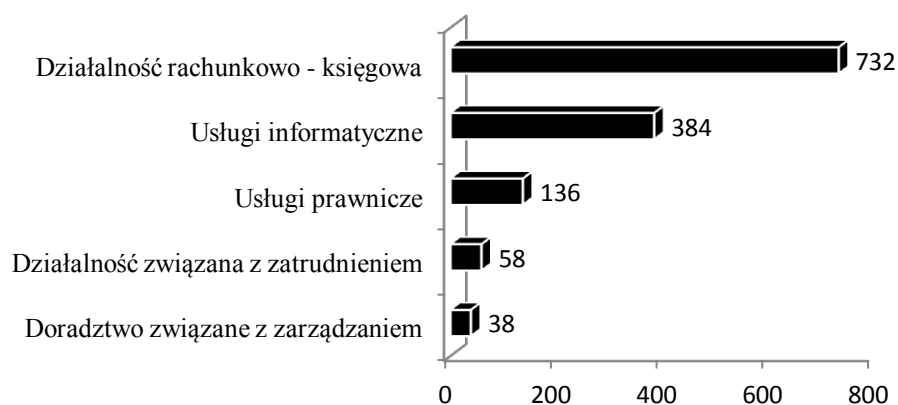
Wyniki wskazują, że w 2012 r. przedsiębiorstwa noclegowe kupowały najczęściej usług rachunkowych oraz z zakresu doradztwa podatkowego i informatycznych, bo przeciętnie ok. 10 w roku (por. rysunek 2).



Rys. 2. Przeciętna liczba faktur płaconych w 2012 r. przez obiekty noclegowe w Polsce za poszczególne rodzaje usług firmowych

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań.

Korzystały one przeciętnie z 7 usług prawniczych i 5 z zakresu doradztwa związanego z zarządzaniem. Natomiast tylko ok. dwie faktury rocznie płacono za usługi związane z zatrudnianiem. Wydaje się, że największą wartość informacyjną, jeśli chodzi o realizowany temat, ma wskaźnik korzystania z poszczególnych rodzajów usług firmowych w badanej zbiorowości (por. rysunek 3).



Rys. 3. Wskaźnik korzystania z poszczególnych rodzajów usług przez polskie obiekty noclegowe w 2012 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań.

Wskazuje on, że najważniejsze dla obiektów noclegowych były w 2012 r. usługi rachunkowe i doradztwo podatkowe. Wskaźnik dla drugiej z kolei kategorii – usług informatycznych – był prawie dwukrotnie niższy, a dla trzeciej – usług prawniczych – prawie pięciokrotnie niższy. Można ocenić, że pozostałe dwa rodzaje opartych na wiedzy usług firmowych miały bardzo niewielkie znaczenie dla obiektów noclegowych.

Podjęto także próbę identyfikacji czynników wpływających na korzystanie z usług firmowych opartych na wiedzy. Analiza tablic korelacyjnych między cechami obiektów noclegowych a liczbą kupowanych przez nie usług firmowych nie wykazuje wielu statystycznie istotnych zależności. Można stwierdzić wpływ wielkości zatrudnienia na liczbę kupowanych usług prawniczych (por. tabela 3).

Tabela 3

Liczba zapłaconych faktur za usługi prawnicze w zależności od wielkości zatrudnienia w obiektach noclegowych w Polsce w 2012 r.

Liczba zapłaconych faktur za usługi prawnicze	Odsetek przedsiębiorstw o wielkości zatrudnienia: 1–9 os. (mikrofirmy)	Odsetek przedsiębiorstw o wielkości zatrudnienia: 10–249 os. (małe i średnie firmy)
0	80,26%	50,00%
1–2	11,84%	8,33%
3 i więcej	7,89%	41,67%

$$p = 0,00043, VC = 0,3936335$$

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań.

O ile mikrofirmy (zatrudnienie do 9 osób) w 80% nie korzystały z usług prawniczych, o tyle małe i średnie przedsiębiorstwa (ze względu na małą liczbność połączone w jedną kategorię) kupowały ich więcej (ponad 40% po minimum

3 usługi rocznie).

Podsumowanie

Uzyskane rezultaty pozwoliły odpowiedzieć na postawione pytania badawcze. Oparte na wiedzy usługi firmowe były jednymi z tych, które obiekty

noclegowe zlecały najczęściej na zewnątrz. Wskaźnik korzystania z poszczególnych rodzajów usług firmowych w badanej zbiorowości dowodzi, że najważniejsze dla obiektów noclegowych były usługi rachunkowe i doradztwo podatkowe oraz usługi informatyczne. Kupowano ich ok. 10 rocznie. Nie zaznaczył się statystycznie istotny wpływ poszczególnych cech przedsiębiorstw noclegowych na skłonność do outsourcingu usług. Jedną z występujących prawidłowości był proporcjonalny związek wielkości zatrudnienia z zakresem korzystania z usług prawniczych.

Wydaje się, że uzyskane rezultaty wypełniają pewną lukę poznawczą, a równocześnie mają wartość aplikacyjną. Z jednej strony przedstawiają obiektom noclegowym obraz zachowań innych podmiotów z branży w zakresie outsourcingu usług, który może mieć charakter benchmarku, z drugiej natomiast wskazują usługodawcom KIBS potencjalne kierunki, w których mogą się specjalizować na rynku usług noclegowych, bowiem jest na nie popyt.

Literatura

- Borodako K., Berbeka J., Rudnicki M., *The Potential of Local KIBS Companies as a Determinant of the Development of Tourism in Krakow*, „Tourism Economics” 2013, IP Publishing Ltd., London, w druku, DOI: www.dx.doi.org.
- Clark C., *The Conditions of Economic Progress*, Macmillan and Co. Ltd., London 1940.
- Cyrek M., *Rozwój sektora usług a gospodarka oparta na wiedzy*, Wyd. UR, Rzeszów 2012.
- Czarnitzki D., Spielkamp A., *Business Services in Germany: Bridges for Innovation*, „ZEW Discussion Paper” 2000, no. 00–52.
- Czubała A., Jonas A., Smoleń T., Wiktor J.W., *Marketing usług*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2012.
- Dąbrowska A., *Rozwój rynku usług w Polsce – uwarunkowania i perspektywy*, Wyd. SGH, Warszawa 2008.
- Fisher A.G., *The Clash of Progress and Security*, McMillan, London 1935.
- Fourastié J., *Die grosse Hoffnung des zwanzigsten Jahrhunderts*, Bund-Verlag, Köln 1969.
- Herman A., *Tworzenie wartości w nowej gospodarce usług*, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstw” 2006, nr 12.
- Javalgi R.G., Gross A.C., Joseph W.B., Granot E., *Assessing Competitive Advantage of Emerging Markets in Knowledge Intensive Business Services*, „Journal of Business & Industrial Marketing” 2011, vol. 26, no. 3.

- Kaliszczak L., *Klaster turystyczny jako innowacyjna forma polsko-ukraińskiej współpracy transgranicznej*, w: *Konkurencyjność a innowacyjność*, red. R. Fedan, L. Kaliszczak, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Rzeszowskiego” 2009, nr 1.
- Kuczewska L., *Stan i tendencje rozwojowe usług biznesowych w Polsce*, IRWiK, Warszawa 2006.
- Kusa R., *Uwarunkowania rozwoju klastrów turystycznych*, w: *Zarządzanie organizacjami w gospodarce opartej na wiedzy. Zasobowe podstawy funkcjonowania i rozwoju organizacji*, red. A. Glińska-Noweś, TNOiK, Toruń 2008.
- Miles I., Boden M., *Introduction: Are Services Special?*, w: *Services and the Knowledge-Based Economy*, red. M. Boden, I. Miles, Science, Technology and the International Political Economy Series, Continuum, London–New York 2000.
- Miles I., Kastrinos N., Flanagan K., Bilderbeek R., Den Hertog P., *Knowledge-Intensive Business Services: Users, Carriers and Sources of Innovation*, European Innovation Monitoring Systems Publication no. 15, Innovation Programme, DGXIII, Luxembourg 1995.
- Miozzo M., Grimshaw D., *Modularity and Innovation in Knowledge-Intensive Business Services: IT Outsourcing in Germany and the UK*, „Research Policy” 2005, vol. 34.
- Pardos E., Gomez-Loscos A., Rubiera-Morollon F., “Do” versus “buy” decisions, „The Service Industries Journal” 2007, vol. 27, no. 3.
- Perechuda K., Nawrocka E., *Sieci outsourcingowe w przedsiębiorstwach hotelarskich Dolnego Śląska*, w: *Technologie wiedzy w zarządzaniu publicznym*, red. J. Gołuchowski, A. Frąckiewicz-Wronka, Wyd. AE w Katowicach, Katowice 2008.
- Rocznik statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2012*, GUS, Warszawa 2012.
- Sanders R., Yang C., *Chińska droga do „nowej gospodarki”: podejście instytucjonalne*, w: „Nowa gospodarka” a transformacja, red. M. Piątkowski, Tiger, Warszawa 2003.
- Science and Engineering Indicators*, National Science Foundation–National Science Board, Washington 1995.
- Szalavetz A., *Tercjaryzacja przemysłu wytwórczego i rola TIT w drugiej fazie restrukturyzacji*, w: „Nowa gospodarka” a transformacja, red. M. Piątkowski, Tiger, Warszawa 2003.
- Sztorc M., *Efektywność outsourcingu w hotelarstwie*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie” 2008, nr 788.
- The Role of KISA in the Tourism and Leisure Industries. Innovation and Knowledge-Intensive Service Activities*, OECD 2006.
- Turystyka w 2012 r.*, GUS, Warszawa 2013.
- Usługi w gospodarce rynkowej*, red. I. Rudawska, PWE, Warszawa 2009.

THE USE OF FIRM ORIENTED SERVICES BY ACCOMMODATION SECTOR IN POLAND

Summary

The aim of the paper is an identification of Polish accommodation facilities behavior in the domain of purchasing of firm oriented services (a category introduced by authors on the basis of their own services' classification, where there are included: accounting and tax advisory services, IT services, management and legal services). To reach the goal it was necessary to find answers to detailed questions concerning the scope and frequency of outsourcing by accommodation sector firm oriented services and factors determining that.

The analysis was based on results of electronic survey conducted at the beginning of 2013. It was a purposive sampling used – a questionnaire was sent to all facilities of which e-mail addresses authors had managed to collect.

The results revealed that firm oriented services were the category of services quite often outsourced by Polish accommodation sector. The most frequently bought were accounting and tax advisory services and IT services.

Keywords: tourism, firm oriented services, outsourcing, accommodation sector

Translated by Jadwiga Berbeka