



### **Anna Skórska**

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach  
Wydział Ekonomii  
Katedra Analiz i Prognozowania Rynku Pracy  
anna.skorska@ue.katowice.pl

## **INNOWACYJNOŚĆ SEKTORA USŁUG W POLSCE**

**Streszczenie:** W artykule podjęto rozważania dotyczące istoty i specyfiki innowacji w sektorze usług, ze szczególnym uwzględnieniem wdrażanych rodzajów innowacji (procesowych, produktowych, marketingowych i organizacyjnych). Celem artykułu jest przedstawienie innowacyjności sektora usług w Polsce oraz wskazanie egzo- i endogenicznych źródeł tych innowacji. Realizacji tak sformułowanego celu podporządkowano rozważania w następujących obszarach: 1) istoty i rodzajów innowacji; 2) determinant innowacji w sektorze usług; 3) rekomendacji dla rozwoju innowacji w tym sektorze.

**Słowa kluczowe:** usługi, innowacje, źródła innowacyjności.

### **Wprowadzenie**

Badania innowacyjności z różnych perspektyw wzbudzają zainteresowanie teoretyków i praktyków życia gospodarczego, gdyż w XXI w. przewaga konkurencyjna w coraz większym stopniu opiera się właśnie na tym czynniku. Należy przy tym zwrócić uwagę na różnice występujące pomiędzy innowacjami wdrażanymi w sektorze przemysłowym i usługowym. Specyfika sektora usług znajduje bowiem swoje odzwierciedlenie zarówno w sposobie definiowania pojęcia innowacji, kryteriach ich klasyfikacji, jak i metodologii pomiaru analizowanego zjawiska.

Badania innowacyjności sektora usług w Polsce nie mają długiej tradycji. Jednak dynamiczny rozwój sektora III oraz zmiana jego postrzegania w kontekście innowacyjności, wskazują na konieczność ich podejmowania i doskonalenia. Analiza dostępnych danych pozwala na identyfikację determinant innowacyjności poszczególnych organizacji, sekcji i sektorów, a w konsekwencji gospodarki, stworzenie rozwiązań warunkujących rozwój systemów i struktur sprzyjających innowacjom technologicznym i rynkowym oraz efektywne gospodarowanie zasobami.

bami ludzkimi poprzez tworzenie, stosowanie i adaptację innowacji organizacyjnych. Uwzględniając powyższe przesłanki, celem artykułu jest przedstawienie innowacyjności sektora usług w Polsce w latach 2001-2012, przy uwzględnieniu różnych rodzajów wdrażanych innowacji (procesowych, produktowych, marketingowych, organizacyjnych) oraz wskazanie najczęściej wykorzystywanych źródeł innowacji w sektorze usług.

## 1. Innowacje usługowe

Zmiany zachodzące w gospodarce światowej pod koniec XX w., a przede wszystkim rosnące znaczenia wiedzy i informacji wpłynęły na zwiększenie zainteresowania problematyką innowacji i innowacyjności, a klasyczne ujęcie schumpeterowskie zostało zastąpione nowymi koncepcjami związanymi również z innowacjami w usługach. Wraz z postępującym procesem serwicyzacji gospodarki zakres przedmiotowy innowacji znacznie się rozszerzył i wyszedł daleko poza sferę techniki i technologii. Stąd, w trzeciej edycji Oslo Manual, innowacje usługowe zostały zdefiniowane jako wprowadzenie do praktyki w przedsiębiorstwie nowego lub znacząco ulepszanego rozwiązania w odniesieniu do produktu (towaru lub usługi), procesu, marketingu, organizacji lub relacji z otoczeniem zewnętrznym<sup>1</sup> [*Zasady gromadzenia...*, 2008, s. 49].

W literaturze przedmiotu innowacje w usługach definiowane są także jako:

- próby uzyskiwania przewagi konkurencyjnej poprzez dostrzeżenie lub odkrywanie nowych i lepszych sposobów konkurowania na rynku i ich wdrażanie [Porter, 1990, s. 45];
- pomyślnie zakończone wykorzystanie nowych pomysłów [Tether, Howells, 2007, s. 5];
- nowe usługi lub zasadnicze zmiany w dotychczasowych usługach, procesach ich wytwarzania lub sposobach dostarczania [Ojanen, 2007, s. 5];
- idee, działania lub zadania, które są nowe dla organizacji i jej otoczenia [van der Aa, Elfring, 2002, s. 155-171];
- rozwój produktów usługowych, które są nowe z punktu widzenia dostawcy [Johne, Storey, 1998, s. 184-252];
- nowa lub zasadniczo zmieniona usługa, forma interakcji z klientem, system dostarczania usługi lub stosowana technologia, które pojedynczo lub łącznie prowadzą do nowych lub odnowienia istniejących funkcji usługi; wdrażane

<sup>1</sup> W dalszej części artykułu, ze względu na dostępność danych statystycznych, stosowana jest niniejsza definicja innowacji.

zmiany wymagają nowych zdolności ludzkich, technologicznych lub organizacyjnych [Rubalcaba, 2006, s. 745].

Tak zróżnicowane sposoby definiowania pojęcia znajdują swoje odzwierciedlenie w prowadzonych analizach innowacji w sektorze usługowym, w których wykorzystywane są różne kryteria ich klasyfikacji m.in. na podstawie oryginalności zmian, zakresu oddziaływania, wielkości czy źródeł innowacji. W coraz liczniej prowadzonych badaniach, na różnych poziomach agregacji, wyróżnia się m.in. innowacje techniczne i administracyjne, radykalne i przyrostowe oraz produktowe i procesowe. Ich uzupełnienie stanowią innowacje organizacyjne, marketingowe oraz te powiązane z dostarczaniem usług do klientów.

Wewnętrzne zróżnicowanie sektora usług, w tym form i rodzajów prowadzonej działalności czy rozmiarów przedsiębiorstw, wpływa na podejmowanie działalności innowacyjnej. Analiza danych wskazuje, że w latach 2010-2012, w porównaniu z latami 2001-2003 odnotowano spadek udziału przedsiębiorstw aktywnych innowacyjnie w sektorze usług z 22% do 13,9% w ogólnej liczbie podmiotów, co potwierdza relatywnie niewielkie ich zaangażowanie w procesy innowacyjne. Aktywność w tym zakresie rośnie wraz rozmiarami przedsiębiorstw i jest zdecydowanie większa w sektorze publicznym niż prywatnym, co przedstawiają dane w tab. 1. Należy przy tym zaznaczyć, że innowacje usługowe są trudno mierzalne, co w konsekwencji wpływa na znaczne niedoszacowanie działalności innowacyjnej firm usługowych.

**Tabela 1.** Rodzaje innowacji wdrażanych w sektorze usługowym według sektora własności oraz rozmiarów przedsiębiorstwa w latach 2004-2006 oraz 2010-2012 (w %)

Wyszczególnienie		Rok	Rodzaj innowacji			
			produktowe	procesowe	organizacyjne	marketingowe
Ogółem		2004-06	13,3	17,1	27,6	19,8
		2010-12	7,0	9,1	10,5	11,1
Sektor własności	publiczny	2004-06	20,2	25,8	42,9	26,0
		2010-12	18,3	25,6	20,3	18,1
	prywatny	2004-06	13,1	16,8	27,0	19,6
		2010-12	6,7	8,6	10,2	10,8
Rozmiary przedsiębiorstw	10-49	2004-06	10,7	13,8	23,0	16,8
		2010-12	5,2	6,8	8,3	9,5
	50-249	2004-06	21,1	28,9	42,4	28,6
		2010-12	12,6	15,0	17,8	15,9
	powyżej 250	2004-06	35,0	46,7	60,8	44,4
		2010-12	27,7	40,4	33,6	29,0

Źródło: [GUS, 2008, s. 52-59; 2013, s. 41-59].

Niematerialny charakter usług powoduje, że mniejsze jest znaczenie innowacji technologicznych, a większe procesowych. Wprawdzie nowe technologie odgrywają kluczową rolę w rozwoju, czy powstawaniu nowych rodzajów usług,

jednak przyjmuje się dominującą pozycję innowacji o charakterze nietechnologicznym. Biorąc pod uwagę, że działalność innowacyjna w sektorze usług to często proces ciągły, rozpoznanie innowacji w kategorii pojedynczych, znaczących zmian w produktach czy procesach może być utrudnione. Niematerialny charakter innowacji usługowych ogranicza także możliwości ich prawnej ochrony. Relatywnie wysokie koszty wdrożenia innowacji (wytworzenia pierwszej kopii) oraz niskie koszty naśladownictwa (imitacji) oznaczają, że bez ochrony praw własności intelektualnej ponoszenie nakładów na innowacje, a szczególnie prowadzenie badań, mogłoby być w wielu wypadkach nieopłacalne.

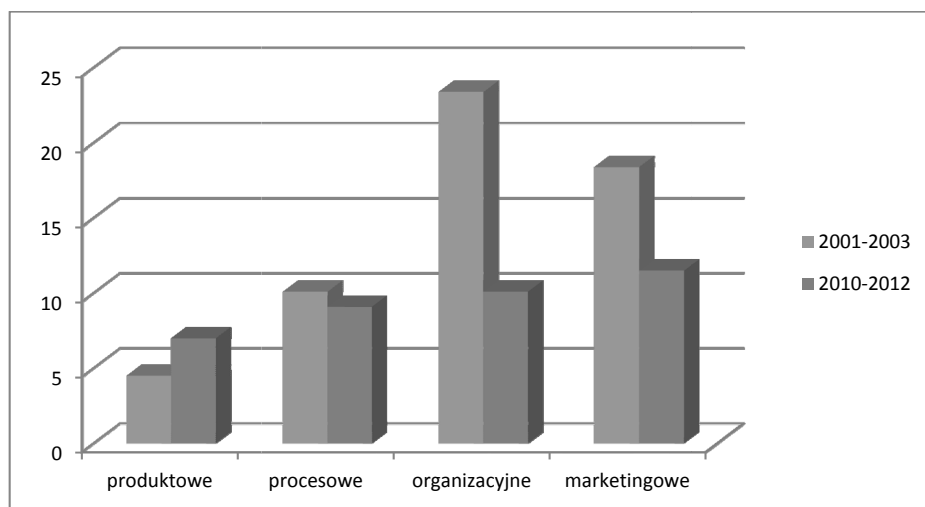
Wyniki badań potwierdzają wyższy udział przedsiębiorstw, które w latach 2010-2012, podobnie jak w okresie wcześniejszym, wprowadziły innowacje procesowe (9,1%) niż innowacje produktowe (7%) – rys. 1. Najczęściej innowacje procesowe<sup>2</sup>, zdefiniowane w Podręczniku Oslo [*Zasady gromadzenia...*, 2008, s. 51], wprowadzone w sektorze usług dotyczyły nowych lub istotnie ulepszonych metod (systemów) wspierających procesy w przedsiębiorstwie, takich jak systemy utrzymania (konserwacji), systemy operacyjne związane z zakupami, rachunkowością (księgowością) oraz systemy obliczeniowe (w latach 2010-2012 wynosiły 6,6 %). Zmiany tego rodzaju były najczęściej wdrażane przez podmioty z działów Ubezpieczenia, reasekuracja i fundusze emerytalne (48,6%) oraz Badania naukowe i prace rozwojowe (35,1%), natomiast Transport lądowy i rurociągowy charakteryzował się najmniejszym udziałem takich przedsięwzięć (zaledwie 0,8%) [GUS, 2013, s. 42, 45, 48, 54].

Nierozdzielność procesu wytwarzania usługi od efektu finalnego, jakim jest sama usługa, równoczesność produkcji i konsumpcji, będąca jedną z cech charakterystycznych usług oraz bliskie interakcje pomiędzy klientem i producentem usługi, powodują, że trudno jest wprowadzić zmiany w produkcie bez jednoczesnych zmian w procedurach czy relacjach z otoczeniem, stanowiących innowacje organizacyjne<sup>3</sup>, zdefiniowane w Podręczniku Oslo [*Zasady gromadzenia...*, 2008, s. 53-55].

---

<sup>2</sup> Innowacje procesowe definiowane są jako wdrożenie nowych lub istotnie ulepszonych metod produkcji, dystrybucji i wspierania działalności w zakresie wyrobów i usług. Do innowacji procesowych zalicza się nowe lub znacząco ulepszone metody tworzenia i świadczenia usług. Mogą one polegać na znaczących zmianach w zakresie sprzętu i oprogramowania wykorzystywanego dla działalności usługowej lub na zmianach w zakresie procedur i technik wykorzystywanych do świadczenia usług. Innowacje procesowe obejmują także nowe lub istotnie ulepszone techniki, urządzenia i oprogramowanie w działalności pomocniczej takiej jak zaopatrzenie, księgowość, obsługa informatyczna i prace konserwacyjne.

<sup>3</sup> Innowacje organizacyjne definiowane są jako wdrożenie nowej metody organizacyjnej w przyjętych przez przedsiębiorstwo zasadach działania (w tym w zakresie zarządzania wiedzą – knowledge management), w organizacji miejsca pracy lub w stosunkach z otoczeniem, która nie była dotychczas stosowana w przedsiębiorstwie.



**Rys. 1.** Rodzaje innowacji wdrażanych przez przedsiębiorstwa sektora usługowego w latach 2001-2003 oraz 2010-2012

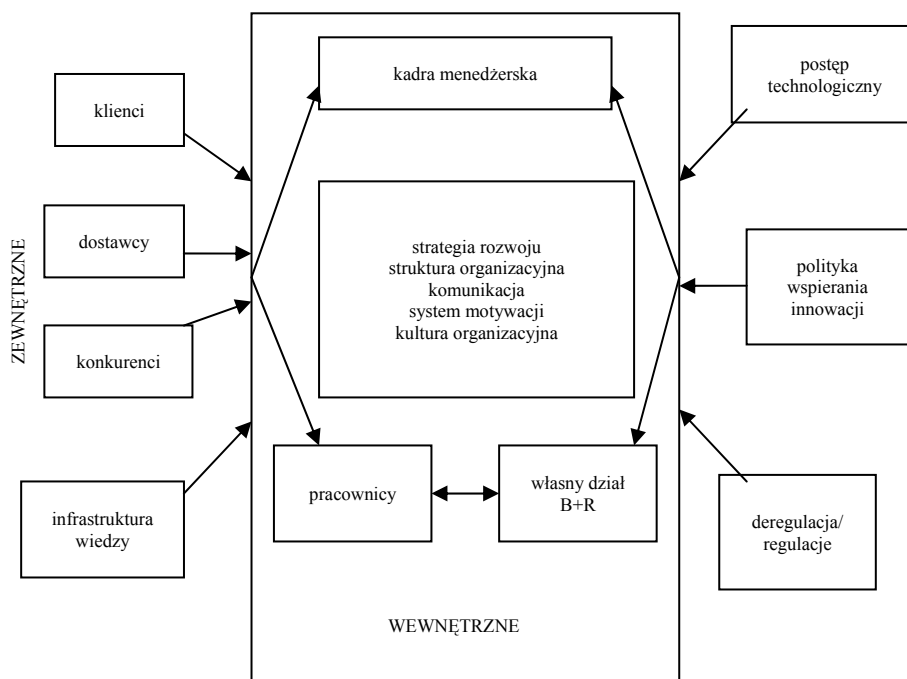
Źródło: [GUS, 2004, s. 20-21, 34; 2013, s. 41-59].

Innowacje organizacyjne i marketingowe wdrażane są przez podobny odsetek przedsiębiorstw z sektora usług (10,5-11%) – rys. 1, przy czym podobnie jak w przypadku innowacji produktowych i procesowych, dwukrotnie częściej przez przedsiębiorstwa sektora publicznego niż prywatnego. Zastanawiające wydaje się relatywnie niewielkie zainteresowanie działalnością innowacyjną sektora prywatnego, co częściowo można tłumaczyć zróżnicowaniem usług oraz niewielkimi rozmiarami wielu podmiotów należących do sektora usług. W takim ujęciu najczęściej innowacje tego typu wdrażane są przez podmioty sklasyfikowane w dziale Ubezpieczenia, reasekuracja i fundusze emerytalne (35,1%) oraz Badania naukowe i prace rozwojowe (34,7%), najrzadziej natomiast w Transporcie (6,8%) czy Handlu hurtowym (8,7%).

Zmiany obserwowane we współczesnym świecie wskazują, że coraz rzadziej innowacje tworzone są przez pojedyncze organizacje, coraz częściej natomiast we współpracy i kooperacji partnerów posiadających różne, wzajemnie uzupełniające się kwalifikacje i kompetencje. W szerokim ujęciu można zatem przyjąć, że innowacja stanowi efekt interaktywnego procesu lub sam proces tworzenia nowego produktu/usługi czy ich modyfikacji, przy wykorzystaniu nowej lub wcześniej istniejącej wiedzy, który podlega dalszej dyfuzji, co przynosi korzyści przedsiębiorstwu. Należy przy tym zadać pytanie: kto najczęściej jest inicjatorem innowacji w przedsiębiorstwach w sektorze usług? Próba odpowiedzi na tak postawione pytanie została zawarta w drugiej części opracowania.

## 2. Źródła innowacyjności usług

Rozwój działalności innowacyjnej w sektorze usług determinowany jest przez wiele czynników o zróżnicowanym charakterze. Innowacje mogą być zarówno rezultatem oddziaływania otoczenia zewnętrznego na działalność firmy, jak również być inicjowane przez czynniki wewnętrzne (rys. 2). Do źródeł zewnętrznych należą m.in.: postęp technologiczny, dostawcy, zmieniające się wymagania odbiorców, infrastruktura wiedzy, skracanie cyklu życia produktu/usługi czy rosnąca konkurencja w skali globalnej. Wśród czynników wewnętrznych, które stymulują aktywność innowacyjną, można wyróżnić: pracowników, kadre menedżerską, sposób zarządzania firmą (w tym strategię rozwoju firmy), rodzaj prowadzonej działalności, wielkość firmy oraz czas funkcjonowania na rynku.



**Rys. 2.** Źródła innowacji w usługach

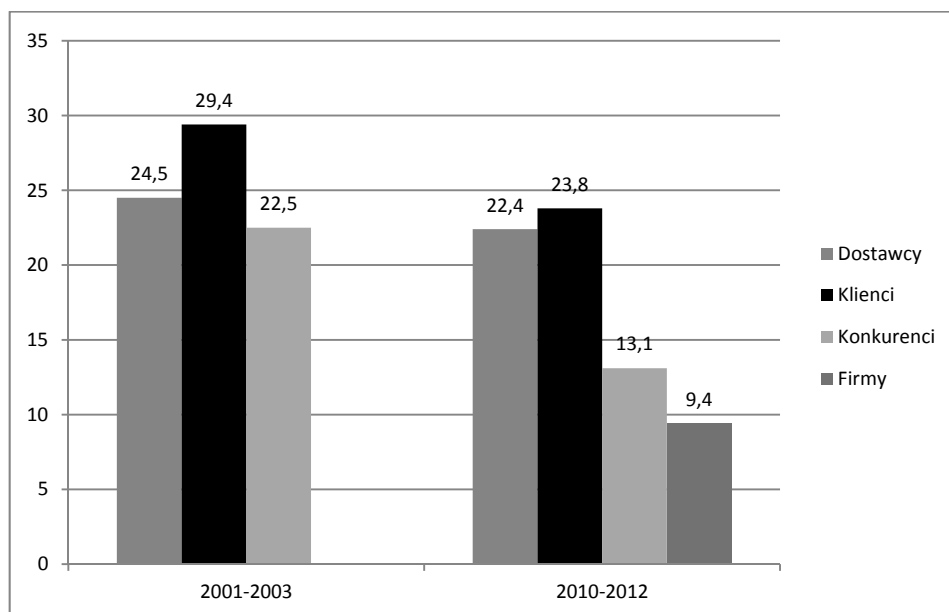
Źródło: [Skórska, 2012a, s. 167].

Analiza źródeł informacji dla działalności innowacyjnej pozwoliła na stwierdzenie, że w latach 2010-2012, podobnie jak w latach 2001-2003, dla przedsiębiorstw aktywnych innowacyjnie z sektora usług wysokie znaczenie odgrywają wewnętrzne źródła informacji (odpowiednio 41% i 44,3%). Natomiast wśród

źródeł zewnętrznych co piąte przedsiębiorstwo usługowe wskazało dostawców jako ważne źródło informacji. Najrzadziej jako „wysokie” wskazywano znaczenie źródeł instytucjonalnych.

Do wewnętrznych źródeł innowacji częściej sięgają przedsiębiorstwa usługowe sektora publicznego (61% w latach 2001-2003 oraz 55,6% w latach 2010-2012) oraz średnie (47%, 52%) i duże (58% i 53%) [GUS, 2003, 2013, s. 108, 111]. Wśród źródeł wewnętrznych ważni są pracownicy firmy, szczególnie profesjonalści o wysokich kwalifikacjach oraz kadra menedżerska. Menedżerowie odgrywają kluczową rolę w budowie odpowiedniej kultury organizacyjnej, sprzyjającej rozwojowi innowacyjności. W usługach opierających się na wiedzy, doświadczeniu, kreatywności i umiejętnościach komunikacyjnych, wiedza cicha stanowi podstawę rozwoju nowych usług i podejmowania wysiłków innowacyjnych. Nie bez znaczenia pozostaje jednak wymiar formalny organizacji, szczególnie w postaci struktury organizacyjnej, która może ułatwiać zarządzanie innowacjami oraz wpływać na efektywne wykorzystywanie nowoczesnych technologii. Płaska struktura, decentralizacja, wysoki poziom autonomii pracowników, odpowiedni system motywacyjny prowadzą do stworzenia środowiska stymulującego innowacyjność. Innowacje często wymagają określonych zmian organizacyjnych (np. outsourcingu) oraz przyjęcia strategii rozwoju, ukierunkowanej na ich wdrażanie. Wdrażane modyfikacje zazwyczaj mają na celu zwiększanie jakości świadczonych usług, skrócenie czasu ich dostarczania i systematyczne ukierunkowywanie działalności firmy na wymagania stawiane przez klientów [Skórska, 2012b, s. 201-202].

Działania innowacyjne mogą być także inicjowane przez dostawców i konkurentów, co potwierdzają wyniki badań (rys. 3), choć ich udział zmniejsza się. W latach 2001-2001 udział dostawców był wyższy o 2,5 p.p, a w przypadku konkurentów różnica ta wynosi 9,4 p.p. Nadażanie za innymi lub chęć uzyskania przewagi konkurencyjnej staje się silnym motywatorem dla wdrażania zmian. Rosnący popyt na określoną usługę determinuje chęć pozyskania technologii, która gwarantowałaby możliwość jej świadczenia. Ponadto, w celu utrzymania udziału na rynku lub wzmocnienia pozycji firmy niezbędne może okazać się dostosowanie do wymogów technologicznych stosowanych przez innych dostawców (np. wdrożenie norm jakości ISO, czy systemu TQM). Istotne znaczenie ma w tym przypadku coraz większa mobilność pracowników, która sprzyja przepływowi informacji, a w konsekwencji tworzeniu imitacji.

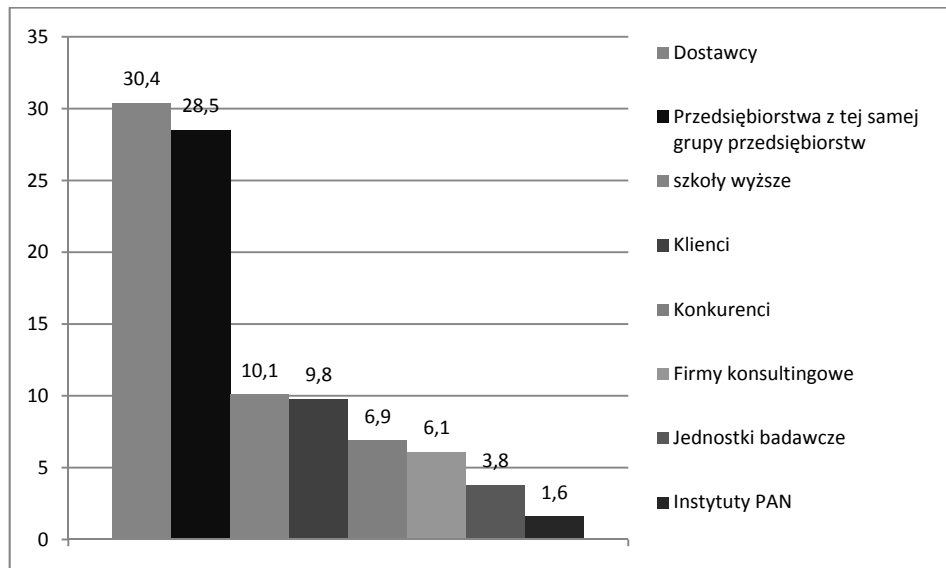


**Rys. 3.** Rynkowe źródła informacji dla działalności innowacyjnej przedsiębiorstw w sektorze usług w latach 2001-2003 i 2010-2012 (w %)

Źródło: [GUS, 2004, s. 5; 2013, s. 108].

Ważnym źródłem innowacji są klienci (rys. 3). Budowane sieci powiązań z klientami, partnerami, ekspertami zewnętrznymi pozwalają na identyfikację szans pojawiających się w otoczeniu, potrzeb klientów oraz stymulowanie innowacyjności partnerów. Tworzeniu innowacji w kooperacji z klientami sprzyjają nowe technologie, które jednocześnie same stanowią cenne narzędzia generowania pomysłów. Ułatwiają dostęp i dają możliwość szybkiego przeszukiwania baz danych zawierających informacje o patentach, wcześniejszych odkryciach, wynalazkach, jak również stanowią cenne źródło informacji o klientach lub konkurentach. Pozyskiwane informacje pomagają w generowaniu pomysłów dotyczących tworzenia nowych usług oraz doskonalenia istniejących już na rynku. Technologie IT wspomagają przedsiębiorstwa we wprowadzaniu nowych modeli biznesowych, rozwoju nowych aplikacji, poprawie i przekształcaniu procesów biznesowych, zwiększaniu zakresu usług oraz podnoszeniu efektywności działania. Ponadto technologie IT umożliwiają tworzenie i przyspieszają rozwój nowych usług, pozwalając na ich szybkie zaferowanie na rynku.





**Rys. 4.** Rodzaje instytucji partnerskich, z którymi współpracę w latach 2010-2012 przedsiębiorstwa oceniły jako najbardziej korzystną dla ich działalności innowacyjnej w % przedsiębiorstw, które współpracowały w zakresie działalności innowacyjnej

Źródło: [GUS, 2013, s. 92].

W latach 2010-2012 współpracowało 27,3% podmiotów z sektora usług, przy czym skłonność do współpracy w zakresie działalności innowacyjnej w większym stopniu widoczna była w przedsiębiorstwach z sektora publicznego, gdzie współpracowało 59,2 % jednostek z sektora usług. Ponad połowa przedsiębiorstw z sektora usług aktywnych innowacyjnie o liczbie pracujących 250 i więcej osób współpracowało w ramach działalności innowacyjnej [GUS, 2013, s. 86]. Głównym partnerem we współpracy w zakresie działalności innowacyjnej w latach 2010-2012 (podobnie jak w poprzednim okresie), byli dostawcy wyposażenia, materiałów, komponentów i oprogramowania (odpowiednio 30,4% i 35,9%) oraz przedsiębiorstwa z tej samej grupy przedsiębiorstw (28,5%) – rys. 4.

Dostęp do infrastruktury wiedzy, zarówno sektora publicznego w postaci uniwersytetów czy instytutów badawczych, jak również prywatnego, stanowi dodatkowe źródło innowacji w usługach, choć relatywnie rzadko wskazywane jest jako „ważne”<sup>4</sup>. Tylko 1,6% przedsiębiorstw sektora usług wskazało na duże

<sup>4</sup> Ze względu na specyfikę usług działalność badawczo-rozwojowa, zarówno własna, jak i pochodząca z zewnątrz, często jest niedoszacowana i pomijana jako źródło innowacji w usługach. Znaczna część badań rozwojowych, np. związana z dostosowaniem danej usługi do potrzeb konkretnego klienta (*customization*), zachowaniami konsumentów czy szeroko rozumiane badania społeczno-ekonomiczne, klasyfikowana jest pod hasłem rozwój biznesu lub poprawa jakości usług przez co nie zostaje uznane za działalność B+R.

znaczenie jednostek naukowych PAN, nieco więcej podkreśliło znaczenie wyższych uczelni i instytucji badawczych (3,8%). Poszczególne organizacje mogą pełnić różne role poprzez udział w produkcji, koordynowaniu czy nadzorowaniu procesów innowacji. Ponadto, organizacje sektora publicznego, dzięki dostępowi do wiedzy i informacji oraz krajowych i międzynarodowych programów badawczych mogą pomagać firmom nie tylko w rozwiązywaniu problemów, ale również w uzyskiwaniu dotacji na cele rozwojowe. Jednak współpraca pomiędzy przedsiębiorstwami sektora usług a jednostkami badawczymi pozostawia wiele do życzenia. Zastanawiające w tym kontekście wydaje się, że znacznie większy odsetek respondentów wskazał na konferencje, targi (14,3%), czasopiśma i publikacje naukowe (18%) jako ważne źródło innowacji.

W prowadzonych analizach należy także uwzględnić rolę polityki innowacji. Postępujący proces serwicyzacji gospodarki wskazuje bowiem na konieczność opracowania polityki uwzględniającej specyfikę usług, co w istotny sposób może wpływać na innowacyjność tego sektora. Polityka ta nie powinna ograniczać się tylko do zmian w prawie patentowym czy ochrony własności intelektualnej, ale uwzględniać również inne instrumenty oddziaływania. Rząd może wspierać działalność innowacyjną poprzez redukcję podatków lub subsydiowanie działań innowacyjnych, jak ma to miejsce w sektorze wytwórczym oraz uruchamianie programów wspierania innowacji w usługach. OECD [2005, s. 42-49] podkreśla wpływ polityk związanych m.in. z rozwojem działalności opartej na ICT (np. e-handlu), oprogramowaniem, nakładami na B+R, rozwojem zasobów ludzkich, tworzeniem klastrów i sieci, wsparciem przedsiębiorstw usługowych z sektora MSP, ochroną własności intelektualnej oraz standaryzacją usług na innowacyjność usług.

## Podsumowanie

W licznych dokumentach i opracowaniach naukowych podkreśla się znaczenie innowacji i innowacyjności we współczesnych gospodarkach. Jednak analiza dostępnych danych wskazuje, że zainteresowanie tego typu działalnością wśród przedsiębiorstw sektora usługowego w Polsce nie jest duże, co więcej aktywność innowacyjna wśród przedsiębiorstw tego sektora nie wykazuje tendencji wzrostowej. Należy przy tym zaznaczyć, że ze względu na zróżnicowanie sektora usług; form i rodzajów prowadzonej działalności, udział poszczególnych działów we wdrażaniu innowacji wykazuje znaczące różnice. Specyfika działalności usługowej znajduje także odzwierciedlenie w rodzajach wdrażanych innowacji, w odróżnieniu od sektora przemysłowego, głównie nietechnologicznych, jak również źródłach tej działalności. Należy przy tym podkreślić pewne

braki i ograniczenia prowadzonej działalności innowacyjnej, szczególnie w zakresie współpracy z uniwersytetami, czy instytutami naukowymi.

Dalszy rozwój innowacji w usługach to ważna kwestia nie tylko z punktu widzenia przedsiębiorców, ale także tworzenia i realizowania polityki społeczno-gospodarczej, ukierunkowanej na zrównoważony rozwój. Kompleksowy charakter innowacji w usługach wymaga skoordynowanych krótko i długoterminowych działań podejmowanych m.in. w obszarze edukacji i kształcenia ustawicznego, badań i rozwoju, nowych technologii, ochrony środowiska, konkurencyjności, wymiany międzynarodowej, co ma szczególne znaczenie ze względu na postępujący proces globalizacji oraz rozwój gospodarek wiedzy.

## Literatura

- Aa W. van der, Elfring T. (2002), *Realizing Innovation in Services*, "Scandinavian Journal of Management", Vol. 18, No. 2.
- GUS (2003), *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w sektorze usług w latach 2001-2003*, Warszawa.
- GUS (2008), *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2004-2006*, Warszawa.
- GUS (2013), *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010-2012*, Warszawa.
- Johne A., Storey C. (1998), *New Service Development: A Review of the Literature and Annotated Bibliography*, "European Journal of Marketing", Vol. 32, No. 3-4.
- OECD (2005), *Promoting Innovation in Services, Working Party on Innovation and Technology Policy*, Paris.
- Ojanen V. (2007), *On the Innovation Capacity of Technology Related Knowledge-Intensive Business Services. A Case Study of the Technology and Engineering Consulting (TEC) Sector in Singapore*, Research Report 191, Lappeenranta University of Technology, Lappeenranta.
- Porter M.E. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, Macmillan, London.
- Rubalcaba L. (2006), *Service Innovation. Which Policy for Innovation in Services?* "Science and Public Policy", Vol. 33, No. 10.
- Skórska A. (2012a), *Innowacyjność wiedzochłonnych usług biznesowych (KIBS) – wybrane problemy* [w:] W. Kasperkiewicz, K. Madej (red.), *Wzrost gospodarczy – rynek pracy – innowacyjność gospodarki*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Skórska A. (2012b), *Wiedzochłonne usługi biznesowe w Polsce i innych krajach Unii Europejskiej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Katowice.
- Tether B., Howells J. (2007), *Changing Understanding of Innovation in Services* [w:] *Innovation in Services*, DTI Occasional Paper no. 9.
- Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji. Pomiar działalności naukowej i technicznej* (2008), Podręcznik Oslo, Wydanie trzecie, Warszawa.

**INNOVATIVENESS OF THE SERVICE SECTOR IN POLAND**

**Summary:** The article undertakes discussions concerning the nature and characteristics of innovation in the service sector, with particular emphasis on the implemented types of innovation (process, product, marketing and organizational). The purpose of this article is to present the innovativeness of the service sector in Poland and to indicate exogenous and endogenous sources of these innovations. The discussion was conducted in the following areas: 1) the nature and types of innovation; 2) the determinants of innovation in the service sector; 3) recommendations for the development of innovation in this sector.

**Keywords:** services, innovations, sources of innovations.