



## Działalność placówek naukowych

Barbara Iwankiewicz-Rak, Barbara Mróz-Gorgoń  
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

### V Jubileuszowa Ogólnopolska Konferencja Naukowa – USŁUGI 2014

W dniach 15 i 16 maja 2014 roku, we Wrocławiu odbyła się V Jubileuszowa Ogólnopolska Konferencja Naukowa *Usługi 2014*, zorganizowana przez zespół pracowników Katedry Podstaw Marketingu Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, kierowanej przez profesor Barbarę Iwankiewicz-Rak.

Konferencja ta była kontynuacją cyklicznych spotkań naukowych zapoczątkowanych w 2008 roku współpracą środowisk ekonomistów usług Wydziału Zarządzania i Ekonomiki Usług Uniwersytetu Szczecińskiego oraz Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, tworząc oś współpracy Szczecin–Poznań. Inicjatorami tego przedsięwzięcia byli profesorowie Kazimierz Rogoziński i Aleksander Panasiuk. Efektem tej współpracy były konferencje: *Usługi 2008* w Szczecinie, *Usługi 2009*, *Usługi 2011* w Poznaniu oraz *Usługi 2012* w Szczecinie. W 2012 roku do tego partnerstwa włączyła się Katedra Podstaw Marketingu Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, kierowana przez profesor Barbarę Iwankiewicz-Rak, przekształcając ówczesną oś współpracy naukowej w trójkąt: Szczecin–Poznań–Wrocław.

Atrakcyjność i rosnące zainteresowanie problematyką usług jako obszaru badań naukowych sprawiła, że w 2014 roku grono partnerów–współorganizatorów V Jubileuszowej Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej poszerzone zostało o Katedrę Zarządzania Organizacjami Publicznymi i Obywatelskimi, Instytutu Spraw Publicznych, Uniwersytetu Jagiellońskiego, kierowaną przez prof. dr hab. Barbarę Kożuch oraz Wydział Zarządzania Wyższej Szkoły Oficerskiej Wojsk Lądowych imienia generała Tadeusza Kościuszki we Wrocławiu z dziekanem płk dr hab. inż. Dariuszem Skorupką, prof. WSOWL.

Rozszerzenie współpracy naukowej dotyczącej problematyki usług jest odpowiedzią na wzrost zainteresowań naukowych w tym zakresie i efektem pojawiających się luk poznawczych, a przede wszystkim dowodzi potrzeby integracji środowisk naukowych w podejmowaniu dyskusji naukowej i wspólnych projektów badawczych.

Celem konferencji organizowanej w 2014 roku we Wrocławiu była kontynuacja dyskusji naukowej obejmującej problemy interdyscyplinarne rozwoju sektora usług (w tym zarządzania i marketingu) w aspekcie wyników badań naukowych, dydaktyki oraz praktyki gospodarczej. Nie mniej ważnym celem było pogłębienie współpracy w obszarze badań naukowych i dydaktyki między pracownikami różnych uczelni, których przedmiotem dociekań naukowych są problemy zarządzania i marketingu w procesach oferowania wszelkich rodzajów usług na rynkach B2C, B2B oraz C2C – tak w Polsce, jak i w skali globalnej.

Tematyka konferencji obejmowała problemy naukowe w obszarach: badań naukowych sektora usług (metodyczne badania usług, rozwój usług – uwarunkowania i tendencje zmian, wartości i współtworzenia wartości przez pracownika, klienta, relacji w usługach, globalizacji i internalizacji rynku usług, granic komercjalizacji usług, rozwoju usług publicznych i społecznych oferowanych przez organizacje komercyjne, publiczne i obywatelskie); dydaktyki (kształcenia jako usługi i czynnika stymulującego rozwój rynku usług, jakości kształcenia i jej implikacji dla praktyki, rozwoju potencjału naukowo-dydaktycznego, nowych form kształcenia i uwarunkowań ich zmian); praktyki gospodarczej w sektorze usług – *case study* (zmienności i rozwoju instrumentów marketingu w zarządzaniu usługami, zarządzania usługami w aspektach branżowych, tj. administracji publicznej, obronności państwa, bezpieczeństwa, łączności, telekomunikacji, transportu-spedycji-logistyki, finansów, bankowości, ubezpieczeń, sportu, turystyki, ochrony zdrowia, edukacji, kultury, gospodarki terytorialnej, gospodarki żywnościowej i agrobiznesu, a także adaptacji koncepcji CRM i społecznej odpowiedzialności biznesu w usługach, nowych technologii oraz innowacji w usługach komercyjnych publicznych i obywatelskich).

Zainteresowanie konferencją i motywację zaprezentowania na niej swojego dorobku naukowego w wymienionych obszarach problemów badawczych wykazało 98 pracowników naukowych różnych uczelni w Polsce, zgłaszając referaty w formie artykułów naukowych. Afiliacje obejmowały 25 uczelni, tj.: Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Uniwersytet Szczeciński, Uniwersytet Jagielloński, Wyższa Szkoła Oficerska Wojsk Lądowych imienia generała Tadeusza Kościuszki we Wrocławiu, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Uniwersytet Gdański, Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu, Uniwersytet Warszawski, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Politechnika Gdańska, Politechnika Koszalińska, Politechnika Białostocka, Politechnika Częstochowska, Akademia Morska w Gdyni, Instytut łączności – Polski Instytut Badawczy, Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu, Wyższa Szkoła Bankowa w Gdańsku, Akademia Morska w Gdyni, Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie, Akademia Wychowania Fizycznego im. Józefa Piłsudskiego w Warszawie, Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Administracji w Lublinie, Pomorski Uniwersytet Medyczny, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Warszawie.

Udział w konferencji przedstawicieli różnych uczelni w Polsce sprawił, że była ona okazją nie tylko do wymiany doświadczeń badawczych z zakresu problematyki usług, lecz także do integracji polskiego środowiska naukowego. Konferencja ujawniła podobieństwo zakresów i metod badania sfery usług realizowanych w obszarach nauk humanistycznych i społecznych, technicznych oraz o życiu. Ukazała więc szeroki kontekst oglądu i poznania współczesnych problemów rozwoju usług i zarządzania nimi. Dała także sposobność do wymiany poglądów i nawiązania kontaktów naukowych i towarzyskich. Natomiast materialnym efektem Konferencji będzie opublikowanie artykułów naukowych zgłoszonych przez uczestników konferencji w „Pracach Naukowych Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” w trzech tomach: *Sektor usług- uwarunkowania i tendencje rozwoju, Wybrane Uwarunkowania rozwoju usług, Branżowe i menedżerskie aspekty rozwoju usług*.

Zaplanowane dwa dni konferencji dały okazję do przedstawienia części zgłoszonych referatów. Obrady zorganizowane były w formie dwóch sesji plenarnych, tj. panelowej rozpoczynającej konferencję pt. *Nowe wyzwania rozwoju usług* (moderowanej przez prof. zw. dr hab. Barbarę Iwankiewicz-Rak) oraz wieńczącej pt. *Usługi edukacyjne w dynamicznym otoczeniu – terażniejszość i przyszłość uczelni*, prowadzonej przez prof. dr hab. Danutę Mierzwę. Ponadto okazją do wystąpień i dyskusji było sześć tematycznych sesji: *Usługi komercyjne – wyniki badań, implikacje menedżerskie* prowadzona przez prof. zw. dr hab. Jolantę Mazur; *Usługi publiczne – wyniki badań, oczekiwania otoczenia* pod kierunkiem prof. dr hab. Barbary Kożuch; *Problemy zarządzania w organizacjach usługowych* moderowana przez dr hab. Aleksandra Panasiuka, prof. US; *Klient we współczesnej organizacji usługowej*, kierowana przez dr hab. Annę Drapińską, prof. PG; *Rozwój innowacji w usługach*, prowadzona przez płk. dr. hab. inż. Dariusza Skorupkę, prof. WSOWL oraz *Service design, marka, wizerunek usług* pod kierunkiem prof. zw. dr hab. Kazimierza Rogozińskiego.

Tematy sesji stanowiły główne nurty dyskusji, które wspomagane były prezentacjami referatów.

Zacznem dyskusji podczas konferencji było wystąpienie prof. dr. hab. Andrzeja Gospodarowicza, który podkreślił potrzebę integracji naukowej w celu prowadzenia wspólnych prac naukowo-badawczych i wymiany doświadczeń dydaktycznych oraz prof. zw. dr. hab. Witolda Kwaśnickiego, który wskazał na miejsce usług w teorii współczesnej ekonomii.

Obrady konferencji zapoczątkowała dyskusja panelowa pt. *Nowe wyzwania rozwoju usług*, w której uczestniczyli profesorowie: Anna Drapińska z Politechniki Gdańskiej, Barbara Kożuch z Uniwersytetu Jagiellońskiego, Jolanta Mazur z Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Mirosława Pluta-Olechnik z Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Aleksander Panasiuk z Uniwersytetu Szczecińskiego, Kazimierz Rogoziński z Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu i Dariusz Skorupka z Wyższej Szkoły Oficerskiej Wojsk Lądowych imienia generała Tadeusza Kościuszki we Wrocławiu. Dyskusja koncentrowała się wokół odpowiedzi na pytania: w jakim zakresie współczesne pojęcie „usługa” jako przedmiot wymiany, konsumpcji, zarządzania jest jednoznaczne i ma ostre granice?; jakie relacje (i interakcje) można zidentyfikować w procesie świadczenia i konsumpcji usług, któ-

re determinują kierunki zmian koncepcji marketingu?; jaki jest związek między wartością dla klienta w formach *value in use*, *value proposition* oraz *value co-creation*, a logiką usługowej dominacji w marketingu, responsywnością w oferowaniu usług publicznych, *service design*, internacjonalizacją usług, wynikami finansowymi firm usługowych i kształtowaniem się wskaźników makroekonomicznych w sektorze usług? Uczestnicy panelu wskazali, że koncepcja logiki usługowej dominacji w marketingu (*Model Service Dominant Logic*) przedstawiona przez S.L. Vargo i R.F. Lusch jest ważnym wkładem do dyskusji o niezbędnych zmianach w marketingu i stwarza podstawy rozwoju orientacji na klienta w usługach, gdyż akcentuje procesową naturę usług, w której świadczenie usług i budowanie wartości dla klienta jest procesem interakcji prowadzącej do współtworzenia tej wartości. Podkreślili także potrzebę poszerzania obszaru działań usługowych także na procesy wytwarzania produktów materialnych i odchodzenie od decyzji marketingu transakcyjnego na rzecz procesowego (interakcyjnego). Uznali, że dla klienta proces świadczenia usług jest fazą konsumpcji i to wywołuje implikacje dla rozwoju zarządzania responsywnego szczególnie w usługach publicznych, zwiększa rolę usług towarzyszących oraz *service design*, buduje społeczności wokół marki, determinuje potrzebę prowadzenia strategii masowej indywidualizacji. W dyskusji podkreślano znaczenie dla klienta oferowanych wartości w procesach dostarczania przez firmę oferty-propozycji (*value-proposition*), współtworzenia usługi (i dóbr materialnych) (*value co-creation*) oraz użytkowania produktu-usługi (*value in use*). Przywołane przez prof. dr hab. Jolantę Mazur wyniki badań wskazały, że przedsiębiorstwa usługowe relatywnie częściej przejawiają „Logikę Usługową” niż producenci, choć większość usługodawców nie stosuje się do jej zasad, mimo że sprzyja dobrym wynikom finansowym.

Ograniczone ramy sprawozdania uniemożliwiają przedstawienie omawianych problemów zarówno tych kontrowersyjnych (np. co do ujmowania usługi jako obiektu konsumpcji, zarządzania i przedmiotu badań naukowych), które wywołały burzliwą dyskusję i emocje, a dotyczących sposobu organizowania i prowadzenia zajęć dydaktycznych z zakresu marketingu usług i zarządzania jakością w usługach oraz takich, które akcentowały kierunki rozwoju badań naukowych sfery usług, koncentrujące się głównie na zagadnieniach współtworzenia wartości w usługach, budowaniu relacji, innowacji w usługach, znaczenia marki i *service designu* w aspekcie społecznej orientacji podmiotów usług zarówno komercyjnych jak i non profit.

Konferencja zrealizowała postawione cele, choć nie zamknęła dyskusji o problemach sfery usług. Mamy nadzieję, że dyskusja wokół problemów naukowych i dydaktycznych konferencji będzie kontynuowana przez jej uczestników w oczekiwaniu na kolejną konferencję „usługową”, którą zaplanowano na przełomie lat 2015 i 2016.

Konferencja *Usługi 2014* odbywała się pod honorowym patronatem J.M. Rektora Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu prof. zw. dr. hab. Andrzeja Gospodarowicza. Patronami konferencji były: Polskie Naukowe Towarzystwo Marketingu, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne Oddział we Wrocławiu oraz Zachodnia Izba Gospodarcza.