

WOJCIECH SADKOWSKI

Uniwersytet Jagielloński, Kraków, Polska
Jagiellonian University, Cracow, Poland

Identyfikacja skali wdrażania certyfikowanych systemów zarządzania jakością w przedsiębiorstwach usługowych

Identification of the Scale of Implementation of Certified Quality Management Systems in Service Companies

Streszczenie: Głównym celem artykułu jest zidentyfikowanie popularności certyfikowanych systemów zarządzania jakością w przedsiębiorstwach usługowych. Autor podejmuje próbę zdefiniowania systemów zarządzania jakością oraz oceny ich wpływu na zarządzanie jednostką. Część pierwsza stanowi rozważania na temat istoty usług i działalności usługowej oraz prezentuje elementy różnicujące usługi od innych typów działalności. Druga i trzecia część zawierają teoretyczne aspekty systemów zarządzania jakością oraz prezentują dane ilościowe dotyczące implementacji certyfikowanych systemów zarządzania jakością w Polsce i na świecie. W pracy przeprowadzono analizę piśmiennictwa naukowego z zakresu zarządzania jakością, marketingu usług i ekonomii oraz zastosowano metody indukcji i dedukcji. Sektor usług jest bardzo rozległą i zróżnicowaną gałęzią gospodarki. To przedsiębiorstwa usługowe wysoko rozwiniętych gospodarek tworzą 80% dochodu narodowego. Jakość realizowanych usług wpływa na wynik finansowy organizacji. Do odniesienia sukcesu na bardzo konkurencyjnym, globalnym rynku, na którym klient dyktuje warunki dotyczące jakości usługi, najważniejsze staje się wdrożenie systemu zarządzania jakością, który pozwala efektywniej zarządzać jednostką. Rozwiązania te stają się coraz bardziej popularne i powszechne na świecie.

Abstract: The main aim of this article is to identify the popularity of certified quality management systems in service companies. The author attempts to define the quality management systems and assess their impact on the management of a unit. The first part is a reflection on the nature of services and service activities. In the second section the author presents the elements differentiating services from other types of activities. The third and fourth part include theoretical aspects of quality management systems and present quantitative data on the implementation of certified quality management systems in Poland and around the world. The paper analyses the literature in the field of quality management, service marketing and economics and applied methods of induction and deduction. The service sector is a very broad and diverse sector of the economy. Service companies of developed economies make up for 80% of national income. Quality of the services affect the financial results of the organization. To succeed in a highly competitive global market, in which the customer dictates the terms of the quality of services, the key is to implement a quality management system which allows for effective management of a unit. These solutions are becoming more popular and widespread in the world.

Słowa kluczowe: jakość; przedsiębiorstwo usługowe; system zarządzania jakością; usługa

Keywords: service; service company; quality; quality management system

Otrzymano: 19 grudnia 2016

Received: 19 December 2016

Zaakceptowano: 7 lutego 2017

Accepted: 7 February 2017

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Sadkowski, W. (2017). Identyfikacja skali wdrażania certyfikowanych systemów zarządzania jakością w przedsiębiorstwach usługowych. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 31(1), 97–107.

WSTĘP

Sektor usług odgrywa coraz ważniejszą rolę w polskiej gospodarce, o czym świadczy jego rosnący wkład w tworzeniu PKB, z poziomu ok. 50% w 1990 roku do pułapu ok. 65% obecnie. W przedsiębiorstwach usługowych zatrudnienie znajduje co drugi pracujący Polak (Polska 2015, 2015). Wysoka konkurencyjność sektora usług jest wymogiem stawianym przed gospodarkami opartymi na wiedzy, w których szczególną uwagę zwraca się na odpowiednią jakość wszystkich procesów w niej zachodzących, a także wytwarzanych i sprzedanych produktów oraz świadczonych usług. Zapewnienie odpowiedniego poziomu jakościowego możliwe jest poprzez implementowanie certyfikowanych systemów zarządzania.

Celem artykułu jest identyfikacja popularności tych systemów zarządzania w Polsce i na świecie. Autor zwraca szczególną uwagę na ich występowanie w polskich przedsiębiorstwach usługowych.

W pierwszej części artykułu zostały zebrane i zestawione najważniejsze współczesne definicje usługi oraz działalności usługowej. Kolejna część artykułu dotyczy cech różnicujących usługi od innych działalności. Następnie autor prezentuje teoretyczne aspekty systemów zarządzania jakością oraz podejmuje rozważania związane z głównym celem tekstu w świetle odpowiednich danych statystycznych.

W artykule zostały wykorzystane studia literaturowe z zakresu zarządzania jakością, marketingu usług oraz ekonomii. Ponadto użyte zostały przez autora metody indukcji i dedukcji.

ISTOTA USŁUG I DZIAŁALNOŚCI USŁUGOWEJ

Sektor usług jest bardzo rozległą i zróżnicowaną gałęzią gospodarki, która obejmuje działalność agend rządowych (policji, wojska, wymiaru sprawiedliwości), instytucji non profit oraz wszystkich prywatnych przedsiębiorstw, których głównym celem jest osiągnięcie zysku, czyli banków, hoteli, przedsiębiorstw transportowych, instytucji finansowych (Panasiuk, Tokarz, 2008).

Organizacje usługowe wysoko rozwiniętych gospodarek tworzą 80% dochodu narodowego, dlatego do tego typu podmiotów odnosi się wiele technik i modeli w zarządzaniu jakością (Kostera, Śliwa, 2012).

Usługa według definicji „to każda czynność zawierająca w sobie element niematerialności, która polega na oddziaływaniu na klienta lub przedmioty, bądź nieruchomości znajdujące się w jego posiadaniu, a która nie powoduje przeniesienia praw własności. Przeniesienie praw własności może jednak nastąpić, a świadczenie usługi może być lub też nie być ściśle związane z dobrem materialnym” (Bareja, Giedroyc, 2007: 36).

Termin „usługa” jest definiowany również przez GUS. W obowiązującej Polskiej Klasyfikacji Wyrobów i Usług 2015 usługami są „wszelkie czynności świadczone na rzecz jednostek gospodarczych prowadzących działalność o charakterze produkcyjnym, tzn. usługi dla celów produkcji nietworzące bezpośrednio nowych dóbr materialnych” (Polska Klasyfikacja..., 2015) oraz „wszelkie czynności świadczone na rzecz jednostek gospodarki narodowej oraz na rzecz ludności, przeznaczone dla celów konsumpcji indywidualnej, zbiorowej i ogólnospołecznej” (Polska Klasyfikacja..., 2015).

Współczesna literatura przedmiotu dostarcza bardzo różne definicje usług, które dzieli na:

- negatywne – zakładające, że działalnością usługową jest to, co nie jest wytworzeniem dóbr materialnych,
- enumeratywne – wyliczające rodzaje działalności gospodarczej wchodzące w skład usług,
- konstruktywne – określające działalność usługową jako zdolność ludzi lub maszyn do implementowania zmian, stanów u ludzi lub w obiektach,
- kompilacyjne – odnoszące się do usługi jako odrębnej działalności, nieprzynoszącej materialnego charakteru i dostarczającej nabywcy korzyści niezwiązanych ze sprzedażą produktów (Panasiuk, 2005).

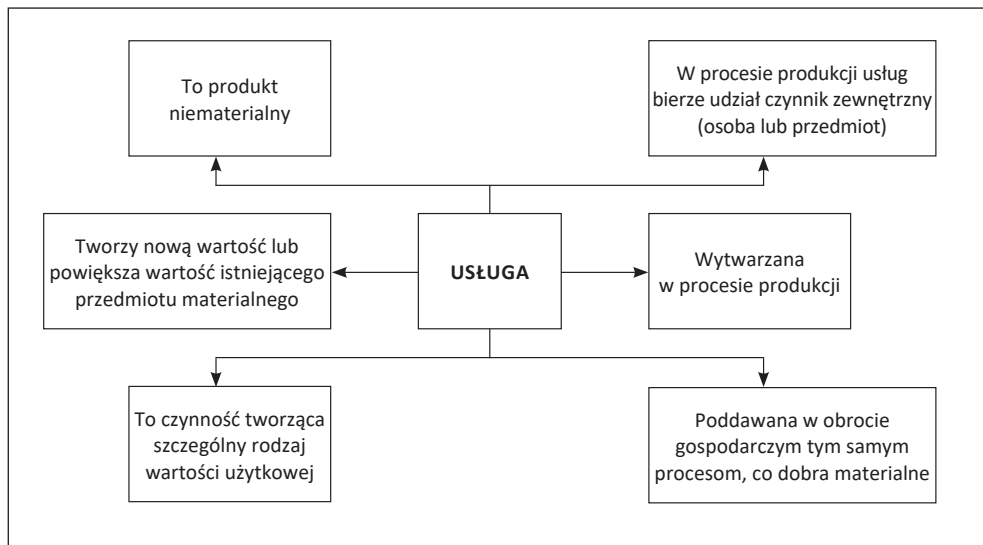
Ustawa o świadczeniu usług na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej definiuje usługę jako „świadczenie wykonywane przez usługodawcę na własny rachunek, zwykle za wynagrodzenie, w szczególności usługi budowlane, handlowe oraz usługi świadczone w ramach wykonywanego zawodu” (Ustawa...). Natomiast w Unii Europejskiej usługą oznacza każdą transakcję, która nie jest sprzedażą towarów (Łańcucki, 2006). Usługę charakteryzuje się też jako użyteczne działanie człowieka, pracę lub proces, który nie daje nowego materialnego przedmiotu, ale zaspokaja określoną potrzebę. Może ona uzdatniać lub usprawniać przedmiot działania, bądź umożliwiać zmianę warunków postępowania osoby (Kolman, 2013). W marketingu usługę traktuje się jako „produkt z dominującymi, nieuchwytnymi komponentami, które wymagają wysiłku ludzkiego oraz często pracy sprzętu i urządzeń w celu jej świadczenia” (Michalski, 2012: 524). Ryc. 1 jest zestawieniem najważniejszych elementów składowych powyższych definicji usług.

W świetle przedstawionych określeń tego pojęcia autor proponuje własne. Usługą jest każde działanie, niebędące produkcją i sprzedażą towarów, podjęte i zrealizowane przez usługodawcę na rzecz usługobiorcy.

Natomiast za „przedsiębiorstwo usługowe” uważa się organizację, która swoje produkty dostarcza bezpośrednio klientowi, np. szpitale, szkoły, hotele, kościoły, banki, pośrednicy kupna i sprzedaży nieruchomości. W firmach produkcyjnych klient nie ma bezpośredniego kontaktu z procesem wytwórczym, w podmiotach świadczących usługi klient i usługodawca spotykają się „twarzą w twarz” (Drummond, 1998). Momentem spotkania jest sytuacja, gdy produkt zmienia właściciela – np. przekazanie przez klienta kasjerowi w banku pieniędzy na lokatę bankową.

Organizację usługową definiuje również A. Gilmore, która uważa, że jest to jednostka nienastawiona na zysk, która prowadzi działalność w sektorze usług – np. restauracja czy instytucja charytatywna (Gilmore, 2006). Jest to bardzo kontrowersyjne określenie, ponieważ wiele podmiotów usługowych działa w konkurencyjnym środowisku i są one nastawione na zyski, np. banki czy hotele.

Ryc. 1. Zestawienie podstawowych atrybutów usługi



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Panasiuk, Tokarz (2008)

Przedsiębiorstwa usługowe wyróżniają się problemami zarządzania, związanymi z nietrwałością i nieuchwytnością istoty jakości, niematerialnością usług oraz wzajemnym oddziaływaniem zachodzącym pomiędzy producentem i konsumentem.

Wśród cech charakteryzujących usługi wyróżnia się:

- niematerialność,
- równoczesność procesów produkcji, dystrybucji i konsumpcji,
- heterogeniczność,
- niemożność przechowania dla celów przyszłej konsumpcji,
- brak możliwości nabycia prawa własności (Jaciow, Kolny, Maciejewski, Mikołajczyk, Wolny, 2015).

Wszystkie wymienione powyżej atrybuty są niezmiernie ważne w procesie zrozumienia istoty działalności usługowej. Niematerialność podkreśla, że niemożliwa jest ocena danej usługi przez nabywcę przed jej zakupem, a za urealnienie odpowiada świadczący podmiot. Jednoczesność świadczenia przez usługodawcę i konsumowania przez klienta wpływa na bezpośredni kontakt pomiędzy tymi dwoma zainteresowanymi stronami. Usługi nie są jednolite, standardowe, ich urozmaicenie zależy od wykonawcy, czasu i miejsca. Ich magazynowanie oraz dopuszczenie do wtórnego obrotu również nie jest możliwe.

Do elementów różnicujących usługi i inną działalność gospodarczą J. Rathmella zalicza:

- monetarną wartość usług wyrażaną w opłatach, prowizjach, potrąceniach, procentach, udziałach, dotacjach, która jest odmienna od wartości produktu przedstawianej w kategoriach *stricte* pieniężnych,
- nabywcę usługi, który w wielu przypadkach jest raczej konsumentem niż klientem,
- istnienie bardzo osobistego stosunku między sprzedawcą a nabywającym usługę,
- charakter usług, który decyduje o ich różnorodności,
- niemagazynowalność,

- ekonomiczny charakter usług będący kwestią dyskusyjną, gdyż występują podmioty nastawione na zysk oraz organizacje typu non profit,
- marketing stosowany w usługach, który jest narzędziem specjalistycznym,
- nieprecyzyjne standardy usług,
- pojawiające się różnice w kształtowaniu cen w tych samych kategoriach usług,
- trudności w stosowaniu zasad ekonomii w odniesieniu do usług, ponieważ mają one niematerialny charakter,
- występowanie dużej ilości różnych, połączonych ze sobą korzyści,
- ograniczoną koncentrację w usługach,
- działalność marketingową wpływającą na wyróżnianie się na rynku usług,
- traktowanie usługi jako czynności, a nie odnoszenie się do niej jak do towaru, produktu, którego nabycie wiąże się ze stanem posiadania (Toruński, 2013).

Duża liczba pojawiających się różnic pokazuje, że świadczenie usługi jest zdecydowanie odmiennym procesem niż produkcja czy sprzedaż towarów. Ważnym elementem uzyskania przewagi konkurencyjnej na rynku usługowym staje się wykorzystanie systemów zarządzania jakością, zapewniających wysoki poziom świadczonych przez przedsiębiorstwo usług oraz odpowiedni stopień realizowanych procesów.

TEORETYCZNE ASPEKTY SYSTEMÓW ZARZĄDZANIA JAKOŚCIĄ

Zarządzanie jakością można definiować w ujęciu normatywnym lub w oparciu o filozofię TQM. Według norm ISO są to skoordynowane działania, które dotyczą kierowania organizacją i nadzorem nad nią w odniesieniu do jakości. Natomiast TQM traktuje to pojęcie znacznie szerzej, jako system zarządzania złożony z wartości, metod, procedur oraz narzędzi, którego celem jest wzrost satysfakcji klientów zewnętrznych i wewnętrznych (Szczepańska, 2012).

Zarządzanie jakością w przedsiębiorstwach usługowych jest szczególnie ważne, ponieważ jedynym sposobem utrzymania silnej pozycji konkurencyjnej w świecie galopującej globalizacji i rosnącej konkurencji jest świadczenie usług gwarantujących wysoki poziom satysfakcji i lojalności klientów.

Koniecznością na współczesnych rynkach jest poprawa jakości usług w różnych obszarach działalności podmiotu, takich jak: marketing, strategia czy technologie. Usługi o wyższej jakości są bardziej konkurencyjne, co również może przyczynić się do poprawy wizerunku i wzrostu liczby klientów danej organizacji. W zarządzaniu jakością usług konieczne jest uwzględnienie specyfiki ich działalności. Ważnym czynnikiem wpływającym na poziom jakościowy są cechy charakterystyczne usług (Payne, 1997).

Ponadto jakość realizowanych usług wpływa na wynik finansowy organizacji. Podmioty, które chcą odnieść sukces na rynku, muszą uwzględniać wymagania klienta, w tym te dotyczące jakości. Niezbędne jest oparcie zamierzeń jakościowych związanych z usługami na rachunku ekonomicznym. Wdrożenie systemu zarządzania jakością sprzyja efektywnemu zarządzaniu przedsiębiorstwem (Zapata, 2009). Do najważniejszych systemów należą:

- system zarządzania jakością oparty na normach ISO 9000, ISO 9001,
- system zarządzania przez jakość (*total quality management* – TQM).

System zarządzania jakością w organizacji funkcjonuje jako jeden z podsystemów zarządzania, obok np. zarządzania bezpieczeństwem, zarządzania finansami, zarządzania ryzykiem. Jego celem jest:

- zapewnienie spełnienia wymagań (technicznych, prawnych, konsumenckich, wewnętrznych) przez wyroby (usługi i produkty),
- zapewnienie satysfakcji klienta (Zapata, 2009).

Podstawą takiego systemu są wymagania zawarte w normach ISO 9000, ISO 9001, które są spełniane przez podmioty je wdrażające, niezależnie od zakresu działalności, miejsca i rodzaju jej prowadzenia.

SKALA WDRAŻANIA CERTYFIKOWANYCH SYSTEMÓW ZARZĄDZANIA JAKOŚCIĄ W USŁUGACH

Z danych Międzynarodowej Organizacji Normalizacyjnej (ISO) wynika, że prawie co roku notuje się wzrost liczby przedsiębiorstw implementujących certyfikowane systemy zarządzania jakością na świecie. W 2000 roku liczba tych systemów wynosiła 408 tys., a już w 2006 roku było ich wdrożonych o prawie 120% więcej. Granica miliona przedsiębiorstw, które wdrożyły system zarządzania jakością, została przekroczona w 2009 roku. Najnowsze dane z raportu The ISO Survey (2014) szacują liczbę podmiotów, które wdrożyły certyfikowane systemy na całym świecie na poziomie 1138 mln, co stanowi wzrost w porównaniu z pierwszymi danymi z 1993 o roku 2344%. Dane dotyczące liczby przedsiębiorstw na świecie, które posiadają system zarządzania jakością, zostały zebrane i zaprezentowane na ryc. 2.

Roczną dynamikę przyrostu liczby przedsiębiorstw wdrażających certyfikowane systemy zarządzania na świecie przedstawia ryc. 3. Największe tempo wzrostu notowane było w latach 1994 oraz 1995 i wyniosło odpowiednio 51% i 81%. Ponad dwudziestoprocentowe tempo przyrostu liczby podmiotów posiadających taki system obserwujemy także w kolejnych latach. Dopiero 2003 rok przynosi spadek liczby przedsiębiorstw o 11%. Po 2004 roku, w którym zanotowano na świecie zwiększenie liczby podmiotów stosujących systemy zarządzania o 33%, kolejne lata cechuje coraz niższa dynamika wzrostu. W latach 2012, 2013 i 2014 zanotowano przyrost tylko o 2%, 3% i 1%.

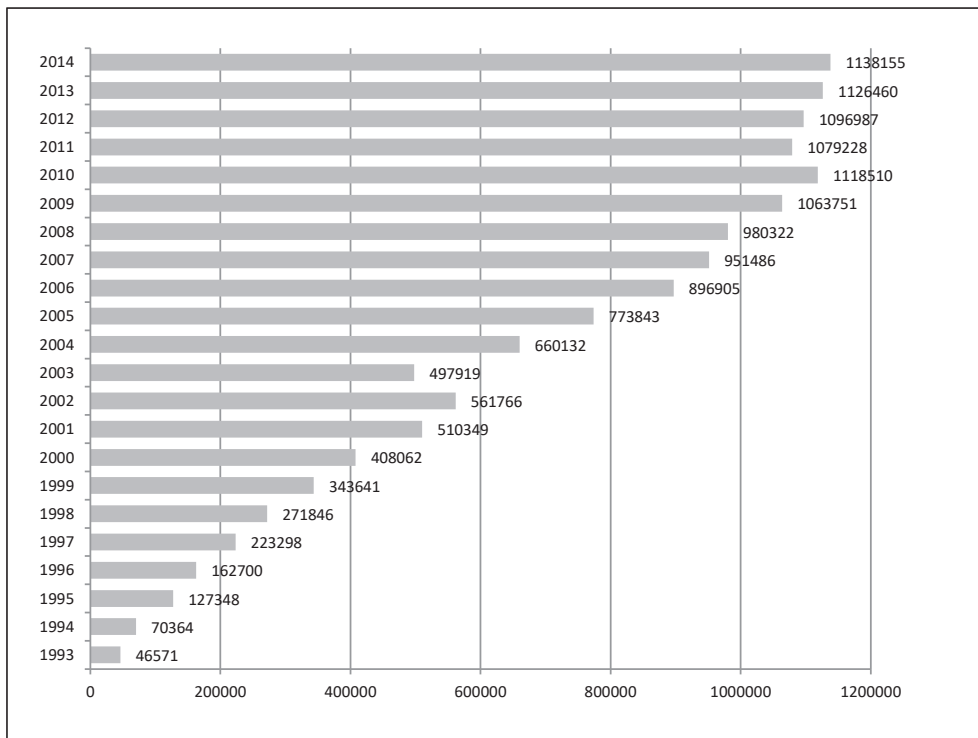
Liczba krajów, w których implementowano systemy zarządzania jakością, rośnie prawie w każdym badanym roku. Na koniec 2014 roku systemy zarządzania jakością w postaci norm ISO 9001 implementowano w 188 krajach. Potwierdza to ryc. 4.

W Polsce (ryc. 5) liczba przedsiębiorstw z certyfikowanymi systemami zarządzania jakością notowała tendencje wzrostowe do 2009 roku. Ostatnie lata to spadek tej liczby, który zatrzymał się w 2014 roku na poziomie 9608, co jest najgorszym wynikiem od 2007 roku.

Do najważniejszych przyczyn spadku liczby przedsiębiorstw, które implementowały certyfikowane systemy zarządzania jakością w Polsce, można zaliczyć:

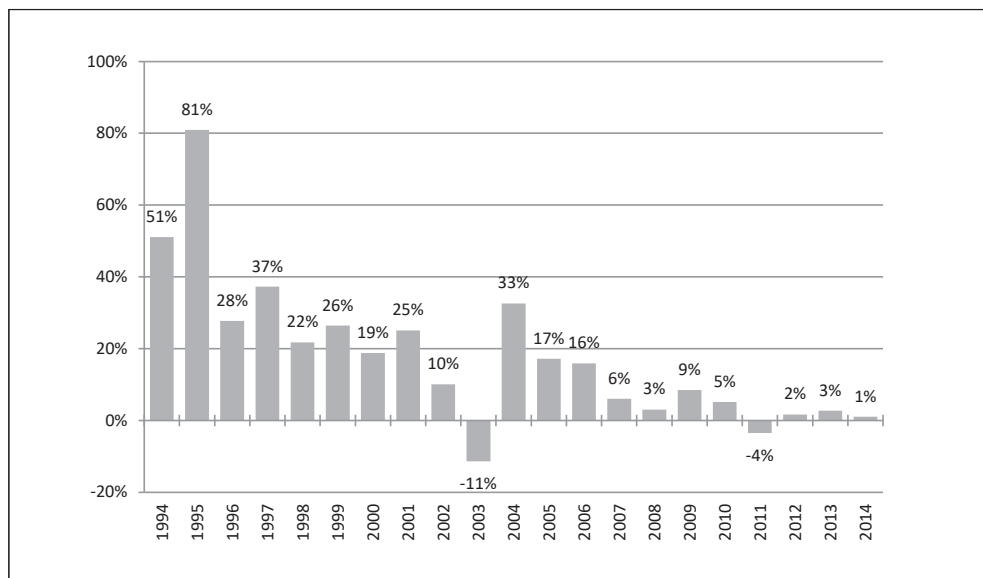
- rezygnację z systemu zarządzania jakością wynikającą z braku pojawiających się szybkich efektów, które powinny zagwarantować sukces przedsiębiorstwa – przeświadczenie o bezcelowości wdrażania,
- ostrożność w wydatkach i inwestycjach, powstała na skutek globalnego kryzysu ekonomicznego oraz niepewności występującej w strefie euro,
- zakończenie programów dofinansowania ze środków UE na wdrożenia i certyfikację systemu zarządzania jakością (możliwość uzyskania certyfikatu za 50% jego rzeczywistej wartości),
- stosowanie narzędzi jakościowych oraz wymagań normy ISO 9001 przez organizacje, skutkujące brakiem potrzeby posiadania certyfikatu ISO 9001,

Ryc. 2. Liczba przedsiębiorstw na świecie, które wdrożyły certyfikowane systemy zarządzania jakością



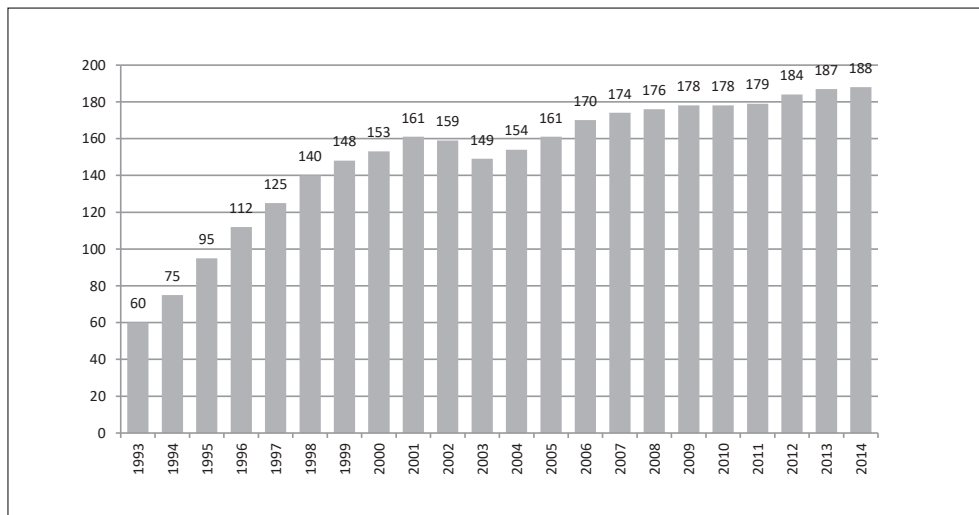
Źródło: opracowanie własne na podstawie The ISO Survey (2014)

Ryc. 3. Roczne tempo wzrostu liczby przedsiębiorstw, które wdrożyły systemy zarządzania jakością na świecie



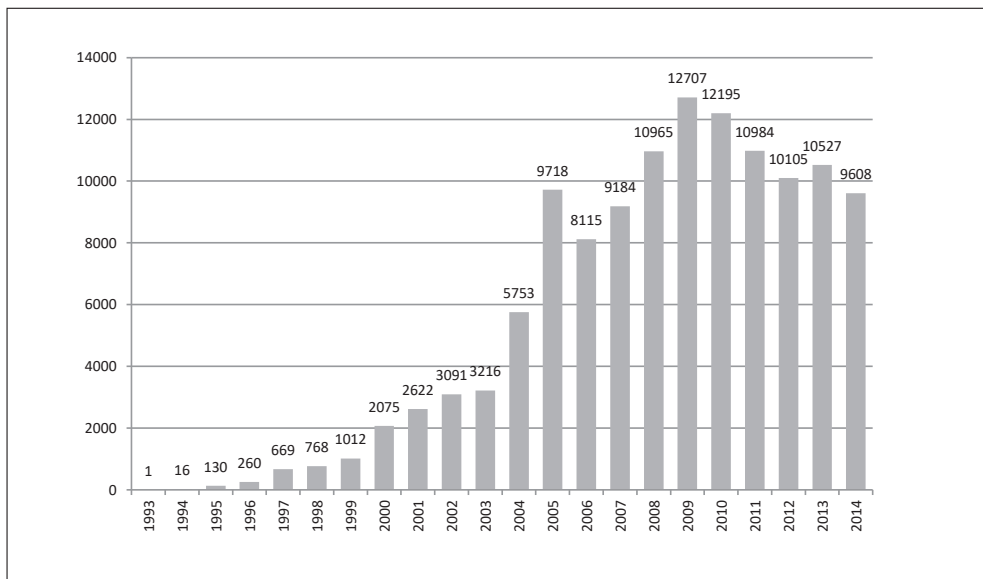
Źródło: opracowanie własne na podstawie The ISO Survey (2014)

Ryc. 4. Liczba krajów posiadających systemy zarządzania jakością



Źródło: The ISO Survey (2014), International Organization for Standardization

Ryc. 5. Systemy zarządzania jakością w Polsce w latach 1993–2014



Źródło: The ISO Survey (2014), International Organization for Standardization

- rozwój przemysłu w krajach wschodnich, powodujący likwidację i podział zakładów w Europie na mniejsze, które nie posiadają wystarczających funduszy na wdrożenie certyfikatu,
- redukcję kosztów w przedsiębiorstwach, w których w pierwszej kolejności rezygnuje się z tego, co nie jest obowiązkowe,
- rosnącą świadomość przedsiębiorców, że samo posiadanie certyfikatu nie gwarantuje sukcesu rynkowego,

- implementowanie innych, specjalistycznych standardów (np. standard EN 15224: 2012 dla szpitali, gabinetów lekarskich), lepiej spełniających potrzeby przedsiębiorstw.

Certyfikowane systemy zarządzania ISO 9001 w polskich przedsiębiorstwach usługowych (tab. 1) stanowiły w 2014 roku prawie połowę (46,58%) wszystkich wprowadzonych w narodowej gospodarce. Implementowało je 2695 podmiotów. Najwięcej z branży ochrony zdrowia i opieki społecznej, handlu detalicznego, hurtowego, naprawy pojazdów oraz usług budowlanych. Najmniej liczną grupę stanowili dostawcy gazu oraz hotele i restauracje. Duża liczba podmiotów usługowych wdrażających normy ISO 9001 świadczy o wysokim zainteresowaniu w usługach problemami jakości i systemów zarządzania nią oraz o rosnącej świadomości przedsiębiorców.

Tab. 1. Certyfikaty ISO 9001 w sektorze usługowym w Polsce w 2014 roku

Branża	Liczba przedsiębiorstw	Udział procentowy
Recykling	27	0,47%
Dostawcy elektryczności	11	0,19%
Dostawcy gazu	4	0,07%
Dostawcy wody	46	0,80%
Usługi budowlane	315	5,44%
Handel detaliczny i hurtowy, naprawa pojazdów mechanicznych	547	9,45%
Hotele i restauracje	6	0,10%
Transport, gospodarka magazynowa i łączność	237	4,10%
Pośrednictwo finansowe, agencje nieruchomości	45	0,78%
Informatyka	108	1,87%
Usługi inżynierskie	144	2,49%
Inne usługi	240	4,15%
Administracja publiczna	80	1,38%
Edukacja	104	1,80%
Ochrona zdrowia i opieka społeczna	709	12,25%
Inne usługi socjalne	72	1,24%
ISO 9001 w sektorze usługowym	2695	46,58%
Pozostałe sektory gospodarki	3091	53,42%
Razem	5786	100,00%

Źródło: opracowanie własne na podstawie The ISO Survey (2014)

Na podstawie zaprezentowanych danych można wywnioskować, że zarządzanie przez jakość na całym świecie jest bardzo popularne. Firmy, które chcą być jak najbardziej konkurencyjne na globalnym rynku, muszą wdrożyć rozwiązania systemowe dotyczące szeroko pojmowanej jakości. Na szczególną uwagę zasługują gospodarki Europy i wschodniej Azji, gdzie te systemy są implementowane w największej liczbie przedsiębiorstw. To właśnie w tych rejonach świata jest zdecydowanie największa świadomość jakości.

Normy ISO 9001 obejmują wymagania dla systemów zarządzania jakością, które mają zastosowanie w każdej organizacji. Wdrożenie i certyfikacja systemów zarządzania jakością jest działaniem dobrowolnym.

ZAKOŃCZENIE

W świetle przeprowadzonych rozważań i analiz należy stwierdzić, że praktycznie z roku na rok notowany jest wzrost liczby przedsiębiorstw wdrażających systemy zarządzania jakością na świecie. W 2014 roku certyfikaty ISO 9001 były już obecne w 188 krajach, co świadczy o dużej popularności zarządzania przez jakość. Natomiast w Polsce od 2009 roku liczba tych systemów systematycznie spada. Z polskich przedsiębiorstw, w których implementowano taki system, podmioty świadczące usługi miały prawie 50% udziału. Dokonująca się na przestrzeni ponad 20 lat transformacja gospodarcza w Polsce wytyczyła kierunek zmian, który zakładał zwiększenie zaangażowania w kwestię problemów jakościowych. Efektem tych zmian jest wzrost zainteresowania jakością i certyfikowanymi systemami zarządzania.

Przedsiębiorstwa usługowe, odgrywające coraz większą rolę w polskiej gospodarce, również w dużym stopniu korzystają z systemów wspierających jakość zarządzania. Ma to związek z rosnącą świadomością przedsiębiorców o konieczności świadczenia usług, które będą jak najbardziej konkurencyjne na rynku, co możliwe jest do osiągnięcia tylko przy wykorzystaniu dobrze funkcjonujących systemów zarządzania jakością. Prawie pięćdziesięcioprocentowy udział w implementacji certyfikatów w usługach jest dobrym prognostykiem na kolejne lata, ponieważ konsumenci będą otrzymywać usługę jak najlepszej jakości, a przedsiębiorstwa – czerpać wyższe zyski.

Niesłabnąca popularność certyfikowanych systemów zarządzania to dowód na istnienie bardzo silnej korelacji występującej między nimi a przychodami ze sprzedaży. Im wyższe zaangażowanie firmy w obszarze jakościowym, tym łatwiej jest wyeliminować pojawiające się niedogodności związane z zarządzaniem nią.

Zidentyfikowana wysoka popularność certyfikowanych systemów zarządzania jakością na świecie oraz w polskich przedsiębiorstwach usługowych może stanowić dobrą bazę do dalszych badań nad przyczynami implementacji tych systemów w podmiotach, nad zachodzącymi zmianami w zarządzaniu jednostką po wdrożeniu systemu, a także nad powodami rezygnacji z nich.

Literatura

References

- Bareja, K., Giedroyc, M. (2007). Rachunek kosztów jakości. W: A. Karmańska (red.). *Zarządzanie kosztami jakości, logistyki, innowacji, ochrony środowiska a rachunkowość finansowa*. Warszawa: Difin, 31–69.
- Drummond, H. (1998). *W pogoni za jakością. Total Quality Management*. Warszawa: Dom Wydawniczy ABC.
- Gilmore, A. (2006). *Usługi. Marketing i zarządzanie*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Jaciow, M., Kolny, B., Maciejewski, G., Mikołajczyk, B., Wolny, R. (2015). *Services in Europe – diagnosis and development perspectives*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach.
- Kolman, R. (2013). *Różne odmiany jakości i ich praktyczne wykorzystanie*. Warszawa: Wydawnictwo Placet.

- Kostera, M., Śliwa, M. (2012). *Zarządzanie w XXI wieku. Jakość, twórczość, kultura*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Łańcucki, J. (2006). Istota jakości wyrobów i usług. Zasady TQM. W: J. Łańcucki (red.). *Podstawy kompleksowego zarządzania jakością TQM*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, 9–28.
- Michalski, E. (2012). *Marketing. Podręcznik akademicki*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Panasiuk, A. (2005). Koncepcja marketingu usług. W: A. Panasiuk (red.). *Marketing usług turystycznych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 13–23.
- Panasiuk, A., Tokarz, A. (2008). Wstęp do ekonomiki przedsiębiorstwa usługowego. W: B. Filipiak, A. Panasiuk (red.). *Przedsiębiorstwo usługowe. Ekonomika*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 29–46.
- Payne, A. (1997). *Marketing usług*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Polska 2015. Raport o stanie gospodarki (2015). Warszawa: Ministerstwo Gospodarki.
- Polska Klasyfikacja Wyrobów i Usług 2015 (2015). Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.
- Szczepańska, K. (2012). Doskonalenie i samoocena w zarządzaniu jakością w przedsiębiorstwie. *Problemy Zarządzania*, 2(37), 9–27.
- The ISO Survey (2014). International Organization for Standardization.
- Toruński, J. (2013). Zarządzanie jakością w przedsiębiorstwie usługowym. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach*, 97, 73–87.
- Ustawa z dnia 4 marca 2010 r. o świadczeniu usług na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej (Dz.U. nr 47, poz. 278, art. 2).
- Zapata, S. (2009). *Zarządzanie jakością w przedsiębiorstwie. Ocena i uwarunkowania skuteczności*. Warszawa: Wolters Kluwer.

Wojciech Sadkowski, mgr. Zainteresowania badawcze: rachunek kosztów jakości, rachunkowość zarządcza, bankowość korporacyjna, sektor małych i średnich przedsiębiorstw, upadłość przedsiębiorstw.

Wojciech Sadkowski, M.Sc. Research interests: quality costs calculation, managerial accounting, corporate banking, small and medium enterprises, company bankruptcy.

Adres/address:

Uniwersytet Jagielloński
Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej
Instytut Ekonomii, Finansów i Zarządzania
Katedra Rachunkowości Międzynarodowej
ul. prof. S. Łojasiewicza 4, 30-348 Kraków, Polska
e-mail: wojciech.sadkowski@uj.edu.pl