

Małgorzata LOTKO

Uniwersytet Technologiczno-Humanistyczny im. Kazimierza Pułaskiego w Radomiu

m.lotko@uthrad.pl

## WIELOASPEKTOWOŚĆ DEFINIOWANIA USŁUG

**Streszczenie.** Celem opracowania była analiza sposobów definiowania usług. Badanie przeprowadzono metodą krytycznej, chronologicznej i porównawczej analizy literatury. Uwzględniono publikacje o charakterze słownikowym, piśmiennictwo naukowe z dziedziny nauk ekonomicznych oraz dokumenty normalizacyjne. Przedstawiony w opracowaniu przegląd definicji terminu usługa pozwolił na sformułowanie następujących wniosków: (1) w literaturze funkcjonują definicje pojęć usługi oraz usług, (2) w piśmiennictwie z dziedziny nauk ekonomicznych (w szczególności marketingu) terminy usługa oraz usługi stosowane są zamiennie, (3) w dokumentach normalizacyjnych do 2015 r. usługa była traktowana jako wyrób niematerialny; obecnie stanowi kategorię odrębną. Wkład własny autorki obejmuje systematyzację pojęcia usługi w kolejnych etapach ewolucji tego terminu oraz podział definicji ze względu na źródła ich pochodzenia.

**Słowa kluczowe:** usługa, usługi, definicja

## DIFFERENT ASPECTS OF DEFINING SERVICES

**Abstract.** The aim of the article was the analysis of the ways of defining services. The study was conducted with the use of critical, chronological and comparative literature analysis. The dictionary-style publications, scientific literature in the field of economics and normalization documents were respected. The article presents the overview of services term definitions. This allowed to formulate the following conclusions: (1) in the literature definitions of both service and services terms can be found, (2) in scientific literature, in the field of economics (particularly marketing), the terms service and services are used interchangeably, (3) in normalization documents up to the year 2015 a service was treated as an intangible product; now it is recognized as a separate category. Author's own contribution includes systematization of the term service in the following stages of its evolution and classification of definitions according to sources of their provenance.

**Keywords:** service, services, definition

## 1. Wprowadzenie

W ostatnich dziesięcioleciach sfera usług wykracza poza tradycyjnie pojmowany trzeci sektor gospodarki, coraz częściej przenikając do sektorów produkcji i rolnictwa. W opracowanym przez C. Clarka i A. Fishera trójsektorowym podziale gospodarki usługi były definiowane przez wykluczenie tych działań, które nie przynależały do rolnictwa i przetwórstwa przemysłowego<sup>1</sup>. Obecnie za sektor usług uważa się dział gospodarki, w obrębie którego podmioty gospodarcze prowadzą działalność polegającą na świadczeniu usług<sup>2</sup>.

W ostatnich latach wyraźne są szybki rozwój sektora usług oraz jego fundamentalne znaczenie dla funkcjonowania i rozwoju gospodarki. W krajach triady, czyli Unii Europejskiej, USA oraz Japonii, w sektorze usług wytwarza się ponad dwie trzecie wartości dodanej oraz generuje dwie trzecie miejsc pracy<sup>3</sup>. Rosnąca rola usług w nowoczesnej gospodarce przejawia się zwiększeniem ich udziału w zatrudnieniu, wytwarzaniu i konsumpcji, a społeczeństwa stają się społeczeństwami usługobiorców. W literaturze niektórzy autorzy na określenie takiego stanu używają wyrażen gospodarka oparta na usługach<sup>4</sup> lub cywilizacja usługowa<sup>5</sup>.

W literaturze istnieje wiele różnych interpretacji pojęcia usługi. Klasyfikację definicji obecnych w piśmiennictwie z dziedziny nauk ekonomicznych (zwłaszcza marketingu) przeprowadzili między innymi M. Daszkowska, wyszczególniając następujące rodzaje definicji: enumeratywne, negatywne, konstruktywne<sup>6</sup>, oraz K. Rogoziński, który wskazał definicje: analityczne, kontekstowe i kompilacyjne<sup>7</sup>. Zestawienie definicji usług, ze szczególnym uwzględnieniem poszerzenia się zakresu tego pojęcia, zostało przedstawione w opracowaniu J. Osiadacza<sup>8</sup>. W określeniach tych zawarte są cechy wspólne dla różnych interpretacji, a także elementy różnicujące je. Zróżnicowanie to dotyczy przede wszystkim badaczy oraz nauk, które reprezentowali. Widać niejednoznaczność i rozbieżność niektórych definicji, a także brak ich usystematyzowania. W związku z tym za cel opracowania przyjęto analizę sposobów definiowania usług. Do osiągnięcia celu jako metodę badawczą wykorzystano krytyczną, chronologiczną i porównawczą analizę literatury.

---

<sup>1</sup> Clark C.: *The Conditions of Economic Progress*. Macmillan, London 1940; Fisher A.: *The Clash of Progress and Security*. Macmillan, London 1935; Dominiak J.: *Innowacyjność w sferze usług*. „Przegląd Geograficzny”, nr 4, 2011.

<sup>2</sup> PARP: *Innowacje i transfer technologii – słownik pojęć*. PARP, Warszawa 2005.

<sup>3</sup> Rosa G. (red.): *Konsument na rynku usług*. CH Beck, Warszawa 2015.

<sup>4</sup> Flejterski S., Panasiuk A., Perenc J., Rosa G. (red.): *Współczesna ekonomika usług*. PWN, Warszawa 2005.

<sup>5</sup> Rogoziński K.: *Usługi rynkowe*. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań 2003.

<sup>6</sup> Daszkowska M.: *Usługi w procesie reprodukcji społecznej*. Rozprawy i Monografie, nr 2. Gdańsk 1987.

<sup>7</sup> Rogoziński K.: *Usługi rynkowe*. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań 2003.

<sup>8</sup> Osiadacz J.: *Innowacje w sektorze usług-przewodnik po systematyce oraz przykłady dobrych praktyk*. PARP, Warszawa 2012.

## 2. Usługi – definicje słownikowe

Ogromna dywersyfikacja sektora usług powoduje wiele trudności w interpretacji samego pojęcia usług. Etymologia tego określenia nie jest znana. Można przypuszczać, że termin ten pochodzi od słowa usługa. Jego słownikowe znaczenie to pomoc okazana komuś, grzeczność, uprzejmość. Usługi mogą być pochodną tego terminu. Stefan Żeromski pisał: *...wielką oddałbyś mi usługę...*, Bolesław Prus: *...świadczmy sobie usługi...*, Zofia Nałkowska zaś: *...oddawał usługi...*<sup>9</sup>. W miarę upływu czasu ewoluowała także ta definicja. W dzisiejszym rozumieniu usługi w gospodarce to czynności niezwiązane z działalnością produkcyjną zlecone przez klienta. W tabeli 1 zaprezentowano definicje terminu usługa dostępne w literaturze o charakterze słownikowym.

Tabela 1

Definicje terminów usługa oraz usługi obecne w słownikach

Definicja	Źródło
Usługa – oddawać, wyświadczać, świadczyć, być do usług.	Słownik poprawnej polszczyzny (1948)
Usługa – pomoc okazana komuś, przysługa, grzeczność, uprzejmość. Usługi – usługiwanie komuś, świadczenie na czyjąś korzyść, czynności usługowe.	Słownik frazeologiczny języka polskiego (1985)
Usługa: – pomoc okazana komuś, przysługa wyświadczona komuś, grzeczność, uprzejmość, – działalność gospodarcza mająca na celu zaspokojenie bezpośrednich potrzeb ludności.	Mały słownik języka polskiego (1994)
Usługa: – pomoc okazana komuś, grzeczność, uprzejmość, przysługa, – działalność służąca zaspokojeniu potrzeb ludzkich.	Słownik języka polskiego (1998)
Usługa – grzeczność, uprzejmość wyświadczona komuś, pomoc dla kogoś. Usługi – działalność różnych firm i zakładów służąca do zaspokojenia potrzeb klientów.	Nowy słownik poprawnej polszczyzny (1999)
Usługa: – zrobienie dla kogoś tego, czego on potrzebuje, o co prosi, – zrobienie czegoś odpłatnie na czyjeś zlecenie. Usługi: – działalność polegająca na wykonywaniu zadań zleconych przez klienta, – dział gospodarki niezwiązany z produkcją.	Inny słownik języka polskiego (2000)
Usługa – wyświadczona komuś uprzejmość, okazana pomoc, grzeczność, praca, czynność wykonana dla kogoś. Usługi – działalność mająca na celu zaspokojenie wielorakich ludzkich potrzeb, prowadzona przez ludzi mających odpowiednie kwalifikacje i dysponujących odpowiednim sprzętem.	Słownik współczesnego języka polskiego (2000)
Usługa – pomoc okazana komuś, grzeczność, uprzejmość, przysługa. Usługi – działalność gospodarcza służąca do zaspokojenia potrzeb ludzi, prowadzona przez osoby mające odpowiednie kwalifikacje i dysponujące odpowiednim sprzętem, lokalem.	Uniwersalny słownik języka polskiego (2003)
Usługa: – być na czyjeś usługi, być na czyjeś zawołanie, – być gotowym do służenia komuś.	Wielki słownik frazeologiczny z przysłowiami (2005)

<sup>9</sup> Szober S. (red.): Słownik poprawnej polszczyzny. Spółdzielnia Wydawnicza Wiedza, Warszawa 1948.

cd. tabeli 1

Usługa: – być na czyjeś zawołanie, – mieć kogoś na swoje usługi.	Słownik frazeologiczny PWN (2005)
Usługa: – grzeczność, uprzejmość wyświadczona komuś, pomoc dla kogoś, – działalność różnych firm i zakładów służąca do zaspokojenia potrzeb klientów.	Wielki słownik poprawnej polszczyzny (2006)
Usługa – pomoc okazana komuś.	Słownik stu tysięcy potrzebnych słów (2008)
Usługa – wyświadczona komuś uprzejmość, okazana pomoc, grzeczność, praca, czynność wykonana dla kogoś. Usługi – działalność mająca na celu zaspokojenie wielorakich ludzkich potrzeb, prowadzona przez ludzi mających odpowiednie kwalifikacje i dysponujących odpowiednim sprzętem.	Słownik współczesnego języka polskiego (2000)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Szober S. (red.): Słownik poprawnej polszczyzny. Spółdzielnia Wydawnicza Wiedza, Warszawa 1948; Skorupka S. (red.): Słownik frazeologiczny języka polskiego. Tom R-Ż. Wydawnictwo Wiedza Powszechna, Warszawa 1985; Mały słownik języka polskiego. PWN, Warszawa 1994; Szymczak M. (red.): Słownik języka polskiego. PWN, Warszawa 1998; Markowski A. (red.): Nowy słownik poprawnej polszczyzny. PWN, Warszawa 1999; Inny słownik języka polskiego. Tom P-Ż, PWN, Warszawa 2000; Słownik współczesnego języka polskiego. Wydawnictwo SMS, Kraków; Uniwersalny słownik języka polskiego. Tom T-Z. PWN, Warszawa 2003; Wielki słownik frazeologiczny z przysłowiami. PWN, Warszawa 2005; Słownik frazeologiczny PWN. PWN, Warszawa 2005; Markowski A. (red.): Wielki słownik poprawnej polszczyzny. PWN, Warszawa 2006; Bralczyk J.: (red.): Słownik stu tysięcy potrzebnych słów. PWN, Warszawa 2008; Inny słownik języka polskiego. Tom P-Ż. PWN, Warszawa 2000.

Analiza definicji zawartych w tabeli 1 pozwala stwierdzić, że w literaturze o charakterze słownikowym funkcjonują dwa określenia: usługa oraz usługi, a ich zakres znaczeniowy jest różny. Trzeba nadmienić, że obecna w literaturze z dziedzin ekonomii, zarządzania (w tym marketingu) oraz towaroznawstwa interpretacja terminu usługi nie jest liczbą mnogą słowa usługa. Słowo to ma zupełnie inne znaczenie.

### 3. Definicje usługi w literaturze polskiej oraz światowej

W tabeli 2 zawarto przegląd definicji terminu usługi obecnych w literaturze polskiej. Najwcześniejsze interpretacje pochodzą z okresu bezpośrednio po drugiej wojnie światowej (1947), a ostatnia jest z początku XXI wieku (2006).

Tabela 2

## Ewolucja definicji usług w literaturze polskiej

Definicja	Źródło
Usługi nie mają postaci materialnej, ich istota polega na wytworzeniu pracy, wydatkowaniu pewnej ilości pracy, wytwarzaniu pewnego efektu zaspokajającego potrzebę spożywczy.	Krzyżanowski (1947)
...czynności pomocnicze dla kogoś innego niż sam wykonawca. ...działania czyniące zadość czyjejs istotnej potrzebie. ...działania mniej lub bardziej przelotne.	Kotarbiński (1955)
Działalność służąca do zaspokojenia potrzeb ludzkich, która nie znajduje żadnego ucieleśnienia w nowych dobrach materialnych.	Zagórski (1961)
Usługi stanowią czynności wytwarzające wartości użytkowe, które służą do zaspokojenia potrzeb ludzkich w sposób bezpośredni lub pośredni, lecz nie znajdują odzwierciedlenia w wytwarzaniu nowych dóbr materialnych.	Wiśniewski (1965)
Usługi we właściwym znaczeniu polegają na produkcji samoistnych wartości użytkowych niemających formy materialnej, służących do zaspokojenia odrębnych, samoistnych, wyższych rodzajów potrzeb.	Lipiński (1965)
...wszelkie czynności związane bezpośrednio lub pośrednio z zaspokajaniem potrzeb ludzkich, ale niesłużące bezpośrednio do produkowania przedmiotów.	Lange (1967)
Usługa jest pracą wytwórczą, której efektem jest wartość użytkowa odtworzona lub nadana istniejącemu i ukształtowanemu już wcześniej obiektowi w wyniku działania w czasie pracy na strukturę tego obiektu.	Polarczyk (1971)
...świadczanie społecznie użytecznych czynności niezwiązanych bezpośrednio z wytwarzaniem produktów przez instytucje zajmujące się tym zawodowo.	Niewadzi (1975)
Usługi to korzyści oferowane do sprzedaży, w istocie swej niewymierne i subiektywnie oceniane przez nabywców.	Styś, Olearnik (1985)
Usługa jest użytecznym produktem niematerialnym, który jest wytwarzany w wyniku pracy ludzkiej w procesie produkcji, przez oddziaływanie na strukturę określonego obiektu w celu zaspokojenia potrzeb ludzkich.	Daszkowska (1987)
Usługa to podejmowane na zlecenie, intencjonalne świadczenie pracy i korzyści mające na celu wzbogacenie walorów osobistych lub wolumenu wartości użytkowych, jakim usługobiorca dysponuje.	Rogoziński (1993)
...dowolne działanie, jakie jedna strona może zaoferować innej, lecz jest ono niematerialne i nie prowadzi do jakiegokolwiek własności.	Sztucki (1998)
Usługa to każda czynność, która polega na oddziaływaniu na klienta, lub przedmioty bądź nieruchomości znajdujące się w jego posiadaniu.	Hamrol, Mantura (2002)
...wszystkie przejawy ekonomicznej aktywności człowieka, które mają charakter niematerialny i charakteryzują się przy tym interaktywnością pomiędzy świadczącym usługi podmiotem a usługobiorcą.	Łańcucki (2006)
Usługa jest specyficznym rodzajem działalności polegającym na świadczeniu pracy, w wyniku której nie powstaje nowy wyrób.	Czubała (2006)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Lotko M., Paździor M., Nowak M., Wójtowicz Ł.: Pomiar jakości usług. Wybrane zastosowania metody SERVQUAL. INW Spatium, Radom 2017; Krzyżanowski W.: Teoria produkcji usług. „Ekonomista”, kwartał III/IV, 1947; Kotarbiński T.: Traktat o dobrej robocie. Ossolineum, Łódź 1955; Wiśniewski F.: Pojęcia i podział usług. „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny”, Nr 2, 1965; Lipiński E.: Wstęp do rozważań nad problematyką usług w ekonomii politycznej socjalizmu, [w:] Usługi i ich rola społeczno-ekonomiczna. PWE, Warszawa 1965; Lange O.: Ekonomia polityczna. Tom 1. Warszawa 1967; Polarczyk K.: Wynik pracy nad podstawą definicji i klasyfikacji usług oraz sfery usług. „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny”, Nr 1, 1971; Niewadzi C.: Usługi w gospodarce narodowej. PWN, Warszawa 1975; Styś A., Olearnik J.: Ekonomia i organizacja usług. PWE, Warszawa 1985; Daszkowska M.: Usługi w procesie reprodukcji społecznej. Rozprawy i Monografie, nr 2, Gdańsk 1987; Rogoziński K.: Usługi rynkowe. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań 1993; Sztucki T.: Marketing w pytaniach i odpowiedziach. Placet, Warszawa 1998; Hamrol A., Mantura W.: Zarządzanie jakością. Teoria i praktyka. PWN, Warszawa 2002; Czubała A. i inni: Marketing usług. Wolters Kluwer, Kraków 2006.

Wyczerpujący opis i ewolucja definicji usług zostały przedstawione między innymi w opracowaniu Ch. Grönroosa<sup>10</sup>. W tabeli 3 zamieszczono obecne w literaturze światowej definicje usług w kolejności ich powstawania.

Tabela 3

## Ewolucja definicji usług w literaturze światowej

Definicja	Źródło
Usługi to aktywności, korzyści lub satysfakcja, które są oferowane na sprzedaż bądź dostarczane w powiązaniu ze sprzedażą innych towarów.	Amerykańskie Stowarzyszenie Marketingu (1960)
Usługi są nienamacalnymi dobrami, z których można czerpać satysfakcję bezpośrednio lub przez zakup innych towarów i usług.	Regan (1963)
Usługi (rynkowe) to transakcje rynkowe, których celem nie jest przekazanie prawa własności do dóbr materialnych.	Judd (1964)
Dla konsumenta usługa jest jakąkolwiek czynnością zaoferowaną na sprzedaż, która generuje satysfakcję lub korzyść. Klient nie chce bądź nie może wykonać tych czynności samodzielnie.	Besson (1973)
Usługa jest aktywnością zaoferowaną na sprzedaż, która generuje satysfakcję i korzyści bez konieczności wymiany w formie dobra materialnego.	Blois (1974)
Usługi to wyodrębniona działalność bez efektu materialnego, dostarczająca klientowi satysfakcji, która nie jest nieodzownie związana ze sprzedażą produktu materialnego lub innej usługi.	Stanton (1974)
Usługa jest przynoszącą nabywcy satysfakcję aktywnością lub serią aktywności, która ma miejsce podczas interakcji z osobą lub maszyną.	Lehtinen (1983)
Usługi to korzyści bez efektu materialnego, płatne pośrednio lub bezpośrednio, często angażujące elementy techniczne lub materialne.	Andersen (1983)
Usługa jest działaniem lub korzyścią bez przeniesienia prawa własności, które jedna strona wymiany oferuje drugiej. Jej świadczenie może, ale nie musi być związane z dostarczeniem produktu materialnego.	Kotler & Bloom (1984)
Usługa to zaspokojenie oczekiwań klienta w trakcie sprzedaży i obsługi posprzedażowej przez dostarczenie zespołu adekwatnych funkcji.	Free (1987)
Usługi można sprzedać i kupić, ale nie można ich upuścić na stopy.	Gummesson (1987)
Usługa jest działaniem lub grupą działań o mniej lub bardziej niematerialnej naturze, które zwykle mają miejsce podczas interakcji między klientem a przedstawicielem usługodawcy lub klientem a fizycznym otoczeniem-systemem usługodawcy. Usługi są dostarczane jako rozwiązanie problemów klienta.	Grönroos (1990)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: American Marketing Association: Marketing Definitions. Committee on Definitions of the American Marketing Association, Chicago, IL 1960; Regan W.: The Service Revolution. "Journal of Marketing", 27 July 1963; Judd R.: The case for redefining services. "Journal of marketing", Vol. 28(1), 1964; Besson R.: Unique aspects of marketing of services. "Arizona Business", Bulletin, No. 9, 1973; Blois K.: The Marketing of Services: An Approach. "European Journal of Marketing", Vol. 8, 1974; Stanton W.: Fundamentals of Marketing. McGraw-Hill, Kogakusha, Tokyo 1974; Lehtinen J.: Asiakasohjautuva palveluyritys. (Customer-oriented service firm). Weilin+Göös, Espoo, Finland 1983; Andersen O.: Danmark som servicesamfund. Politiknes Forlag, Copenhagen, Denmark 1983; Kotler Ph., Bloom P.: Marketing Professional Services. Englewood Cliffs, N.J. Prentice Hall 1984; Grönroos Ch.: Service management and marketing. Managing the moments of truth in service competition, Lexington Books, Massachusetts 1990; Gummesson E.: Quality – The Ericsson Approach. Stockholm 1987.

<sup>10</sup> Grönroos Ch.: Service management and marketing. Managing the moments of truth in service competition. Lexington Books, Massachusetts 1990.

Na podstawie analizy definicji zawartych w tabelach 2 i 3 można zauważyć, że podobnie jak w literaturze o charakterze słownikowym występują tu dwa pojęcia: usługi oraz usług. Jednak interpretacje omawianych terminów mają pewne cechy wspólne. Należy podkreślić fakt, że określenia te są używane zamiennie.

Wspólną cechą definicji zawartych w tabelach 2 i 3 jest niematerialny efekt oraz procesowy charakter świadczenia usług. W myśl omawianych pojęć celem świadczonych usług jest zaspokojenie potrzeb konsumentów. W wyniku działalności usługowej nie powstaje nowy wyrób. Ponadto w definicjach J. Lehtinena, Ch. Grönroosa oraz J. Łańcuckiego wyraźnie został zaakcentowany interakcyjny charakter świadczenia usług. Wobec tego klient staje się integralnym ogniwem procesu świadczenia usługi, a jego potrzeby nabierają specjalnego znaczenia<sup>11</sup>.

#### 4. Ewolucja definicji usługi w terminologicznych normach międzynarodowych

W tabeli 4 zaprezentowano definicje pojęcia usługi zawarte w terminologicznych normach ISO 9000.

Tabela 4

Ewolucja definicji usługi w międzynarodowych normach terminologicznych serii ISO 9000

Definicja	Źródło
Usługa została wymieniona jako jedna z kategorii wyrobu obok wytworu intelektualnego, przedmiotu materialnego oraz materiału przetworzonego. Zgonie z normą dostarczenie usługi obejmuje: <ul style="list-style-type: none"> <li>• działanie prowadzone na dostarczonym przez klienta wyrobie materialnym,</li> <li>• działanie przeprowadzone na dostarczonym przez klienta wyrobie niematerialnym,</li> <li>• dostarczenie wyrobu niematerialnego,</li> <li>• tworzenie właściwej atmosfery dla klienta.</li> </ul>	PN-EN ISO 9000:2000
Usługa została wymieniona jako jedna z kategorii wyrobu obok wytworu intelektualnego, przedmiotu materialnego oraz materiału przetworzonego. Zgonie z normą dostarczenie usługi obejmuje: <ul style="list-style-type: none"> <li>• działanie prowadzone na dostarczonym przez klienta wyrobie materialnym,</li> <li>• działanie przeprowadzone na dostarczonym przez klienta wyrobie niematerialnym,</li> <li>• dostarczenie wyrobu niematerialnego,</li> <li>• tworzenie właściwej atmosfery dla klienta.</li> </ul>	PN-EN ISO 9000:2006
Usługa to wyjście organizacji z przynajmniej jednym działaniem nieodzwrotnie przeprowadzonym między organizacją a klientem.	PN-EN ISO 9000:2015

Źródło: Opracowanie własne: PN-EN ISO 9000:2001, Systemy zarządzania jakością. Podstawy i terminologia. PKN, Warszawa 2001; PN-EN ISO 9000:2006, Systemy zarządzania jakością. Podstawy i terminologia. PKN, Warszawa 2006; PN-EN ISO 9000:2015, Systemy zarządzania jakością. Podstawy i terminologia. PKN, Warszawa 2016.

<sup>11</sup> Lotko M., Paździor M., Nowak M., Wójtowicz Ł.: Pomiar jakości usług. Wybrane zastosowania metody SERVQUAL. INW Spatium, Radom 2017.

W tabeli 4 przedstawiono ewolucję definicji terminu usługa w normach terminologicznych ISO serii 9000. Analiza informacji zawartych w tabeli pozwala stwierdzić, że jako odrębna (od wyrobu) kategoria usługa została potraktowana w nowelizacji z 2015 r. Dotychczas w dokumentach normalizacyjnych usługę traktowano jako kategorię wyrobu – wyrób niematerialny.

Obecność definicji usługi w międzynarodowych standardach ma również znaczenie dla nauk towaroznawczych. Dotychczas istniały dwa odrębne poglądy na temat przynależności usług do wspomnianej dyscypliny. Obecnie, zgodnie z dokumentem opublikowanym przez Centralną Komisję ds. Stopni i Tytułów, do kanonu obszarów wiedzy towaroznawczej należy jakość usług<sup>12</sup>. Potraktowanie wyrobu na równi z usługą otwiera nowe perspektywy badawcze, co pozwala na definiowanie, kwantyfikację i ocenę jej jakości jako przedmiotu zainteresowania nauk towaroznawczych.

## 5. Podsumowanie

Przedstawiony w opracowaniu przegląd definicji terminu usługa pozwala sformułować trzy następujące wnioski:

- w literaturze funkcjonują definicje pojęć usługi oraz usług,
- w piśmiennictwie z dziedziny nauk ekonomicznych (w tym marketingu) terminy usługa oraz usługi stosowane są zamiennie,
- w dokumentach normalizacyjnych do 2015 r. usługa była traktowana jako wyrób niematerialny; obecnie stanowi kategorię odrębną.

W najbliższych latach można oczekiwać wzrostu zainteresowania tematyką usług oraz ich jakości. Wynika to z kilku faktów: (1) wzrastającej roli usług w tworzeniu PKB i generowaniu miejsc pracy, (2) postępującej globalizacji procesów usługowych oraz integracji usługodawców, nasilającej konkurencję na rynku, (3) zwiększającego się udziału usług profesjonalnych (w ramach konsultingu, prawa, edukacji, medycyny, informatyki i dostępu do informacji) w sektorze usług oraz (4) powstawania i rozwoju nowych typów usług wraz z postępowaniem naukowym i technologicznym. Czynniki te sprawiają, że przedmiot pracy w najbliższym czasie powinien pozostać aktualny.

---

<sup>12</sup> Zakres merytoryczny dyscypliny naukowej Towaroznawstwo w ramach dziedziny Nauki Ekonomiczne. Uchwała Centralnej Komisji ds. Stopni i Tytułów, Warszawa 2007.



## Bibliografia

1. American Marketing Association: Marketing Definitions. Committee on Definitions of the American Marketing Association, Chicago, IL 1960.
2. Andersen O.: Danmark som servicesamfund. Politiknes Forlag, Copenhagen, Denmark 1983.
3. Besson R.: Unique aspects of marketing of services. "Arizona Business", Bulletin, No. 9, 1973.
4. Blois K.: The Marketing of Services: An Approach. "European Journal of Marketing", Vol. 8, 1974.
5. Bralczyk J.: (red.): Słownik stu tysięcy potrzebnych słów. PWN, Warszawa 2008.
6. Clark C.: The Conditions of Economic Progress. Macmillan, London 1940.
7. Czubała A. i inni: Marketing usług. Wolters Kluwer, Kraków 2006.
8. Daszkowska M.: Usługi w procesie reprodukcji społecznej. Rozprawy i Monografie, nr 2, Gdańsk 1987.
9. Dominiak J.: Innowacyjność w sferze usług. „Przegląd Geograficzny”, Nr 4, 2011.
10. Fisher A.: The Clash of Progress and Security. Macmillan, London 1935.
11. Flejterski S., Panasiuk A., Perenc J., Rosa G. (red.): Współczesna ekonomika usług. PWN, Warszawa 2005.
12. Grönroos Ch.: Service management and marketing. Managing the moments of truth in service competition, Lexington Books, Massachusetts 1990.
13. Gummesson E.: Quality – The Ericsson Approach. Stockholm 1987.
14. Hamrol A., Mantura W.: Zarządzanie jakością. Teoria i praktyka. PWN, Warszawa 2002.
15. Hamrol A., Mantura W.: Zarządzanie jakością. Teoria i praktyka. PWN, Warszawa 2002.
16. Inny słownik języka polskiego. Tom P-Ż. PWN, Warszawa 2000.
17. Judd R.: The case for redefining services. "Journal of marketing", Vol. 28(1), 1964.
18. Kotarbiński T.: Traktat o dobrej robocie. Ossolineum, Łódź 1955.
19. Kotler Ph., Bloom P.: Marketing Professional Services. Englewood Cliffs, N.J. Prentice Hall, 1984.
20. Krzyżanowski W.: Teoria produkcji usług. „Ekonomista”, kwartał III/IV, 1947.
21. Lange O.: Ekonomia polityczna. Tom 1. Warszawa 1967.
22. Lehtinen J.: Asiakasohjautuva palveluyritys (Customer-oriented service firm). Weilin+Göös, Espoo, Finland 1983.
23. Lipiński E.: Wstęp do rozważań nad problematyką usług w ekonomii politycznej socjalizmu, [w:] Usługi i ich rola społeczno-ekonomiczna. PWE, Warszawa 1965.
24. Lotko M., Paździor M., Nowak M., Wójtowicz Ł.: Pomiar jakości usług. Wybrane zastosowania metody SERVQUAL. INW Spatium, Radom 2017.
25. Mały słownik języka polskiego. PWN, Warszawa 1994.

26. Markowski A. (red.): Nowy słownik poprawnej polszczyzny. PWN, Warszawa 1999.
27. Markowski A. (red.): Wielki słownik poprawnej polszczyzny. PWN, Warszawa 2006.
28. Niewadzi C.: Usługi w gospodarce narodowej. PWN, Warszawa 1975.
29. Osiadacz J.: Innowacje w sektorze usług – przewodnik po systematyce oraz przykłady dobrych praktyk. PARP, Warszawa 2012.
30. PARP: Innowacje i transfer technologii – słownik pojęć. PARP, Warszawa 2005.
31. PN-EN ISO 9000:2001: Systemy zarządzania jakością. Podstawy i terminologia. PKN, Warszawa 2001.
32. PN-EN ISO 9000:2006: Systemy zarządzania jakością. Podstawy i terminologia. PKN, Warszawa 2006.
33. PN-EN ISO 9000:2015: Systemy zarządzania jakością. Podstawy i terminologia. PKN, Warszawa 2016.
34. Polarczyk K.: Wynik pracy nad podstawą definicji i klasyfikacji usług oraz sfery usług. „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny”, nr 1, 1971.
35. Regan W.: The Service Revolution. “Journal of Marketing”, 27 July 1963.
36. Rogoziński K.: Usługi rynkowe. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań 1993.
37. Rogoziński K.: Usługi rynkowe. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań 2003.
38. Rosa G. (red.): Konsument na rynku usług. CH Beck, Warszawa 2015.
39. Skorupka S. (red.): Słownik frazeologiczny języka polskiego. Tom R-Ż. Wydawnictwo Wiedza Powszechna, Warszawa 1985.
40. Słownik frazeologiczny PWN. PWN, Warszawa 2005.
41. Słownik współczesnego języka polskiego. Wydawnictwo SMS, Kraków 2001.
42. Stanton W.: Fundamentals of Marketing. McGraw-Hill, Kogakusha, Tokyo 1974.
43. Styś A., Olearnik J.: Ekonomia i organizacja usług. PWE, Warszawa 1985.
44. Szober S. (red.): Słownik poprawnej polszczyzny. Spółdzielnia Wydawnicza Wiedza, Warszawa 1948.
45. Sztucki T.: Marketing w pytaniach i odpowiedziach. Placet, Warszawa 1998.
46. Szymczak M. (red.): Słownik języka polskiego. PWN, Warszawa 1998.
47. Uniwersalny słownik języka polskiego. Tom T-Z. PWN, Warszawa 2003.
48. Wielki słownik frazeologiczny z przysłowiami. PWN, Warszawa 2005.
49. Wiśniewski F.: Pojęcia i podział usług. „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny”, nr 2, 1965.
50. Zakres merytoryczny dyscypliny naukowej Towaroznawstwo w ramach dziedziny Nauki Ekonomiczne. Uchwała Centralnej Komisji ds. Stopni i Tytułów, Warszawa 2007.