

---

# Spis treści

<b>Od redaktorów</b> . . . . .	11
<b>Rozdział 1. Usługi w teorii ekonomii</b> ( <i>Stanisław Flejterski, Rafał Klóska, Magdalena Majchrzak</i> ) . . . . .	13
1.1. Rola i funkcje sektora usług w gospodarce narodowej . . . . .	13
1.1.1. Rola sektora usług w procesie produkcji i reprodukcji społecznej . . . . .	13
1.1.2. Funkcje gospodarcze sektora usług . . . . .	14
1.1.3. Funkcje pozagospodarcze sektora usług . . . . .	19
1.2. Rynek usług . . . . .	20
1.2.1. Pojęcie rynku usług i jego cechy . . . . .	20
1.2.2. Uwarunkowania rozwoju usług . . . . .	26
1.3. Sektor usług jako obszar badań ekonomii . . . . .	27
1.3.1. Sektor usług w ujęciu historycznym . . . . .	27
1.3.2. Współczesne teorie istoty usług . . . . .	32
1.3.3. Tendencje rozwoju sektora usług . . . . .	36
Literatura zalecana . . . . .	40
<b>Rozdział 2. Specyfika i klasyfikacja usług</b> ( <i>Aleksander Panasiuk, Anna Tokarz</i> ) . . . . .	41
2.1. Specyfika usług . . . . .	41
2.2. Klasyfikacja usług . . . . .	45
Literatura zalecana . . . . .	58
<b>Rozdział 3. Struktura i przeobrażenia współczesnego sektora usług</b> ( <i>Grażyna Rosa</i> ) . . . . .	59
3.1. Współczesny sektor usług — identyfikacja problematyki . . . . .	59
3.1.1. Przyczyny wzrostu znaczenia sektora usług . . . . .	59
3.1.2. Sposoby pomiaru oraz kryteria oceny wielkości i struktury sektora usług . . . . .	63
3.2. Jednolity rynek usług Unii Europejskiej — struktura i przeobrażenia . . . . .	64
3.2.1. Struktura sektora usług . . . . .	64
3.2.2. Przeobrażenia współczesnego sektora usług . . . . .	66
3.3. Sektor usług w Polsce — struktura i przeobrażenia . . . . .	68
3.4. Przewaga konkurencyjna w usługach . . . . .	74
Literatura zalecana . . . . .	80
<b>Rozdział 4. Handel w gospodarce</b> ( <i>Tomasz Sondej</i> ) . . . . .	81
4.1. Geneza, pojęcia i klasyfikacje . . . . .	81
4.1.1. Historyczne aspekty rozwoju handlu . . . . .	81
4.1.2. Problematyka definicyjna związana z handlem. . . . .	82

4.1.3.	Cele i funkcje sektora handlowego . . . . .	83
4.2.	Proces produkcyjny . . . . .	86
4.2.1.	Produkt narodowy w handlu . . . . .	86
4.3.	Rynek . . . . .	88
4.3.1.	Handel hurtowy . . . . .	88
4.3.2.	Handel detaliczny . . . . .	89
4.3.3.	Obsługa klienta w handlu . . . . .	95
4.3.4.	Marketing mix w przedsiębiorstwie handlowym . . . . .	97
4.4.	Kierunki rozwoju handlu . . . . .	109
	Literatura zalecana . . . . .	112
<b>Rozdział 5.</b>	<b>Międzynarodowa wymiana usług (Wojciech Drożdż, Michał Pluciński) . . . . .</b>	<b>113</b>
5.1.	Geneza i podział . . . . .	113
5.2.	Specyfika i uwarunkowania międzynarodowego handlu usługami . . . . .	115
5.3.	Liberalizacja międzynarodowego handlu usługami . . . . .	119
5.4.	Stan wymiany usług na świecie . . . . .	122
	Literatura zalecana . . . . .	131
<b>Rozdział 6.</b>	<b>Usługi transportowo-spedycyjne (Hubert Bronk, Elżbieta Załoga) . . . . .</b>	<b>132</b>
6.1.	Pojęcia, klasyfikacje, cechy . . . . .	132
6.2.	Procesy produkcyjne w sektorze usług transportowych . . . . .	139
6.2.1.	Charakterystyka procesów produkcyjnych w usługach transportowych . . . . .	139
6.2.2.	Właściwości produkcji usług transportowych . . . . .	145
6.2.3.	Relacje produkcyjne w transporcie . . . . .	148
6.3.	Rynek usług transportowych . . . . .	149
6.4.	Tendencje rozwojowe w strukturze gałęziowej popytu na usługi transportowe . . . . .	154
6.5.	Elementy europejskiej polityki transportowej . . . . .	159
	Literatura zalecana . . . . .	162
<b>Rozdział 7.</b>	<b>Usługi portowo-żeglugowe (Henryk Salmonowicz) . . . . .</b>	<b>163</b>
7.1.	Geneza, pojęcia i klasyfikacje . . . . .	163
7.1.1.	Geneza handlu i transportu morskiego . . . . .	163
7.1.2.	Statek jako środek transportu morskiego . . . . .	165
7.1.3.	Porty morskie jako międzygałęziowe węzły transportowe . . . . .	169
7.2.	Specyfika i przedmiot działalności usługowej transportu morskiego . . . . .	173
7.2.1.	Żegluga morska . . . . .	173
7.2.2.	Porty morskie . . . . .	178
7.3.	Proces produkcyjny w transporcie morskim . . . . .	180
7.3.1.	Relacje wewnątrzgałęziowe i międzygałęziowe w transporcie morskim . . . . .	180
7.3.2.	Produkcja usług w transporcie morskim . . . . .	182
7.4.	Przedsiębiorstwo armatorskie i portowe . . . . .	187
7.4.1.	Przedsiębiorstwo armatorskie . . . . .	187
7.4.2.	Przedsiębiorstwo portowe . . . . .	189
7.5.	Rynek frachtowy i rynek usług portowych . . . . .	190
7.5.1.	Rynek frachtowy . . . . .	190
7.5.2.	Rynek usług portowych . . . . .	192
7.6.	Podstawy prawne funkcjonowania morskiej działalności gospodarczej . . . . .	194
7.7.	Współpraca międzynarodowa w transporcie morskim . . . . .	196
	Literatura zalecana . . . . .	201
<b>Rozdział 8.</b>	<b>Usługi logistyczne (Izabela Dembińska-Cyran, Mariusz Jedliński) . . . . .</b>	<b>202</b>
8.1.	Usługa logistyczna . . . . .	202
8.1.1.	Outsourcing logistyczny . . . . .	202

8.1.2.	Pojęcie usługi logistycznej . . . . .	205
8.1.3.	Pakiety usług logistycznych . . . . .	207
8.2.	Rynek usług logistycznych . . . . .	208
8.2.1.	Pojęcie rynku usług logistycznych . . . . .	208
8.2.2.	Cechy rynku usług logistycznych . . . . .	209
8.2.3.	Podmioty i przedmioty rynku usług logistycznych . . . . .	211
8.3.	Charakterystyka działalności podstawowych organizatorów obsługi logistycznej . . . . .	212
8.3.1.	Rola i zadania operatora logistycznego w łańcuchu dostaw . . . . .	212
8.3.2.	Centra logistyczne . . . . .	217
8.4.	Tendencje rozwojowe w strukturze świadczenia usług logistycznych . . . . .	223
8.4.1.	Główne czynniki rozwoju współczesnych rynków usług logistycznych . . . . .	223
8.4.2.	Europejski rynek usług logistycznych . . . . .	226
8.4.3.	Rynek usług logistycznych w Polsce . . . . .	230
	Literatura zalecana . . . . .	236
<b>Rozdział 9. Usługi turystyczne i hotelarskie</b> ( <i>Beata Meyer, Dawid Milewski, Aleksander Panasiuk, Daniel Szostak</i> ) . . . . .		237
9.1.	Ekonomiczne podstawy usług turystycznych . . . . .	237
9.1.1.	Wprowadzenie w problematykę turystyki . . . . .	237
9.1.2.	Turystyka i gospodarka turystyczna . . . . .	239
9.1.3.	Produkt turystyczny . . . . .	242
9.1.4.	Istota i klasyfikacja usług turystycznych . . . . .	243
9.1.5.	Formalne zasady funkcjonowania rynku usług turystycznych . . . . .	245
9.1.6.	Wybrane wielkości dotyczące sektora turystycznego . . . . .	247
9.2.	Usługi hotelarskie i gastronomiczne . . . . .	248
9.2.1.	Wzajemne relacje turystyki, hotelarstwa i gastronomii . . . . .	248
9.2.2.	Istota hotelarstwa i gastronomii . . . . .	249
9.2.3.	Charakterystyka usług hotelarskich i gastronomicznych . . . . .	252
9.3.	Usługi organizacji turystyki i pośrednictwa sprzedaży . . . . .	259
9.3.1.	Istota działalności biur podróży . . . . .	259
9.3.2.	Przesłanki zapotrzebowania na działalność pośrednictwa i organizacji . . . . .	262
9.3.3.	Znaczenie i funkcje biur podróży . . . . .	264
9.3.4.	Cechy współczesnego rynku pośrednictwa i organizacji . . . . .	267
9.4.	Pozostałe usługi w zakresie obsługi ruchu turystycznego . . . . .	270
9.4.1.	Usługi świadczone przed imprezą turystyczną . . . . .	272
9.4.2.	Usługi świadczone w trakcie imprezy turystycznej . . . . .	274
	Literatura zalecana . . . . .	277
<b>Rozdział 10. Usługi pocztowe</b> ( <i>Jacek Buko, Aleksander Panasiuk, Tomasz Sondej, Grażyna Wolska</i> ) . . . . .		278
10.1.	Geneza, pojęcie oraz funkcje usług pocztowych . . . . .	278
10.2.	Istota pocztowego procesu produkcyjnego w podstawowych formach działalności . . . . .	285
10.3.	Pocztowy potencjał produkcyjny . . . . .	287
10.4.	Formalnoprawne podstawy działalności rynkowej w sektorze pocztowym . . . . .	290
10.5.	Klasyfikacja usług pocztowych . . . . .	292
10.6.	Charakterystyka podmiotów rynkowych . . . . .	295
10.7.	Tendencje rozwojowe usług pocztowych . . . . .	298
10.8.	Międzynarodowy system pocztowy . . . . .	301
	Literatura zalecana . . . . .	305
<b>Rozdział 11. Usługi telekomunikacyjne</b> ( <i>Henryk Babis, Roman Czaplewski</i> ) . . . . .		306
11.1.	Istota usług i sieci telekomunikacyjnych . . . . .	306
11.2.	Kryteria klasyfikacji usług telekomunikacyjnych . . . . .	310

11.3.	Nowe tendencje w zakresie kompleksowości obsługi klienta . . . . .	315
11.4.	Ocena rynku usług telekomunikacyjnych w Polsce . . . . .	320
11.4.1.	Rynek usług telefonii stacjonarnej . . . . .	320
11.4.2.	Rynek usług telefonii komórkowej . . . . .	323
11.4.3.	Rynek połączeń z sieci stacjonarnych do komórkowych . . . . .	326
11.4.4.	Rynek usług internetowych . . . . .	326
	Literatura zalecana . . . . .	327
<b>Rozdział 12.</b>	<b>Usługi bankowe (Zbigniew Miklewicz, Przemysław Pluskota, Beata Świecka) . . . . .</b>	<b>328</b>
12.1.	Pojęcie usług i czynności bankowych . . . . .	328
12.2.	Cechy usług bankowych . . . . .	333
12.3.	Klasyfikacja usług bankowych . . . . .	335
12.4.	Usługi bankowe świadczone drogą elektroniczną . . . . .	336
12.5.	Banki jako oferenci usług bankowych . . . . .	339
12.6.	Popyt na usługi bankowe . . . . .	343
12.6.1.	Segmentacja klientów usług bankowych . . . . .	345
12.6.2.	Zmiany w popycie na usługi bankowe klientów indywidualnych . . . . .	348
12.6.3.	Zmiany w popycie na usługi bankowe dla klientów korporacyjnych . . . . .	349
12.7.	Kanały dystrybucji usług bankowych . . . . .	349
12.7.1.	Istota kanałów dystrybucji usług bankowych . . . . .	349
12.7.2.	Rodzaje kanałów dystrybucji usług bankowych . . . . .	351
12.7.3.	Kanały bezpośrednie . . . . .	354
12.7.4.	Kanały pośrednie . . . . .	356
12.8.	Tendencje rozwojowe sektora usług bankowych . . . . .	358
12.9.	Jakość usług bankowych . . . . .	362
12.10.	Usługi zarządzania aktywami . . . . .	364
12.10.1.	Tradycja bankowości inwestycyjnej . . . . .	364
12.10.2.	Klasyczne usługi inwestycyjne . . . . .	366
12.10.3.	Nowe trendy rynkowe . . . . .	467
12.11.	Definicja prawna usług zarządzania aktywami . . . . .	368
12.12.	Teoretyczne podstawy zarządzania aktywami . . . . .	372
12.12.1.	<i>Performance</i> — cel zarządzania aktywami . . . . .	372
12.12.2.	Strategiczne aspekty zarządzania aktywami . . . . .	375
12.12.3.	Analiza i ocena wyników zarządzania . . . . .	377
12.13.	Rynek usług zarządzania aktywami . . . . .	378
12.14.	Podsumowanie . . . . .	382
	Literatura zalecana . . . . .	383
<b>Rozdział 13.</b>	<b>Usługi ubezpieczeniowe (Zdzisław Obstawski, Józef Perenc) . . . . .</b>	<b>384</b>
13.1.	Geneza i etapy rozwoju usługi ubezpieczeniowej . . . . .	384
13.2.	Istota i charakter usługi ubezpieczeniowej . . . . .	385
13.3.	Ryzyko w ubezpieczeniach . . . . .	386
13.3.1.	Etapy definiowania ryzyka w ubezpieczeniach . . . . .	387
13.3.2.	Determinanty ryzyka ubezpieczeniowego . . . . .	387
13.3.3.	Klasyfikacja ryzyka . . . . .	388
13.4.	Rynek usług ubezpieczeniowych . . . . .	390
13.4.1.	Zakład ubezpieczeń i jego produkty . . . . .	392
13.4.2.	Podstawy prawne działalności ubezpieczeniowej . . . . .	393
13.4.3.	Pośrednictwo ubezpieczeniowe . . . . .	394
13.4.4.	Instytucje nadzorcze i gwarancyjne . . . . .	397
13.5.	Techniczna charakterystyka usługi ubezpieczeniowej . . . . .	399
13.5.1.	Stosunek ubezpieczenia a umowa ubezpieczenia . . . . .	399

13.5.2.	Składka ubezpieczeniowa . . . . .	400
13.5.3.	Ograniczenia ochrony ubezpieczeniowej . . . . .	401
13.5.4.	Ogólne warunki ubezpieczenia . . . . .	402
13.6.	Klasyfikacja ubezpieczeń . . . . .	403
13.6.1.	Podział ubezpieczeń . . . . .	403
13.6.2.	Ubezpieczenia majątkowe . . . . .	404
13.6.3.	Ubezpieczenia obowiązkowe . . . . .	406
13.6.4.	Ubezpieczenia na życie . . . . .	408
13.6.5.	Ubezpieczenia społeczne . . . . .	409
13.6.6.	Rynek ubezpieczeniowy w Polsce — trendy rozwojowe . . . . .	411
	Literatura zalecana . . . . .	412
<b>Rozdział 14.</b>	<b>Usługi medyczne</b> ( <i>Joanna Holub-Iwan</i> ) . . . . .	413
14.1.	Istota i specyfika produktu opieki zdrowotnej . . . . .	413
14.1.1.	Specyfika usług medycznych . . . . .	413
14.1.2.	Produkt mix w opiece zdrowotnej . . . . .	419
14.1.3.	Zarządzanie asortymentem produktów opieki zdrowotnej . . . . .	422
14.2.	Charakterystyka podmiotowa i przedmiotowa rynku usług medycznych w Polsce . . . . .	425
14.2.1.	Struktura podmiotowa rynku . . . . .	425
14.2.2.	Struktura przedmiotowa rynku . . . . .	429
14.2.3.	Systemy klasyfikacyjne na rynku usług medycznych . . . . .	430
14.2.4.	Finansowanie usług medycznych w Polsce — stan obecny i kierunki zmian . . . . .	432
14.3.	Ograniczenia mechanizmu rynkowego na rynku usług medycznych . . . . .	438
14.3.1.	Stosunki rynkowe i ich specyfika na rynku usług medycznych . . . . .	438
14.3.2.	Konkurencja na rynku usług medycznych . . . . .	441
14.4.	Tendencje rozwojowe na rynku usług medycznych . . . . .	445
14.4.1.	Kształtowanie się orientacji rynkowej w służbie zdrowia . . . . .	445
14.4.2.	Zmiany systemowe w Polsce jako podstawa wprowadzenia orientacji rynkowej w służbie zdrowia . . . . .	446
14.4.3.	Etapy ewolucji rynku usług medycznych (doświadczenia amerykańskie) . . . . .	448
	Literatura zalecana . . . . .	450
<b>Rozdział 15.</b>	<b>Usługi publiczne</b> ( <i>Marek Dylewski, Beata Filipiak</i> ) . . . . .	451
15.1.	Pojęcie i specyfika usług publicznych . . . . .	451
15.2.	Cechy i zakres usług publicznych . . . . .	456
15.3.	Podmioty upoważnione do świadczenia usług publicznych . . . . .	460
15.4.	Problem odpłatności usług publicznych . . . . .	469
15.5.	Organizacja systemu świadczenia usług publicznych . . . . .	473
	Literatura zalecana . . . . .	478
<b>Rozdział 16.</b>	<b>Usługi komunalne</b> ( <i>Adam Szewczuk</i> ) . . . . .	479
16.1.	Teoria i pragmatyka usług komunalnych . . . . .	479
16.2.	Instytucjonalne warunki świadczenia usług komunalnych . . . . .	487
16.3.	Jakość usług komunalnych . . . . .	494
16.4.	Pomiar efektywności usług komunalnych . . . . .	497
16.5.	Zarządzanie rozwojem usług komunalnych . . . . .	500
	Literatura zalecana . . . . .	507
<b>Rozdział 17.</b>	<b>Usługi konsultingowo-doradcze</b> ( <i>Leon Dorozik, Stanisław Flejterski, Leonard Rozenberg</i> ) . . . . .	508
17.1.	Wprowadzenie . . . . .	508
17.2.	Próby zdefiniowania nowoczesnego konsultingu i doradztwa . . . . .	510

---

17.3.	Przedmiot oraz obszary konsultingu i doradztwa . . . . .	516
17.4.	Rodzaje firm konsultingowych . . . . .	520
17.5.	Świadczenie usług konsultingowych i doradczych na rynku krajowym . . . . .	520
17.6.	Wybrane tendencje na rynku usług konsultingowych i doradczych . . . . .	524
17.7.	Przykładowe oferty firm konsultingowo-doradczych świadczących usługi na rynku polskim . . . . .	527
	Literatura zalecana . . . . .	531
<b>Rozdział 18.</b>	<b>Usługi edukacyjne</b> ( <i>Ewa Flejterska, Grażyna Rosa</i> ) . . . . .	532
8.1.	Znaczenie edukacji i charakterystyka rynku usług edukacyjnych . . . . .	532
18.1.1.	Spółczeństwo oparte na wiedzy . . . . .	532
18.1.2.	Przedsiębiorstwo edukacyjne — cechy uniwersalne i specyficzne . . . . .	535
18.1.3.	Determinanty rynku usług edukacyjnych . . . . .	536
18.2.	Formalnoprawny podział usług edukacyjnych . . . . .	539
18.2.1.	Klasyfikacja usług edukacyjnych . . . . .	539
18.2.2.	Charakterystyka i klasyfikacja kształcenia i wykształcenia . . . . .	540
18.3.	Kierunki ewolucji oraz trendy rozwoju rynku usług edukacyjnych w Polsce i na świecie . . . . .	543
18.3.1.	Ewolucja edukacji w ciągu ostatnich dziesięciu lat . . . . .	543
18.3.2.	Ogólne trendy i kierunki rozwoju edukacji . . . . .	546
	Literatura zalecana . . . . .	549
<b>Bibliografia (wybór)</b> . . . . .		551
<b>Indeks</b> ( <i>Anna Tokarz</i> ) . . . . .		555