

**Jacek Chądzyński**

Uniwersytet Łódzki

## **DETERMINANTY PODNOSZENIA POZIOMU KONKURENCYJNOŚCI MSP W SKIERNIEWICACH**

### **1. Wstęp**

Każde przedsiębiorstwo<sup>1</sup> istnieje po to, aby przysparzać sobie klientów. To zdaniem P.F. Druckera jedyny poprawny sposób określenia celu funkcjonowania biznesu. Aby ta funkcja mogła być realizowana, musi ono być jednocześnie organem wzrostu, ekspansji i zmiany [Drucker 2002, s. 40, 42]. Takie zestawienie daje szansę na bycie lepszym od innych podmiotów gospodarczych, z którymi przedsiębiorstwo konkuruje o klienta, na ustawiczne podnoszenie poziomu swojej konkurencyjności względem innych, bo „mechanizmy konkurencji decydują o sukcesie lub porażce przedsiębiorstw” [Porter 2006, s. 27]. Oczywiście jest to pewne uogólnienie, bo czynników determinujących konkurencyjność przedsiębiorstwa jest wiele i mają one różny charakter i różne źródła powstawania.

Pierwsza część niniejszego artykułu ma charakter teoretyczny i zostanie poświęcona bardzo krótkiemu przedstawieniu istoty zjawiska konkurencyjności przedsiębiorstwa i uwarunkowań na nią wpływających, natomiast w drugiej części zostaną przedstawione wyniki badań dotyczących postrzegania przez przedsiębiorców prowadzących małe i średnie firmy w Skierniewicach czynników kształtowania konkurencyjności.

### **2. Konkurencyjność przedsiębiorstwa w ujęciu teoretycznym**

Konkurencyjność przedsiębiorstwa, zwana również mikrokonkurencyjnością, została zdefiniowana przez H.G. Adamkiewicz-Drwiłło jako „pojęcie, które określa zdolność przedsiębiorstwa do ciągłego kreowania tendencji rozwojowej, wzrostu mikroproduktywności oraz skutecznego rozwijania rynków zbytu w warunkach

---

<sup>1</sup> Mając świadomość występujących w literaturze przedmiotu różnic definicyjnych, na potrzeby niniejszego artykułu pojęcia: przedsiębiorstwo, firma i podmiot gospodarczy stosujemy zamiennie.

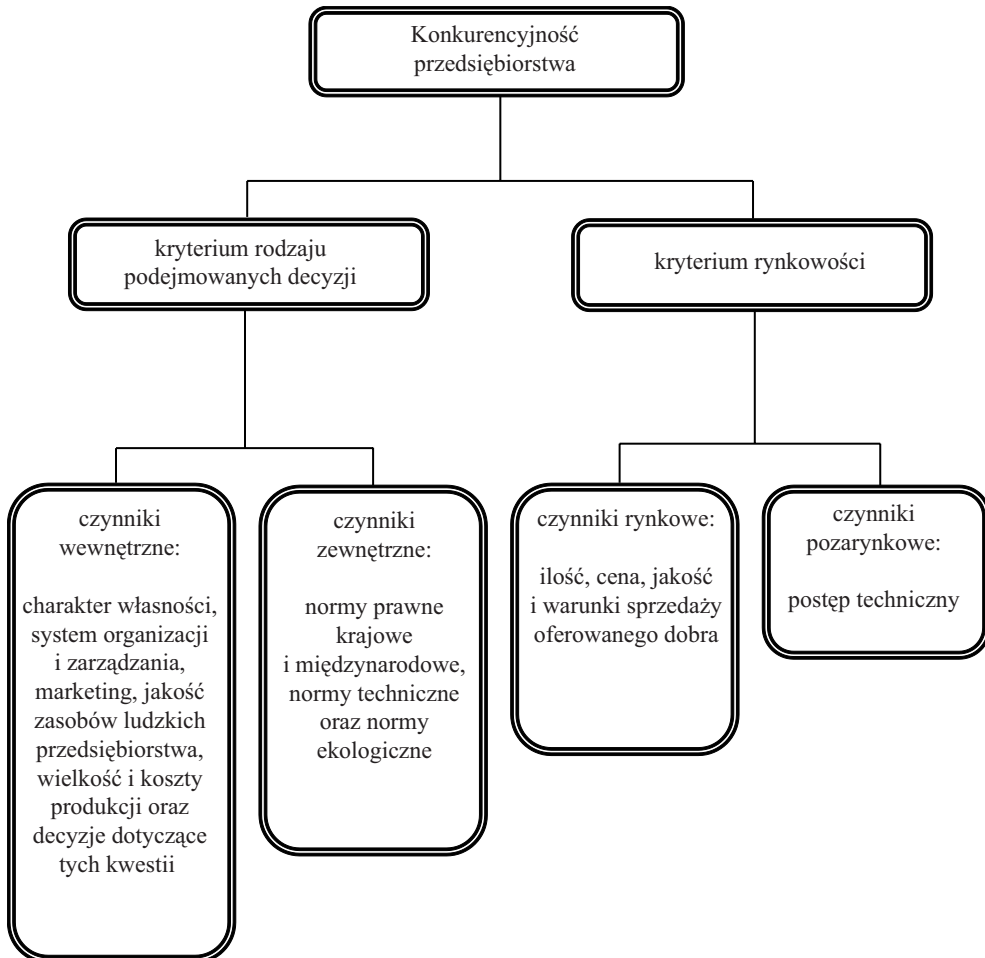
oferowania przez konkurentów nowych, lepszych i tańszych towarów lub/i usług” [Adamkiewicz-Drwiłło 2002, s. 256-257]. Oprócz mikrokonkurencyjności można jeszcze oczywiście mówić o konkurencyjności w ujęciu gałęziowym (dotyczącym konkretnej gałęzi gospodarki narodowej), regionalnym i makroekonomicznym (czyli dotyczącym całej gospodarki narodowej) [Adamkiewicz-Drwiłło 2002, s. 256], czy konkurencyjności w skali mezo, makro i mega [Dołęgowski 2002, s. 19], ale w tym artykule cała uwaga zostanie poświęcona pierwszej z wymienionych.

Zdaniem M.E. Gerbera sposobem na osiągnięcie sukcesu rynkowego jest łączenie niepowtarzalności z doskonałością oraz praca przedsiębiorcy nad własną firmą (głównie koncepcyjna, której celem jest doskonalenie zasad funkcjonowania lub poszukiwanie nowych możliwości rozwoju), a nie praca we własnej firmie (mająca charakter wyłącznie odtwórczy) [Gerber 2007]. Dzięki takiemu podejściu przedsiębiorca ma szansę stale podnosić poziom konkurencyjności swojej firmy, czyniąc ją i jej ofertę atrakcyjniejszą od innych dla dotychczasowych i nowych klientów i pozwalając utrzymywać trwałą przewagę konkurencyjną, czy to o charakterze kosztowym, czy będącą wynikiem zróżnicowania (dyferencjacji) [Porter 2006, s. 27-54].

Wielu przedstawicieli świata nauki prezentuje swoje własne poglądy na temat konkurencyjności przedsiębiorstw (zob. [Porter 2001; Faulkner, Bowman 1996; Hamel, Prahalad 1999; Gorynia 1998; Meyer-Stamer 1996] i in.). Każdy z nich ma nieco odmienne zdanie w tej kwestii, ale w jednym powinni się zgodzić: konkurencyjność jest w czasach postępujących coraz szybciej procesów globalizacyjnych czymś nieuniknionym. Trudno normalnie funkcjonować przedsiębiorstwu, które nie jest w stanie konkurować z innymi podmiotami na coraz większym przestrzennie (i nie tylko) rynku. Niektórzy twierdzą, że w tej chwili można już mówić tylko o jednym globalnym rynku i potrzebie konkurowania w skali globalnej (np. [Friedman 2006]). Taka kategoryczna opinia wydaje się być jeszcze trochę przedwczesna, ale rzeczywiście lokalne podmioty gospodarcze, działające jedynie lub głównie na rynkach lokalnych, coraz częściej muszą się zmagać z konkurencją o charakterze i zasięgu działania międzynarodowym czy globalnym. G.W. Kołodko podsumował tę zależność, pisząc, że globalizacja nie likwiduje konkurencji, a ją nasila, bo: 1) graczy jest więcej, 2) gra się na dużo większym boisku i 3) stawka jest wyższa [Kołodko 2008, s. 102].

Można zatem śmiało powiedzieć, że konkurencja jest w powszechnej opinii środowiska naukowego jednym z podstawowych warunków funkcjonowania przedsiębiorstwa w gospodarce rynkowej. Są oczywiście i tacy, którzy twierdzą, że konkurowanie z innymi firmami funkcjonującymi na tym samym rynku niewiele daje, a prawdziwą szansą na niezagrożone upadkiem działanie i rozwój firmy jest zastosowanie tzw. strategii błękitnego oceanu. Dzięki niej przedsiębiorstwo, znajdując nową przestrzeń rynkową, nie musi z nikim konkurować, a możliwości jego rozwoju, w porównaniu z otwartym konkurowaniem w ujęciu tradycyjnym, są praktycznie nieograniczone (zob. [Chan Kim, Mauborgne 2005]). Wydaje się jednak, że i w tym przypadku mamy do czynienia nie tylko ze swoistą innowacyjnością, ale i konkuren-

cyjnością przedsiębiorstw obierających taką drogę rozwoju względem pozostałych podmiotów gospodarczych funkcjonujących na rynku.



Rys. 1. Czynniki konkurencyjności przedsiębiorstwa

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Adamkiewicz-Drwiłło 2002, s. 130-132, 255-268].

Jak to już wcześniej podkreślono, czynników kształtujących konkurencyjność przedsiębiorstwa zidentyfikowano wiele, ale w literaturze można znaleźć próby ich usystematyzowania. Jedną z nich jest podział na czynniki zewnętrzne i wewnętrzne z jednej strony oraz czynniki rynkowe i pozarynkowe z drugiej, stanowiące dwa odrębne (różniące się kryterium podziału), ale równorzędne rodzaje klasyfikacji (zob. rys. 1).

### 3. Czynniki kształtowania konkurencyjności sektora MSP – prezentacja badań i analiza wyników

Część zasadnicza artykułu prezentuje podstawowe wyniki badań, w trakcie których respondenci (przedsiębiorcy, którzy zlokalizowali swoją działalność na terenie miasta Skierniewice) wskazywali najważniejsze, ich zdaniem, czynniki wpływające na poziom konkurencyjności kierowanych przez nich podmiotów gospodarczych, tworząc, a w zasadzie systematyzując i uzupełniając katalog zaproponowanych im determinant.

W związku z reformą administracyjną kraju Skierniewice utraciły status miasta wojewódzkiego i istniały obawy, że spowoduje to spadek zainteresowania inwestowaniem w tym mieście, tworzeniem nowych podmiotów gospodarczych, że miasto straci na swej atrakcyjności i zacznie podupadać gospodarczo. Wprawdzie maleje liczba przedsiębiorstw dużych<sup>2</sup>, ale małe i średnie lokalne firmy nadrabiają to z nawiązką, bo całkowita liczba podmiotów gospodarczych stale się zwiększa, a na rynku pracy, zamiast stagnacji, obserwuje się rosnącą liczbę osób pracujących i malejący odsetek bezrobotnych. W 1997 r. liczba jednostek gospodarki narodowej zarejestrowanych w systemie REGON wynosiła dla miasta Skierniewice 3749 podmiotów. W ciągu następnych dwóch lat ich liczba wzrosła o 653 podmioty, a więc o 17,4%. W kolejnych latach (od momentu dokonania wspomnianego podziału) wzrost już nie był tak dynamiczny, ale początkowo ciągle jeszcze znaczny, bo wynoszący odpowiednio 209 jednostek, czyli 4,8% za okres 1999-2001 oraz 161 podmiotów i 3,5% za okres 2001-2003. W następnych latach tempo wzrostu wyraźnie osłabło (pomiędzy rokiem 2003 a 2005 liczebność wzrosła o 89 podmiotów – 1,9%), ale nadal utrzymuje wartość dodatnią. Według danych na dzień 31 grudnia 2007 r. na terenie miasta Skierniewice było zarejestrowanych w systemie REGON 4955 podmiotów (więcej w stosunku do 2005 r. o prawie 2%), z czego nieco ponad 95% stanowiły mikroprzedsiębiorstwa, 3,7% przedsiębiorstwa małe, a 1% średnie. Liczba bezrobotnych zarejestrowanych w Powiatowym Urzędzie Pracy w Skierniewicach, po początkowym wzroście wynikającym głównie ze spowolnienia rozwoju całej gospodarki (w latach 1999-2003 wyniósł on 50,1%), zmalała w ciągu ostatnich czterech lat (od 2003 do 2007 r.) z 2914 do 1509 osób, a więc prawie o połowę (48,2%). Dużą zasługę należałoby przypisać w tym przypadku zjawisku zwiększonej migracji zarobkowej mieszkańców miasta po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej

<sup>2</sup> W 2001 r. było to 67 dużych podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w systemie REGON, w 2003 r. – 54, a w 2007 r. już tylko 48. Wskazywane w pracy liczebności dotyczące podmiotów gospodarki narodowej, pracujących i bezrobotnych w Skierniewicach pochodzą z: *Bank Danych Regionalnych za lata 1995-2002*, Departament Analiz i Udostępniania Informacji GUS – dane za lata 1997, 1999 i 2001; stron internetowych Urzędu Statystycznego w Łodzi, a ich źródłem są odpowiednio Rocznik Statystyczny Województwa Łódzkiego 2004, 2006 i 2007 – dane za lata 2003, 2005 i 2006, Biuletyn Statystyczny Województwa Łódzkiego 2007, Wydawnictwo Urzędu Statystycznego w Łodzi, luty 2008 – dane za 2007 r.

i stopniowym otwieraniu rynków pracy poszczególnych państw członkowskich. W tym samym czasie również liczba pracujących w gospodarce narodowej z roku na rok rosła, choć lata 2006-2007 przyniosły zmniejszenie liczby pracujących<sup>3</sup>, które wynika przede wszystkim ze wspomnianego procesu migracji.

Badanie, którego wyników dotyczy niniejszy tekst, zostało zrealizowane przez J. Czarnołęcką na potrzeby jej pracy licencjackiej, w okresie luty-marzec 2008 r., na próbie 80 aktywnych mikro, małych i średnich podmiotów gospodarczych z większościowym udziałem kapitału prywatnego. Wybrane do badania jednostki zostały wylosowane z operatu GUS – rejestru REGON. Ze względu na wysoki udział przedsiębiorstw mikro, ich grupa została celowo niedoreprezentowana na korzyść podmiotów małych i średnich. Przygotowana próba adresowa stanowiła punkt wyjścia do przeprowadzonych metodą ankietową badań. Z przekazanych bezpośrednio przedsiębiorcom 80 ankiet wróciło 68, z czego 60 nie zawierało żadnych błędów uniemożliwiających przyjęcie ich do dalszej analizy (co stanowi 75% całej wylosowanej próby).

Spśród 60 zbadanych podmiotów 60% stanowiły mikroprzedsiębiorstwa, 35% przedsiębiorstwa małe, a pozostałe 5% – firmy średnie. W badanej grupie wyraźnie dominowały przedsiębiorstwa dojrzałe, które rozpoczęły swą działalność przed więcej niż 5 laty, a najrzadziej występowały podmioty nowe – do 1 roku (odpowiednio 73% i 5%). Zdecydowanie najczęściej spośród nich prowadziło działalność o charakterze usługowym (25 podmiotów) i handlowo-usługowym (17 podmiotów), co daje w sumie 70% wszystkich badanych przedsiębiorstw. Produkcja, jako przynajmniej jeden z rodzajów deklarowanej działalności, została wskazana w 13 przypadkach, co stanowi niecałe 22% wszystkich jednostek biorących udział w badaniu. Proporcje te ulegną zmianie, jeśli weźmiemy jako dodatkową zmienną zakres przestrzenny prowadzonej działalności, gdzie im większy jest rynek, na którym badane przedsiębiorstwa są aktywne, tym większy jest w wśród nich udział przedsiębiorstw produkcyjnych. Wśród odpowiedzi dotyczących zasięgu działania firmy 70% (42 przypadki) stanowiły te informujące o lokalnym rynku jako obszarze aktywności gospodarczej przedsiębiorstwa. Co piąty ankietowany wskazał na zasięg regionalny, a co dziesiąty – krajowy. Niestety, żadne z badanych przedsiębiorstw nie zajmuje się działalnością o charakterze międzynarodowym, a porównanie odpowiedzi z udzielonymi przez lokalnych „graczy” mogłoby przynieść ciekawe informacje. Nie powinno to jednak specjalnie dziwić, bo przecież badane przedsiębiorstwa prowadziły najczęściej działalność handlową i usługową. Wszystkie, z wyjątkiem jednego, są zgodne w ocenie, że ich pozycja konkurencyjna na tle rynkowych rywali nie jest niska (36 wskazań na przeciętną, nie odbiegającą od średniej na rynku i 23 wskazania na wyższą od przeciętnej). Oznacza to, że prowadzący badane jednostki mają o nich i o sobie naprawdę wysokie mniemanie. Z jednej strony taka pewność siebie przydaje się w prowadze-

<sup>3</sup> Liczba pracujących: w 1999 r. – 9357 osób, w 2003 r. – 12 230, w 2005 r. – 13 559, w 2006 r. – 13 042 i w 2007 r. – 11 956.

niu biznesu, ale z drugiej usypia ich czujność i może powodować, że zaczynają spoczywać na laurach, nie zwracając szczególnej uwagi na poczynania konkurencji.

Wśród przedsiębiorców biorących udział w badaniu wyraźnie wyróżnia się (w pozytywnym tego słowa znaczeniu, bo mówimy przecież o osobach aktywnych, które nie boją się podejmowania ryzyka i brania spraw we własne ręce) grupa osób z wykształceniem średnim – 37 przypadków, czyli 62% wszystkich badanych. Trochę więcej niż co czwarty przedsiębiorca (17 przypadków) miał wykształcenie wyższe, a co dziesiąty – zasadnicze zawodowe. Nie było natomiast ani jednej osoby, której wykształcenie osiągnęłoby tylko poziom podstawowy. Najprawdopodobniej nie bez znaczenia jest w tym przypadku wiek badanych przedsiębiorców. Prawie 64% z nich nie ukończyło jeszcze 45 roku życia, a osoby powyżej 55 lat stanowiły niecałe 12% ogółu ankietowanych. Proporcjonalnie najwięcej osób z wykształceniem wyższym prowadzi przedsiębiorstwa, których aktywność wykracza poza zasięg lokalny i regionalny (50%, przy 42% w przypadku firm „regionalnych” i 21% dla firm „lokalnych”). W grupie „przedsiębiorców ponadregionalnych” nie ma również żadnej osoby, która posiadałaby wykształcenie niższe niż średnie.

Odnosząc się do zaprezentowanego we wcześniejszej części niniejszego artykułu schematu uwarunkowań konkurencyjności przedsiębiorstw, badani byli pytani przede wszystkim o czynniki wyodrębniane w literaturze według kryterium rodzaju podejmowanych decyzji, ale pojawiło się również kilka pytań o czynniki wyodrębnione na podstawie kryterium rynkowości.

Wśród czynników zewnętrznych na pierwszy plan wysuwa się rosnąca konkurencyjność podmiotów stanowiących na rynkach będących obszarami działalności badanych jednostek ich bezpośrednich rywali. 75% ankietowanych zwróciło uwagę na ten problem, a dla ponad 28% (najwyższy odsetek w tej grupie determinant) jest to jeden z najistotniejszych czynników ograniczających konkurencyjność ich przedsiębiorstwa. Co ciekawe, najbardziej na tę sytuację narzekają przedsiębiorstwa dojrzałe – funkcjonujące na rynku powyżej 5 lat (14 z 17 odpowiedzi typu istotne i bardzo istotne). Można w związku z tym pokusić się o stwierdzenie, że im dłużej firma działa na rynku, tym mniej jest zainteresowana zmianami i tym trudniej przychodzi jej tych zmian dokonywać, a przez to konkurować z młodszymi rywalami. Spośród pozostałych wymienianych w badaniu czynników zewnętrznych jeszcze częściej wskazywano obciążenia podatkowe (46 wskazań). Jednak waga tego czynnika była zdecydowanie niższa, bo jako istotny wskazało go tylko 8 przedsiębiorców. Istotniejsze z punktu widzenia badanych wydają się być uciążliwe procedury administracyjne i nieelastyczne prawo pracy. W tym ostatnim przypadku można zaobserwować wyraźną zależność między wielkością przedsiębiorstwa a odsetkiem wskazań. 70% jednostek zwracających uwagę na nieelastyczne prawo pracy stanowiły mikroprzedsiębiorstwa, a wśród podkreślających szczególną istotność tego problemu ich odsetek wyniósł 91%.

Tabela 1. Czynniki zewnętrzne wpływające na konkurencyjność przedsiębiorstwa

Czynnik	Liczba wskazań	Liczba wskazań: istotne (w tym bardzo istotne) <sup>a</sup>
Obciążenia podatkowe	46	8 (3)
Brak odpowiednich doradców	35	8 (2)
Zbyt wysokie pozapłacowe koszty pracy	35	9 (4)
Zatory płatnicze	6	0 (0)
Uciążliwe procedury administracyjne	34	11 (3)
Nieelastyczne prawo pracy	29	11 (3)
Niska siła nabywcza po stronie odbiorców	9	5 (2)
Rosnąca konkurencyjność <sup>b</sup>	45	17 (11)
Niekorzystna polityka państwa	24	8 (1)

<sup>a</sup> odpowiedzi, w których ankietowani wskazali te czynniki jako istotne i bardzo istotne z punktu widzenia niekorzystnego wpływu na podnoszenie poziomu konkurencyjności przedsiębiorstwa;

<sup>b</sup> podmiotów stanowiących bezpośrednią konkurencję.

Źródło: opracowanie własne.

Potwierdza się niestety również opinia, że jakość i zakres oferowanych przez instytucje otoczenia biznesu usług szkoleniowo-doradczych są co najmniej niewystarczające. Cieszyć natomiast powinien stosunkowo niewielki odsetek podmiotów, które zwróciły uwagę na problemy z zatorami płatniczymi, będącymi jeszcze kilka lat temu poważnym wyzwaniem dla osób prowadzących działalność gospodarczą (zob. [Chądzyński, Przygodzki 2002, s. 232-235]).

Pośród czynników wewnętrznych, mających korzystny wpływ na konkurencyjność przedsiębiorstwa, niekwestionowanym liderem jest dobra opinia klientów o przedsiębiorstwie. Wszyscy badani zwrócili uwagę na ten czynnik, a więcej niż czterech na pięciu uznało określone przez nich samych „wyrobienie sobie marki” za jedną z najistotniejszych możliwości wpływania na poziom konkurencyjności przedsiębiorstwa. Kolejnym ważnym elementem podnoszenia poziomu konkurencyjności są wiedza i kompetencje pracowników. Znaczenie tego czynnika dla badanych potwierdza liczba odpowiedzi dotyczących braku wykwalifikowanych pracowników jako jednej z trzech najważniejszych zmiennych wpływających negatywnie na konkurencyjność przedsiębiorstw. Badani zwracają również uwagę na wiek firmy i jej „zadomowienie na rynku” oraz jakość oferowanych produktów/usług. Na wiek firmy częściej zwracały uwagę osoby prowadzące przedsiębiorstwa najmłodsze, w następnej kolejności najstarsze, a stosunkowo najmniejsze znaczenie ma to dla firm mających już za sobą pierwszy, uznawany za najtrudniejszy, rok działalności, ale jednocześnie nie starszych niż 5-letnich, a więc nie znajdujących się jeszcze w fazie dojrzałości. Jakość oferowanych dóbr jest najważniejsza dla największych z badanych podmiotów, a więc grupy przedsiębiorstw średnich. Dziwi

natomiast niski odsetek badanych, którzy uznali prawidłowy sposób organizacji i zarządzania firmą oraz działania marketingowe za czynnik mogący istotnie wpłynąć na konkurencyjność przedsiębiorstwa. Tym bardziej, że jednocześnie zdecydowanie więcej z nich wskazuje na słabość promocji i marketingu (odpowiednio 73% i 65% wskazań, w tym 55% i 43% wskazań istotnych) jako ograniczenie w podnoszeniu poziomu konkurencyjności przedsiębiorstwa, a na pytanie – czy sposób kierowania przedsiębiorstwem i osoba kierującego wpływają na konkurencyjność przedsiębiorstwa? – aż dziewięciu na dziesięciu badanych odpowiedziało pozytywnie. Pozwala to domniemywać, że ankietowani przedsiębiorcy nie łączą dobrego czy, inaczej mówiąc, skutecznego kierowania przedsiębiorstwem z koniecznością wypracowania odpowiedniego systemu organizacji i zarządzania przedsiębiorstwem. Potwierdzeniem może być fakt, że zdaniem badanych na jakość kierowania przedsiębiorstwem największy wpływ mają posiadane przez kierującego kontakty handlowe i doświadczenie zawodowe (odpowiednio 78% i 70% wskazań), a nie analiza rynku czy korzystanie z dobrych wzorców (odpowiednio 40% i 33% wskazań).

Tabela 2. Czynniki wewnętrzne konkurencyjności przedsiębiorstwa

Czynnik	Liczba wskazań	Liczba wskazań: istotne (w tym bardzo istotne)
Czynniki pozytywnie wpływające na poziom konkurencyjności przedsiębiorstwa		
Udział w rynku	35	30 (21)
Dobra opinia klientów, wyrobienie sobie marki	60	50 (50)
Wiedza i kompetencje pracowników	58	54 (43)
Dobra lokalizacja przedsiębiorstwa	38	36 (28)
Wiek firmy i jej „zadomowienie na rynku”	41	36 (34)
Jakość oferowanych usług/produktów	40	37 (37)
Umiejętność szybkiego dostosowywania się do potrzeb klienta	34	7 (0)
Prawidłowy sposób organizacji i zarządzania	14	7 (0)
Promocja i marketing	14	5 (0)
Czynniki negatywnie wpływające na poziom konkurencyjności przedsiębiorstwa		
Zła lokalizacja przedsiębiorstwa	53	45 (37)
Brak środków finansowych na rozwój przedsiębiorstwa	56	53 (46)
Brak wykwalifikowanych pracowników	51	46 (33)
Brak strategii przedsiębiorstwa	35	24 (18)
Błędy we wdrażaniu strategii	35	28 (20)
Słaba promocja przedsiębiorstwa	44	33 (26)
Słaby marketing oferowanych produktów/usług	39	26 (18)

Źródło: opracowanie własne.



Z czynników wewnętrznych, w istotny sposób ograniczających możliwości podnoszenia poziomu konkurencyjności przedsiębiorstwa, badani najczęściej podawali brak środków finansowych na rozwój przedsiębiorstwa (53 wskazania) i złą lokalizację siedziby przedsiębiorstwa (45 wskazań). Z przykrością należy stwierdzić, że mimo pojawiających się nowych możliwości finansowania działań rozwojowych (zwłaszcza podnoszących poziom innowacyjności przedsiębiorstw) i łatwiejszego dostępu do kredytów inwestycyjnych, kwestia braku funduszy jest wskazywana od lat w większości badań jako główny problem rozwoju małych i średnich podmiotów gospodarczych i powód ich niskiego poziomu konkurencyjności i innowacyjności.

Przyjmując za kryterium wyodrębniania czynników konkurencyjności przedsiębiorstw ich rynkowy bądź pozarynkowy charakter, badani na pierwszym miejscu stawiają na cenę oferowanych dóbr (44 wskazania), a zaraz potem opisywaną już wcześniej jakość tych dóbr (40 wskazań). Z opinią, że ilość oferowanych dóbr ma wpływ na konkurencyjność zgadza się 38 badanych, z czego 31 jest zdania, że ten wpływ należy uznać za istotny, bo przekładający się również na cenę oferowanych dóbr. Zdecydowanie niżej w swoim rankingu stawiają postęp techniczny, a więc główny czynnik o charakterze pozarynkowym. Wprawdzie 1/3 ankietowanych przedsiębiorców przyznała, że wykorzystywanie w procesie produkcji czy świadczenia usług nowoczesnych technik i technologii ma wpływ na konkurencyjność takiego przedsiębiorstwa, ale tylko dla trzech ma ono istotne znaczenie. Jeszcze gorzej pod tym względem oceniają oni wpływ innowacyjności, zwanej przez nich czasami „wyjątkowością”, oferowanych dóbr. W tym przypadku co piąty badany znajduje związek między innowacyjnością a konkurencyjnością, ale zaledwie jeden z nich ocenia go jako naprawdę istotny. Takie podejście wydaje się nie mieć żadnych racjonalnych przesłanek, poza jedną, z której wynika, że na rynkach, na których działają badani (jest to przecież głównie poziom lokalny i ewentualnie regionalny), zdecydowana większość przedsiębiorstw konkuruje ze sobą w walce o klienta ceną i jakością, a nie nowoczesnością czy też niepowtarzalnością oferowanego produktu czy usługi. Jest to jednak tym dziwniejsze, że jednocześnie 2/3 badanych wskazuje na nienadążanie za postępem technicznym jako na czynnik negatywnie wpływający na konkurencyjność przedsiębiorstwa. Cieszyć powinien natomiast fakt, że w grupie osób doceniających znaczenie postępu technicznego dominują młodzi przedsiębiorcy, którzy (z wyjątkiem jednej osoby) nie przekroczyli 35 roku życia. Jest więc spora szansa, że w dłuższej perspektywie ta sytuacja będzie się zmieniać. Pozostaje wierzyć, że powodem tych zmian nie będzie tylko tzw. zmiana pokoleniowa przedsiębiorców, ale również zmiana świadomości i mentalności przynajmniej wśród części przedsiębiorców starszych.

Badani przedsiębiorcy dostrzegają także związek między globalizacją a konkurencyjnością przedsiębiorstw. 2/3 z nich przychyliło się do takiego stwierdzenia. Najczęściej wymienianą w tej grupie odpowiadających zmianą wynikającą z rozwoju procesów globalizacyjnych jest szybkość, z jaką trzeba podejmować decyzje biznesowe, aby móc pozostawać konkurencyjnym względem innych podmiotów

funkcjonujących na rynku. Na ten aspekt globalizacji zwróciło uwagę 29 spośród 38 przedsiębiorców, którzy dostrzegają związek między globalizacją a konkurencyjnością. Jednak najistotniejszą ich zdaniem zmianą, z punktu widzenia prowadzenia działalności gospodarczej, są większe możliwości pozyskiwania zarówno dostawców, jak i odbiorców, a w następnej kolejności, jeśli chce się pozostawać konkurencyjnym, konieczność przestawienia się na myślenie o konkurowaniu w skali ponadregionalnej, a nawet ponadkrajowej. Tak uważa odpowiednio 19 i 11 ankietowanych. Analizując wcześniejsze odpowiedzi, trudno nie odnieść wrażenia, że dla niemałej części badanych na świadomości tych zmian kończy się związek funkcjonowania w warunkach postępującej globalizacji z działaniami zmierzającymi do podnoszenia poziomu konkurencyjności ich przedsiębiorstw. Być może jednak już niedługo, przy zmianie uwarunkowań, na które wskazują badani, dla coraz większej grupy przedsiębiorstw sektora MSP konkurowanie na rynkach międzynarodowych przestanie być tylko mrzonką, a zacznie stawać się faktem.

#### 4. Podsumowanie

Przeprowadzona analiza, mimo jej pobieżnego charakteru, pozwoliła odpowiedzieć na pytanie: jakie czynniki, zdaniem badanych przedsiębiorców, wpływają na konkurencyjność przedsiębiorstw sektora MSP? Uzyskane wyniki różnią się w niektórych przypadkach od założeń o charakterze teoretycznym. Nie wszystko, co jest ważne zdaniem specjalistów i naukowców, jest równie ważne zdaniem prowadzących działalność gospodarczą, i nie wszystko, co jest w mniemaniu przedsiębiorców istotne, bądź w rzeczywistości tylko istotne im się wydaje, wpływa na mikrokonkurencyjność w opinii środowiska naukowo-badawczego. Może na przykład dziwić i niepokoić niska, w oczach badanych, ocena wpływu na poziom konkurencyjności przedsiębiorstwa systemów związanych z organizacją i zarządzaniem firmą (ich usprawnianiem) oraz narzędzi z zakresu marketingu. Szkoda również, że niewielkie znaczenie dla badanych ma wykorzystywanie nowych technik i technologii w procesie wytwarzania oferowanych dóbr czy ich „innowacyjność/wyjątkowość” w stosunku do oferty konkurencji. Można się nie zgadzać z takim postrzeganiem ze strony przedsiębiorców wpływu określonych czynników na podnoszenie poziomu konkurencyjności podmiotów sektora MSP, jednak w kontekście tworzenia czy ulepszania polityki wsparcia dla tego sektora uwzględnianie zdania jego przedstawicieli należy uznać za istotne i warte upublicznienia.

#### Literatura

- Adamkiewicz-Drwiłło H.G., *Uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstwa*, PWN, Warszawa 2002.
- Chan Kim W., Mauborgne R., *Strategia błękitnego oceanu*, Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa 2005.

- Chądzyński J., Przygodzki Z., *Przedsiębiorstwa regionu łódzkiego, ich cechy i strategie rozwoju*, [w:] *Struktury i procesy kształtujące łódzki region społeczno-gospodarczy*, red. A. Jewtuchowicz, A. Suliborski, Zakład Ekonomiki Regionalnej i Ochrony Środowiska UŁ, Łódź 2002.
- Dołęgowski T., *Konkurencyjność instytucjonalna i systemowa w warunkach gospodarki globalnej*, Monografie i Opracowania 505, SGH, Warszawa 2002.
- Drucker P.F., *Myśli przewodnie Druckera*, Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa 2002.
- Faulkner D., Bowman C., *Strategie konkurencji*, Gebethner & Ska, Warszawa 1996.
- Friedman T.F., *Świat jest płaski. Krótka historia XXI wieku*, Dom Wydawniczy REBIS, Poznań 2006.
- Gerber M.E., *Mit przedsiębiorczości. Dlaczego większość małych firm upada i jak temu zaradzić*, Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa 2007.
- Gorynia M., *Konkurencyjność przedsiębiorstwa – próba konceptualizacji i operacjonalizacji*, [w:] *Strategia przedsiębiorstw w warunkach konkurencji międzynarodowej*, red. E. Najlepszy, Zeszyty Naukowe AE w Poznaniu, z. 266, Poznań 1998.
- Hamel G., Prahalad C.K., *Przewaga konkurencyjna jutra. Strategie przejmowania kontroli nad branżą i tworzenie rynków przyszłości*, Wydawnictwo Business Press, Warszawa 1999.
- Kołodko G.W., *Wędrujący świat*, Pruszyński i S-ka, Warszawa 2008.
- Meyer-Stamer J., *Konkurencyjność systemowa*, „Gospodarka Narodowa” nr 3, Warszawa 1996.
- Porter M.E., *Porter o konkurencji*, PWE, Warszawa 2001.
- Porter M.E., *Przewaga konkurencyjna. Osiągnięcie i utrzymywanie lepszych wyników*, Wydawnictwo HELION, Gliwice 2006.

## FACTORS DETERMINING THE LEVEL OF SMES COMPETITIVENESS IN SKIERNIEWICE

### Summary

The competitiveness of a company is its ability to compete in the market. The paper presents results of the research in which respondents (entrepreneurs whose enterprises are located in Skierniewice) indicated the most important – in their opinion – influence factors on the competitiveness of economic entities managed by them. It seems that taking into account their opinion that sometimes differs from commonly accepted theoretical assumptions is essential from the point of view of creation of SMEs support policy and worth spreading.