

PRACE NAUKOWE nr 1095
Akademii Ekonomicznej
im. Oskara Langego
we Wrocławiu

GOSPODARKA A ŚRODOWISKO

4

Problemy konkurencyjności
regionów i przedsiębiorstw

Redaktor naukowy
Andrzej Rapacz



Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej
im. Oskara Langego we Wrocławiu
Wrocław 2005

Komitet Redakcyjny
Andrzej Matysiak (przewodniczący),
Tadeusz Borys, Andrzej Gospodarowicz, Jan Lichtarski,
Adam Nowicki, Zdzisław Pisz, Teresa Znamierowska

Recenzenci
Ryszard Galecki, Danuta Stawasz

Redaktor Wydawnictwa
K. Halina Kocur

Redaktor techniczny
Barbara Łopusiewicz

Korektor
Teresa Wilniewicz

Projekt okładki
Beata Dębska

Skład i łamanie
Jolanta Argalska

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu
Wrocław 2005

PL ISSN 0324-8445
PL ISSN 1732-0690

Druk i oprawa: Zakład Graficzny AE we Wrocławiu. Zam. 5/06

Spis treści

Wstęp	9
Urszula Markowska-Przybyła: Czynniki konkurencyjności regionów – ich klasyfikacje oraz znaczenie	11
Danuta Strahl: Miara konkurencyjności regionu zorientowana na przyszłość	23
Mariusz Zbadyński: Wpływ małych i średnich przedsiębiorstw na konkurencyjność regionów	34
Elżbieta Pohulak-Żołędowska: Uwarunkowania konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw w „nowej” Unii Europejskiej	45
Andrzej Raszkowski: Rola innowacji w konkurencyjności regionów	54
Grażyna Węgrzyn: Innowacyjność regionów w Polsce	63
Malgorzata Markowska: Rola regionalnych strategii innowacji w podnoszeniu konkurencyjności regionu	72
Beata Bal-Domańska: Znaczenie finansów samorządów terytorialnych w tworzeniu pozycji konkurencyjnej	84
Andrzej Rapacz: Znaczenie współpracy międzysektorowej dla kształtowania atrakcyjności obszaru turystycznego	96
Malgorzata Januszewska: Nowe formy turystyki zdrowotnej w podnoszeniu konkurencyjności uzdrowisk	107
Elżbieta Nawrocka: Szanse kreowania tożsamości i wizerunku obszaru turystycznego poprzez zrównoważony rozwój turystyki	118
Elżbieta Sobczak: Segmentacja rynków zagranicznych jako determinant konkurencyjności międzynarodowej przedsiębiorstwa	130
Renata Przeorek-Smyka: Wykorzystanie analizy SWOT do podnoszenia konkurencyjności komunikacji marketingowej biur podróży (na przykładzie biur podróży Dolnego Śląska i Śląska Opolskiego)	139
Piotr Zawadzki: Dystrybucja jako instrument konkurowania przedsiębiorstw na rynku	152
Izabela Michalska-Dudek: Zastosowanie marketingu precyzyjnego na przykładzie linii lotniczych	162

Piotr Rogala, Tomasz Brzozowski, Paweł Skowron: Ocena powszechności certyfikowanych systemów zarządzania jakością na Dolnym Śląsku	173
Daria E. Jaremen: Społeczno-demograficzne i kulturowe uwarunkowania kształtowania zakresu i jakości usług hotelarskich	182
Maja Jedlińska: Model zachowań konsumenckich na rynku usług turystycznych	193
Anetta Zielińska: Ekoturystyczne gospodarstwa w obszarach przyrodniczo cennych – na przykładzie Polski	209
Piotr Gryszel: Ocena serwisów informacyjnych www gmin turystycznych Dolnego Śląska	217
Franciszek Adamczuk: Zachowania konsumenckie w handlu na przykładzie miasta Bolesławiec	230

Summaries

Urszula Markowska-Przybyła: Factors of Regions' Competitiveness – Their Classifications and Significance	22
Danuta Strahl: Future-Oriented Measure of Regional Competitiveness	33
Mariusz Zbadyński: The Influence of Small and Medium Enterprises on Region's Competitiveness	44
Elżbieta Pohulak-Żołędowska: Competitiveness of Small and Medium Sized Enterprises in a "New" Enlarged EU	53
Andrzej Raszkowski: The Role of Innovation in Regions' Competitiveness ..	62
Grażyna Węgrzyn: Region Innovation in Poland	71
Małgorzata Markowska: Implementation of Regional Innovation Strategies and Their Role in Enhancing Region's Competitiveness	83
Beata Bal-Domańska: The Importance of Local Self-Government Units' Finances in Creating Their Competitive Position	95
Andrzej Rapacz: International Cooperation Significance in Shaping Customer Appeal of a Tourist Region	106
Małgorzata Januszewska: New Forms of Health Oriented Tourism in Upgrading Spa Resorts' Competitiveness	117

Elżbieta Nawrocka: Opportunities for Creating Identity and Image of a Tourist Area by Developing Sustainable Tourism Based on an Example of Jelenia Góra District Communes	129
Elżbieta Sobczak: Segmentation of Foreign Markets as a Determinant of International Competitiveness of an Enterprise	138
Renata Przeorek-Smyka: Application of SWOT Analysis for Upgrading Competitiveness of Travel Agencies' Marketing Communication (Based on the Example of Travel Agencies in Lower Silesia and Opole Region) ..	151
Piotr Zawadzki: Distribution as an Instrument of Enterprises' Market Competitiveness	161
Izabela Michalska-Dudek: Application of Specific Marketing Based on the Example of Airlines	172
Piotr Rogala, Tomasz Brzozowski, Paweł Skowron: Commonness of Certified Quality Management Systems in Lower Silesia Region	181
Daria E. Jaremen: Socio-Demographic and Cultural Conditions for the Development of Hotel Services Quality	191
Maja Jedlińska: Consumers' Behaviour Model in the Tourism Market	208
Anetta Zielińska: Eco-Tourism on the Nature Preserved Areas According – to Polish Standards	216
Piotr Gryszel: Lower Silesia Tourist Communes Website Service Assessment ..	229
Franciszek Adamczuk: Consumer Behaviour in Trade on the Example of Bolesławiec Town	240

Wstęp

Obserwacja współczesnej gospodarki dowodzi, iż coraz większego znaczenia nabiera konkurencyjność, którą ogólnie można określić jako zdolność do osiągania sukcesu w rywalizacji gospodarczej. Można ją także zdefiniować jako zdolność organizacji do przystosowania się do zmieniających się warunków. Pojęcie to jest stosowane nie tylko w odniesieniu do podmiotów prowadzących działalność gospodarczą oraz do gospodarki krajowej, lecz również w relacji do terytorialnych systemów społeczno-gospodarczych (np. gmin, województw). Konkurować bowiem można na płaszczyznach: lokalnej, regionalnej, krajowej oraz międzynarodowej, celem zaś jest poprawienie swojej pozycji względem konkurentów. O ile problematyka konkurencyjności podmiotów gospodarczych była i jest przedmiotem wielu opracowań, w których została omówiona szeroko, o tyle definicje konkurencyjności nie są, np. w odniesieniu do regionu, już takie jednoznaczne. Jak zauważył Z. Mikołajewicz, konkurencyjność regionów, stanowiąca pojęcie powszechnie używane, może być różnie rozumiana czy wręcz utożsamiana z innymi pojęciami¹. Nie ulega jednak wątpliwości, że przez region konkurencyjny rozumie się region charakteryzujący się określonym zbiorem cech (walorów), które kształtują jego zdolność konkurencyjną. To zaś z kolei zwraca uwagę na potrzebę identyfikacji czynników konkurencyjności regionów.

Artykuły publikowane w niniejszym zeszycie „Prac Naukowych” podejmują problematykę przede wszystkim konkurencyjności w odniesieniu do terytorialnych systemów społeczno-gospodarczych oraz podmiotów gospodarczych, w tym branży turystycznej. Wśród problemów, które znalazły się w obszarze zainteresowania autorów prezentowanych publikacji, warto wymienić m.in.:

- czynniki decydujące o konkurencyjności regionów,

¹ Zob. Z. Mikołajewicz, *Czynniki konkurencyjności rozwoju regionów*, [w:] *Konkurencyjność miast i regionów Polski Południowo-Zachodniej*, red. R. Broszkiewicz, AE, Wrocław 1999, s. 42.

- określenie miary konkurencyjności regionu zorientowanej na przyszłość,
- innowacyjność regionów oraz wdrażania regionalnych strategii innowacji i ich roli w podnoszeniu konkurencyjności regionów,
- znaczenie finansów jednostek samorządu terytorialnego w tworzeniu pozycji konkurencyjnej,
- wykorzystanie wybranych narzędzi kształtowania konkurencyjności regionów (w tym regionów turystycznych) oraz podmiotów gospodarczych (szczególnie jednostek gospodarki turystycznej).

Autorzy prezentowanych artykułów mają przy tym świadomość, że wprawdzie nie wyczerpują one całej problematyki, ale mają charakter dyskusyjny, dzięki czemu mogą stanowić przyczynek do lepszego poznania omawianej dziedziny gospodarki.

Andrzej Rapacz