

Małgorzata Rzeszutko-Piotrowska

Potencjał konkurencyjny polskich przedsiębiorstw – analiza z uwzględnieniem programów operacyjnych Unii Europejskiej

Rynek - Społeczeństwo - Kultura nr 1 (5), 44-50

2013

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Potencjał konkurencyjny polskich przedsiębiorstw – analiza z uwzględnieniem programów operacyjnych Unii Europejskiej

The Competitive Potential of Polish Enterprises - Including Analysis of the Operational Programs of the European Union

Małgorzata Rzeszutko-Piotrowska, Politechnika Warszawska

STRESZCZENIE

Przez ostatnie dziesięć lat pojęcie „konkurencyjności” było szeroko stosowane, czasami wręcz nadużywane. Jest ono zazwyczaj rozpatrywane w najprostszycich warunkach, tzn. w odniesieniu do przedsiębiorstw. Strategia konkurencji – to głównie: cele i akcje podejmowane przez przedsiębiorstwo, które zmierzają do uzyskania przez nie trwałej przewagi konkurencyjnej. Istotą formułowania strategii konkurencji jest odniesienie przedsiębiorstwa do jego otoczenia, czyli struktury gałęzi, która ma decydujący wpływ na określenie zasad konkurencji oraz strategii potencjalnie dostępne przedsiębiorstwu. Interwencje funduszy strukturalnych powinny brać pod uwagę na poziomach krajowym i regionalnym wspólnotowe priorytety sprzyjające zrównoważonemu rozwojowi poprzez wzmacnianie wzrostu gospodarczego oraz konkurencyjności.

Over the past decade the concept of “competitiveness” was widely used, sometimes even overused. It is usually considered in the simplest of terms, in relation to companies. A competitive strategy – refers mainly to the aims and actions taken by the company which seeks to achieve its sustainable competitive advantage. The essence of formulating of the competitive strategy is to review the company in terms of its environment, the structure of the industry, which has a decisive impact on the determination of the competition rules and strategies potentially available for the company. Structural Fund interventions should take into account the national and regional levels of community priorities contributing to the sustainable development by strengthening of the economic growth and the competitiveness.

ABSTRACT

Wstęp

Procesy zachodzące w globalnej gospodarce i życiu społecznym oraz uwarunkowania polityczne sprawiają, że istotne znaczenie w rozwoju społeczno-ekonomicznym państw mają regiony. Aktualne przemiany w gospodarce są przede wszystkim związane z globalizacją, która wpływa na zjawiska i procesy ekonomiczne (gospodarowanie w skali globalnej) oraz na zachowania społeczne (możliwości komunikacyjne, wyrównywanie standardów, itp.). Konkurencja jest procesem *de facto* towarzyszącym człowiekowi w każdym obszarze jego działalności. W sferze działalności gospodarczej, opartej na mechanizmie rynkowym, konkurencja występuje jako jego niezbędny element w procesie regulującym alokację zasobów. Michael E. Porter twierdzi, że przewaga konkurencyjna jest kreowana i utrzymywana poprzez ściśle zidentyfikowane procesy (Porter 2003). Z kolei Roberto Cellini i Anna Soci trafnie konstatują, że warunkiem zaistnienia procesów konkurencyjnych jest ograniczoność zasobów w stosunku do potrzeb, a w konkurencji rynkowej nadrzędnym problemem staje się ograniczona wielkość popytu na dobra (Cellini, Soci 2002: 44). Idea konkurencji sprowadza się do rywalizacji wielu jednostek

lub grup o osiągnięcie tego samego celu. W tym znaczeniu stanowi główną siłę napędową sukcesu lub porażki gospodarek narodowych, branż i przedsiębiorstw. Idea konkurencji i jej cechy, sposoby rywalizacji oraz ich skutki dla rynku i jego podmiotów były przedmiotem badań ekonomistów praktycznie od początku pojawienia się i rozwoju kapitalistycznego sposobu gospodarowania (Klasik, Kuźnik 2001).

Każde przedsiębiorstwo, bez względu na branżę i rodzaj wykonywanej działalności, dąży do osiągnięcia określonego celu. Głównym celem większości przedsiębiorstw jest osiągnięcie sukcesu rynkowego. O rynkowym sukcesie przedsiębiorstwa można mówić wtedy, gdy osiąga ono lepsze niż przeciętne wyniki w określonym sektorze, a przejawia się to w postaci dużo większego zysku i znacznego udziału w rynku (Chądzyński, Nowakowska 2007: 43-44). Taka sytuacja może mieć miejsce w przypadku, gdy dane przedsiębiorstwo osiągnęło pozycję monopolisty, gdzie kluczowym czynnikiem warunkującym osiągnięcie sukcesu jest brak konkurencji. Sytuacja ta może również zdarzyć się na rynku konkurencyjnym, jednak wtedy osiągnięcie sukcesu przez przedsiębiorstwo jest zdeterminowane przez uzyskanie odpowiedniej pozycji konkurencyjnej.

Różnorodność koncepcji na temat potencjału konkurencyjnego polskich przedsiębiorstw, jest stosunkowo duża.

W niniejszym opracowaniu zostaną omówione najistotniejsze kwestie dotyczące m.in. istoty konkurencyjności; źródeł i sposobów budowania przewagi konkurencyjnej; znaczenia strategicznych programów operacyjnych na lata 2007-2013 (+2) dla konkurencyjności regionów.

Istota konkurencyjności

Konkurencja jest pojęciem, które towarzyszy człowiekowi od początku jego dziejów. Teoretyczne rozważania nad istotą konkurencji rozpoczęły się w momencie, gdy zaczął funkcjonować kapitalistyczny sposób gospodarowania. Wówczas to prowadzono badania nad prawami i mechanizmami rządzącymi rynkiem. Wydawać się może, że samo pojęcie „konkurencji” jest ogólnie znane i w ten sam sposób interpretowane. Jednak w literaturze przedmiotu istnieje wiele definicji „konkurencji”, a wynika to głównie z powodu istnienia różnych poglądów na jej temat. Na podstawie studiów literatury przedmiotu zauważyć należy obszary problemowe w badaniu konkurencyjności przedsiębiorstw. Dotyczą one (Mączyńska 1997: 53-55):

- pojęcia konkurencyjności i jej mierników;
- źródeł i sposobów budowy przewagi konkurencyjnej.

„Konkurencja” jest podstawowym mechanizmem ekonomicznym gospodarki rynkowej. Z ekonomicznego punktu widzenia konkurencja ma na celu maksymalizowanie przez podmioty gospodarcze przychodu ze sprzedaży lub korzyści z zakupu produktów i usług. Należy zaznaczyć, że oznacza ona rywalizację o źródła zaopatrzenia w środki produkcji i kapitał pracowniczy, a przede wszystkim rynki zbytu. Działania przedsiębiorstw zmierzają do pozyskania rynku i zwiększenia swojego udziału. „Konkurencyjność” wywodzi się od konkurencji i jest jej elementem. „Konkurencyjnością” nazywa się zdolność podmiotu do konkurowania. Jest to pojęcie wieloznaczne i relatywne. „Konkurencyjność” jako kategoria teoretyczna wydaje się niełatwa do zastosowania w badaniu realnie kształtujących się procesów gospodarczych, gdyż wymaga porównania z otoczeniem zewnętrznym, to znaczy z obiektem konkurencyjnym. Z tego wynika, że badania empiryczne w odniesieniu do konkurencyjności powinno poprzedzać określenie miar ocen, ich wag oraz wybór metod badawczych, dostosowanych do badanego podmiotu. Wielu autorów, dyskutując na temat konkurencyjności, nie definiuje tej kategorii. Zarówno w polskiej literaturze ekonomicznej, jak i światowej również trwa pewnego rodzaju spór o zakres pojmowania tego pojęcia i dobór mierników oceny konkurencyjności. Zdaniem Marka Lubińskiego „konkurencyjność” jest pojęciem wartościującym, określającym pewien stan pożądan

(Lubiński 1995: 10-11). Termin ten w odniesieniu do gospodarki i przedsiębiorstwa zawiera m.in. takie cechy, jak:

- sprzedawanie wyrobów z zyskiem w kraju i za granicą;
- zdolność do utrzymywania a nawet umacniania udziałów w rynkach;
- zdolność do zrównoważonego rozwoju w długim okresie.

Dla przykładu, David Faulkner i Cliff Bowman (1996) wyróżniają konkurencyjność podstawową i kluczową. Pierwsza obejmuje „procesy i systemy, które dają firmie pozycję lidera w branży” i jest związana z umiejętnością zwiększania przez przedsiębiorstwo wartości użytkowej, postrzeganej przez klienta. Druga natomiast, utożsamiana jest z „umiejętnościami, wymaganymi do zdobycia trwałej przewagi konkurencyjnej na danym rynku” i może ona niezupełnie pokrywać się z konkurencyjnością podstawową, w skład której wchodzi konkurencyjność operacyjna i systemowa. Władysław Szymański wymienia rodzaje źródeł konkurencyjności (Szymański 1995: 156):

- produkcyjne – konkurencyjność firmy wynika z przywództwa kosztowego lub/i wyższej jakości. Przewaga kosztowa może wynikać z:
 - przyczyn zewnętrznych, związanych z pozycją przedsiębiorstwa w otoczeniu,
 - przyczyn wewnętrznych, związanych z alokacją zasobów;
- dystrybucyjne – konkurencyjność firmy wynika z niższego kosztu zamrażania kapitału i kosztów transportu oraz lepszej obsługi nabywców;
- marketingowe – konkurencyjność firmy wynika z lepszego rozpoznania potrzeb rynku i w efekcie lepszego dostosowania produktu oraz jego dystrybucji do tych potrzeb;
- technologiczne – konkurencyjność firmy wynika z pierwszeństwa, osiągniętego dzięki:
 - pracom naukowo-badawczym,
 - innowacyjności technologicznej,
 - innowacjom produktowym.

Miejsce firmy na rynku (znak firmowy, patenty, reputacja) oznacza, że konkurencyjność firmy wynika z lojalności nabywców wobec znaku firmowego i unikalności produktu w przypadku posiadania patentów. Z kolei unikalność firmy i jej produktu polega na tym, że konkurencyjność firmy wiąże się z osiągnięciem pozycji minimonopolu poprzez np. skuteczne różnicowanie produktu. Niewątpliwie jakość zarządzania w firmie to fachowość zarządzania, talenty managerskie, itp. Istotną rolę w kwestii pozycji firmy na rynku odgrywa zdobywanie wiedzy o:

- procesie produkcji;

- produkcji;
- sprawnych systemach informacyjnych;
- nabywcach, itp.

Natomiast gospodarowanie czasem w firmie określa zdolność do szybszego niż konkurenci reagowania na zmiany rynkowe, umiejętności działania w firmie w dłuższym horyzoncie czasowym.

Badania nad procesem konkurencji są możliwe dzięki rozwijającej się teorii na temat konkurencyjności. Grzegorz Gorzelak i Bohdan Jałowicki (2003) wskazują na dwie płaszczyzny „konkurencyjności” firm zlokalizowanych w danym układzie terytorialnym, w otwartej gospodarce światowej oraz samych układów terytorialnych, starających się o nowy kapitał, tworzących miejsca pracy i przynoszących dochód, o pracowników o najwyższych kwalifikacjach, zdolnych do wytwarzania innowacji i stosowania nowych, zaawansowanych technologii. Porter (2001) odrzuca tłumaczenie konkurencyjności poprzez klasyczne teorie wyróżniające szczególną rolę zasobów i kosztów. Autor łączy efektywność z innowacyjnością, a zdolność konkurencyjną ze zdolnością do innowacji, która jest podstawowym źródłem różnic rozwojowych. Sama innowacyjność zawsze wymaga inwestycji w rozwój umiejętności i wiedzy zasobów ludzkich, czego rezultatem są: procesy, nowe technologie, a także nowe podejścia marketingowe. Innowacje są utożsamiane z nieustannym postępem, którego skutkiem są: większa efektywność pracy oraz kapitału, które z kolei odpowiadają za stopę życiową społeczeństwa.

W ocenie autora artykułu aktualnie o rozwoju decyduje zdolność regionów do stałego generowania i adaptacji nowej wiedzy, rozwiązań organizacyjnych i nowych technologii. Jest to koncepcja wzrostu gospodarczego oparta na procesach innowacyjnych. Rozwój ten przyznaje główną rolę czynnikom o dużym stopniu efektywności. W regionach powinny istnieć lokalne sieci innowacyjne (władze lokalne i regionalne, instytucje otoczenia biznesu, przedsiębiorstwa, ośrodki nauki) wspierające powstanie i wdrażanie innowacji. Jedną z kluczowych metod zdobywania przewagi konkurencyjności gospodarki staje się więc zwiększenie jej innowacyjności. Zdaniem Piotra Tamowicza rola innowacji we współczesnej gospodarce uzasadnia określenie jej mianem wiedzochłonnej, w odróżnieniu od poprzedniego modelu gospodarki pochłaniającego zasoby (Szultka, Tamowicz 2005). Warto dodać, że o konkurencyjności wielu regionów może zdecydować w przyszłości to, jakie miejsce w strategiach regionalnych zajmie innowacyjność. W moim przekonaniu, w strategiach tych powinny występować mechanizmy, które wpłyną na poprawę poziomu innowacyjnego regionu i zwiększą jego konkurencyjność. Kluczowe zna-

czenie ma w tym przypadku kapitał ludzki, którego rozwój dostarcza nowych idei. Nowa wiedza może być budowana na podstawie istniejących w danym czasie zasobów, ale jest cenniejsza, gdy zasoby te nie są statyczne, ale rozwijają się. Jednakże, aby rozwój ten mógł zachodzić konieczna jest wiedza, efekt uczenia się przez działanie oraz proces rozprzestrzeniania się wiedzy i umiejętności.

Jedną z pierwszych publikacji poruszających problemy związane z konkurencją było opracowanie Charles Antoine'a (1980) zatytułowane *Kurs ekonomii społecznej*, wydane w 1909 r. Zdaniem tego uczonego „konkurencja” polega na wykluczeniu możliwości interweniowania państwa w sferę wymiany, podziału, produkcji i konsumpcji. Podejście to stanowi rozszerzenie założeń teoretycznych modelu doskonałej konkurencji, w którym żaden z działających podmiotów nie ma wpływu na cenę produkowanego dobra. Antoine stwierdza, że do pozytywnych efektów ekonomicznych konkurencji można zaliczyć:

- wzrost liczby wynalazków;
- postęp w handlu zagranicznym;
- obniżkę cen;
- wzrost nowych wytworów pracy ludzkiej;
- możliwość wywierania większego wpływu na rynek;
- wzrost ilości towarów na rynku;
- wzrost poziomu konsumpcji.

Trafne wydaje się stanowisko Marka J. Stankiewicza, że: „konkurencją nazywane będzie zjawisko, którego uczestnicy rywalizują między sobą w dążeniach do analogicznych celów, co oznacza, że działania podejmowane przez jednych dla osiągnięcia określonych celów utrudniają (a nawet niekiedy uniemożliwiają) osiągnięcie takich samych celów przez innych” (Stankiewicz 2002). W literaturze przedmiotu można zauważyć wyraźne rozgraniczenie między „konkurencją”, która jest procesem charakterystycznym dla gospodarki rynkowej, a „konkurencyjnością”, stanowiącą pewną właściwość przypisywaną poszczególnym podmiotom. Konkurencyjność odgrywa istotną rolę w procesie tworzenia strategii przedsiębiorstw. Poza tym konkurencyjność jest przedmiotem analizy zarówno wewnętrznej, jak i zewnętrznej, która ma na celu określenie, czy dane przedsiębiorstwo ma szansę na skuteczne wejście na dany rynek. Pojęcie „konkurencyjności” może się odnosić zarówno do konkretnych podmiotów gospodarczych, jak i całych sektorów, gałęzi oraz całej gospodarki określonego państwa. Według Hanny Adamkiewicz-Drwiłło „konkurencyjność” można również definiować jako „zdolność przedsiębiorstwa (lub kraju) do przeciwstawiania się konkurencji. Przedsiębiorstwo może być konkurencyjne ze względu na cenę, jakość towaru, dobrą opinię itd.” (Adamkiewicz-Drwiłło 2002: 92).

W literaturze można spotkać pogląd, że przedsiębiorstwo jest konkurencyjne, gdy może osiągnąć i utrzymać przewagę konkurencyjną. Pojęcie „przewagi konkurencyjnej” rozumie się jako odpowiednio dopasowaną konfigurację składników potencjału konkurencyjnego umożliwiającego stworzenie skuteczniejszych narzędzi konkurowania niż te, którymi dysponują inne przedsiębiorstwa. „Przewaga konkurencyjna” jest pojęciem dynamicznym, określanym również jako zdolność przedsiębiorstwa do kreowania wartości dodanej. Do podstawowych mierników tak rozumianej przewagi konkurencyjnej można zaliczyć wartość dodaną oraz udział w rynku. W moim przekonaniu „potencjał konkurencyjny” przedsiębiorstwa to w szczególności system zasobów materialnych i niematerialnych umożliwiających przedsiębiorstwu budowanie przewagi konkurencyjnej. W opinii Portera można wyróżnić trzy podstawowe rodzaje strategii konkurencji: wiodącą pozycję pod względem kosztów całkowitych, zróżnicowanie oraz koncentrację (Porter 1999). Pierwsza z nich została spopularyzowana w latach siedemdziesiątych dwudziestego wieku i polega na zdobyciu wiodącej pozycji pod względem kosztów całkowitych w danym sektorze. Strategia ta wymaga agresywnego podejścia do inwestycji związanych z technologią produkcji, a także dążenia do obniżenia kosztów obsługi posprzedażowej, reklamy oraz działu badań i rozwoju. Trzeba jednak utrzymać odpowiednią jakość produktów i poziom obsługi klienta. Głównym elementem całej strategii jest uzyskanie i utrzymanie niższych kosztów produkcji niż konkurenci w danym sektorze, co przynosi przedsiębiorstwu wyższe niż przeciętne zyski. Sytuacja ta może mieć miejsce mimo występowania w sektorze mocnych sił konkurencyjnych. Osiągnięcie wiodącej pozycji pod względem kosztów zapewnia przedsiębiorstwu pewną elastyczność przy możliwym wzroście cen czynników produkcji lub nagłej obniżce cen przez konkurentów. Warunkiem osiągnięcia takiej pozycji jest posiadanie przez przedsiębiorstwo znacznego udziału w rynku lub korzystnego dostępu do surowców. Może wiązać się też ze zmianą projektu wyrobów tak, aby ułatwić proces ich produkcji oraz z rozszerzeniem asortymentu wyrobów w celu rozłożenia kosztów ich wytworzenia.

„Koncentracja przedsiębiorstwa” oznacza, że uzyskało ono pozycję niskich kosztów w konkretnym strategicznym segmencie lub wysoki poziom zróżnicowania. Zarówno osiągnięcie pozycji niskich kosztów, jak i zróżnicowania powodują, że przedsiębiorstwo jest chronione przed każdą z sił konkurencyjnych. Stan konkurencji w określonym sektorze zależy bowiem od pięciu fundamentalnych sił konkurencyjnych, które w połączeniu wyznaczają ostateczny potencjał zysku sektora, mierzony długofalową stopą zysku. Co ciekawe, rozwój przedsiębiorstwa jest długotrwałym

i ukierunkowanym procesem zmian ilościowych i jakościowych. Z rozwojem przedsiębiorstwa związany jest cel. Według neoklasycznej teorii celem przedsiębiorstwa jest maksymalizacja zysku. Teoria neoklasyczna zakłada stan idealnej konkurencji w gospodarce, gdzie istnieje bardzo duża liczba dostawców konkurujących między sobą i żaden nie ma wpływu na cenę. Na rynku maksymalizacja zysku przedsiębiorstwa jest warunkiem przetrwania (Gruszecki 2002: 156). Do przejawów rozwoju przedsiębiorstwa można zaliczyć:

- wzrost zysku;
- zwiększenie udziału w obrotach na rynku;
- poszukiwanie nowych rynków zbytu;
- wprowadzenie na rynek nowych i zmodyfikowanych wyrobów;
- zwiększenie potencjału finansowego;
- skomputeryzowanie systemu ewidencji;
- zdolność dostosowywania sił do nowych zmian w otoczeniu;
- poszerzenie wiedzy technicznej;
- zwiększenie zakresu stosowanych badań.

Reasumując, sukces przedsiębiorstwa gwarantuje rozwój, gdyż jest on nastawiony na wzrost, zwiększenie skali działania i czynników wytwórczych, przemiany strukturalne (zmiany w procesach produkcyjnych i produktach) oraz zwiększenie efektywności.

Źródła i sposoby budowania przewagi konkurencyjnej

Przyjmuje się, że przewaga konkurencyjna oznacza lepsze usytuowanie przedsiębiorstwa na rynku w stosunku do konkurentów. Firma ma więc lepszą efektywność działalności w porównaniu z konkurentami, co umożliwia większy stopień realizacji oczekiwań inwestorów, kadry zarządzającej i pracowników. Występuje czasami określanie przewagi jako zdolności do realizacji strategii konkurencyjnej przedsiębiorstwa, która polega na osiągnięciu i utrzymaniu przewagi konkurencyjnej. Konkurencyjne na rynku może być bowiem przedsiębiorstwo posiadające przewagę konkurencyjną w określonym miejscu i czasie, czyli jest to ujęcie statyczne oraz umiejętność zdobywania i wzmacniania tej przewagi - to ujęcie dynamiczne. Przewaga konkurencyjna jest osiągnięta *nota bene* w wyniku dostosowywania się do otoczenia lepiej niż konkurenci, poprzez źródła wewnętrzne wynikające z zasobów firmy i jej umiejętności. Trzeba zauważyć, że współczesne, zmienne otoczenie wymusza odejście od budowy źródeł przewag wewnętrznych z obszaru tradycyjnego (proste przewagi wynikające z niskich

kosztów czynników produkcji) do obszaru nowoczesności, czyli nowoczesnych technologii i wysokich technik w produkcji i organizacji. Źródła przewagi konkurencyjnej ewoluują więc od prostych do skomplikowanych i unikatowych. Kreowanie i wykorzystywanie ich wymaga wyższych kwalifikacji managerów i zatrudnionych. Eulalia Skawińska (2002) wymienia następujące czynniki wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstwa:

1. Źródła przewagi konkurencyjnej – restrukturyzacja, postęp technologiczny, innowacje, koncentracja, konsolidacja, przejęcie, system kształcenia, inwestycje bezpośrednie, preferencje konsumenckie;
2. Potencjał konkurencyjności i umiejętności (skutek) – potencjał rzeczowy i finansowy, jakość procesu Systemu Analizy Zagrożeń i Krytycznego Punktu Kontroli (HACCP), zarządzanie logistyką, kultura organizacji, zarządzanie wiedzą, realizacje z dostawcami i odbiorcami, niskie koszty, informacje o klientach, jakość kadr marketingu, zarządzanie dystrybucją, więzi nieformalne z dostawcami i odbiorcami, posiadanie systemu jakości, marka;
3. Instrumenty konkurowania – jakość wyrobu, warunki płatności, cena produktu i usługi, renoma firmy, szerokość asortymentu, promocja sprzedaży, zakres usług posprzedażnych, promocja, marka wyrobu, wizerunek firmy, zróżnicowanie produktu, jakość produktów i usług;
4. Otoczenie – siła przetargowa odbiorców, pozycja konkurentów, polityka kredytowa i fiskalna, struktura organizacyjna podmiotów, faza cyklu rozwoju gospodarki, prawne aspekty ekologizacji środowiska, stopień edukacji technicznej społeczeństwa, system finansowy, zwyczaje i normy etyczne, stopa bezrobocia, liberalizacja ceł, siła przetargowa odbiorców, dochody realne konsumentów.

Co istotne, „strategia konkurencji” – to głównie cele i akcje podejmowane przez przedsiębiorstwo, które zmierzają do uzyskania przez nie trwałej przewagi konkurencyjnej. Istotą formułowania strategii konkurencji jest odniesienie przedsiębiorstwa do jego otoczenia, czyli struktury gałęzi, która ma decydujący wpływ na określenie zasad konkurencji oraz strategii potencjalnie dostępne przedsiębiorstwu. Jako gałąź przyjmuje się przy tym grupę firm wytwarzających produkty lub usługi, które są bliskimi substytutami z perspektywy nabywców. Formułowanie strategii polega na ustanowieniu korzystnej pozycji konkurencyjnej w danej gałęzi, tj. pozycji zyskowej i trwałej wobec sił, które określają konkurencyjność gałęzi. Należy podkreślić, że sytuacja konkurencyjna w gałęzi zależy od następujących

pięciu podstawowych sił konkurencji:

1. Groźby wejść nowych konkurentów;
2. Intensywności rywalizacji między istniejącymi firmami;
3. Nacisków ze strony substytucyjnych produktów lub usług;
4. Siły przetargowej nabywców;
5. Siły przetargowej dostawców.

Wszystkie te siły wyznaczają natężenie konkurencji w danej gałęzi oraz jej rentowność. Intensywność działania tych sił jest różna w poszczególnych gałęziach i może zmieniać się w miarę rozwoju gałęzi. W rezultacie niektóre gałęzie w sposób naturalny są bardziej zyskowe niż inne. Rentowność gałęzi jest funkcją struktury gałęzi. Również poszczególne indywidualne siły działają z różnym natężeniem w różnych gałęziach. Siła lub siły najmocniejsze mają decydujące znaczenie dla formułowania przez przedsiębiorstwo strategii konkurencji.

Ocena i diagnoza pięciu sił wpływających na atrakcyjność strukturalną gałęzi umożliwia firmie identyfikację jej silnych i słabych stron w odniesieniu do całej gałęzi. Pozwala to przedsiębiorstwu na formułowanie efektywnej strategii konkurencji, polegającej na stworzeniu korzystnej pozycji wobec owych sił (Florek 2007). Celem strategii przedsiębiorstwa w określonej gałęzi jest więc wyszukanie w niej takiej pozycji, z której może się ono najlepiej bronić przed tymi siłami lub wykorzystać je we własnym interesie. Trzeba zaznaczyć, że przedsiębiorstwo, osiągając ciągłe zróżnicowanie, uzyskuje wyższą od przeciętnej stopę zysku w danej gałęzi, pod warunkiem jednak, że uzyskana premia cenowa będzie wyższa od kosztu poniesionego w celu bycia unikatowym. Firma różnicująca swą ofertą rynkową, powinna więc zawsze poszukiwać sposobów różnicowania, które prowadzą do premii cenowej większej niż koszt różnicowania. Stosując tę strategię, nie może więc ignorować swej pozycji kosztowej i powinna dążyć do redukcji kosztów wszędzie tam, gdzie nie oddziałują one na zróżnicowanie.

Znaczenie strategicznych programów operacyjnych na lata 2007-2013 (+2) dla konkurencyjności regionów

Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego (EFRR) oddziałuje na rzecz zwiększenia spójności gospodarczej i społecznej w Unii Europejskiej. EFRR, dążąc do umocnienia pozycji regionów, bierze przede wszystkim pod uwagę działalność gospodarczą. Warto dodać, że udziela wsparcia przedsiębiorstwom, które działają na tych obszarach, w celu wzmocnienia ich konkurencyjności oraz tworzenia trwałych miejsc pracy. EFRR nie ogranicza się tylko do dzia-

łania wzmacniającego pozycję konkurencyjną poszczególnych regionów, lecz wychodzi poza ten zakres, realizując cel, jakim jest europejska współpraca terytorialna. Projekty rozporządzeń zawierają ogólne oraz szczegółowe przepisy dotyczące EFRR, Europejskiego Funduszu Społecznego, Funduszu Spójności, a także tworzą fakultatywne ramy prawne dla powołania przez państwa członkowskie i regiony organów współpracy transgranicznej. Zaproponowany kształt rozporządzeń dotyczących funduszy strukturalnych w nowej perspektywie finansowej stanowi realizację założeń zawartych w Trzecim Raporcie Spójności przyjętym przez Komisję Europejską w dniu 18 lutego 2004 r. Trzeba podkreślić, że w raporcie tym zaprezentowano szczegółowy projekt priorytetów i systemu wdrażania dla nowej generacji programów wdrażanych w ramach polityki spójności w latach 2007 – 2013.

Interwencje wspólnotowe mają doprowadzić do zwiększenia efektu dźwigni finansowej oraz wiązać się ze znaczną wartością dodaną. Ustawa o zasadach prowadzenia polityki rozwoju (Dz. U. z 2006, Nr 227, poz. 1658) koordynuje politykę rozwoju społeczno-ekonomicznego w skali kraju, regionu i lokalnej oraz określa podmioty prowadzące tę politykę jak również tryb współpracy między nimi. Ma ona przede wszystkim na celu stworzenie warunków do pełnego wykorzystania Funduszy Strukturalnych. Należy zaznaczyć, że wzmiankowana ustawa odnosi się też do programów współfinansowanych z Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich i Europejskiego Funduszu Rybackiego (z wyłączeniem przepisów rozdziału 1, 2 i 7 wspomnianej ustawy). Celem takiego założenia jest, aby pozostawały one w zgodzie ze strategią rozwoju kraju, ale ze względu na swoją specyfikę prowadzone (kierowane, zarządzane) były w inny sposób przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Ustawa definiuje „politykę rozwoju społeczno-ekonomicznego” państwa, która brzmi: „przez politykę rozwoju rozumie się zespół wzajemnie powiązanych działań podejmowanych i realizowanych w celu zapewnienia trwałego i zrównoważonego rozwoju kraju, spójności społeczno-ekonomicznej, terytorialnej i przestrzennej, podnoszenia konkurencyjności gospodarki oraz tworzenia nowych miejsc pracy w skali krajowej, regionalnej i lokalnej” (art. 2).

Prowadzenie polityki rozwoju społeczno-ekonomicznego należy na szczeblu krajowym do Rady Ministrów, w skali regionu (województw) do samorządu (Sejmiku) województwa oraz lokalnej – do samorządu (Rady) powiatowego i gminnego. Polityka ta jest określana w strategiach rozwoju, a konkretyzowana w Programach Operacyjnych (PO) realizowanych przy pomocy funduszy unijnych oraz krajowych środków publicznych. Za prawidłową realizację PO odpowiedzialni są ministrowie poszczególnych resortów

albo minister rozwoju regionalnego, a za regionalne – samorządy (zarządy) województw. Pełnią one funkcję instytucji zarządzającej. Do tych podmiotów należy m.in. zawieranie umów z beneficjentami o dofinansowanie projektów (osobami fizycznymi, osobami prawnymi lub jednostkami organizacyjnymi nie posiadającymi osobowości prawnej, którym ustawa przyznaje zdolność prawną, umożliwiającą realizację projektów finansowanych z budżetu państwa lub ze źródeł zagranicznych na podstawie decyzji lub umowy o dofinansowanie projektu).

Interwencje funduszy strukturalnych powinny uwzględniać na poziomach krajowym i regionalnym wspólnotowe cele, sprzyjające zrównoważonemu rozwojowi na drodze dynamicznego wzmacniania wzrostu gospodarczego, konkurencyjności oraz zatrudnienia, wspierania integracji społecznej, a także ochrony i podnoszenia jakości środowiska. Należy podkreślić, że na początku 2008 r. Ministerstwo Rozwoju Regionalnego skróciło ogólną listę PO do trzech tzw. programów kluczowych (strategicznych) tj. „Infrastruktura i środowisko”, „Innowacyjna gospodarka”, „Rozwój Polski Wschodniej”, które są współfinansowane funduszami unijnymi. Najwięcej cięć dokonano w programie „Infrastruktura i środowisko”, głównie w inwestycjach środowiskowych. Warto dodać, że najsurowiej potraktowano projekty: ekologiczne, dotyczące uczelni wyższych oraz turystyczne (zrezygnowano ze wszystkich). Te typy projektów miały być finansowane z PO „Infrastruktura i środowisko”. Miejsce we wszystkich rozpatrywanych regionalnych programach operacyjnych zajmuje prezentacja ustalonych dla poszczególnych województw priorytetów (osi priorytetowych). Zawierają one omówienie podstawowych kierunków oraz właściwej zawartości rzeczowej tych programów. Ze względu na konieczność koncentracji sił i środków finansowych, jakie zostały przyznane tym regionom na lata 2007-2013, liczba priorytetów (osi priorytetowych) we wszystkich Regionalnych Programach Operacyjnych jest raczej umiarkowana. Waha się od sześciu do dziesięciu (ujmując w tym priorytety pomocy technicznej).

Podsumowanie

Analiza zaprezentowanych materiałów potwierdza *prima facie*, że na jej tle można przedstawić kilka ogólniejszych konkluzji. Część z nich stanowi potwierdzenie *expressis verbis* też zamieszczonych we wstępnej części niniejszego opracowania.

Po pierwsze, konkurencja jest procesem towarzyszącym człowiekowi w każdej sferze jego działalności. W obszarze działalności gospodarczej opartej na mechanizmie rynkowym, konkurencja występuje jako jego nieodłączny

element w procesie regulującym alokację zasobów. Warunkiem zaistnienia procesów konkurencyjnych jest ograniczoność zasobów w stosunku do potrzeb, a w konkurencji rynkowej nadrzędnym problemem staje się ograniczona wielkość popytu na dobra.

Po drugie, w warunkach globalizacji i internacjonalizacji życia gospodarczego wzrasta rola przewagi konkurencyjnej poszczególnych przedsiębiorstw jako potencjalnych miejsc prowadzenia działalności gospodarczej. Struktury regionalne biorą udział w wyścigu o uzyskanie trwałych szans na przyspieszony rozwój. System funkcjonowania regionu i jego struktury stają się głównym zasobem strategicznym, który pozwala uzyskać przewagę nad innymi regionami.

Po trzecie, interwencje funduszy strukturalnych powinny brać pod uwagę, na poziomach krajowym i regionalnym, wspólnotowe priorytety sprzyjające zrównoważonemu rozwojowi poprzez wzmacnianie wzrostu gospodarczego, konkurencyjności oraz zatrudnienia, wspieranie integracji społecznej, a także ochronę i podnoszenie jakości środowiska. Priorytety te zostaną osiągnięte w drodze realizacji różnorodnych programów finansowanych ze środków EFRR, Europejskiego Funduszu Społecznego, Funduszu Spójności, Europejskiego Banku Inwestycyjnego oraz innych instrumentów wsparcia.

Bibliografia

1. Adamkiewicz-Drwiłło H., (2002) *Uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstwa*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
2. Antoine K., (1980) *Kurs ekonomii społecznej*, przeł. z czwartego wyd. francuskiego Gostomski W., Warszawa-Kraków: Wydawnictwo Gebethner i S-ka.
3. Bowman C., Faulkner D., (1996) *Strategie konkurencji*, Warszawa: Wydawnictwo Gebethner i S-ka.
4. Cellini R., Soci A., (2002) *Pop competitiveness*, Banca Nazionale del Lavoro, „Quarterly Review”, nr 55.
5. Chądzyński J., Nowakowska A., Przygodzki Z., (2007) *Region i jego rozwój w warunkach globalizacji*, Warszawa: Wydawnictwo Fachowe CeDeWu.
6. Dz. U. z 2006, Nr 227, poz. 1658.
7. Florek M., (2007) *Podstawy marketingu terytorialnego*, Poznań: Wydawnictwo AEP.
8. Gorzelak G., Jałowiecki B., (2003) *Bieda i zamożność regionów*, „Studia Regionalne i Lokalne” z. 1.
9. Gruszecki T., (2002) *Współczesne teorie przedsiębiorstwa*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
10. Klasik A., Kuźnik F., red., (2001) *Zarządzanie strategiczne rozwojem lokalnym i regionalnym*, Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach.
11. Lubiński M., (1995) *Konkurencyjność gospodarki. Pojęcia i sposoby mierzenia* [w:] Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki Polski – uwarunkowania i perspektywy, „Raporty. Studia nad konkurencyjnością”, Warszawa: Wydawnictwo SGH.
12. Mączyńska E., (1997) *Konkurencyjność polskich przedsiębiorstw - aspekty strukturalne* [w:] Glinkowski Cz., red., Szanse i zagrożenia rozwoju restrukturyzowanych przedsiębiorstw w Europie Środkowej i Wschodniej, Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu.
13. Porter M.E., (1999) *Strategia konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów*, Warszawa: Wydawnictwo PWE.
14. Porter M.E., (2001) *Porter o konkurencji*, Warszawa: Wydawnictwo Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
15. Porter M.E., (2003) *The economic performance of regions* [w:] „Regional studies”, nr 37.
16. Skawińska E., (2002) *Konkurencyjność przedsiębiorstw - nowe podejście*, Warszawa-Poznań: Wydawnictwo PWN.
17. Stankiewicz M.J., (2002) *Konkurencyjność przedsiębiorstwa*, Toruń: Wydawnictwo: Dom Organizatora.
18. Szultka S., Tamowicz P., (2005) *Innowacyjna gospodarka – na przekór stereotypom* [w:] Między nauką a gospodarką - kontynuacja czy reforma?, Gdańsk: Niebieskie Księgi PFSL, IBnGR.
19. Szymański W., red., (1995) *Przedsiębiorstwo, rynek, konkurencja*, Warszawa: Wydawnictwo SGH.

REKLAMA

Zapraszamy na cykliczne konferencje naukowe interdyscyplinarnie traktujące tematykę z obszaru rynku, społeczeństwa i kultury.

RYNEK
SPOŁECZEŃSTWO
KULTURA

Wejdź na stronę www.kwartalniki.rsk.pl i sprawdź termin najbliższej konferencji.

Zapraszamy na nasz fanpage - Polub Nas!

