

**Olaf FLAK**

Akademia Ekonomiczna im. K. Adamieckiego w Katowicach

## **KONKURENCYJNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTW WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO W LATACH 2004-2006. WYNIKI BADAŃ**

Celem referatu jest przedstawienie modelu konkurencyjności oraz wyników badań konkurencyjności przedsiębiorstw województwa śląskiego w latach 2004-2006. W badaniach wzięło udział rok rocznie ponad 100 przedsiębiorstw, udzielając informacji na temat swojej działalności, jak i cech wzorcowej firmy w danym sektorze. Badanie zostało przeprowadzone przy pomocy witryny [www.konkurencyjnosc.ae.katowice.pl](http://www.konkurencyjnosc.ae.katowice.pl).

### **1. WPROWADZENIE**

Od roku 2004 w ramach zainteresowań badawczych autora przeprowadzane jest badanie procesu przemian i stopnia przygotowania do sytuacji na rynku śląskich przedsiębiorstw, należących do kilkunastu sektorów gospodarki. W wyniku badania określa się poziom ich konkurencyjności w ramach przyjętych definicji pojęć związanych z tą tematyką.

Celem referatu jest przedstawienie zmian poziomu konkurencyjności przedsiębiorstw województwa śląskiego w latach 2004-2006. W badaniu wykorzystano witrynę internetową [www.konkurencyjnosc.ae.katowice.pl](http://www.konkurencyjnosc.ae.katowice.pl) oraz działający w ramach tej witryny program informatyczny do diagnozowania on-line konkurencyjności przedsiębiorstw.

### **2. MODEL KONKURENCYJNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA**

Konkurencyjność jako pojęcie jest powszechnie używane na określenie relacji cech przedsiębiorstwa do cech jego konkurentów, wynikającej z wielu wewnętrznych charakterystyk i umiejętności radzenia sobie z uwarunkowaniami zewnętrznymi. Inne podejście do pojęcia konkurencyjności oznacza, że konkurencyjność firmy wyraża jej sprawność do efektywnego wykorzystania zasobów w procesach tworzenia wartości, przede wszystkim dla klientów, ale również pozostałych grup interesu.<sup>1</sup> Tak zdefiniowana zdolność do konkurowania ma charakter względny i stanowi cechę wielowymiarową. Może być ona oceniana w konkretnym sektorze.<sup>2</sup> W literaturze pojęcie konkurencyjności jest nierozłącznie związane z umiejętnością konkurowania na rynku, a więc działania

---

<sup>1</sup> E. Urbanowska-Sojkin, P. Banaszyk, H. Witczak, *Zarządzanie strategiczne przedsiębiorstwem*, PWE, Warszawa 2004, s. 271-272

<sup>2</sup> E. Urbanowska-Sojkin, *Zarządzanie przedsiębiorstwem*, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań 1999, s. 97

i przetrwania w konkurencyjnym otoczeniu.<sup>3</sup> W tym ujęciu spotyka się pogląd, że konkurencyjność przedsiębiorstwa to system, składający się z:<sup>4</sup>

potencjału konkurencyjnego, tworzony przez zasoby będące w dyspozycji przedsiębiorstwa,

instrumentów konkurencyjnego, stanowiące środki oddziaływania na rynek w celu pozyskania nabywców dla oferty przedsiębiorstwa.

przewagi konkurencyjnej, świadczącej o umiejętności wykorzystania potencjału,

pozycji konkurencyjnej, która jest wynikiem konkurencyjnego w danym sektorze i jednocześnie warunkiem utrzymania i umacniania potencjału konkurencyjnego.

W oparciu o podejście prezentowane przez M. Stankiewicza oraz szerokie studia literaturowe został sformułowany model konkurencyjności przedsiębiorstwa oraz definicje nominalne i operacyjne kluczowych pojęć modelu.

Badane pojęcie, czyli konkurencyjność przedsiębiorstwa, zdefiniowano jako wielowymiarową cechę przedsiębiorstwa, wynikającą z wewnętrznych charakterystyk i umiejętności radzenia sobie z uwarunkowaniami zewnętrznymi na rynku. Konkurencyjność ma przy tym charakter względny i może być stosowana do opisu wzajemnej relacji przedsiębiorstw w sektorze.

Składowe elementy modelu konkurencyjności to:

- potencjał konkurencyjny,
- przewaga konkurencyjna,
- pozycja konkurencyjna,
- platforma konkurencyjna.

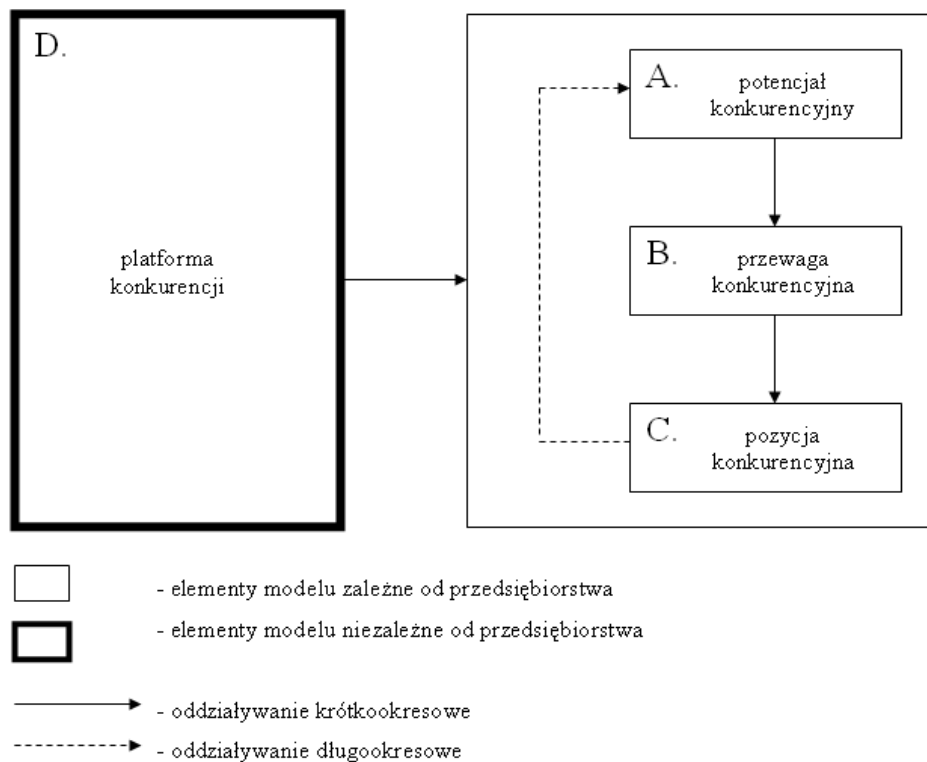
Wzajemne relacje poszczególnych elementów modelu konkurencyjności przedsiębiorstwa pokazuje rys. 1.

---

<sup>3</sup> M. Gorynia, *Luka konkurencyjna na poziomie przedsiębiorstwa a przystąpienie Polski do Unii Europejskiej*, AW Poznań 2002, s. 48

<sup>4</sup> M. J. Stankiewicz, *Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji*. Wydawnictwo „Dom Organizatora”, Toruń 2002, s. 86-91

Rys. 1. Model konkurencyjności przedsiębiorstwa w sektorze



Źródło: Opracowanie własne

Tabela 1 zawiera definicje nominalne elementów modelu konkurencyjności przedsiębiorstw, przyjęte na potrzeby badania konkurencyjności małych i średnich firm. Definicje te zostały sformułowane na podstawie szerokich studiów literaturowych na temat tych pojęć.

Tabela 1. Definicje nominalne elementów modelu konkurencyjności przedsiębiorstwa

Pojęcie	Definicja nominalna
Potencjał konkurencyjny	To zasób możliwości przedsiębiorstwa wynikający z posiadanego kapitału materialnego i niematerialnego. Potencjał konkurencyjny przedsiębiorstwa jest relatywnym pojęciem wielowymiarowym.
Przewaga konkurencyjna	To zdolność przedsiębiorstwa do dostarczania wartości materialnych i niematerialnych nabywcy za pośrednictwem rynku. Przewaga konkurencyjna przedsiębiorstwa jest relatywnym pojęciem wielowymiarowym.
Pozycja konkurencyjna	To zyskowność przedsiębiorstwa. Pozycja konkurencyjna przedsiębiorstwa jest relatywnym pojęciem wielowymiarowym.
Platforma konkurencyji	To zespół cech otoczenia bliższego i dalszego, w którym działa przedsiębiorstwo danego sektora. Cechy te są takie same dla każdego przedsiębiorstwa działającego w danym sektorze.

Źródło: Opracowanie własne

Założenia dotyczące modelu konkurencyjności, zastosowanego w badaniu:

1. Konkurencja pomiędzy przedsiębiorstwami odbywa się w ramach sektora, w którym one działają.
2. Cechy sektora, konceptualizowane za pomocą pojęcia platformy konkurencji, są stałe i jednakowe dla wszystkich konkurujących w nim przedsiębiorstw oraz niezależne od pojedynczego z nich.
3. Cechy przedsiębiorstw, konceptualizowane za pomocą pojęć potencjału, przewagi i pozycji konkurencyjnej, mogą być różne dla każdego z nich oraz są zależne od każdego przedsiębiorstwa..
4. Określenie konkurencyjności przedsiębiorstwa w sektorze możliwe jest wyłącznie przez zdiagnozowanie jednocześnie potencjału, przewagi i pozycji konkurencyjnej.
5. Określenie konkurencyjności przedsiębiorstwa możliwe jest wyłącznie w sektorze, w którym ono konkuruje.
6. Określenie konkurencyjności przedsiębiorstwa możliwe jest wyłącznie w sposób statyczny, co oznacza w krótkim przedziale czasu.
7. Określenie konkurencyjności przedsiębiorstwa możliwe jest poprzez porównanie go do teoretycznego wzorca przedsiębiorstwa najbardziej konkurencyjnego w danym sektorze.

Konkurencyjność badanych przedsiębiorstw została ustalona w oparciu o obliczenia dokonane przez program informatyczny zgodnie z przyjętymi definicjami operacyjnymi elementów modelu konkurencyjności przedsiębiorstw, podanymi w tabeli 2. Definicje te zakładają istnienie dwóch grup zmiennych: punktów przyznawanych poszczególnym determinantom konkurencyjności oraz rang, odzwierciedlających ich ważność w tworzeniu danego elementu modelu. Konkurencyjność przedsiębiorstwa została ustalona w punktach od 1 do 5 w oparciu o cechy firmy idealnej w danym sektorze, wskazane przez respondentów (1 to najniższa możliwa konkurencyjność, 5 to najwyższa możliwa konkurencyjność).

Tabela 2. Definicje operacyjne konkurencyjności przedsiębiorstwa oraz elementów składowych tego pojęcia

Pojęcie	Definicja nominalna
Konkurencyjność przedsiębiorstwa	$K = A * RA + B * RB + C * RC + D * RD$ <p>K – wynik pomiaru konkurencyjności przedsiębiorstwa  A – wynik pomiaru potencjału konkurencyjnego przedsiębiorstwa  RA - ranga wynikająca z ważności potencjału konkurencyjności w danym sektorze  B - wynik pomiaru przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa  RB - ranga wynikająca z ważności przewagi konkurencyjnej w danym sektorze  C - wynik pomiaru pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa  RC - ranga wynikająca z ważności pozycji konkurencyjnej w danym sektorze</p>
Potencjał konkurencyjny	$A = \sum Pa * Ra$ <p>A – potencjał konkurencyjny przedsiębiorstwa  Pa – liczba przyznanych punktów każdej z determinant</p>

	Ra - ranga wynikająca z ważności każdej determinanty
Przewaga konkurencyjna	$B = \sum P_b * R_b$ B – przewaga konkurencyjna przedsiębiorstwa P <sub>b</sub> - liczba przyznanych punktów każdej z determinant R <sub>b</sub> - ranga wynikająca z ważności każdej determinanty
Pozycja konkurencyjna	$C = \sum P_c * R_c$ C – pozycja konkurencyjna przedsiębiorstwa P <sub>c</sub> - liczba przyznanych punktów każdej z determinant R <sub>c</sub> - ranga wynikająca z ważności każdej determinanty
Platforma konkurencji	$D = \sum O_d * R_d$ D – platforma konkurencji przedsiębiorstwa O <sub>d</sub> - liczba przyznanych punktów każdej z determinant R <sub>d</sub> - ranga wynikająca z ważności każdej determinanty

Źródło: Opracowanie własne

### 3. CHARAKTERYSTYKA BADANYCH PRZEDSIĘBIORSTW

W badaniu konkurencyjności przedsiębiorstw województwa śląskiego w każdym roku badania brało udział kilkaset przedsiębiorstw z kilkunastu sektorów gospodarki. Aby wyniki badań z lat 2004-2006 były ze sobą porównywalne, określono 10 sektorów, które skupiały firmy o podobnym rodzaju działalności. Wytypowane sektory gospodarki oraz liczbę firm w poszczególnych latach przedstawia tabela 3.

Tabela 3. Firmy różnych sektorów gospodarki biorące udział w badaniu konkurencyjności

Nazwa sektora gospodarki	Liczba firm w roku:		
Agencje reklamowe, marketingowe, PR i badań rynku	16	13	12
Automatyka i elektronika przemysłowa	16	10	11
Biura architektoniczne i projektowe	9	11	6
Biura turystyczne	13	14	13
Firmy remontowo-budowlane	20	27	22
Komputery i oprogramowanie	11	15	16
Nauka języków obcych	9	12	16
Przemysł ciężki, chemiczny i stalowy	12	6	7
Sprzedaż nowych samochodów	14	9	11
Szkolenia i doradztwo	22	15	16
Razem:	142	132	130

Źródło: Opracowanie własne

Całość próby została podzielona ze względu na wielkość przedsiębiorstwa, określoną liczbą zatrudnionych pracowników. Strukturę badanych firm ze względu na ich wielkość zawiera tabela 4.

Tabela 4. Struktura badanych firm ze względu na wielkość zatrudnienia

Wielkość firmy	Liczba firm w roku:		
do 9 osób	35	29	31
od 10 do 49 osób	89	74	73
od 50 do 249 osób	18	13	11
powyżej 249 osób	0	16	15
Razem:	142	132	130

Źródło: Opracowanie własne

Ustalenie konkurencyjności wszystkich przedsiębiorstw nastąpiło przy użyciu internetowego narzędzia „4P Projekt”, zamieszczonego w witrynie internetowej [www.konkurencyjność.ae.katowice.pl](http://www.konkurencyjność.ae.katowice.pl).

#### **4. KONKURENCYJNOŚĆ BADANYCH PRZEDSIĘBIORSTW WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO**

Zgodnie z przyjętą definicją nominalną pojęcia „konkurencyjność” oraz definicją operacyjną zawartą w tabeli 2, ustalono konkurencyjność wszystkich badanych przedsiębiorstw. W tabelach 4, 5 i 6 przedstawiono miary statystyczne dla uzyskanych wartości konkurencyjności badanych przedsiębiorstw.

Tabela 4. Miary statystyczne konkurencyjności badanych przedsiębiorstw w roku 2004

		Średnia arytmetyczna	Odchylenie standardowe	Klasyczny współczynnik zmienności	Wartość minimalna	Wartość maksymalna	Rozstęp
Sektory	Agencje reklamowe, marketingowe, PR i badań rynku	2,95	0,39	0,13	2,23	3,66	1,43
	Automatyka i elektronika przemysłowa	2,90	0,36	0,13	2,22	3,77	1,55
	Biura architektoniczne i projektowe	2,82	0,41	0,15	2,27	3,46	1,19
	Biura turystyczne	2,87	0,21	0,07	2,44	3,14	0,70
	Firmy remontowo-budowlane	2,99	0,30	0,10	2,46	3,77	1,31
	Komputery i oprogramowanie	2,99	0,33	0,11	2,57	3,63	1,06
	Nauka języków obcych	3,18	0,34	0,11	2,73	3,66	0,93
	Przemysł ciężki, chemiczny i stalowy	2,97	0,21	0,07	2,62	3,36	0,74
	Sprzedaż nowych samochodów	2,91	0,27	0,09	2,25	3,27	1,02
	Szkolenia i doradztwo	2,90	0,29	0,10	2,27	3,69	1,42

Źródło: Opracowanie własne

Tabela 4. Miary statystyczne konkurencyjności badanych przedsiębiorstw w roku 2005

		Średnia arytmetyczna	Odchylenie standardowe	Klasyczny współczynnik zmienności	Wartość minimalna	Wartość maksymalna	Rozstęp
Sektory	Agencje reklamowe, marketingowe, PR i badań rynku	3,90	0,45	0,12	1,98	4,56	2,58
	Automatyka i elektronika przemysłowa	3,22	0,33	0,10	2,23	3,98	1,75
	Biura architektoniczne i projektowe	2,76	0,39	0,14	2,11	3,45	1,34
	Biura turystyczne	2,83	0,25	0,09	2,37	3,30	0,93
	Firmy remontowo-budowlane	3,56	0,56	0,16	2,99	4,21	1,23
	Komputery i oprogramowanie	3,02	0,29	0,10	2,46	3,55	1,09
	Nauka języków obcych	2,98	0,43	0,14	2,44	3,57	1,13
	Przemysł ciężki, chemiczny i stalowy	2,77	0,22	0,08	2,52	3,71	1,19
	Sprzedaż nowych samochodów	2,88	0,51	0,18	2,09	3,89	1,80
	Szkolenia i doradztwo	3,18	0,39	0,12	2,62	4,11	1,49

Źródło: Opracowanie własne



Tabela 4. Miary statystyczne konkurencyjności badanych przedsiębiorstw w roku 2006

		Średnia arytmetyczna	Odchylenie standardowe	Klasyczny współczynnik zmienności	Wartość minimalna	Wartość maksymalna	Rozstęp
Sektory	Agencje reklamowe, marketingowe, PR i badań rynku	3,11	0,34	0,11	2,01	4,01	2,00
	Automatyka i elektronika przemysłowa	3,11	0,42	0,14	1,91	3,98	2,07
	Biura architektoniczne i projektowe	2,53	0,12	0,05	2,32	2,89	0,57
	Biura turystyczne	2,65	0,22	0,08	2,12	2,96	0,84
	Firmy remontowo-budowlane	3,32	0,39	0,12	2,65	4,13	1,48
	Komputery i oprogramowanie	2,93	0,28	0,10	2,32	3,89	1,57
	Nauka języków obcych	2,69	0,52	0,19	1,87	3,31	1,44
	Przemysł ciężki, chemiczny i stalowy	2,99	0,19	0,06	2,12	3,77	1,65
	Sprzedaż nowych samochodów	2,36	0,23	0,10	1,88	3,30	1,42
	Szkolenia i doradztwo	3,08	0,27	0,09	2,59	3,84	1,25

Źródło: Opracowanie własne

Algorytmy zastosowane w programie obsługującym witrynę [www.konkurencyjnosc.ae.katowice.pl](http://www.konkurencyjnosc.ae.katowice.pl) pozwalają przedstawić konkurencyjność w postaci liczbowej w skali od 1 do 5. Im wartości bliższe 1, tym niższa konkurencyjność,

natomiast im wartości bliższe 5, tym wyższa konkurencyjność badanych przedsiębiorstw. Biorąc pod uwagę średnią konkurencyjność przedsiębiorstw w badanych sektorach gospodarki, najwyższą konkurencyjność w roku 2004 uzyskały firmy z sektora „nauka języków obcych” – 3,18 punkta. W roku następnym przedsiębiorstwa z tego sektora zajmowały już gorszą pozycję, a najbardziej konkurencyjne były agencje reklamowe, marketingowe, PR i badań rynku. W roku 2005 osiągnęły rekordową konkurencyjność na poziomie 3,90 punkta. W roku 2006 najbardziej konkurencyjne okazały się firmy remontowo-budowlane i uzyskały ocenę na poziomie 3,32 punkta.

Z zaprezentowanych danych wynika, że średnia konkurencyjność przedsiębiorstw w poszczególnych sektorach gospodarki była dość zbliżona w danym roku, jednak zmieniała się dość znacznie w ciągu trzech lat. Pomędzy najbardziej konkurencyjnym a najmniej konkurencyjnym sektorem różnica wyniosła w roku 2004 tylko 0,37 punkta, w roku 2005 1,14 punkta, w rok później 0,96. Średnia konkurencyjność wszystkich badanych przedsiębiorstw województwa śląskiego wyniosła w roku 2004 2,93 punkta, w roku 2005 3,11 punkta. W roku 2006 uległa zmniejszeniu do 2,87 punkta. Należy podkreślić, że ocena została przeprowadzona w skali od 1 do 5.

Duże zróżnicowanie wykazują wartości odchylenia standardowego, które jest miarą zmienności badanej cechy. Co ciekawe, najmniejsze zróżnicowanie pod względem konkurencyjności miało miejsce w sektorze „biura turystyczne” – 0,21 w roku 2004. W kolejnych latach zróżnicowanie konkurencyjności badanych przedsiębiorstw było dużo większe. Natomiast najbardziej zróżnicowane pod względem konkurencyjności były przedsiębiorstwa należące do sektorów:

- firmy remontowo-budowlane (rok 2005) – 0,56,
- nauka języków obcych (rok 2006) – 0,52.

Z przedstawionych danych wynika, że w ramach poszczególnych sektorów gospodarki istniało w latach 2004-2006 duże zróżnicowanie przedsiębiorstw po względem konkurencyjności. Konkurencyjność kształtowała się na średnim poziomie i była silnie uzależniona od sektora gospodarki oraz samych przedsiębiorstw, biorących udział w badaniu.

## 5. ZAKOŃCZENIE

Reasumując można uznać, że średnia konkurencyjność wszystkich badanych przedsiębiorstw na poziomie średnio 3 punktów w skali od 1 do 5 w ciągu trzech lat daje podstawy do twierdzenia, że konkurencyjność przedsiębiorstw województwa śląskiego była w 2005 roku dość niska. W badanej grupie znalazły się oczywiście takie firmy, które uzyskały dość wysoką ocenę swojej konkurencyjności jednak większość przedsiębiorstw cechowała się dość niską konkurencyjnością.

Model konkurencyjności oraz metoda badawcza zaprezentowana w niniejszym opracowaniu były podstawą do napisania programu pozwalającego na ocenę „on line” przez Internet konkurencyjności przedsiębiorstwa. W oparciu o witrynę internetową [www.konkurencyjność.ae.katowice.pl](http://www.konkurencyjność.ae.katowice.pl) obecnie prowadzone są badania konkurencyjności przedsiębiorstw w roku 2007.

## 6. LITERATURA

- [1] Gorynia M., *Luka konkurencyjna na poziomie przedsiębiorstwa a przystąpienie Polski do Unii Europejskiej*, AW Poznań 2002
- [2] Stankiewicz M. J., *Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji*. Wydawnictwo „Dom Organizatora”, Toruń 2002
- [3] Urbanowska-Sojkin E., Banaszyk P., Witczak H., *Zarządzanie strategiczne przedsiębiorstwem*, PWE, Warszawa 2004
- [4] Urbanowska-Sojkin E., *Zarządzanie przedsiębiorstwem*, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań 1999

## COMPETITIVENESS OF COMPANIES IN SILESIAN REGION IN A PERIOD 2004-2006. RESEARCH RAPORT

The aim of the paper is to present a model of competitiveness and results of research in Silesian region in a period 2004-2006. In the research took part over that a hundred companies every year. They gave data about their activities and pointed features for ideal company in their sectors of economy. The research was done in order to a program included in web site [www.konkurencyjnosc.ae.katowice.pl](http://www.konkurencyjnosc.ae.katowice.pl).