

ZOFIA PRZYBYSZ, MAGDALENA DOPIERALSKA
Politechnika Łódzka

ANALIZA POZIOMU I DETERMINANT KONKURENCYJNOŚCI MŚP W REGIONIE SIERADZKIM

Opiniodawca: **prof. dr hab. Marek Lisiński**

Na konkurencyjność przedsiębiorstw wpływa wiele czynników (np. ceny produktów i usług, jakość produktów i usług, trwałe relacje z klientami, innowacyjny charakter wyrobu/usługi) W artykule przedstawiono analizę wyników badań empirycznych dotyczących konkurencyjności MŚP z regionu sieradzkiego.

1. Wstęp

Z pojęciem konkurencyjności spotykamy się w literaturze w przypadku przedsiębiorstw, regionów lub całych gospodarek.

Konkurencyjność przedsiębiorstw to zdolność do funkcjonowania w danej branży w warunkach gospodarki rynkowej. Na konkurencyjność przedsiębiorstwa wpływa wiele czynników, między innymi: ceny produktów i usług, jakość produktów/usług, lokalizacja firmy, jakość obsługi klientów, trwałe relacje z klientami, innowacyjny charakter wyrobu/usługi, nowoczesne metody zarządzania firmą, poziom wiedzy i umiejętności pracowników.

Celem opracowania jest analiza i ocena konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw w regionie sieradzkim.

Do realizacji przedstawionego powyżej celu wykorzystane zostały informacje pochodzące z badania ankietowego.

W artykule przedstawione zostaną wyniki badań empirycznych dotyczących wpływu integracji Polski z Unią Europejską na działalność MŚP z regionu sieradzkiego, inwestycji i ich struktury, aktualnej pozycji konkurencyjnej, prognozy zmian konkurencyjności, czynników wpływających na konkurencyjność dotychczas i w najbliższych latach.

2. Konkurencyjność przedsiębiorstwa i jej determinanty

W teorii i praktyce termin konkurencyjność jest stosowany w odniesieniu do państwa (skala makro), sektorów, branży, gałęzi (skala mezo), grupy krajów, makroregionów (skala mega) lub towarów bądź usług (skala mikro).¹

W dobie globalizacji konkurencyjność stała się niezbędnym warunkiem rozwoju i przetrwania przedsiębiorstw. Konkurencyjność może być rozumiana jako system procesów, działań i stanów, poprzez które przedsiębiorstwo dąży do osiągnięcia trwałej przewagi nad konkurentami.² M.J. Stankiewicz pojmuje ją jako zdolność przedsiębiorstwa do efektywnego realizowania celów w warunkach rywalizacji z innymi uczestnikami rynku.³ Z kolei S. Flejterski definiuje konkurencyjność jako długofalową zdolność do projektowania, wytwarzania i sprzedawania produktów, których ceny, jakość oraz inne walory są bardziej atrakcyjne od odpowiednich cech wyrobów oferowanych przez konkurentów zarówno krajowych, jak i zagranicznych.⁴ Konkurencyjność przedsiębiorstwa można zdefiniować jako zdolność przedsiębiorstwa do funkcjonowania w danej branży w warunkach gospodarki rynkowej.⁵ Im większa konkurencyjność przedsiębiorstwa, tym jego pozycja na rynku jest pewniejsza.

Ważną kwestią jest dualny charakter pojęcia konkurencyjności przedsiębiorstwa, a więc konkurencyjność *ex ante* i *ex post*. Konkurencyjność *ex ante* „jest to przyszła (prospektywna) pozycja konkurencyjna. Jest ona określana przez relatywną (czyli odniesioną do umiejętności rywali) zdolność przedsiębiorstwa do konkurowania w przyszłości, czyli przez jego potencjał konkurencyjny”.⁶ Natomiast konkurencyjność *ex post* to „obecna pozycja konkurencyjna”.⁷

Czynniki kształtujące konkurencyjność przedsiębiorstwa można podzielić zgodnie z następującymi kryteriami:⁸

1) charakter rynkowości:

- a) czynniki konkurencyjności o charakterze rynkowym,
- b) czynniki konkurencyjności o charakterze pozarynkowym,

¹ T. Biernat (red), *Przedsiębiorstwo i państwa – wybrane problemy konkurencyjności*, Wydawnictwo PRINT GROUP, Szczecin 2007, s. 8.

² J. Bogdaniecka (red), *Firma w otoczeniu globalnym*, Wydawnictwo „Dom Organizatora”, Toruń 2006, s. 17.

³ M.J. Stankiewicz, Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji, TNOiK „Dom Organizatora”, Toruń 2005, s. 36.

⁴ W. Świtalski, *Innowacje i konkurencyjność*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2005, s.166.

⁵ M. Noga M.K. Stawicka (red), *Co decyduje o konkurencyjności polskiej gospodarki*, CeDeWu Sp. Z o.o, Warszawa 2008, s. 14.

⁶ M. Gorynia, Luka konkurencyjna w przedsiębiorstwie a przystąpienie Polski do Unii Europejskiej, *Gospodarka Planowa*, nr 10, 2000, s. 49.

⁷ Tamże.

⁸ H.G. Adamkiewicz-Drwiłło, *Uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstwa*, PWN, Warszawa 2002, s. 130.

2) charakter podejmowanych decyzji:

- a) czynniki konkurencyjności o charakterze zewnętrznym,
- b) czynniki konkurencyjności o charakterze wewnętrznym.

Przyjęcie **kryterium charakteru rynkowego** czynników kształtujących konkurencyjność przedsiębiorstwa pozwala wyodrębnić **determinanty rynkowe**, do których można zaliczyć:

- 1) wielkość oferty rynkowej, a więc ilość towarów lub/i usług oferowanych na rynku,
- 2) ceny towarów lub/i usług,
- 3) jakość towarów lub/i usług,
- 4) warunki sprzedaży.

Powyższy katalog determinantów rynkowych, konkurencyjności przedsiębiorstw uzupełnia Z. Pierścionek o takie czynniki, jak:⁹

- 1) funkcje oferowanego towaru lub/i usługi,
- 2) nowość produktu,
- 3) stopień wyróżnienia się produktu i firmy na tle ofert konkurentów,
- 4) możliwość wpływu odbiorcy na produkt, formy dostawy i płatności,
- 5) czas realizacji transakcji, dostawy,
- 6) intensywność i jakość promocji,
- 7) dostępność towaru,
- 8) zakres, jakość i koszty serwisu, zakres i jakość gwarancji,
- 9) skala obecności na danym rynku geograficznym
- 10) wielkość przedsiębiorstwa i perspektywy rozwoju.

Poziom konkurencyjności przedsiębiorstwa jest uwarunkowany także **czynnikami pozarynkowymi**. Wśród determinantów pozarynkowych na uwagę zasługuje postęp techniczny, który jest jednym z najważniejszych czynników kształtujących zachowanie przedsiębiorstwa.

Zgodnie z drugim **kryterium dotyczącym charakteru podejmowanych decyzji** na konkurencyjność przedsiębiorstw mają wpływ uwarunkowania zewnętrzne odnoszące się do otoczenia badanego przedsiębiorstwa oraz uwarunkowania wewnętrzne związane bezpośrednio z przedsiębiorstwem.¹⁰

Uwarunkowania zewnętrzne konkurencyjności są określone przez uprawnienia wynikające ze stosowania różnego rodzaju norm (technicznych, ekologicznych, prawnych), zgodnie z którymi przedsiębiorstwo musi prowadzić swoją działalność.

Zbiór czynników konkurencyjności przedsiębiorstwa o charakterze wewnętrznym stanowią charakter własności przedsiębiorstwa, jego wewnętrzny system organizacji i zarządzania, ściśle związany z systemem zarządzania kadrami,

⁹ Z. Pierścionek, *Rynkowe determinanty konkurencyjności przedsiębiorstw*, Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa, nr 4, 2005, s. 3-4; Z. Pierścionek, *Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa*, PWN, Warszawa 2006, s. 169.

¹⁰ H.G. Adamkiewicz-Drwiło *Uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstwa*, PWN, Warszawa 2002, s. 148.

podejmowane decyzje produkcyjne oraz skuteczność stosowanych metod promocji przedsiębiorstwa.

3. Stan i struktura sektora MŚP w regionie sieradzkim w 2008 roku

W regionie sieradzkim według stanu na koniec 2008 roku działało 4848 podmiotów gospodarczych, z czego 88,33% funkcjonowało na terenie miasta Sieradza (tabela 1).

Tabela 1. Liczba i struktura przedsiębiorstw w regionie sieradzkim w 2008 roku

Wyszczególnienie	Ogółem	Mikro- przedsię- biorstwa	Małe przedsię- biorstwa	Średnie przedsię- biorstwa	Duże przedsię- biorstwa
REGION SIERADZKI					
Liczba	4 848	4 508	269	34	37
Struktura (w %)	100,00	92,99	5,55	0,70	0,76
MIASTO SIERADZ					
Liczba	4282	3975	242	32	33
Struktura (w %)	88,33	81,99	4,99	0,66	0,68
GMINA SIERADZ					
Liczba	566	533	27	2	4
Struktura (w %)	11,67	10,99	0,56	0,0	0,08

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z Urzędu Statystycznego w Łodzi- Wydział Udostępniania Informacji INFORMATORIUM.

Małe i średnie przedsiębiorstwa stanowiły w 2008 roku 99,24% ogólnej liczby przedsiębiorstw działających w regionie sieradzkim, z czego aż 92,99% to mikroprzedsiębiorstwa, 5,55% to przedsiębiorstwa małe, a 0,70% to przedsiębiorstwa średnie.

Struktura branżowa przedsiębiorstw w regionie sieradzkim jest zdominowana przez firmy zajmujące się handlem i naprawami, stanowią one 32,32% ogólnej liczby przedsiębiorstw funkcjonujących w 2008 roku (tabela 2). Kolejne pozycje zajmują przedsiębiorstwa z sekcji: obsługa nieruchomości, wynajem, nauka (14,46%), przetwórstwo przemysłowe (11,65%), budownictwo (10,29%) i pozostała działalność usługowa, komunalna, społeczna i indywidualna (8,75%). Najmniejszą liczbę przedsiębiorstw odnotowano w sekcji: wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz i wodę.

We wszystkich sekcjach gospodarki regionu sieradzkiego dominują mikroprzedsiębiorstwa. Ich udział w sektorze przedsiębiorstw nie spada poniżej 50%.

Tabela 2. Udział mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw w ogólnej liczbie przedsiębiorstw regionu sieradzkiego wg rodzaju prowadzonej działalności w 2008 roku

Seksja gospodarki	Udział przedsiębiorstw danej sekcji w ogólnej liczbie przedsiębiorstw (%)	Udział mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw w ogólnej liczbie przedsiębiorstw danej sekcji (%)		
		Mikro-przedsiębiorstwa	Małe przedsiębiorstwa	Średnie przedsiębiorstwa
Górnictwo i kopalnictwo	0,17	62,50	20,00	0,00
Przetwórstwo przemysłowe	11,65	84,42	13,84	16,67
Wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz i wodę	0,08	50,00	0,00	0,00
Budownictwo	10,29	92,18	6,74	19,35
Handel hurtowy i detaliczny; naprawy	32,32	95,92	4,06	1,64
Hotele i restauracje	2,37	93,04	7,48	0,00
Transport, gospodarka magazynowa i łączność	5,63	96,70	2,65	28,57
Pośrednictwo finansowe	3,86	98,93	1,08	0,00
Obsługa nieruchomości, wynajem, nauka	14,46	96,86	2,95	5,00
Administracja publiczna i obrona narodowa	0,99	68,75	15,15	60,00
Edukacja	2,87	64,03	42,70	13,16
Ochrona zdrowia i opieka społeczna	6,56	93,71	4,70	35,71
Pozostała działalność usługowa, komunalna, społeczna i indywidualna	8,75	95,75	3,94	0,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z Urzędu Statystycznego w Łodzi - Wydział Udostępniania Informacji INFORMATORIUM.

4. Metodyka badań oraz charakterystyka badanej zbiorowości

W okresie od 10 stycznia do 15 marca 2008 roku przeprowadzono badania na temat konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw. Jako obszar przestrzenny badań wyznaczony został region sieradzki, obejmujący miasto i gminę Sieradz.

Badanie zrealizowano przy wykorzystaniu metody ankiety bezpośredniej na reprezentatywnej próbie 30 małych i średnich przedsiębiorstw. Respondentami były przede wszystkim osoby zarządzające firmami (70%), a więc właściciele i kierownicy, ale także pracownicy firm (30%).

Tabela 3. Charakterystyka respondentów

Wypełniający ankietę	Liczba wskazań	Struktura (w %)
Właściciel/kierownik firmy	21	70
Pracownik firmy	9	30
Inne	0	0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Spśród badanych podmiotów 70% stanowiły przedsiębiorstwa będące własnością mężczyzn, zaś 30% firmy zarządzane przez kobiety (tabela 4).

Tabela 4. Charakterystyka badanej zbiorowości

Wyszczególnienie	Liczba wskazań	Struktura (w %)
Płeć właściciela		
Kobieta	10	33
Mężczyzna	20	67
Wiek właściciela		
Do 25 lat	1	3
Od 26-30 lat	4	13
Od 31-40 lat	8	27
Od 41-50 lat	7	23
Powyżej 50 lat	10	33
Wykształcenie właściciela		
Podstawowe	0	0
Zawodowe	3	10
Średnie	11	37
Wyższe	16	53
Lokalizacja przedsiębiorstwa		
Wieś	3	10
Miejscowość w bliskiej okolicy wielkiego miasta	8	27
Miasto do 50 tys. mieszkańców	19	63
Miasto 50-100 tys. mieszkańców	0	0
Miasto pow. 100 tys. mieszkańców	0	0
Profil działalności przedsiębiorstwa		
Produkcyjna	4	13
Handlowa	8	27
Usługowa	3	10
Mieszana:	15	50

Produkcyjno-handlowa	5	17
Produkcyjno-usługowa	2	7
Handlowo-usługowa	6	20
Produkcyjno-handlowo-usługowa	2	7
Forma organizacyjno-prawna przedsiębiorstwa		
Spółka akcyjna	0	0
Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	5	17
Spółka komandytowo-akcyjna	1	3
Spółka komandytowa	1	3
Spółka partnerska	0	0
Spółka jawna	4	13
Spółka cywilna	2	7
Osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą na podstawie wpisu do rejestru działalności	17	57
Inna	0	0
Wielkość zatrudnienia		
0 osób	6	20
1-9 osób	16	53
10-49 osób	5	17
50-249 osób	3	10
Staż działalności przedsiębiorstwa		
Do 1 roku	2	7
Powyżej 1 roku do 5 lat	4	13
Powyżej 5 lat do 10 lat	8	27
Dłużej niż 10 lat	16	53
Sposób powstania przedsiębiorstwa		
„Od podstaw” jako przedsiębiorstwo prywatne	27	90
Poprzez przekształcenie spółki osobowej w inną spółkę prawa handlowego	2	7
Poprzez podział innego przedsiębiorstwa	0	0
Poprzez fuzję przedsiębiorstw	0	0
Poprzez prywatyzację przedsiębiorstwa państwowego	1	3
Inny	0	0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Duża liczba badanych firm to własność osób powyżej 50 roku życia (10 wskazań, tj. 33%). Mniejszą grupę stanowią firmy zarządzane przez osoby w przedziale wiekowym od 31-40 lat (8 podmiotów, tj. 27%) oraz od 41-50 lat (7 wskazań, tj. 23%). Najmniej licznie reprezentowane są firmy mające właścicieli do 25 roku życia (1 podmiot, tj. 3%).

Biorąc pod uwagę wykształcenie właścicieli małych i średnich przedsiębiorstw, należy stwierdzić, że zdecydowana większość firm jest własnością osób mających wykształcenie wyższe.

Z grupy badanych przedsiębiorstw 19 jednostek (63%) prowadzi działalność gospodarczą na terenie miasta do 50 tys. mieszkańców, zaś w bliskiej okolicy wielkiego miasta funkcjonuje 8 firm (27%). Na terenach wiejskich regionu sieradzkiego działają tylko 3 podmioty stanowiące 10% badanej zbiorowości.

Firmy biorące udział w badaniu reprezentowały różne formy działalności – od czysto produkcyjnej poprzez usługową, handlową i mieszaną, łączącą wszystkie te typy. Najliczniejszą grupę w badaniu stanowią przedsiębiorcy prowadzący mieszaną działalność (15 firm). Jest to działalność:

- 1) Produkcyjno-handlowa – (5 firm),
- 2) Produkcyjno-usługowa – (2 firmy),
- 3) Handlowo-usługowa – (6 firm),
- 4) Produkcyjno-handlowo-usługowa – (2 firmy).

Wysoką popularność mieszanych form działalności można wytłumaczyć specyfiką sektora MŚP, w którym przede wszystkim małe podmioty często dywersyfikują sferę swoich zainteresowań biznesowych oraz dopasowują profil działania do ciągle zmieniającej się sytuacji na rynku. Firmy te są o wiele bardziej elastyczne niż duże przedsiębiorstwa, zarówno w sferze zmiany profilu działalności, jak i wprowadzania nowych usług.¹¹

Najczęściej występującą formą prawną badanych przedsiębiorstw była osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej (57%). W badaniu udział wzięło 5 spółek z ograniczoną odpowiedzialnością (17%) oraz 4 przedsiębiorstwa działające jako spółki jawne (13%). Spółki cywilne to jedynie 7% ogółu badanych. Wśród analizowanych firm jest także jedna spółka komandytowo-akcyjna oraz komandytowa. Stanowią one razem 6% badanej zbiorowości.

Zdecydowana większość badanych przedsiębiorstw to mikroprzedsiębiorstwa, spełniające definicję z ustawy z 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz.U. 174). Stanowią one 73% analizowanych podmiotów.

Badane podmioty mają różny staż działania na rynku. Najwięcej spośród badanych firm, bo aż 53%, prowadzi działalność gospodarczą dłużej niż 10 lat. Taka długa obecność na rynku może oznaczać, iż firmy te potrafiły już od momentu powstania wypracować i utrzymać wyższy poziom konkurencyjności w porównaniu z innymi firmami działającymi na rynku. Mniejszą grupę, liczącą 8 firm (27%), stanowią podmioty działające na rynku od 5 do 10 lat. Najmniej licznie reprezentowane są przedsiębiorstwa działające na rynku nie dłużej niż 1 rok. Stanowią one zaledwie 7% badanej zbiorowości.

Interesujący jest nie tylko staż działania, ale także okoliczności powstania badanych firm. Aż 90% zakładów zostało założone od podstaw jako przedsiębiorstwa prywatne. Poprzez przekształcenie spółki osobowej w inną spółkę prawa handlowego powstały 2 badane spółki. Dzięki prywatyzacji przedsiębiorstwa państwowego powstało tylko jedno przedsiębiorstwo. Większość badanych firm musiała zatem wypracować od podstaw przewagę konkurencyjną nad innymi firmami działającymi na rynku, zgodnie z naturalnym rytmem rozwoju biznesu. Tylko nieliczni (10%) mogli odziedziczyć od firm-matek określone schematy postępowania podczas budowy czy utrzymania konkurencyjności przedsiębiorstwa.

¹¹ H. Król, Zarządzanie kapitałem ludzkim a konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw, Wydawnictwo Key Text, Warszawa 2007, s. 14.

5. Wpływ integracji na działalność MŚP

Wpływ integracji Polski z Unią Europejską na działalność MŚP z regionu sieradzkiego przedstawiono w tabeli 5.

Tabela 5. Wpływ integracji Polski z Unią Europejską na działalność MŚP z regionu sieradzkiego

Obszary działań	Wzrost	Spadek	Bez zmian	Trudno powiedzieć	Nie dotyczy
Liczba wskazań					
Certyfikaty	6	0	6	4	14
Ceny materiałów	14	1	6	5	4
Zatrudnienie	7	2	12	3	6
Dostęp do funduszy	4	1	8	5	12
Inwestycje	8	2	14	1	5
Wynik finansowy	4	1	15	5	5
Przychody ze sprzedaży	5	3	15	3	3
Zadłużenie	1	1	13	4	11
Udział w rynku	9	1	16	3	1
Liczba konkurentów	1	4	17	7	1
Popyt na rynku polskim	3	1	3	7	16
Popyt na rynku UE	0	13	11	1	6
Udział wskazań (%)					
Certyfikaty	20,00	0,00	20,00	13,33	46,67
Ceny materiałów	46,67	3,33	20,00	16,67	13,33
Zatrudnienie	23,33	6,67	40,00	10,00	20,00
Dostęp do funduszy	13,33	3,33	26,67	16,67	40,00
Inwestycje	26,67	6,67	46,67	3,33	16,67
Wynik finansowy	13,33	3,33	50,00	16,67	16,67
Przychody ze sprzedaży	16,67	10,00	50,00	10,00	10,00
Zadłużenie	3,33	3,33	43,33	13,33	36,67
Udział w rynku	13,33	0,00	66,67	13,33	6,67
Liczba konkurentów	30,00	3,33	53,33	10,00	3,33
Popyt na rynku polskim	3,33	13,33	56,67	23,33	3,33
Popyt na rynku UE	10,00	3,33	10,00	23,33	53,33

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Z perspektywy 2009 roku mali i średni przedsiębiorcy ocenili pozytywnie realizację wszelkich oczekiwań związanych z integracją Polski z Unią Europejską.

Saldo zmian wszystkich najważniejszych w działalności firm parametrów jest dodatnie, ponieważ w kontekście wysokiego ryzyka, jakie przypisane było wejściu Polski do Unii Europejskiej, uważany jest wzrost bądź brak zmian w udziale w rynku (80,00%), przychodach (66,67%), zyskach (63,33%) czy

dostępie do kapitału (40,00%), który należy odczytywać pozytywnie, szczególnie dlatego, że 46,67% respondentów oceniło, iż stało się to przy wzroście cen materiałów, zaś 30% MŚP twierdziło, że osiągnięto to pomimo wzrostu liczby konkurentów, natomiast 13,33% przedsiębiorców wskazało dodatkowo, że nastąpiło to pomimo spadku popytu na rynku krajowym. Świadczy to o dużym potencjale konkurencyjnym przedsiębiorstw działających na rynku polskim, a także o ich wysokich zdolnościach adaptowania do ciągle zmieniających się warunków gospodarowania.

6. Inwestycje MŚP w latach 2006-2008

Małe i średnie przedsiębiorstwa stanowią filar gospodarek krajów członkowskich Unii Europejskiej. To one w największym stopniu przyczyniają się do wzrostu gospodarczego oraz zachowania konkurencji. Rola tych podmiotów jest ważna ze względu na to, iż około 50% wszystkich inwestycji pochodzi właśnie z sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Od trafności podejmowanych decyzji inwestycyjnych zależy przyszła pozycja firmy na rynku, a więc jej konkurencyjność, innowacyjność oraz zdolność do generowania zysku.

Tabela 6. Inwestycje MŚP z regionu sieradzkiego w latach 2006-2008

Inwestycje MŚP	Liczba wskazań	Udział wskazań (%)
Firma powstała w 2009 roku	0	0,00
Nie podjęto ani nie kontynuowano inwestycji	13	43,33
Kontynuowano działania z lat poprzednich i	11	36,67
Kontynuowano inwestycje z lat poprzednich	1	3,33
Rozpoczęto działania o charakterze inwestycyjnym	6	20,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Z przeprowadzonych badań wynika, iż w latach 2006-2008 blisko 57% MŚP z regionu sieradzkiego prowadziło działania o charakterze inwestycyjnym, przy czym około 37% przedsiębiorstw kontynuowało działania z lat poprzednich i dodatkowo rozpoczęło nowe, 20% rozpoczęło działania o charakterze inwestycyjnym, 3% kontynuowało inwestycje z lat poprzednich. Firmy powstałe w 2009 roku nie inwestowały.

Przyczyną podejmowania działań inwestycyjnych był wzrost świadomości przedsiębiorców, że bez inwestowania w nowe technologie, produkty czy usługi nie zdołają wypracować takiego potencjału konkurencyjności, który zapewniłby im sukces na rynku krajowym i międzynarodowym.

Rodzaje inwestycji MŚP z regionu sieradzkiego w latach 2006-2008 przedstawiono w tabeli 7. Wynika z niej, że badane jednostki najczęściej inwestowały w poprawę jakości dóbr i usług. W 2006 roku 23,33% respondentów wskazało na

taki kierunek inwestowania. W roku 2008 odsetek ten wzrósł do 26,67%. Kolejne pozycje zajmowały inwestycje polegające na: wprowadzaniu nowych produktów/usług, zakupie maszyn i urządzeń, informatyzacji firmy oraz rozwoju sieci sprzedaży.

Tabela 7. Rodzaje inwestycji MŚP z regionu sieradzkiego w latach 2006-2008

Wyszczególnienie	2006	2007	2008
	Liczba wskazań		
Informatyzacja firmy	2	4	7
Rozwój sieci sprzedaży	2	5	7
Budowa/zakup budynków, budowli	2	0	0
Poprawa jakości oferowanych dóbr/usług	7	7	8
Modernizacja środków transportu	2	0	0
Zakup maszyn, urządzeń	3	8	5
Wprowadzenie nowych produktów i usług	4	5	8
Działania na rzecz ochrony środowiska	3	2	2
Wprowadzenie/modernizacja systemu zarządzania	0	0	3
Badania i rozwój	0	0	0
Zakup gruntów	0	0	0
Zmniejszenie kosztów prowadzenia działalności gospodarczej	0	2	3
Szkolenie pracowników	2	4	2
Modernizacja infrastruktury biurowej	0	0	3
Inne	0	1	2
	Udział wskazań (%)		
Informatyzacja firmy	6,67	13,33	23,33
Rozwój sieci sprzedaży	6,67	16,67	23,33
Budowa/zakup budynków, budowli	6,67	0,00	0,00
Poprawa jakości oferowanych dóbr/usług	23,33	23,33	26,67
Modernizacja środków transportu	6,67%	0,00	0,00
Zakup maszyn, urządzeń	10,00	26,67	16,67
Wprowadzenie nowych produktów i usług	13,33	16,67	26,67
Działania na rzecz ochrony środowiska	10,00	6,67	6,67
Wprowadzenie/modernizacja systemu zarządzania	0,00	0,00	10,00
Badania i rozwój	0,00	0,00	0,00
Zakup gruntów	0,00	0,00	0,00
Zmniejszenie kosztów prowadzenia działalności gospodarczej	0,00	6,67	10,00
Szkolenie pracowników	6,67	13,33	6,67
Modernizacja infrastruktury biurowej	0,00	0,00	10,00
Inne	0,00	3,33	6,67

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Dane te potwierdzają, że większa część firm z sektora MŚP spodziewa się zmian na rynku i dlatego chce dobrze się na nie przygotować. Rosnąca konkurencja wymusza poszukiwanie coraz to nowszych pomysłów i usprawnień w prowadzeniu biznesu. Wytwarzanie nowych produktów i ciągła poprawa ich jakości pozwala na zaspokojenie coraz bardziej różnorodnych i szczegółowych oczekiwań klientów tych firm. Dlatego właśnie mali i średni przedsiębiorcy decydują się na inwestycje w nowoczesne technologie oraz informatyzację firmy.

W 2008 roku MŚP zaczynają wprowadzać i stosować nowoczesne systemy zarządzania postrzegając je jako potencjalne zwiększenie efektywności działań w przedsiębiorstwie. Widząc strategiczne znaczenie tych systemów oraz technik informatycznych, sierzadcy przedsiębiorcy starają się je wykorzystać w pełni jako narzędzie walki konkurencyjnej.

Najmniejszy udział w strukturze inwestycji ogółem wynoszący blisko 7% w 2006 roku stanowiły inwestycje w budynki i budowle oraz w modernizację środków transportu. Żadna z badanych firm nie zainwestowała w analizowanym okresie w badania i rozwój oraz zakup gruntów.

Więszemu odsetkowi małych i średnich przedsiębiorstw towarzyszy ciągle duża (43,33% MŚP) liczba firm, które w ogóle nie inwestowały w latach 2006-2008. Najczęstszą przyczyną niepodejmowania nowych inwestycji przez małe podmioty gospodarcze, wskazaną przez średnio 50% respondentów, jest brak kapitałów własnych na inwestycje (tabela 8). Blisko co trzeci pytany wskazał na wysokie koszty pozyskiwania składników majątkowych oraz trudności w pozyskiwaniu kredytów bankowych. Co czwarty przedsiębiorca podkreślał zbyt dużą niestabilność warunków gospodarowania oraz brak rozwiązań podatkowych stymulujących inwestycje.

Przedsiębiorcy upatrywali bariery inwestycyjne także w dostępie do funduszy unijnych. Wiele mniejszych i średnich firm liczyło na większe możliwości finansowania, jednak rozbudowana biurokracja rozmyła ich nadzieje. Z powodu licznej dokumentacji, jaką przedsiębiorcy zobowiązani są sami wypełnić i dostarczyć do określonych instytucji, większość z zainteresowanych rezygnuje z dotacji już na samym wstępie.

Istotnym ograniczeniem działalności inwestycyjnej wskazanym przez średnio 17% ankietowanych jest także brak popytu na rynku. Z pewnością jest to związane z obecną sytuacją gospodarczą – kryzysem, który znalazł odzwierciedlenie przede wszystkim we wzroście bezrobocia oraz w spadku realnych dochodów ludności.

Znacznie mniej dokuczliwymi dla MŚP problemami są: zbyt wysokie ryzyko polityczne, długotrwałe procesy pozyskiwania pozwoleń inwestycyjnych oraz brak strategii rozwoju.

Tabela 8. Bariery utrudniające inwestycje MŚP z regionu sieradzkiego w latach 2006-2008

Wyszczególnienie	2006	2007	2008
	Liczba wskazań		
Brak rozwiązań podatkowych stymulujących	7	4	5
Brak kapitałów własnych na inwestycje	10	18	16
Wysokie koszty pozyskiwania składników	4	11	11
Trudności w pozyskaniu kredytów bankowych	8	7	8
Długotrwałe procedury pozyskania pozwoleń	0	0	2
Utrudniony dostęp do funduszy unijnych	4	7	4
Brak strategii rozwoju	0	0	4
Brak popytu na rynku	3	5	4
Oczekiwania na poprawę koniunktury gospodarczej	0	4	4
Zbyt duża niestabilność warunków	7	5	10
Zbyt wysokie ryzyko polityczne	0	2	0
Inne	0	0	0
Udział wskazań (%)			
Brak rozwiązań podatkowych stymulujących	23,33	13,33	16,67
Brak kapitałów własnych na inwestycje	33,33	60,00	53,33
Wysokie koszty pozyskiwania składników	13,33	36,67	36,67
Trudności w pozyskaniu kredytów bankowych	26,67	23,33	26,67
Długotrwałe procedury pozyskania pozwoleń	0,00	0,00	6,67
Utrudniony dostęp do funduszy unijnych	13,33	23,33	13,33
Brak strategii rozwoju	0,00	0,00	13,33
Brak popytu na rynku	10,00	16,67	13,33
Oczekiwania na poprawę koniunktury gospodarczej	0,00	13,33	13,33
Zbyt duża niestabilność warunków	23,33	16,67	33,33
Zbyt wysokie ryzyko polityczne	0,00	6,67	0,00
Inne	0,00	0,00	0,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

7. Analiza czynników wpływających na poziom konkurencyjności MŚP w regionie sieradzkim

7.1. Siła konkurencyjna sektora MŚP

Aktualną pozycję konkurencyjną na rynku krajowym małych i średnich przedsiębiorstw z regionu sieradzkiego prezentuje tabela 9.

Tabela 9. Ocena konkurencyjności MŚP z regionu sieradzkiego na rynku krajowym

Wyszczególnienie	Liczba wskazań	Udział wskazań (%)
Bardzo silna	11	36,67
Raczej silna	11	36,67
Raczej słaba	8	26,67
Bardzo słaba	0	0,00
Brak konkurencji w branży	0	0,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Badane firmy są konkurencyjne w swojej branży i w większości przypadków oceniają swą konkurencyjność wysoko. Firmy o bardzo silnej lub raczej silnej pozycji konkurencyjnej w sumie stanowiły ponad 73% zbiorowości (22 podmioty). Tylko w 8 przypadkach (ok. 27%) przedsiębiorcy ocenili konkurencyjność swoich firm jako raczej słabą, ale nie odnotowano żadnego przypadku o bardzo słabej konkurencyjności.

Tendencje zmian w konkurencyjności małych jednostek gospodarczych z regionu sieradzkiego przedstawia tabela 10.

Tabela 10. Dynamika zmian konkurencyjności MŚP z regionu sieradzkiego

Wyszczególnienie	Liczba wskazań	Udział wskazań (%)
Nastąpił wzrost konkurencyjności firmy	17	56,67
Poziom konkurencyjności firmy nie uległ	5	16,67
Nastąpił spadek konkurencyjności firmy	6	20,00
Trudno powiedzieć	2	6,67

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Z analizy danych zawartych w tabeli 10 wynika, iż wyraźnie przeważa grupa odpowiedzi wskazujących na wzrost konkurencyjności sieradzkich przedsiębiorstw. Stanowią one 56,67% ogółu i jest to prawie trzykrotnie więcej w porównaniu z firmami, które charakteryzuje spadek konkurencyjności. U 20% (6 podmiotów) całej badanej zbiorowości odnotowano brak zmian w poziomie konkurencyjności. Jedynie w dwóch przypadkach (ok. 7%) padła odpowiedź „trudno powiedzieć”.

Przewidywania dotyczące kształtowania się konkurencyjności MŚP z regionu sieradzkiego przedstawia tabela 11.

Tabela 11. Prognoza zmian konkurencyjności MŚP z regionu sieradzkiego

Wyszczególnienie	Liczba wskazań	Udział wskazań (%)
Konkurencyjność firmy wzrośnie	8	26,67
Konkurencyjność firmy nie uległ zmianie	10	33,33
Konkurencyjności firmy zmaleje	4	13,33
Trudno powiedzieć	8	26,67

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

W 10 przypadkach (33,33%) przedsiębiorcy przewidzieli, że konkurencyjność ich firm nie ulegnie zmianie, w 8 przypadkach (26,67%) sądzili, iż konkurencyjność wzrośnie, zaś tylko w 4 firmach badani ocenili, iż konkurencyjność ich przedsiębiorstw ulegnie zmniejszeniu. W tym przypadku liczba podmiotów, które udzieliły odpowiedzi „trudno powiedzieć”, niepozwalających na ustalenie przyszłej sytuacji ich firm, wzrosła do 8 (26,67%).

7.2. Czynniki budujące pozycję konkurencyjną MŚP na rynku

Małe i średnie przedsiębiorstwa działające w regionie sieradzkim wykorzystują wiele czynników do budowania swojej pozycji konkurencyjnej na rynku (tabela 12).

Z tabeli 12 wynika, iż dominującymi czynnikami wpływającymi na poziom konkurencyjności firm z regionu sieradzkiego są: jakość obsługi klienta oraz trwałe relacje z klientami. Aż 90% MŚP wskazało, że elementy te mają korzystny wpływ na tworzenie potencjału konkurencyjnego, natomiast 3,33%, że niekorzystny.

Taka sytuacja potwierdza wysoką świadomość przedsiębiorców, że jakość obsługi i związana z nią sprawna komunikacja z klientem pozwala nie tylko na optymalizację użyteczności dla klienta, ale daje również możliwość skuteczniejszego wyróżnienia się firm wśród konkurentów. Wysoka jakość obsługi prowadzi do zadowolenia klienta, a następnie do budowania trwałych relacji pomiędzy firmą a klientem.

Badane firmy inwestują w tworzenie puli lojalnych klientów, bowiem opłaca im się to na dwa sposoby. Po pierwsze, lojalny klient nie odchodzi do konkurencji, a do tego kupuje więcej i częściej, więc nie trzeba go zastępować innym klientem. Budżet poświęcony na relacje z klientami może więc być przeznaczony na rozszerzanie bazy klientów, a nie na kompensowanie utraconych klientów. Po drugie, lojalny klient rekomenduje firmę i jej produkty innym. Sugestia przyjaciela lub partnera w biznesie, oparta o jego osobiste doświadczenie, stanowi bardziej wiarygodne źródło informacji niż reklama prasowa, radiowa, telewizyjna lub firmowa broszura.

Bardzo ważnym elementem wpływającym w 86,67% wskazań niekorzystnie i tylko w 3,33% korzystnie na konkurencyjność badanych przedsiębiorstw są obciążenia podatkowe i fiskalne. Można z tego wywnioskować, iż polskie realia nie stwarzają dogodnych warunków do działalności i rozwoju małych podmiotów gospodarczych. Zbyt wysokie opłaty ograniczają ich inwestycje, przyczyniają się do cięć zatrudnienia oraz uniemożliwiają wejście na nowe rynki zbytu.

27 na 30 ankietowanych wskazało, że na tworzenie potencjału konkurencyjnego znaczny wpływ ma lokalizacja przedsiębiorstwa, przy czym aż 60% przyznało, że czynnik ten wpływa korzystnie na sytuację ich firmy. Może to mieć związek z tym, iż większość badanych podmiotów charakteryzuje się dogodnym położeniem, to znaczy blisko rynków zbytu i szlaków komunikacyjnych. Poza tym wiele zakładów posiada własne parkingi przeznaczone dla klientów. Atutem wielu firm

jest także łatwość nawiązywania kontaktów z dostawcami, odbiorcami, bankami, instytucjami ubezpieczeniowymi i administracyjnymi przez Internet.

Tabela 12. Czynniki konkurencyjności MSP z regionu sieradzkiego

Wyszczególnienie	Korzystny wpływ	Niekorzystny wpływ	Nie ma wpływu
	Liczba wskazań		
Cena oferowanych wyrobów/usług	14	11	5
Jakość wyrobów/usług	24	0	6
Lokalizacja firmy	19	8	3
Poziom wiedzy i umiejętności pracowników	19	4	7
Jakość obsługi klientów	27	1	2
Trwale relacje z klientami	27	1	2
Zdolność do dostosowania produkcji do wymagań klientów	19	4	7
Innowacyjny charakter wyrobu/usługi	14	7	9
Poziom lojalności i zaangażowania pracowników	18	4	8
Obecna jakość wyposażenia technicznego	13	5	12
Dostęp do zewnętrznych źródeł finansowania	10	11	9
Obciążenia podatkowe i fiskalne	1	26	3
Nowoczesne metody zarządzania firmą	11	4	15
Wizerunek przedsiębiorstwa	19	4	7
Udział wskazań (%)			
Cena oferowanych wyrobów/usług	46,67	36,67	16,67
Jakość wyrobów/usług	80,00	0,00	20,00
Lokalizacja firmy	60,00	26,67	10,00
Poziom wiedzy i umiejętności pracowników	63,33	13,33	23,33
Jakość obsługi klientów	90,00	3,33	6,67
Trwale relacje z klientami	90,00	3,33	6,67
Zdolność do dostosowania produkcji do wymagań klientów	63,33	13,33	23,33
Innowacyjny charakter wyrobu/usługi	46,67	23,33	30,00
Poziom lojalności i zaangażowania pracowników	60,00	13,33	26,67
Obecna jakość wyposażenia technicznego	43,33	16,67	40,00
Dostęp do zewnętrznych źródeł finansowania	33,33	36,67	30,00
Obciążenia podatkowe i fiskalne	3,33	86,67	10,00
Nowoczesne metody zarządzania firmą	36,67	13,33	50,00
Wizerunek przedsiębiorstwa	63,33	13,33	23,33

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Duże znaczenie dla drobnej przedsiębiorczości ma także cena oferowanych wyrobów i usług. Aż 36,67% firm stwierdziło, że czynnik ten wpływa niekorzystnie na ich pozycję na rynku. Uzasadnienie tego wyboru jest dość proste. Otóż w regionie sieradzkim, gdzie dochody ludności są bardzo niskie ze względu

na to, iż przeciętne wynagrodzenia dalece odbiegają od krajowych, zdecydowana większość konsumentów, podejmując decyzję o zakupie wyrobu, kieruje się ceną.

Sieradzcy przedsiębiorcy, chcąc dostosować swoją ofertę produktową do ciągle zmieniających się oczekiwań klientów, zwracają dużą uwagę na jakość wyrobów i usług. Jest ona tym bardziej ważna, jeśli przedsiębiorstwa starają się budować swoją konkurencyjność przede wszystkim w oparciu o trwałe relacje z klientami.

Obecny rynek to tzw. rynek konsumenta, w którym każde przedsiębiorstwo musi systematycznie zbierać informacje otoczenia, aby móc dostarczyć produkt w największym stopniu dostosowany do jego potrzeb. Zindywidualizowanie oferty dla klientów to kolejny ważny czynnik konkurencyjności, wskazany przez ok. 76% badanych. Możliwe, że koncentracja przedsiębiorców na tym elemencie jest efektem wystąpienia w chwili obecnej bariery popytu na rynku, a tym samym odchodzenia od standaryzacji.

Kolejne ważne czynniki konkurencyjności MŚP, wskazane również przez ok. 63,33% badanych, to poziom wiedzy i umiejętności pracowników firmy oraz wizerunek przedsiębiorstwa. Fachowa wiedza, umiejętności interpersonalne, kultura osobista i miła aparycja personelu to czynniki, które przekładają się na stopień zadowolenia klienta z obsługi i stanowią skuteczny środek w walce o klienta.

Z kolei wizerunek przedsiębiorstwa może przynieść mu wiele korzyści, pod warunkiem że się nad nim pracuje i dba o niego. Dlatego od samego początku działalności firmy przedsiębiorca powinien sobie postawić za cel, aby była ona postrzegana w korzystnym świetle. Ugruntowany wizerunek przedsiębiorstwa „dobrego”, wytwarzającego „dobry” produkt (usługę), przedstawiającego ciekawą ofertę, a przy tym uważanego za podmiot uczciwy i rzetelny jest pierwszym krokiem do sukcesu firmy.

Za istotne narzędzie w walce konkurencyjnej sektor MŚP uznał także innowacyjny charakter wyrobu/usługi. Aż 47% badanych wskazało, że czynnik ten ma korzystny wpływ, a 23%, że niekorzystny. Takie wyniki potwierdzają, że mali przedsiębiorcy dążą do wytwarzania nowoczesnych i oryginalnych wyrobów w celu zwiększenia ich rozpoznawalności oraz dostosowania oferty produktowej do różnicowanych wymagań konsumentów.

Czynnikami wpływającymi w niniejszym stopniu na budowanie konkurencyjności małych i średnich firm z regionu sieradzkiego są: lojalność i zaangażowanie pracowników, dostęp do zewnętrznych źródeł finansowania oraz nowoczesne metody zarządzania firmą.

Potrzebę przyszłych działań innowacyjnych MŚP z regionu sieradzkiego przedstawiono w tabeli 13.

Małe i średnie przedsiębiorstwa z regionu sieradzkiego wyraźnie widzą potrzebę wprowadzenia działalności innowacyjnej (63,33% podmiotów), choćby w postaci nowego wyrobu, nowej technologii, nowego systemu organizacji i zarządzania itp. Jednak 36,67% badanych miało problem z udzieleniem odpowiedzi na to pytanie.

Tabela 13. Potrzeba przyszłych działań innowacyjnych MŚP z regionu sieradzkiego

Wyszczególnienie	Liczba wskazań	Udział wskazań (%)
Przydatne	19	63,33
Nieprzydatne	0	0,00
Trudno powiedzieć	11	36,67

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Czynniki zwiększające innowacyjność MŚP z regionu sieradzkiego przedstawiono w tabeli 14.

Tabela 14. Czynniki zwiększające innowacyjność MŚP z regionu sieradzkiego

Wyszczególnienie	Liczba wskazań	Udział wskazań (%)
Zniesienie barier w dostępie do kapitału	14	46,67
Wiedza o innowacyjnych wyrobach/usługach dostarczanych przez firmę	5	16,67
Popyt na rynku krajowym na innowacyjne produkty	16	53,33
Dostęp do kredytów na preferencyjnych warunkach	20	66,67
Ulgi w podatkach związane z wprowadzaniem nowych technologii	8	26,67

Źródło: Opracowanie -własne na podstawie badań ankietowych.

Innowacyjność małych i średnich firm zwiększyłyby czynniki związane z kapitałem niezbędnym do wdrażania i realizacji innowacji, takie jak: dostęp do kredytów na preferencyjnych warunkach (66,67% podmiotów), zniesienie barier w dostępie do kapitału (46,67% badanych) oraz ulgi w podatkach związane z wprowadzaniem nowych technologii (26,67% ankietowanych).

Biorąc pod uwagę fakt, iż z początkiem 2006 roku weszła w życie ustawa o wspieraniu działalności innowacyjnej, należy wskazać na brak wiedzy przedsiębiorców o istniejących już możliwościach korzystania z ulg w podatkach i z kredytów udzielanych na specjalnych warunkach na inwestycje o innowacyjnym charakterze. Odpowiedzialność za tę część wiedzy ponoszą same przedsiębiorstwa, ale także instytucje administracji publicznej, które mało skutecznie przekazują informacje o dostępnych rozwiązaniach proinnowacyjnych.¹²

Ważnym czynnikiem zwiększającym innowacyjność MŚP jest także popyt na innowacyjne produkty na rynku krajowym. Wskazało go 53,33% przedsiębiorców. Mniejszy odsetek przedsiębiorców (16,67%) jako czynnik stymulujący działalność

¹² M. Starczewska-Krzysztozek, Raport z badań Monitoring kondycji sektora MŚP 2007 PKPP Lewiatan. Konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw 2007, s. 29-30.

innowacyjną podał wiedzę o innowacyjnych wyrobach/usługach, które mogliby u siebie wytwarzać i dostarczać na rynek.

W procesach konkurencji bardzo ważną rolę odgrywa jakość, dlatego coraz więcej przedsiębiorstw wdraża znormalizowane systemy zarządzania jakością, ochroną środowiska naturalnego, bezpieczeństwem i higieną pracy i odpowiedzialnością społeczną w firmie (tabela 15).

Tabela 15. Systemy jakości MŚP z regionu sieradzkiego

Wyszczególnienie	Liczba wskazań	Udział wskazań (%)
Systemy Zarządzania Jakością (ISO serii 9000)	3	10,00
Systemy Zarządzania Środowiskiem (ISO serii 14000)	3	10,00
Systemy Zarządzania Bezpieczeństwem i Higieną Pracy (PN-N serii 18000)	2	6,67
Systemy Zapewnienia Bezpieczeństwa Zdrowotnego Żywności (HACCP)	0	0,00
inne	1	3,33
brak	21	70,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

W badaniu największą grupę reprezentują firmy nieposiadające żadnych systemów jakości (70,00%), co może być związane z wysokimi kosztami ich wdrożenia oraz koniecznością stosowania zintegrowanych metod, narzędzi oraz licznych szkoleń pracowników.

Spośród przedsiębiorstw posiadających certyfikaty na pierwszym miejscu plasują się podmioty z ISO serii 9 000 oraz ISO serii 14 000. Stanowią one w sumie 20,00% badanej zbiorowości. Wskazuje to, iż MŚP upatrują swojej siły konkurencyjnej w wysokiej jakości wytwarzanych produktów i usług oraz w dbałości o środowisko naturalne. Kolejną pozycję zajmują firmy z wdrożonym systemem: Zarządzanie Bezpieczeństwem i Higieną Pracy. Tylko 1 przedsiębiorstwo zadeklarowało, że posiada inny od wymienionych certyfikatów.

Podmioty gospodarcze mogą efektywnie działać dzięki stosowaniu nowoczesnych koncepcji zarządzania, do których należy: outsourcing, reengineering, lean management, benchmarking, a także kompleksowe zarządzanie jakością (TQM). Często zdarza się, zwłaszcza w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw, że przedsiębiorcy nieświadomie stosują określone metody i techniki zarządzania. Na przykład wiele firm wzoruje się na konkurencji w branży w celu uczenia się od najlepszych i udoskonalania własnych rozwiązań, nie wiedząc że stosują pewne elementy benchmarkingu. Podobnie jest z outsourcingiem, reengineeringiem czy lean managementem.

Nowoczesne koncepcje zarządzania stosowane przez sektor MŚP z regionu sieradzkiego przedstawia tabela 16.

Tabela 16. Konceptcje zarządzania stosowane przez sektor MŚP z regionu sieradzkiego

Wyszczególnienie	Liczba wskazań	Udział wskazań (%)
Benchmarking	5	16,67
Outsourcing	8	26,67
Reengineering	1	3,33
Lean management	0	0,00
Kompleksowe zarządzanie jakością (TQM)	1	3,33
Nie dotyczy	17	56,67

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Poziom wiedzy sieradzkich przedsiębiorców o nowoczesnych koncepcjach zarządzania jest dość wysoki, skoro prawie 50% badanych zadeklarowało, że je stosuje. Największy odsetek firm (ok. 27%) stosuje outsourcing, co w praktyce oznacza skupienie się na kluczowej dla rozwoju firmy działalności i wydzielenie na zewnątrz do realizacji innych – kosztownych dla zakładu zadań. Na drugim miejscu znalazły się podmioty wzorujące się na innych, a więc stosujące benchmarking (ok. 17%). Pojedyncze wskazania dotyczyły reengineeringu oraz kompleksowego zarządzania jakością (TQM).

Na konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw ma wpływ wiedza i umiejętności pracowników, dlatego analizie poddano poziom wykształcenia zatrudnionych w sektorze MŚP w regionie sieradzkim (tabela 17).

Tabela 17. Poziom wykształcenia pracowników MŚP w regionie sieradzkim

Typ przedsiębiorstwa	Liczba przedsiębiorstw	Liczba pracowników ogółem	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
			Liczba wskazań			
Mikro (0 pracowników)	6	0	0	0	0	0
Mikro (1-9 pracowników)	16	60	0	6	30	24
Małe (10-49 pracowników)	5	141	0	15	69	57
Średnie (50-249 pracowników)	3	345	0	38	192	115
Udział wskazań (%)						
Mikro (0 pracowników)	6	0	0,00	10,00	50,00	40,00
Mikro (1-9 pracowników)	16	60	0,00	10,64	48,94	40,43
Małe (10-49 pracowników)	5	141	0,00	11,01	55,65	33,33
Średnie (50-249 pracowników)	3	345	0,00	10,00	50,00	40,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Z uzyskanych danych wynika, iż w strukturze pracowników MŚP dominują zatrudnieni ze średnim wykształceniem. Stanowią oni średnio ok. 52% ogółu pracowników. Relatywnie wysoki udział mają pracownicy z wyższym wykształceniem (średnio ok. 38%). Tylko ok. 11% zatrudnionych posiada wykształcenie zawodowe. Żadna z badanych firm nie zatrudnia pracowników z wykształceniem podstawowym.

Taka struktura wykształcenia pracowników MŚP świadczy o pewnej dbałości sieradzkich przedsiębiorców o kapitał intelektualny, który obecnie jest warunkiem koniecznym do osiągnięcia przez firmę sukcesów.

W badaniu konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw z regionu sieradzkiego nie można pominąć prognozy czynników, które będą decydowały w przyszłości o potencjale konkurencyjnym tych podmiotów gospodarczych (tabela 18).

Tabela 18. Czynniki decydujące o konkurencyjności MŚP z regionu sieradzkiego w najbliższych 3 latach

Wyszczególnienie	Liczba wskazań	Udział wskazań (%)
Cena produktów/usług	21	70,00
Jakość wyrobów/usług	13	43,33
Lokalizacja firmy	7	23,33
Poziom wiedzy i umiejętności pracowników	4	13,33
Jakość obsługi klientów	11	36,67
Trwałe relacje z klientami	13	43,33
Zdolność do dostosowania produkcji/usług do wymagań klientów	5	16,67
Innowacyjny charakter wyrobu/usługi	5	16,67
Poziom lojalności i zaangażowania pracowników	2	6,67
Obecna jakość wyposażenia technicznego	2	6,67
Dostęp do zewnętrznych źródeł finansowania	5	16,67
Obciążenia podatkowe i fiskalne	3	10,00
Nowoczesne metody zarządzania firmą	0	0,00
Wąska specjalizacja	1	3,33

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Jak wynika z tabeli 18, sektor MŚP zamierza nieznacznie zmienić swoją dotychczasową politykę budowy pozycji konkurencyjnej na rynku. W najbliższych trzech latach dominować będzie cena produktów i usług (70% wskazań), co wyraźnie wynika ze współczesnej sytuacji gospodarczej i narastającej skłonności ludności do kupowania najtańszych wyrobów na rynku.

Nie bez znaczenia pozostanie jakość oferowanych wyrobów i usług oraz trwałe relacje z klientami. Warianty te wskazało około 43% badanych przedsiębiorców. Istotna w budowaniu pozycji konkurencyjnej będzie nadal jakość obsługi

klientów oraz lokalizacja firmy. Inne ważne czynniki to innowacyjny charakter wyrobu czy usługi, poziom wiedzy i umiejętności pracowników oraz zdolność do dostosowania produkcji i usług do wymagań klientów.

8. Podsumowanie

Z przeprowadzonych badań dotyczących analizy i oceny konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw wynika, że w regionie sieradzkim przeważająca część badanej populacji MŚP należy do grupy, która potrafi podejmować wyzwania rynkowe. Dowodem potwierdzającym ten fakt są pozytywne zmiany, jakie nastąpiły w tych przedsiębiorstwach po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej. Zmiany te dotyczyły przede wszystkim wzrostu przychodów inwestycji, udziału w rynku, dostępu do funduszy strukturalnych.

Najistotniejszymi czynnikami wpływającymi na poziom konkurencyjności przedsiębiorstw są przede wszystkim jakość obsługi klienta, trwałe relacje z klientami, zdolność dostosowywania produkcji do wymagań klientów, wiedza i umiejętności pracowników, wizerunek przedsiębiorstw, lokalizacja przedsiębiorstwa, cena dobra bądź usługi, innowacyjny charakter dobra bądź usługi.

Na zwiększenie poziomu konkurencyjności mogłyby wpływać zmiany w obciążeniach podatkowych i fiskalnych, ulgi w podatkach dla przedsiębiorstw stosujących rozwiązania innowacyjne, dostęp do kredytów na warunkach preferencyjnych, zniesienie barier w dostępie do kapitału.

Literatura

- [1] **Adamkiewicz-Drwillo H.G.:** *Uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstwa*, PWN, Warszawa 2002.
- [2] **Biernat T. (red),** *Przedsiębiorstwo i państwa – wybrane problemy konkurencyjności*, Wydawnictwo PRINT GROUP, Szczecin 2007.
- [3] **Bogdaniecka J. (red),** *Firma w otoczeniu globalnym*, Wydawnictwo „Dom Organizatora”, Toruń 2006.
- [4] **Gorynia M.:** *Luka konkurencyjna w przedsiębiorstwie a przystąpienie Polski do Unii Europejskiej*, *Gospodarka Planowa*, nr 10, 2000.
- [5] **Król H.:** *Zarządzanie kapitałem ludzkim a konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Key Text, Warszawa 2007.
- [6] Materiały z Urzędu Statystycznego w Łodzi. Wydział Udostępniania Informacji INFORMATORIUM.
- [7] **Noga M., Stawicka M. K., (red),** *Co decyduje o konkurencyjności polskiej gospodarki*, CeDeWu Sp. Z o.o, Warszawa 2008.
- [8] **Pierścionek Z.:** *Rynkowe determinanty konkurencyjności przedsiębiorstw*, *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*, nr 4, 2005.
- [9] **Pierścionek Z.:** *Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa*, PWN, Warszawa 2006.

- [10] **Stankiewicz M.J.:** *Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji*, Tonik „Dom Organizatora”, Toruń 2005.
- [11] **Starczewska-Krzysztozek M.:** *Raport z badań Monitoring kondycji sektora MŚP 2007 PKPP Lewiatan*. Konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw 2007.
- [12] **Świtalski W.:** *Innowacje i konkurencyjność*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2005.

COMPETITIVENESS OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES

Summary

Many factors influence the competitiveness of enterprises (e.g. prices of products and services, the quality of products and services, stable relations with clients, an innovative character of a product or service). The article presents an analysis of the results derived from empirical research concerning the competitiveness of SMEs from the Sieradz region.