

Olga Charucka
Akademia Finansów i Biznesu Vistula – Warszawa

Kluczowe czynniki konkurencyjności MSP i ich wpływ na rozwój gospodarki

Streszczenie

W konsekwencji burzliwych zmian zachodzących we współczesnej gospodarce funkcjonowanie przedsiębiorstw staje się coraz trudniejsze, a ich konkurencyjność uzależniona od wielu czynników. Należą do nich przede wszystkim: naukowo-techniczne, organizacyjno-ekonomiczne, socjalno-psychologiczne, ekologiczne oraz polityczne.

W opracowaniu szczególną uwagę zwrócono na znaczenie zasobów wiedzy, innowacyjności, jakości oraz internacjonalizacji, czyli rozstrzygających czynników potencjału konkurencyjnego przedsiębiorstwa.

W Polsce małe i średnie przedsiębiorstwa stoją w obliczu poważnych wyzwań, wciąż jednak wykazują silnego ducha przedsiębiorczości. Aby odnieść sukces muszą zachować elastyczność i szybko dostosowywać się do wymogów zarówno lokalnego, jak i globalnego rynku.

Słowa kluczowe: przedsiębiorstwo, konkurencyjność, przewaga konkurencyjna, czynniki sukcesu, wartość dodana.

Kody JEL: D02, M21

Wprowadzenie

Nie sposób przecenić znaczenie małych i średnich przedsiębiorstw. Ze względu na swoją specyfikę sektor ten odgrywa istotną rolę w rozwoju gospodarczym kraju.

Zmiany zachodzące w zglobalizowanym świecie, nauce, technice, technologii, informatyce i telekomunikacji, jak również w działaniach ekonomicznych, mają ogromny wpływ na rozwój przedsiębiorczości, przedsiębiorstw oraz ich klientów. Żyjemy w czasie rozwoju nowej ekonomii i nowej gospodarki, której atrybutem jest konkurencja będąca siłą napędową rozwoju gospodarczego kraju.

Przyspieszające zmiany zarówno zewnętrznych, jak i wewnętrznych warunków funkcjonowania przedsiębiorstw, a także rosnące ryzyko gospodarowania wymagają odpowiedniego zarządzania. Menedżerowie przedsiębiorstw wiedzą, że przewagi konkurencyjnej nie uzyskuje się tylko poprzez stosowanie agresywnego marketingu, ale przede wszystkim – dzięki jakości. Jeżeli firma ma dobrą pozycję konkurencyjną, może osiągnąć przewagę. Wykorzystanie wiedzy i innowacyjność daje szansę na osiągnięcie sukcesu na rynku.

Kluczowe czynniki konkurencyjności podlegają ewolucji w czasie. Ich lista dla danego sektora może zawierać od kilku do kilkunastu pozycji. W jednym sektorze będzie to asortyment towarów, logistyka zarządzania, ceny i serwis, w innym może to być technologia produkcji, marka wyrobu, reklama oraz sieć dystrybucji.

Ze względu na tak szeroki temat artykuł ma na celu przedstawienie tylko niektórych czynników konkurencyjności MSP, a mianowicie: zasobów wiedzy, innowacyjności, jakości i internacjonalizacji.

1. Istota konkurencyjności przedsiębiorstwa

W literaturze przedmiotu istnieje wiele sposobów rozumienia konkurencyjności, dotychczas jednak żadna z definicji nie uzyskała powszechnej akceptacji zajmujących się tym problemem ekonomistów. Termin ten ma szerokie zastosowanie, co wynika z faktu, że konkurencyjność stanowi zasadniczą cechę, którą rozważa się w odniesieniu do każdego podmiotu i układu gospodarczego oraz w odniesieniu do każdego z wpływających na nie czynników (Białasiewicz 2009, s. 37).

Wiele definicji określa konkurencyjność jako proces, zdolność do zrównoważonego rozwoju w długim okresie, do podnoszenia efektywności wewnętrznego funkcjonowania, projektowania, wytwarzania i sprzedawania towarów, osiągania sukcesu w rywalizacji gospodarczej lub jako umiejętność ciągłego zapewniania odpowiedniego zestawu narzędzi (instrumentów, środków, metod) konkurowania, osiągania i/lub utrzymywania przewagi konkurencyjnej na rynku (Gorzeń-Mitka 2014).

Konkurencyjność jest kategorią mikro- i makroekonomiczną, wielopłaszczyznową, postrzeganą w relacji: podmiot gospodarczy, jego potencjał, możliwości i umiejętności a struktura rynku i występujące na nim szanse strategiczne (Skawińska 2002, s. 76). Odzwierciedleniem tego jest stanowisko wyrażane przez D. Faulknera i C. Bowmana, którzy dokonują podziału konkurencyjności na:

- konkurencyjność podstawową – jest związana z umiejętnościami zwiększania przez przedsiębiorstwo wartości użytkowej postrzeganej przez klienta, obejmuje „procesy i systemy, które dają firmie pozycję lidera w branży”,
- konkurencyjność kluczową – utożsamiana z „umiejętnościami wymaganymi do zdobycia trwałej przewagi konkurencyjnej na danym rynku” (Faulkner, Bowman 1996).

Innego podziału dokonuje M. Gorynia, mówiąc o:

- konkurencyjności *ex post* – która wynika z obecnej pozycji konkurencyjnej firmy, jest skutkiem zrealizowanej strategii konkurencyjnej przedsiębiorstwa i strategii rywali,
- konkurencyjności *ex ante* – dotyczy przyszłej pozycji konkurencyjnej, określonej poprzez odniesienie do rywali, zdolność przedsiębiorstwa do konkurowania w przyszłości (Gorynia 2001).

Natomiast M. J. Stankiewicz uważa, że konkurencyjność przedsiębiorstwa należy rozpatrywać jako system, na który składają się cztery elementy (Walczak 2010):

- **potencjał konkurencyjności** rozumiany jako ogół materialnych i niematerialnych zasobów przedsiębiorstwa, kluczowych kompetencji i zdolności, umożliwiających zdobycie trwałej oraz trudnej do podważenia przewagi konkurencyjnej nad rywalami;
- **przewaga konkurencyjna** (ma zawsze charakter względny) to efekt skutecznego wykorzystywania konfiguracji składników potencjału konkurencyjności umożliwiających przedsiębiorstwu generowanie atrakcyjnej oferty rynkowej i skutecznych instrumentów konkurowania;
- **instrumenty konkurowania** określa się jako świadomie i celowo wykorzystywane narzędzia i metody budowania kapitału klientów oraz kreowania wartości firmy;
- **pozycja konkurencyjna** rozumiana jako osiągnięty przez przedsiębiorstwo wynik konkurowania w danym sektorze, rozpatrywany na tle wyników osiąganych przez konkurentów, innymi słowy – miejsce na skali korzyści ekonomicznych i pozaekonomicznych, których przedsiębiorstwo dostarcza wszystkim swoim interesariuszom, w porównaniu z miejscami zajmowanymi przez konkurentów.

W tym modelu konkurencyjność traktowana jest jako system złożony z czterech powiązanych ze sobą elementów, podlegających oddziaływaniu otoczenia ogólnego i wchodzących w interaktywne relacje z bezpośrednim otoczeniem konkurencyjnym.

Problem konkurencyjności rozpatrywany jest przede wszystkim w odniesieniu do przedsiębiorstw jako podstawowych jednostek gospodarowania, a badanie konkurencyjności w tej skali polega na identyfikowaniu podstawowych czynników, źródeł i sposobu ich wpływu na wyniki przedsiębiorstwa.

Faulkner i Bowman zwracają również uwagę na konkurencyjność operacyjną i systemową. Tę pierwszą definiują jako konkretne, techniczne umiejętności, które są istotne z punktu widzenia funkcjonowania na określonym rynku. Może to dotyczyć technologii, dystrybucji, logistyki, kontroli itp. Natomiast konkurencyjność systemową definiują jako zespół działań wykonywanych przez firmę w zakresie efektywności ogólnej i kosztowej. Obejmuje ona: zapewnienie wartości, podnoszenie wartości oraz innowacyjność (Faulkner, Bowman *op. cit.*, s. 35-40). Zapewnienie wartości wiąże się z metodą produkcji bezusterkowej i niezawodności dotyczącej jakości produktów przedsiębiorstwa i metod pracy, oraz zarządzania. Taki system wpływa na wzrost efektywności ogólnej firmy, jak również efektywności kosztowej. Podnoszenie wartości polega na „uruchomieniu procesów weryfikujących jakość wytwarzanych produktów i usług pod względem oczekiwanych przez nabywcę parametrów technicznych, innowacyjności, bezpieczeństwa, stylistyki, renomy, marki, które to elementy stanowiły dotychczas cechy konkurencyjne” (Skawińska *op. cit.*, s. 76).

W ogólnym ujęciu można powiedzieć, że konkurencyjność odzwierciedla potencjał firmy – jej zasoby, umiejętności i zdolności zapewniające przewagę nad innymi podmiotami działającymi w tym samym sektorze.

2. Krótka charakterystyka MSP w Polsce

Zakwalifikowanie przedsiębiorstwa do MSP wymaga uwzględnienia trzech czynników: stanu zatrudnienia, wielkości obrotów oraz wielkości bilansowej sumy posiadanych aktywów (tabela 1).

Tabela 1

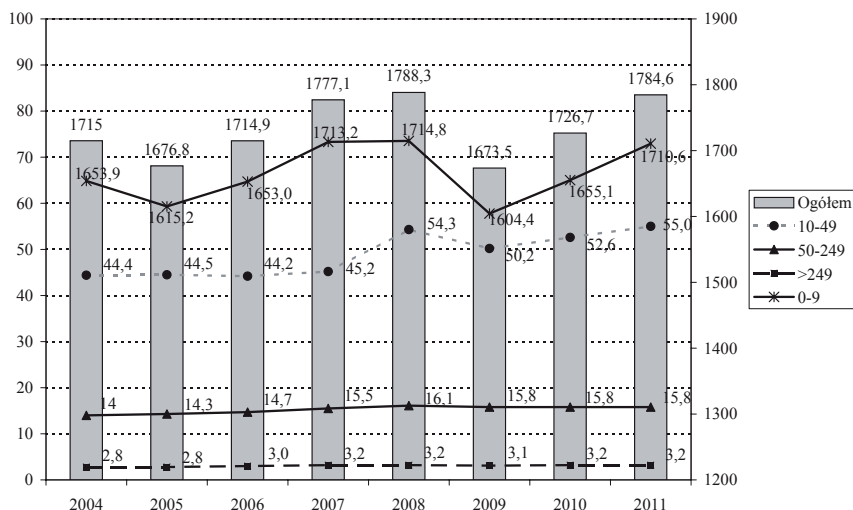
Kryteria podziału przedsiębiorstw

Przedsiębiorstwa	mikro-	małe	średnie
Zatrudnienie	< 10 osób	< 50 osób	< 250 osób
Przychody ze sprzedaży	do 2 mln euro	do 10 mln euro	do 50 mln euro
Bilansowa suma aktywów	do 2 mln euro	do 10 mln euro	do 43 mln euro

Źródło: Ustawa z dnia 2 lipca 2004 o swobodzie działalności gospodarczej, Dz. U. nr 173, poz. 1807.

Wykres 1

Liczba przedsiębiorstw aktywnych w Polsce ogółem i w poszczególnych grupach według wielkości w latach 2004-2011 (w tys.)

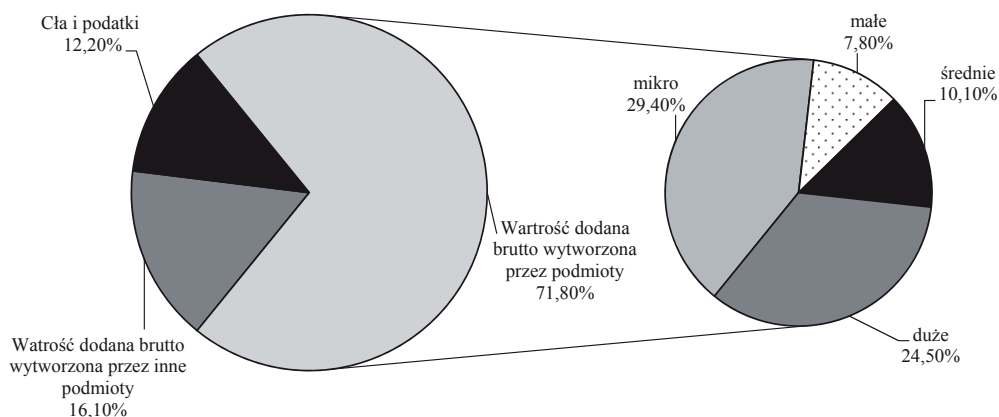


Źródło: Raport... (2013, s. 20).

MSP stanowią przeważającą większość przedsiębiorstw w UE (99,8%) (Eurostat 2011). Również w Polsce podmioty sektora MSP to zdecydowana większość spośród 1,78 mln wszystkich działających firm. Dynamikę rozwoju MSP w Polsce przedstawiono na wykresie 1.

Wykres 2

Udział grup przedsiębiorstw w tworzeniu PKB według liczby pracujących w Polsce (wykres rok 2011, tabela – lata 2004-2011)



Rok	PKB (mln PLN)	Wartość dodana brutto wytworzona przez przedsiębiorstwa						Wartość dodana brutto innych podmiotów (%)	Cła i podatki (%)
		ogółem (%)	MSP				duże (%)		
			razem (%)	mikro (%)	małe (%)	średnie (%)			
2004	923 248	70,5	48,6	31,0	7,6	10,0	21,9	18,3	11,1
2005	983 302	70,3	47,8	31,5	7,4	8,9	22,5	17,8	11,9
2006	1 060 031	70,7	47,8	31,0	7,4	9,3	22,9	17,2	12,2
2007	1 176 737	70,8	47,3	30,4	7,2	9,8	23,5	16,7	12,5
2008	1 275 432	71,1	47,2	29,9	7,4	9,9	23,9	16,5	12,5
2009	1 343 366	72,3	48,4	30,4	7,9	10,1	23,9	16,5	11,1
2010	1 416 447	71,6	47,6	29,6	7,7	10,4	24,0	16,5	11,9
2011	1 528 127	71,8	47,3	29,4	7,8	10,1	24,5	16,1	12,2

Źródło: Raport... (2013, s. 15-16).

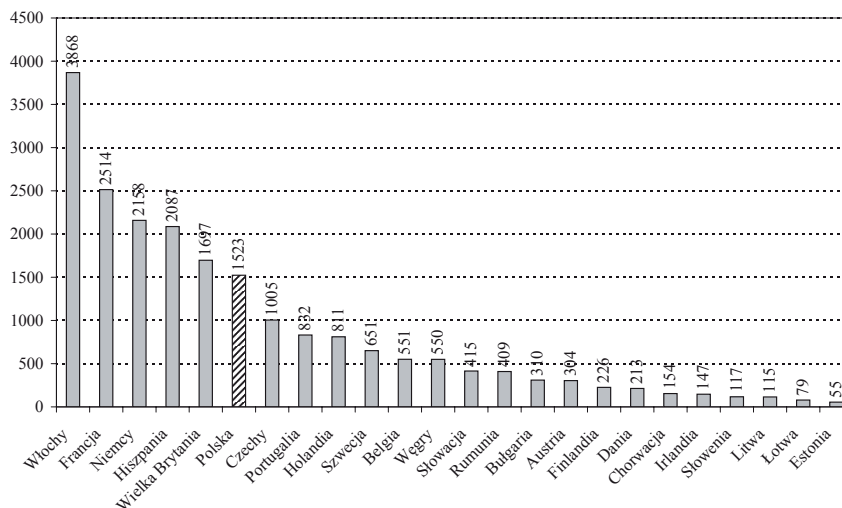
Z wykresu wynika, że sektor MSP w przeważającym stopniu zdominowany jest przez mikroprzedsiębiorstwa, których udział w całkowitej liczbie firm wynosi 95,9%, udział małych – 3,1%, zaś średnich – 0,9%. Po okresie wzrostu liczby przedsiębiorstw (w latach 2006-2008) w roku 2009 nastąpił spadek ich liczby o 6% w porównaniu z rokiem poprzednim. Dotyczył przede wszystkim najmniejszych podmiotów – liczba małych firm zmniejszyła się o 7,5%, a mikroprzedsiębiorstw – o 6,4%. W latach 2010-2011 odnotowano ponowny wzrost liczby aktywnych firm – o 3,2% w roku 2010 (w porównaniu z 2009 r.) i o 3,4% w roku 2011 (w porównaniu z rokiem 2010). W roku 2011 wartość ta wróciła do poziomu z lat 2007-2008 (*Działalność przedsiębiorstw... 2013*).

Małe i średnie przedsiębiorstwa odgrywają znaczącą rolę w gospodarce państwa. Niektórzy naukowcy i praktycy określają MSP lokomotywami procesu transformacji polskiej gospodarki. Według danych GUS działające w Polsce przedsiębiorstwa generują blisko trzy czwarte polskiego PKB. MSP w strukturze udziału w PKB przedsiębiorstw generują co drugą złotówkę (47,3%), w tym najmniejsze firmy blisko co trzecią (29,4%). Udział średnich podmiotów jest trzy razy mniejszy (10,1%) niż mikrofirm, a małych – prawie cztery razy mniejszy (7,8%).

Poziom przedsiębiorczości mierzony udziałem przedsiębiorców lub osób planujących rozpocząć działalność gospodarczą wśród pracujących znajduje się powyżej średniej UE. Pod względem liczby przedsiębiorstw Polska jest szóstą gospodarką Unii Europejskiej.

Wykres 3

Liczba przedsiębiorstw w Polsce i wybranych krajach UE w 2011 r. (w tys.)

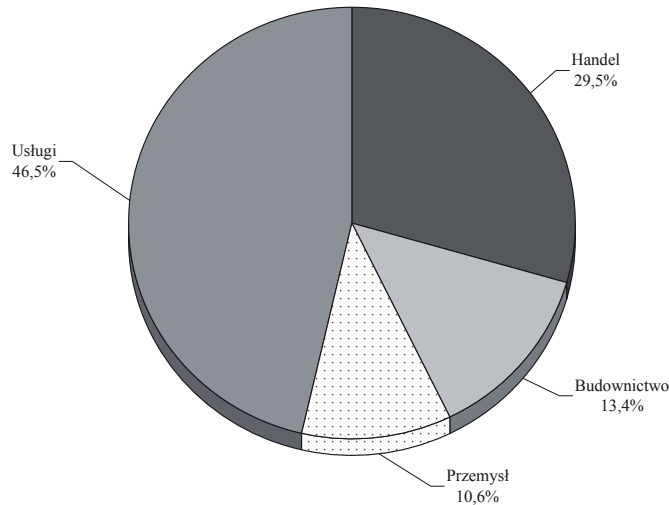


Źródło: *Raport... (2013, s. 19)*.

Polskie MSP działają przede wszystkim w usługach i handlu (76%), rzadziej w budownictwie (13,4%) i przetwórstwie przemysłowym (10,6%).

Wykres 4

Struktura MSP w Polsce według podstawowego obszaru działalności



Źródło: opracowanie na podstawie: *Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2011 roku* (2013).

Według danych GUS pierwszy rok działalności przeżywają trzy na cztery firmy w Polsce (w 2011 roku wskaźnik przeżycia wynosił 76,6%). Od 2007 roku poziom przeżywalności firm ulega stopniowej poprawie. Najwyższym wskaźnikiem przeżycia charakteryzowały się w 2011 roku przedsiębiorstwa z sekcji informacja i komunikacja (88,2%), działalność profesjonalna, naukowa i techniczna (87,3%), przemysł (83,0%) oraz transport i gospodarka magazynowa (80,0%). Przetrawanie firmy determinują warunki w jakich powstaje, dostęp do kapitału i środków, jakimi dysponuje w momencie wejścia na rynek, rodzaj i skala podejmowanej działalności, jak również osiągnięty wynik finansowy (*Warunki powstania...* 2013).

Zrównoważony rozwój sektora MSP ma kluczowe znaczenie dla rozwoju gospodarki każdego kraju. To właśnie mali i średni przedsiębiorcy tworzą najwięcej miejsc pracy na rynku. MSP są jednak bardzo podatne na negatywne wpływy otoczenia gospodarczego i politycznego. Przedsiębiorcy najczęściej napotykają trudności popytowe, zarówno w pierwszym, jak i w dalszych latach prowadzenia działalności. Najbardziej uciążliwym problemem po stronie popytu jest nadmierna konkurencja i związane z tym czynniki. Tylko niektórym przedsiębiorcom udaje się przetrwać na rynku więcej niż pięć lat.

3. Czynniki konkurencyjności MSP

Na kondycję MSP oraz ich konkurencyjność wpływa wiele czynników i uwarunkowań, zarówno mikro-, jak i makroekonomicznych. Należą do nich przede wszystkim: naukowo-techniczne, organizacyjno-ekonomiczne, socjalno-psychologiczne, ekologiczne, polityczne (Wojtowicz 2014):

- do **naukowo-technicznych** zalicza się czynniki odzwierciedlające stan oraz dynamikę rozwoju naukowo-technicznego, poziom techniki i technologii, produktywność i niezawodność maszyn, elastyczność procesów wytwórczych itp.;
- **organizacyjno-ekonomiczne** czynniki konkurencyjności odzwierciedlają z jednej strony pozycję ogólnogospodarczą i pozycję branży, metody oraz mechanizm regulowania działalności gospodarczej na poziomie krajów, regionów i gałęzi, czyli występują jako przejaw środowiska zewnętrznego przedsiębiorstwa. Z drugiej strony charakteryzują stopień organizacji procesów wytwórczych, strukturę oraz efektywność systemu zarządzania, organizacji pracy, stopień efektywności stosowanych systemów planowania produkcji, organizacji działalności marketingowej, prognozowania oraz regulowania operatywnego itp., czyli odzwierciedlają organizację środowiska wewnętrznego przedsiębiorstwa;
- czynniki **socjalno-psychologiczne** odzwierciedlają stan oraz dynamikę procesów socjalnych, zarówno na poziomie makro-, jak i mikroekonomicznym. Wpływ czynników tego zespołu na konkurencyjność przedsiębiorstwa ma charakter dwustronny: z jednej strony mają znaczny wpływ na poziom, dynamikę oraz kształtowanie popytu na każdym określonym rynku, z drugiej – w znacznym stopniu wpływają na poziom efektywności działalności gospodarczej przedsiębiorstwa;
- czynniki **ekologiczne** – charakteryzują wzajemny związek działalności gospodarczej przedsiębiorstwa i stanu środowiska naturalnego;
- czynniki **polityczne** – zadaniem państwa i władzy powinno być podejmowanie działań zapewniających swobodę prowadzenia działalności gospodarczej i stwarzających przyjazne warunki rozwoju, gwarantując jednocześnie przejrzyste i uczciwe zasady konkurencji wolnorynkowej. W tym procesie szczególne znaczenie mają odpowiednio przygotowane akty prawne, niemniej jednak równie ważną rolę odgrywa postawa i rzeczywiste zachowania przedstawicieli władz państwowych.

Na potrzeby niniejszego artykułu zwrócono szczególną uwagę na cztery wybrane czynniki konkurencyjności: zasoby wiedzy, innowacyjność, jakość oraz internacjonalizację MSP.

Zasoby wiedzy

Stanowią kluczowy i rozstrzygający składnik potencjału konkurencyjnego przedsiębiorstw. Odpowiedzią na globalizację stała się konieczność dostosowań, określana jako nowa gospodarka (*new economy*) – gospodarka oparta na wiedzy (GOW). Za jej znaczą-

ce filary uznaje się techniki komunikacyjne oraz informacyjne, nowe techniki zarządzania, nowe techniki finansowe (np. *venture capital*) oraz nowe wzorce zachowań ludzkich. T. Stewart podkreśla, że „stara” gospodarka opierała się na kondensowaniu zasobów, czyli zespалaniu dużej ilości surowców i materiałów za pomocą odrobiny wiedzy, a nowa opiera się na kondensowaniu wiedzy, czyli umieszczaniu potężnego ładunku myśli w niepozornym opakowaniu (Skrzypek 2009, s. 84-86). Wiedza, informacja, ich jakość i aktualność stają się dla przedsiębiorstwa istotnymi czynnikami konkurencyjności, ponieważ sukces w dzisiejszej gospodarce jest mierzony nie tylko udziałem firmy w rynku, wielkością posiadanych aktywów klientów lub rozmiarami zdobytego rynku, ale sukcesami w zarządzaniu wiedzą oraz umiejętnością wykorzystania jej kapitału intelektualnego.

GOW bazuje na czterech filarach (Skrzypek *op. cit.*, s. 90):

- infrastruktura ICT (*Information and Communication Technology*),
- kapitał ludzki,
- kapitał społeczny,
- zarządzanie wiedzą na poziomie organizacji.

Według P. Druckera istotą współczesnego zarządzania organizacją jest produktywne wykorzystywanie wiedzy (Edersheim 2009, s. 25). To ona decyduje o sukcesie gospodarczym. A. Toffler podkreśla, że wiedza jest najbogatszym źródłem władzy i kluczem jej zdobywania. Wskazuje na cztery charakterystyczne cechy odróżniające wiedzę od tradycyjnych zasobów:

- dominacja – wiedza zajmuje nadrzędne miejsce w relacji do wszystkich zasobów decydujących o pozycji konkurencyjnej,
- niewyczerpalność – wykorzystanie wiedzy nie powoduje jej zmniejszenia, co więcej, jej użycie przyczynia się do dalszego rozwoju, zostaje wzbogacona o elementy wynikające z procesu aplikacji i doświadczenia,
- symultaniczność – wiedza w tym samym czasie może być wykorzystywana przez wiele osób w różnych miejscach jednocześnie,
- nieliniowość – brak wyraźnego związku między zasobami wiedzy a osiąganymi korzyściami (Toffler 2003).

J. Fazłagić uważa, że „gospodarka oparta na wiedzy jest gospodarką nieważką (ang. *weightless economy*), co oznacza, że zarabianie pieniędzy w biznesie wymaga proporcjonalnie coraz więcej wiedzy, a coraz mniej stali, betonu i ropy naftowej” (Fazłagić 2010, s. 17). Natomiast K. Perechuda wskazuje, że „podstawą filozoficzną nowoczesnej gospodarki jest jednolite pole morfogenetyczne, które oznacza:

- dynamiczne ujmowanie procesów gospodarczych,
- równoważność małych, średnich i wielkich podmiotów gospodarczych,
- istotność siły oddziaływania mikro-, mezo- i makroprocesów,
- istnienie subtelnych relacji między pozornie oddalonymi bytami gospodarczymi,
- przenikanie się pól oddziaływań mikro- i makroukładu,

- zależności przyczynowo-skutkowe między bankrutem któregośkolwiek przedsiębiorstwa (również małego) a perturbacjami w całym makrogenetycznym polu gospodarczym” (Perechuda 2007, s. 15).

J. Kleer podkreśla, że dla stworzenia GOW w Polsce konieczne są trzy elementy: stopień innowacji, nakłady na badania i rozwój (B+R) oraz stopień nowoczesności systemu edukacyjnego. Wymienia ponadto jedenaście cech GOW:

- wysoki udział zatrudnionych z wyższym wykształceniem,
- znacząca rola gospodarki i techniki, a także cywilizacji agrarnej, przemysłowej i postindustrialnej,
- poziom rozwoju mierzony wielkością PKB na mieszkańca,
- zmniejsza się znaczenie pracy, kapitału i ziemi, wiedza jest zasadniczym czynnikiem decydującym o rozwoju, rosną wydatki na B+R, rośnie udział usług w tworzeniu produktu krajowego brutto,
- wzrost udziału usług w tworzeniu PKB powoduje ograniczanie rozwoju transportu, zmienia się lokalizacja ośrodków gospodarczych,
- skracaniu ulega cykl życia wyrobów i powstaje konieczność ustawicznego uczenia się i zmiany zawodów,
- powstało kilkaset nowych zawodów związanych z nośnikami wiedzy, popyt na nie będzie rósł, pojawia się bezrobocie, ponieważ istnieją wygasające zawody,
- w krajach najbardziej zamożnych będzie dominować innowacyjność, na którą nastawione będą przedsiębiorstwa i uczelnie, proces ten będzie miał miejsce w dużych, ale także i mniejszych krajach,
- proces globalizacji sprzyja upowszechnianiu wiedzy, dlatego GOW musi być gospodarką otwartą,
- otwarte społeczeństwa i otwarte organizacje przez Internet dokonują rewolucji w podaży informacji, co prowadzi do tego, że informacja tanieje,
- wzmacnia się rola kolektywizmu kosztem indywidualizmu, powiązania hierarchiczne zastępowane są powiązaniem spłaszczonymi (Kleer 2003, s. 298-301).

T. Grosse podkreśla, że „jedyną skuteczną strategią zmniejszenia dystansu rozwojowego Polski wobec Unii Europejskiej jest oparcie rozwoju ekonomicznego na priorytetach gospodarki opartej na wiedzy. W przeciwnym razie nastąpi powiększenie luki technologicznej między polską gospodarką a gospodarkami zachodniej Europy. W szczególności należy dążyć do zasadniczego zwiększenia wydatków na badania i rozwój. Programy publiczne powinny być tak formułowane, aby zachęcać przedsiębiorców do takich inwestycji” (Grosse 2004).

Innowacyjność

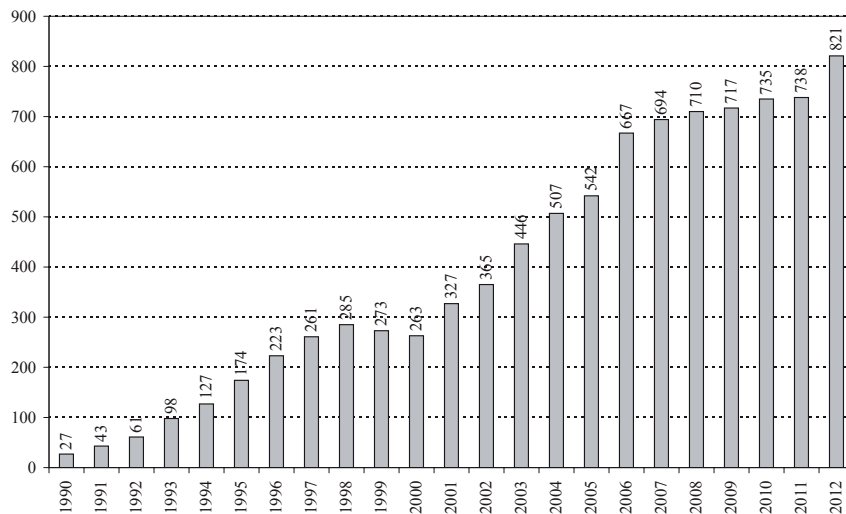
Jak pokazują badania, system innowacji w Polsce charakteryzuje się niskimi wskaźnikami wdrożenia w porównaniu do UE, a najgorzej wypadają małe przedsiębiorstwa. Główny

problem tego systemu stanowią bardzo niskie nakłady na B+R. Ze względu na wysokie ryzyko oraz koszty, małe i średnie przedsiębiorstwa prowadzą prace rozwojowe stosunkowo rzadziej niż duże. Działalność sektora MSP w Polsce opiera się głównie na wewnętrznym wysiłku przedsiębiorstw, brakuje współpracy zarówno między samymi przedsiębiorstwami, jak i między przedsiębiorstwami a jednostkami badawczymi.

Dla skutecznego wspierania przedsiębiorczości innowacyjnej bardzo istotne znaczenie ma profesjonalne zaplecze instytucjonalne, na które składają się różnego rodzaju ośrodki innowacji i przedsiębiorczości. W ostatnich latach ich liczba szybko rosła: z 27 ośrodków w 1990 r. do 821 w roku 2012 (wykres 5).

Wykres 5

Dynamika rozwoju ośrodków innowacji i przedsiębiorczości w Polsce w latach 1990-2012



Źródło: Mażewska, Bąkowski (2012, s. 14).

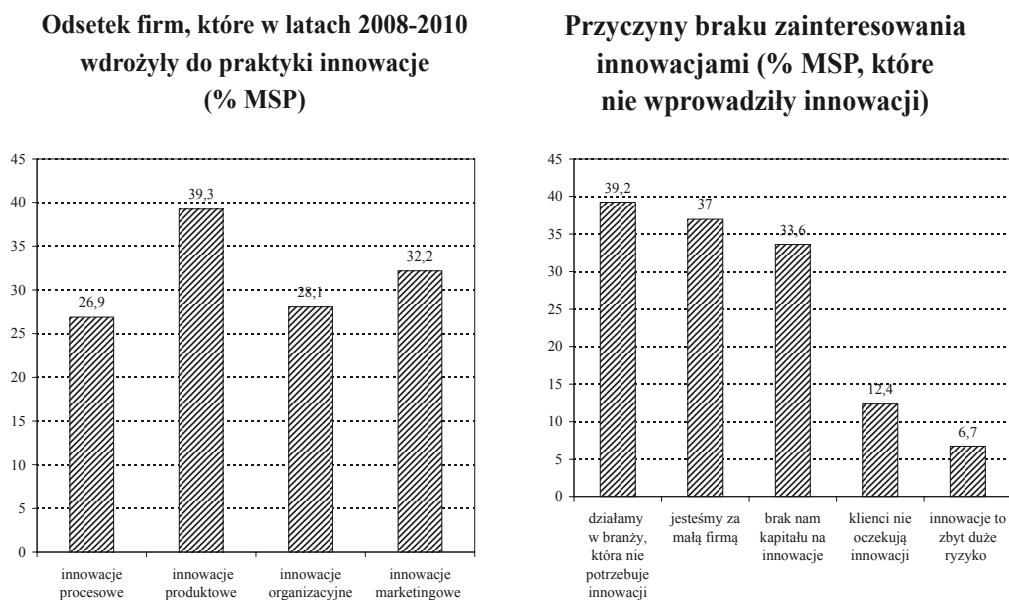
O rozwoju innowacyjności w dużej mierze decydują nakłady wewnętrzne na badania i prace rozwojowe (*GERD – Gross Domestic Expenditure on R&D*) – to właśnie one stymulują rozwój nowych technologii i pomagają przedsiębiorstwom zdobyć przewagę konkurencyjną dzięki wprowadzeniu na rynek innowacyjnych produktów. W 2012 r. liczba podmiotów, które prowadziły działalność B+R była aż o 23,1% wyższa niż w roku poprzednim. GERD w 2012 r. wynosił 14,4 mld zł i wzrósł w stosunku do poprzedniego roku o prawie 23%. Oznacza to, że na badania nad innowacjami wydajemy już 0,9% PKB (w ubiegłym roku 0,76%). Współczynnik ten w dużej mierze jest wynikiem zaangażowania przedsię-

biorców. Od dwóch lat ich udział w pracach badawczo-rozwojowych intensywnie rośnie i w 2012 roku wynosił ponad 5,3 mld złotych, co stanowi już 37% nakładów na B+R ogółem (*Innowacyjność...* 2014).

Z badań przeprowadzonych na potrzeby projektu *Monitoring kondycji MSP w latach 2010-2012* współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego wynika, że w przypadku innowacji w sektorze MSP sytuacja wygląda nienajlepiej, co obrazuje poniższy wykres.

Wykres 6

Odsetek firm z sektora MSP, które w latach 2008-2010 wdrożyły do praktyki innowacje oraz przyczyny braku zainteresowania innowacjami



Źródło: *Slabe i mocne strony...* (2011).

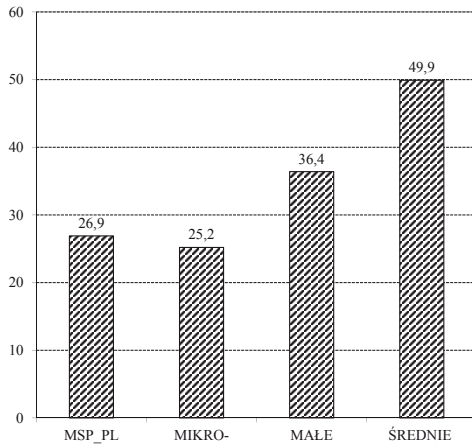
Blisko 40% przedsiębiorstw uważa, że działania innowacyjne nie są przydatne dla firmy. W latach 2008-2010 większość średnich firm wdrożyła przynajmniej jedną innowację. Mikrofirmy są mniej skłonne do innowacji, a jeżeli inwestują, to w większym stopniu koncentrują się na wdrażaniu innowacji produktowych i marketingowych niż procesowych, a szczególnie organizacyjnych.

Z raportu przeprowadzonego przez PKPP Lewiatan w ramach projektu *Monitoring kondycji MSP w latach 2010-2012* w ujęciu według klas wielkości współfinansowanego

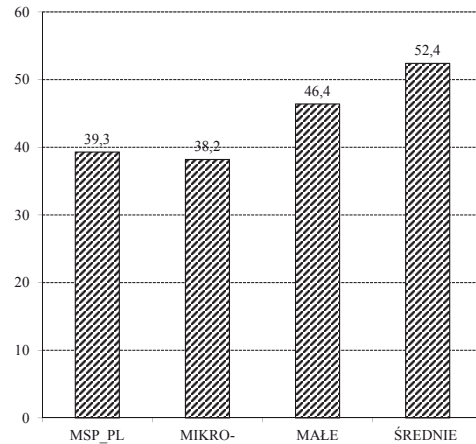
Wykres 7

Odsetek firm z sektora MSP, które w latach 2008-2010 wdrożyły do praktyki innowacje procesowe, produktowe, organizacyjne oraz marketingowe

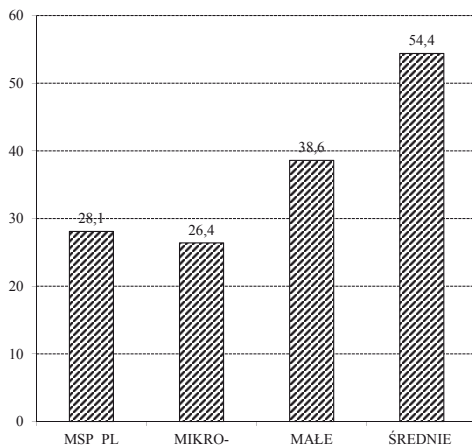
Odsetek MSP, które w latach 2008-2010 wdrożyły do praktyki INNOWACJE PROCESOWE w podziale na klasy wielkości (w %)



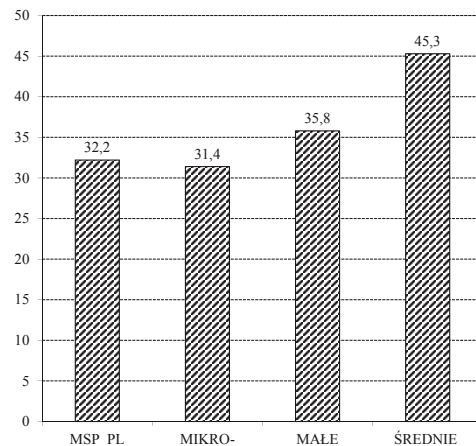
Odsetek MSP, które w latach 2008-2010 wdrożyły do praktyki INNOWACJE PRODUKTOWE w podziale na klasy wielkości (w %)



Odsetek MSP, które w latach 2008-2010 wdrożyły do praktyki INNOWACJE ORGANIZACYJNE w podziale na klasy wielkości (w %)



Odsetek MSP, które w latach 2008-2010 wdrożyły do praktyki INNOWACJE MARKETINGOWE w podziale na klasy wielkości (w %)



Źródło: jak w wykresie 6.

Tabela 2

Typologia MSP – charakterystyka mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw przez pryzmat ich zachowań w 2011 roku

Typ MSP	Cechy (na podstawie planów na rok 2011)
Zagrożony	<ul style="list-style-type: none"> – oczekują spadku przychodów ze sprzedaży, spadku zysków i udziałów w rynku – nie inwestują – nie wypuszczają na rynek nowych produktów – z reguły nie korzystają z kredytów bankowych ani z leasingu – przewidują spadek zatrudnienia
Na rozdrożu	<ul style="list-style-type: none"> – oczekują spadku przychodów ze sprzedaży, spadku zysków i udziałów w rynku – inwestowali w majątek trwały (odtworzący i unowocześniający), ale w 2011 r. planują zmniejszenie tych inwestycji – nie planują wypuszczenia na rynek nowych produktów – korzystali z kredytów bankowych, ale zakładają, że ich zadłużenie w bankach spadnie – przewidują spadek zatrudnienia
Stabilny innowator	<ul style="list-style-type: none"> – przewidują wzrost przychodów ze sprzedaży, wzrost zysków i udziałów w rynku – przewidują niewielki wzrost inwestycji w majątek trwały – planują niewielki wzrost nowej oferty produktowej – planują zatrudnienie na tym samym poziomie
Dynamiczny innowator	<ul style="list-style-type: none"> – oczekują wzrostu przychodów ze sprzedaży, wzrostu zysków i udziałów w rynku – inwestują w B+R, w zakup nowych technologii, licencji i oczekują lekkiego wzrostu tych inwestycji – planują niewielki wzrost inwestycji w majątek trwały – planują wypuszczenie na rynek nowych produktów (wzrost) – przewidują niewielki wzrost zatrudnienia

Źródło: Starczewska-Krzysztosek (2011, s. 29).

Tabela 3

Typologia MSP w podziale na sekcje gospodarki (w %)

Typ MSP	Zagrożony	Na rozdrożu	Stabilny innowator	Dynamiczny innowator
MSP_PL 2011	27,9	22,8	30,4	18,9
Działalność produkcyjna	16,7	21,3	32,4	29,5
Dostawy wody, gospodarka ściekami i odpadami, rekultywacja	12,6	49,4	18,6	19,4
Budownictwo	30,7	22,8	29,3	17,2
Handel hurtowy i detaliczny	33,1	23,7	28,5	14,7
Transport i gospodarka magazynowa	16,2	31,1	29,1	23,6
Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi	22,1	30,8	27,0	20,0
Informacja i komunikacja	21,2	6,5	31,0	41,3
Obsługa nieruchomości	27,9	11,7	49,3	11,1
Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	32,4	16,5	35,6	15,5

Źródło: jak w tabeli 2, s. 30.

ze środków UE w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego wynika, że MSP we wszystkich sektorach gospodarki inwestują w B+R, ale odsetek firm, w których nakłady na ten cel rosną jest mały, poza firmami z sektora informacja i komunikacja. Nieznacznie lepiej wyglądają inwestycje w zakup nowych technologii i licencji, liderem są również firmy z sektora informacja i komunikacja. W Raporcie została przedstawiona typologia MSP (tabela 2 i 3).

Z raportu (Starczewska-Krzysztozek *op. cit.*, 2011, s. 31-33) wynika, że:

- MSP z sektora przemysłowego to najczęściej stabilni innowatorzy, firmy rozwijające się i inwestujące w innowacje produktowe. Wśród przedsiębiorstw przemysłowych jest także także duży odsetek dynamicznych innowatorów, firm, które rozwijają się w oparciu o inwestycje w B+R oraz nowe technologie, oczekują wzrostu wszystkich podstawowych parametrów swojego działania.
- MSP z sektora dostawy wody, gospodarka ściekami i odpadami oraz działalność związana z rekultywacją, to w największej części firmy na rozdrożu, które inwestowały, ale teraz mają trudności ze wzrostem.
- MSP z sektora budownictwo to prawie w równych częściach firmy zagrożone, ale także stabilni innowatorzy. Te zagrożone w perspektywie mają spadek sprzedaży i zysków, zmniejszenie zatrudnienia i inwestycji. Jeżeli nie znajdą nowego pomysłu, trudno będzie im przetrwać. Firmy budowlane, które należą do grupy stabilnych innowatorów, wprowadzają innowacje produktowe i osiągają wzrost sprzedaży i zysków.
- Wśród MSP z sektora handel hurtowy i detaliczny dominują firmy zagrożone, czyli oczekujące spadku wszystkich podstawowych parametrów działalności. Są wypierane z rynku i części z nich trudno będzie przetrwać. W tym sektorze działają także stabilni innowatorzy, firmy handlowe, które radzą sobie w trudnych warunkach bardzo konkurencyjnego rynku. Udaje im się zwiększać sprzedaż, zysk, a także udziały w rynku być może dlatego, że potrafią inwestować w innowacje produktowe.
- W grupie MSP transportowych relatywnie najwięcej jest firm na rozdrożu, które nie wytrzymują konkurencji na rynku, mimo inwestowania, nie znalazły (na razie) klucza do wzrostu. W tej grupie są także stabilni innowatorzy, firmy, które radzą sobie, wprowadzając innowacje produktowe, dzięki czemu zwiększają przychody ze sprzedaży i zyski.
- MSP funkcjonujące w sekcji „działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi” to, podobnie jak firmy transportowe, przede wszystkim przedsiębiorstwa na rozdrożu, ale także stabilni innowatorzy. Działają na bardzo konkurencyjnym rynku i część z nich nie radzi sobie, ale część znalazła pomysł na nowe usługi i produkty, co pozwala im się rozwijać.
- MSP działające w sektorze informacja i komunikacja to zdecydowanie dynamiczni innowatorzy, którzy bazują na inwestycjach w B+R oraz nowych technologiach. Chcą inwestować, zatrudniać, oczekują wzrostu sprzedaży i zysków. Drugą silną liczebnie grupą

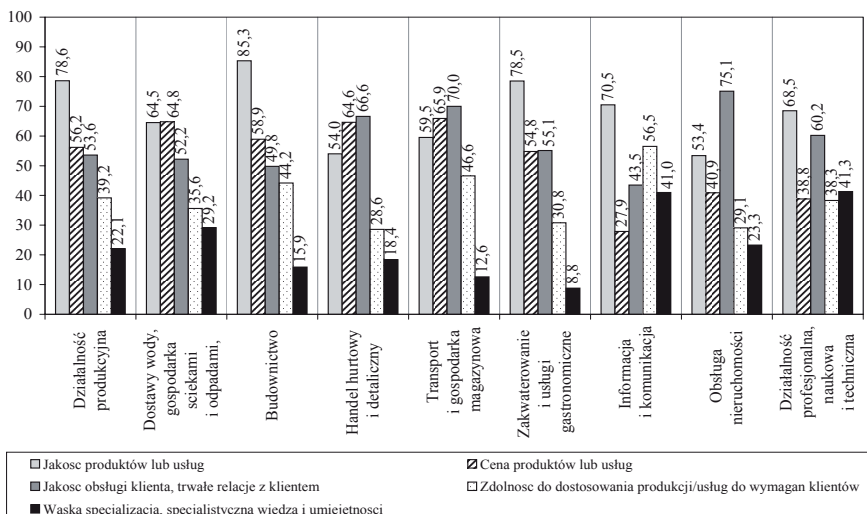
- są w tym sektorze stabilni innowatorzy – firmy mniej od pierwszej grupy zaangażowane w procesy badawcze, ale wdrażające innowacje produktowe i rozwijające się.
- Wśród firm z sektora obsługa nieruchomości największą grupę stanowią stabilni innowatorzy – firmy, które są otwarte na wprowadzanie nowych produktów i usług, nie obawiają się spadku sprzedaży i zysków, nie podejmują jednak ryzyka wzrostu zatrudnienia.
 - MSP z sektora działalność profesjonalna, naukowa i techniczna rozczarowują, bowiem pomimo różnych rodzajów profesjonalnej działalności wchodzącej w skład tego sektora, niewielu jest dynamicznych innowatorów, za to dużo firm zagrożonych, które tracą rynek, oczekują spadku sprzedaży i zysków; relatywnie najliczniejszą grupę stanowią tu stabilni innowatorzy. Sektor jest bardzo zróżnicowany i trudno ocenić, czy tendencja dotyczy wszystkich branż, czy jest skoncentrowana np. tylko na działalności w zakresie architektury i inżynierii.

Jakość

Analiza czynników budujących pozycję konkurencyjną firm na rynku w zależności od sektora gospodarki – jest zróżnicowana (wykres 8). Główny czynnik, na którym MSP budują pozycję na rynku to jakość. W handlu najważniejsza jest jakość obsługi klienta i cena. W transporcie podobnie – jakość obsługi, cena i jakość produktu, w sektorze informacja

Wykres 8

**Czynniki budujące pozycję konkurencyjną MSP w 2012 roku
(% MSP według sekcji gospodarki)**



Źródło: Starczewska-Krzysztozek (2011, s. 38).

i komunikacja od ceny ważniejsza jest nie tylko jakość produktów i usług, ale także zdolność dostosowania produktów i usług do klienta.

W procesach wdrażania jakości w przedsiębiorstwie ważne jest wybranie kryteriów, które będą decydowały o przewadze nad konkurencją w kontekście najbardziej satysfakcjonującego zaspokojenia potrzeb klientów. Philip Kotler podkreśla, że „kompleksowa jakość, to nie kwestia usprawnienia produkcji, ale potężny oręż w kampanii o dostarczanie klientom pełnego zadowolenia. Staje się to możliwe, kiedy jakość jest definiowana z punktu widzenia klienta oraz kiedy usterki produktu są identyfikowane w kategoriach jego potrzeb i oczekiwań. Wiele firm uczyniło z jakości potężną broń strategiczną” (Kotler 2002, s. 623). Popierając hipotezę Kotlera warto zacytować słowa Sławomira Wawaka, że jakość potrzebną jest po to „by wracali do Ciebie klienci, nie produkty!” (Wawak 2011, s. 225). Natomiast William Edwards Deming definiuje jakość jako „coś, co zadowala, a nawet zachwyca klientów” (Wawak *op. cit.*, s. 225).

Dążenie do wysokiej jakości stało się metodą zarządzania organizacją. MSP zajmują strategiczną pozycję w rozwoju polskiej gospodarki. Coraz więcej małych i średnich przedsiębiorstw wprowadza metody zarządzania na podstawie systemu zarządzania jakością (ISO).

Funkcjonowanie MSP na arenie międzynarodowej wymaga od nich opracowania dla swoich organizacji systemów zarządzania zgodnych z międzynarodowymi standardami, by spełniać wymagania klientów. Normy ISO są łącznikiem na rynku światowym i stanowią zrozumiały język dla firm z różnych części świata. Dlatego przedsiębiorstwa myślące o rozwoju i konkurencyjności na rynkach globalnych, powinny wdrażać system ISO.

Organizacje, które poprawnie opracowały i wdrożyły system zarządzania ISO odczuwają korzyści w postaci wzrostu sprzedaży na skutek spełnienia oczekiwań klientów dotyczących produktów czy usług. Przedsiębiorstwo jest postrzegane jako stabilne i nowoczesne, dzięki czemu może uchodzić za konkurencyjne nie tylko na rynku krajowym, ale także na rynkach międzynarodowych.

Polskie Stowarzyszenie Doradcze i Konsultingowe podkreśla, że jakość jest nieodłącznie związana z podejmowaniem nowych wyzwań i działań, ulepszaniem istniejących rozwiązań i poszukiwaniem nowych, ambitnych celów oraz lepszych, nowocześniejszych rozwiązań na sprawne funkcjonowanie małych i średnich przedsiębiorstw (Polskie Stowarzyszenie Doradcze i Konsultingowe 2014).

Internacjonalizacja

Ekspansja na rynki zagraniczne to jeden z kluczowych czynników konkurencyjności. Ch. Zook opisuje ruchy ekspansywne (*adjacent moves*) w sześciu wymiarach (Daszkiewicz, Wach 2013, s. 141):

- ekspansja na nowe obszary geograficzne,

- nowe segmenty klientów,
- nowe produkty,
- ekspansja poprzez nową działalność,
- poprzez przesunięcia w górę i w dół wartości łańcucha.

Przy tym ruchy ekspansywne w wymiarze przestrzennym (geograficznym) są kluczowym posunięciem determinującym dalszy rozwój przedsiębiorstwa.

Istnieje bezpośredni związek między sukcesem ekonomicznym firmy a poziomem umiędzynarodowienia jej działalności. Jednym z kluczowych elementów rozwoju firmy jest pozyskiwanie nowych klientów i zwiększenie udziału w rynku. Sposobem na realizację takiej strategii jest wychodzenie z działalnością biznesową poza granice kraju.

Polska jest coraz mocniejsza na rynkach międzynarodowych. W okresie 2000-2011 udział w światowym eksporcie wzrósł ponad dwukrotnie, z 0,5% do 1,1%. Według danych Ministerstwa Gospodarki polski eksport w 2011 r. osiągnął poziom 135,8 mld euro i był wyższy o 12,8% niż rok wcześniej. O dużej dynamice polskiego eksportu świadczą m.in. wyniki firm z sektora rolno-spożywczego oraz meblarskiego. Ogromne sukcesy na rynku odnosi polska żywność, przemysł rolno-spożywczy wygrywa w ostatnich latach w zakresie tempa wzrostu eksportu. Jak podaje „Gazeta Wyborcza” Polska jest jednym z największych eksporterów pod względem ilości jabłek na świecie. Biorąc pod uwagę eksport mebli, zajmuje czwarte miejsce na świecie. W 2013 r. firmy w Polsce wyprodukowały meble za 30,5 mld zł. Polskim hitem eksportowym są m.in. podzespoły i elementy do produkcji samochodów czy artykuły gospodarstwa domowego (*Nasze jabłka mistrzem świata* 2013).

Wielu specjalistów uważa, że Polska powinna stawiać na kształcenie lekarzy, inżynierów czy innych specjalistów dziedzin ścisłych, rozwój kształcenia ustawicznego, podnoszenie

Rysunek 1

Polski eksport niektórych sektorów w 2012 roku



Źródło: *Nasze jabłka mistrzem świata* (2013, s. 15).

kwalifikacji językowych nie tylko młodzieży, ale też osób w wieku dojrzałym. Mitchell A. Orenstein podkreśla, że: „Polacy muszą się wznieść wyżej i przystąpić do produkowania większej ilości towarów na eksport powstałych z udziałem najnowocześniejszej myśli technicznej. (...) Pod względem liczby studiujących Polska zajmuje drugie miejsce wśród krajów OECD. Dzięki rozkwitowi małych innowacyjnych firm technologicznych zarysowuje się ścieżka prowadząca do przyszłości cechującej się nowoczesną techniką” (Orenstein 2014).

Liczba firm, które decydują się na obecność na zagranicznych rynkach ciągle rośnie. Z badania przeprowadzonego przez PKPP Lewiatan wynika, że 1/3 MSP myśli o rozwoju – wzroście udziału w rynku, wzroście wartości firmy i wzroście sprzedaży. Mówi się jednak o niskim stopniu konkurencyjności tych przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym, co w dużym stopniu spowodowane jest pozyskaniem kapitału na realizację inwestycji, w szczególności o charakterze innowacyjnym. Aby stać się konkurencyjnymi, przedsiębiorstwa muszą dążyć do wdrażania innowacji i rozwoju kooperacji.

Dzięki korzystaniu z zasobów międzynarodowych MSP mogą poprawić swoją konkurencyjność zdobywając dostęp do:

- międzynarodowych kompetencji i zasobów (technologii, *know-how* itp.),
- międzynarodowych relacji biznesowych obejmujących elementy edukacyjne w ramach wspólnych programów badań i rozwoju lub innowacji przez dzielenie wiedzy,
- kapitału z rynków zagranicznych (Daszkiewicz, Wach *op. cit.*, s. 143).

Internacjonalizacja stwarza możliwość wykorzystywania bardzo szerokiego spektrum instrumentów, które stosowane równolegle mogą się wzajemnie wspierać.

W procesie internacjonalizacji MSP napotykają o wiele więcej przeciwności niż duże przedsiębiorstwa. Przyczyną tego są zbyt małe zasoby finansowe firm i niewielka mobilność. W związku z tym takie firmy powinny dążyć do realizacji strategii internacjonalizacji z innymi lub przez inne organizacje, same mają niewielkie szanse na szybki przebieg umiędzynarodowienia. Wśród najbardziej popularnych dróg wyróżnia się (Glinkowska 2014):

- Sekwencyjny model umiędzynarodowienia – jego istotę stanowi stopniowy, etapowy przebieg procesu internacjonalizacji – od eksportu, poprzez tworzenie własnej sieci handlowej, aż do podjęcia produkcji za granicą. Taki sposób wejścia na rynek zagraniczny jest mało ryzykowny i dotyczy przede wszystkim niewielkich podmiotów. Początek łańcucha sekwencji, czyli eksport, jest procesem, z którego w dość szybki sposób można się wycofać w każdej chwili.
- Holistyczny model umiędzynarodowienia (fiński) – opiera się na teorii wzrostu firmy w kierunku jej internacjonalizacji. Proces polega na dokonywaniu importu dóbr, surowców i technologii. W wyniku tego firmy krajowe uczą się i gromadzą doświadczenia, zachowując zasadę sekwencyjnego rozwoju. Firmy mogą omijać niektóre etapy modelu, wchodząc w bezpośrednie alianse strategiczne lub różne formy kooperacji.

- Umiejdzynarodowienie typu *born global* – proces przebiegający przeciwnie do sekwencyjnego. Czasem nowo utworzone firmy od razu kierują się na rynki międzynarodowe, proces przebiega tu bez utartych schematów: zamiast typowej współpracy z krajami sąsiedzkimi przedsiębiorstwa szukają okazji na całym świecie (osobiste kontakty, nisze rynkowe). Są to z reguły firmy młode i o niewielkim kapitale.
- Umiejdzynarodowienie poprzez sieci współpracy (*network approach*) – to typowy przykład wchodzenia na rynki międzynarodowe w wyniku wykorzystania istniejących i potencjalnych powiązań poza granicami kraju macierzystego. Jego istotą jest wykorzystywanie wszechstronnych powiązań firm tworzących sieci z różnymi podmiotami, z którymi same są powiązane. Jest to proces charakterystyczny dla korporacji, gdzie istotną rolę odgrywa firma macierzysta, a także kultura kraju, w którym ulokowana jest filia (filie).

Ze wszystkich form międzynarodowej aktywności polskie przedsiębiorstwa najczęściej decydują się na działalność eksportową. Wynika to ze skali ich funkcjonowania oraz możliwości finansowych. Za główną zaletę działalności eksportowej przedsiębiorcy uznają oczywiście pozyskanie nowych rynków zbytu i zwiększenie skali sprzedaży.

Według danych Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości działalność eksportową prowadziło w 2008 r. ponad 16 tys. firm, czyli blisko 8% całego sektora MSP, do którego zalicza się ponad 90% wszystkich funkcjonujących podmiotów gospodarczych na polskim rynku. W ostatnich latach systematycznie rósł też udział małych firm podejmujących działania eksportowe w ogólnej liczbie podmiotów zaliczanych do sektora MSP. W 2007 r. było to nieco ponad 48%, a w 2010 r. już ponad 50,2% (Ziółkowska 2012). Dla wielu firm wyjście z działalnością poza granice kraju to jedyna szansa na dalszy rozwój.

Obecnie Polska jest również liderem pod względem liczby inwestycji zagranicznych w regionie Europy Środkowej i Wschodniej. Inwestorzy doceniają nasz kraj za wysoki poziom wykształcenia kadr przy stosunkowo niskich kosztach organizacji miejsc pracy i wynagrodzenia. Dodatkowymi zachętami są: korzystne położenie geograficzne, dostęp do jednolitego rynku Unii, szeregu grantów i pomocy publicznej (ulgi podatkowe, specjalne strefy ekonomiczne), stabilna sytuacja gospodarcza i polityczna.

W obliczu ogólnoświatowego spowolnienia gospodarczego Polska może zostać jeszcze bardziej atrakcyjnym kierunkiem inwestycji zagranicznych. Według raportu Ernst & Young, w 2012 roku Polska odnotowała 22% wzrost liczby projektów inwestycyjnych w porównaniu do roku 2011. Wynik państw europejskich z kolei wykazał spadek na poziomie 2,8% (Shepherd 2013).

Zakończenie

Współczesne przedsiębiorstwa, chcąc zwiększyć swoją konkurencyjność rynkową, muszą brać pod uwagę bardzo wiele czynników, zarówno zewnętrznych – występujących w otoczeniu, jak i wewnętrznych.

Zmiany technologiczne, społeczne, polityczne i ekonomiczne w kilku ostatnich dziesięcioleciach skierowały gospodarkę na nowy kierunek rozwoju – gospodarki opartej na wiedzy. Jej zasadniczym walorem jest skoncentrowanie się na rozwoju niematerialnych zasobów organizacji. Dostosowanie posiadanych zasobów ludzkich do wymagań gospodarki XXI wieku jest ogromnym wyzwaniem, a jednocześnie szansą dla polskich przedsiębiorstw z sektora MSP. Obecnie przedsiębiorstwa powinny dążyć do stworzenia przewagi konkurencyjnej zbudowanej na kapitale ludzkim. Umiejętne zarządzanie tym walorem i troska o jego pomnażanie i rozwój powinny prowadzić do wzrostu innowacyjności i kreatywności, poprawy relacji z klientami, dostawcami i społecznością lokalną, poprawy wizerunku, a także do zmiany postaw pracowników, przyczyniając się do wzrostu efektywności i rozwoju organizacji.

Należy pamiętać o istotnym znaczeniu jakości w organizacji. Prawdziwa konkurencja wolnorynkowa prowadzi do poprawy jakości świadczonych usług i oferowanych produktów, do podwyższenia poziomu kompleksowej obsługi klienta przy jednoczesnym obniżaniu cen.

Przewagi konkurencyjnej należy upatrywać w zdolności do bycia innowacyjnym, do ciągłego podnoszenia jej poziomu i uzyskiwania dzięki temu odpowiedniej efektywności. Wiesław Grudzewski i Irena Hejduk uważają, że dzięki innowacjom następuje poprawa i unowocześnienie procesów wytwórczych, podniesienie produktywności, wydajności i jakości pracy, wzrost jakości wyrobów i ich konkurencyjności, zwiększenie ogólnej sprawności i efektywności działania, udoskonalenie organizacji i metod pracy, zlikwidowanie barier i aktywizacja zasobów, poprawa bezpieczeństwa i warunków pracy, zastępowanie pracy żywej w efekcie lepszej organizacji i wyższej wydajności opartej na bogatszym i bardziej nowoczesnym wyposażeniu technicznym; zwiększenie zdolności eksportowych itp. (Grudzewski, Hejduk 2001, s. 451-452).

Współczesne przedsiębiorstwa szukają przewagi konkurencyjnej również poprzez wdrożenie strategii internacjonalizacji. MSP powinny budować tę przewagę wykorzystując szansę, jakie niesie internacjonalizacja. Wchodzenie na rynki zagraniczne daje sektorowi MSP dostęp do międzynarodowych kompetencji, zasobów, *know-how*, a także przyczynia się do rozwoju kontaktów biznesowych.

Bibliografia

- Białasiewicz M. (red.) (2009), *Konkurencyjność przedsiębiorstw – istota i podejścia do strategii konkurencji*, (w:) *Uwarunkowania i sposoby wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw*, ECONOMICUS, Szczecin.
- Daszkiewicz N., Wach K. (2013), *Małe i średnie przedsiębiorstwa na rynkach międzynarodowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków.
- Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2011 roku* (2013), GUS, Warszawa.

- Edersheim E. H. (2009), *Przesłanie Druckera. Zarządzanie oparte na wiedzy*, MT Biznes, Warszawa.
- Faulkner D., Bowman C. (1996), *Strategie konkurencji*, Gebethner i S-ka, Warszawa.
- Fazłagić J. (2010), *Know-how w działaniu! Jak zdobyć przewagę konkurencyjną dzięki zarządzaniu wiedzą*, Helion, Gliwice.
- Gorynia M. (2001), *Luka konkurencyjna – koncepcja i metodyka badań*, (w:) „Organizacja i Zarządzanie”, nr 32, Zeszyty Naukowe Politechniki Poznańskiej, Poznań.
- Grudzewski W., Hejduk I. (2001), *Projektowanie systemów zarządzania*, Difin, Warszawa.
- Grosse T. G. (2004), *Jak rozwijać gospodarkę opartą na wiedzy w Polsce?*, „Analizy i Opinie”, nr 24.
- Kleer J. (2003), *Czym jest GOW*, (w:) *Gospodarka oparta na wiedzy. Perspektywy Banku Światowego*, KBN, Warszawa.
- Kotler P. (2002), *Marketing. Podręcznik europejski*, PWE, Warszawa.
- Mażewska M., Bąkowski A. (2012), *Uwarunkowania rozwoju infrastruktury wsparcia w Polsce*, (w:) *Ośrodki innowacji i przedsiębiorczości w Polsce, Raport 2012*, Bąkowski A., Mażewska M. (red.), PARP, Warszawa.
- Nasze jabłko mistrzem świata (2013), „Gazeta Wyborcza” nr 300, 27.12., Gospodarka.
- Orenstein M. A. (2014), *Jak wysoko poleci Polska?*, „Gazeta Wyborcza”, 11-12.01.
- Perechuda K. (2007), *Dyfuzyja wiedzy w przedsiębiorstwie*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław.
- Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2011-2012* (2013), PARP, Warszawa.
- Shepherd A. (2013), *MSP za granicą*, „Gazeta MSP – Małych i Średnich Przedsiębiorstw”, nr 11(139).
- Skawińska E. (2002), *Konkurencyjność przedsiębiorstw – nowe podejście*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, Poznań.
- Skrzypek E. (2009), *Nowa gospodarka i jej wyznaczniki*, (w:) *GOW – wyzwanie dla Polski*, Koto-wicz-Jawor J. (red.), PTE, Warszawa.
- Słabe i mocne strony sektora MSP w Polsce. Szanse i zagrożenia rozwojowe* (2011), materiały konferencyjne, PKPP Lewiatan, Sejm RP, 20.12.2011, Warszawa.
- Starczewska-Krzysztożek M. (2011), *Raport. Mocne i słabe strony MSP. Ujęcie według sekcji gospodarki*, PKPP Lewiatan, Warszawa.
- Toffler A. (2003), *Trzecia fala*, PIW, Warszawa.
- Ustawa z dnia 2 lipca 2004 o swobodzie działalności gospodarczej Dz. U. nr 173, poz. 1807.
- Warunki powstania i działania oraz perspektywy rozwojowe polskich przedsiębiorstw powstałych w latach 2007-2011* (2013), GUS, Warszawa.
- Wawak S. (2011), *Zarządzanie jakością. Podstawy, systemy i narzędzia*, Helion, Gliwice.
- Ziółkowska M. (2012), *Od zera do eksportera*, „Gazeta MSP – Małych i Średnich Przedsiębiorstw”, nr 7(123).

Źródła internetowe

- Glinkowska B. (2014), *Sposoby internacjonalizacji firm z sektora MSP*,
<http://www.gf24.pl/12675/sposoby-internacjonalizacji-firm-z-sektora-msp> [dostęp: 08.01].
- Gorzeń-Mitka I. (2014), *Determinanty konkurencyjności przedsiębiorstw*,
http://mikroekonomia.net/system/publication_files/689/original/0.pdf?1315212203 [dostęp: 01.01].

- Innowacyjność w Polsce wystrzeliła w górę* (2014), <http://cenerg.ien.com.pl/wiadomosc/items/innowacyjnosc-w-polsce-wystrzelila-w-gore> [dostęp: 02.01].
- Polskie Stowarzyszenie Doradcze i Konsultingowe (2014), *Rola systemów jakości w rozwoju MSP*, <http://www.biznesklaster.pl/company/article/73-rola-systemow-jakosci-w-rozwoju-msp/> [dostęp: 07.01].
- Walczak W. (2010), *Analiza czynników wpływających na konkurencyjność przedsiębiorstw*, „E-mentor”, nr 5 (37), [dostęp: 27.12.2013].
- Wojtowicz W. (2014), *Analiza wpływu wewnętrznych czynników produkcyjnych na konkurencyjność przedsiębiorstwa*, http://mikroekonomia.net/system/publication_files/84/original/11.pdf?1314879491, [dostęp: 01.01].

Key Factors of Competitiveness of SMEs and Their Impact on Economy Development

Summary

In consequence of turbulent changes occurring in the contemporary economy, enterprises' functioning becomes more and more difficult and their competitiveness depends on many factors. They include, first of all, scientific and technical, organisational and economic, socio-psychological, environmental and political factors.

In her study, the author paid a particular attention to the importance of stock of knowledge, innovativeness, quality and internationalisation, i.e. the decisive factors of the enterprise's competitive potential.

In Poland, small and medium-sized enterprises face serious challenges; nevertheless they have still been displaying strong spirit of entrepreneurship. To succeed they must retain flexibility and quickly adjust to the requirements of both local and global market.

Key words: enterprise, competitiveness, competitive advantage, factors of success, value added.

JEL codes: D02, M21

© All rights reserved

Afiliacja:

dr Olga Charucka
Akademia Finansów i Biznesu Vistula
ul. Stokłosy 3
02-787 Warszawa
tel.: 22 457 23 00
e-mail: olgacharucka@onet.pl