AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
http://ageconsearch.umn.edu
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

pISSN 1899-5241
eISSN 1899-5772

Journal of Agribusiness and Rural Development

www.jard.edu.pl

3(33) 2014, 253-261

WYBRANE ZAGADNIENIA POTENCJAŁU KONKURENCYJNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW PRZETWÓRSTWA OWOCOWO-WARZYWNEGO ZLOKALIZOWANYCH NA TERENIE WOJEWÓDZTWA WIELKOPOLSKIEGO

Joanna Smoluk-Sikorska, Lidia Jabłońska-Porzuczek, Sławomir Kalinowski

Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu

Abstrakt. W artykule omówiono wyniki badań ankietowych dotyczących potencjału i strategii konkurencyjności przedsiębiorstw przemysłu przetwórstwa owocowo-warzywnego zlokalizowanych na terenie województwa wielkopolskiego. Szczególną uwagę zwrócono na ocenę sytuacji finansowej przedsiębiorstw, zasobów produkcyjnych, systemu zarządzania oraz przyjętych strategii rozwoju. Na podstawie oceny sytuacji finansowej badanych firm stwierdzono, że charakteryzują się silną pozycją na rynku krajowym. Przedsiębiorstwa bardzo wysoko oceniają potencjał konkurencyjności, a w szczególności zasoby ludzkie i związane z nim umiejętności zarządcze. Ponadto większość przedsiębiorstw wysoko lub bardzo wysoko ocenia wykorzystanie strategii sterowania jakością oraz strategii specjalizacji.

Słowa kluczowe: konkurencyjność, strategia rozwoju przedsiębiorstwa, sytuacja finansowa, zasoby produkcyjne, system zarządzania

WPROWADZENIE

Procesy globalizacji i integracji z Unią Europejską z jednej strony stworzyły szansę ekspansji polskich przedsiębiorstw na nowe rynki, z drugiej zwiększyły konkurencję na rynku krajowym. Firmy, chcąc poprawić swoją pozycję na rynku, budują potencjał

Copyright © Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu

Adres do korespondencji – Corresponding author: dr Joanna Smoluk-Sikorska, Katedra Ekonomii, Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu, ul. Wojska Polskiego 28, 60-637 Poznań, Poland, e-mail: smoluk@up.poznan.pl

konkurencyjności. Proces ten powinien mieć charakter ciągły i wymaga nieustannych dostosowań do otoczenia przedsiębiorstwa. Poprawa konkurencyjności przejawia się zwiększającymi się przychodami ze sprzedaży, osiąganiem zysku, wprowadzeniem nowych technologii. Przewaga konkurencyjna oznacza osiągnięcie przez przedsiębiorstwo lepszej pozycji w branży. Miarą konkurencyjności jest pozycja przedsiębiorstwa na rynku, a także ocena przez obecnych i przyszłych klientów. Konkurencyjność może być oceniana również przez zarząd, właścicieli oraz inwestorów. Jednak każda z ocen uwzględnia różne cechy, a mianowicie: klient – ofertę przedsiębiorstwa, natomiast zarząd, właściciele, inwestorzy – zasoby przedsiębiorstwa [Pierścionek 2003, s. 177-178, Walczak 2010, s. 2-3, Makarski 2011, s. 402-403].

Celem artykułu była analiza potencjału mikrokonkurencyjności przedsiębiorstw przetwórstwa owocowo-warzywnego. Analizą objęto ocenę sytuacji finansowej badanych firm, ich zasoby produkcyjne, system zarządzania oraz stosowane strategie rozwoju.

MATERIAŁY I METODY BADAWCZE

W celu uzyskania opinii kadry zarządzającej na temat potencjału i strategii konkurencji przedsiębiorstw przetwórstwa owocowo-warzywnego na terenie województwa wielkopolskiego w latach 2010-2013, przeprowadzono badania ankietowe wśród 32 przedsiębiorstw. Wśród badanych firm przeważały przedsiębiorstwa średnie, zatrudniające do 250 osób (44,8%), oraz małe, zatrudniające do 50 osób (41,4%). Dominującą formą prawną były spółki prowadzone przez osoby fizyczne, które stanowiły 59,2% wszystkich badanych przedsiębiorstw, z kolei wśród spółek posiadających osobowość prawną przeważały spółki z ograniczoną odpowiedzialnością (ponad 3/4 przedsiębiorstw). Forma ta jest logicznymi wyborem, biorąc pod uwagę ograniczone możliwości wkładów w kapitał zakładowy. Najwięcej przedsiębiorstw powstało w latach 1990--1999 (54,3%). Na ich powstanie wpłynęły zmiany systemowo-instytucjonalne po 1989 roku, które pozwoliły na bardziej dynamiczny rozwój przedsiębiorczości. Co czwarte przedsiębiorstwo miało mniej niż 10 lat, a zaledwie co piąte istniało dłużej niż 25 lat.

Konstrukcja kwestionariusza ankiety była podporządkowana celom badania, a ankieta składała się z pięciu części i dotyczyła: ogólnych informacji o przedsiębiorstwie, zasobach, kompetencjach, konkurentach i stosowanej strategii konkurencji. Zebrane opinie oraz doświadczenia kadry kierowniczej miały charakter subiektywny i oceniający. W wyborze badanych przedsiębiorstw posłużono się metodą doboru celowego, a badaniami zostały objęte jednostki działające w ramach działu EKD 15.3 – przetwórstwo owoców i warzyw.

Narzędziem wykorzystanym w badaniu było skalowanie niemetryczne określające skalę ocen odpowiadających natężeniu badanej cechy. Metoda ta została wybrana ze względu na wielowymiarowość zjawiska konkurencyjności związanej z jego sensem procesowym, atrybutowym, relatywnością, poziomowością w hierarchii systemów gospodarczych oraz charakterem przyczynowo-skutkowym [Gorynia 2009, s. 48-57, Wiśniewska 2012, s. 30-41]. Założono, że badanie pozwala na niezupełną indukcję statystyczną, co było związane z odmową udziału w badaniach przedsiębiorców oraz niedostatkiem informacji o konkurentach.

WYNIKI BADAŃ

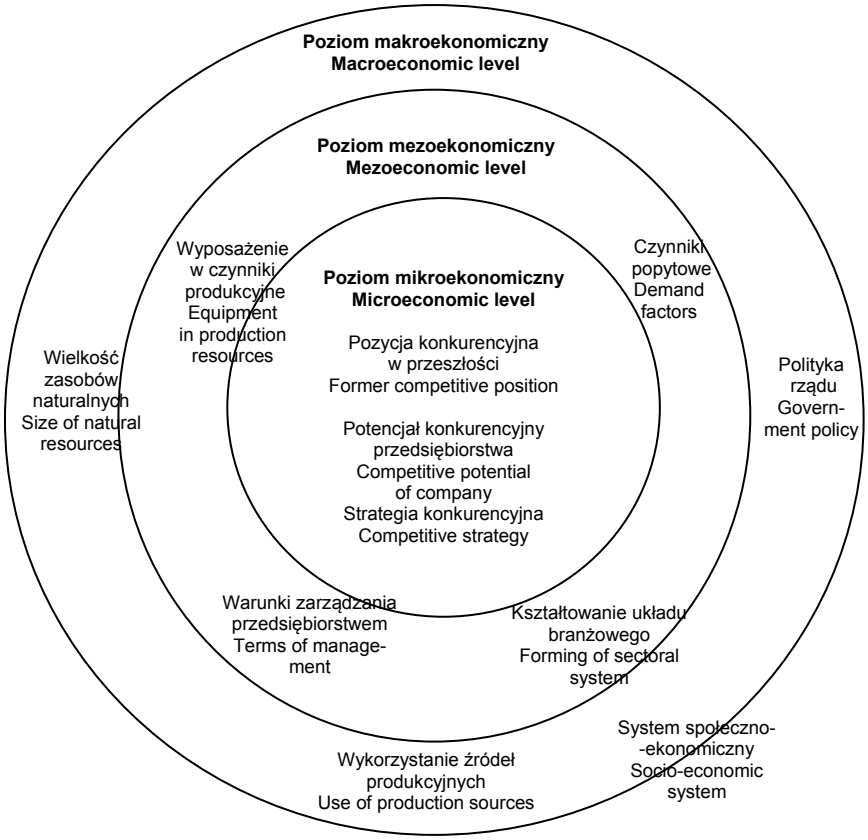
Konkurencyjność przedsiębiorstwa jest określana w różny sposób, nie istnieje jedna, uniwersalna i powszechnie stosowana definicja. Istotną cechą tych definicji jest brak wyróżnienia podmiotu konkurowania, zatem może to być zarówno kraj, region, jak i przedsiębiorstwo [Filip i Sowa 2008, s. 62]. Zdaniem Goryni [2002, s. 48, 2009, s. 48--57] konkurencyjność to umiejętność konkurowania, a także umiejętność zdobywania i utrzymania przewagi konkurencyjnej. Z kolei według OECD [Stankiewicz 2005, s. 35] jest to zdolność przedsiębiorstw, regionów, narodów lub ponadnarodowych organizacji do sprostania międzynarodowej konkurencji oraz do zapewniania relatywnie wysokiej stopy zwrotu od zastosowanych czynników produkcji i względnie wysokiego zatrudnienia na trwałych podstawach. W odniesieniu do przedsiębiorstwa konkurencyjność to porównywanie rezultatów faktycznych z oczekiwanymi przez poszczególne grupy interesariuszy i według Stankiewicza [2005, s. 44], bazując na wynikach tego porównania, można wyróżnić:

- konkurencyjność normalną – kiedy rezultaty określonych interakcji są równe oczekiwaniom uczestniczących w tych interakcjach interesariuszy, co zmusza ich do zaniechania działań w stosunku do przedsiębiorstwa,
- konkurencyjność mniej niż normalną – kiedy rezultaty rzeczywiste nie spełniają oczekiwań, wówczas interesariusze podejmują działania zmierzające do wycofywania się z interakcji z danym przedsiębiorstwem,
- konkurencyjność więcej niż normalną – gdy rezultaty rzeczywiste są lepsze od oczekiwanych, co skłania interesariuszy do umocnienia stosunków z przedsiębiorstwem.

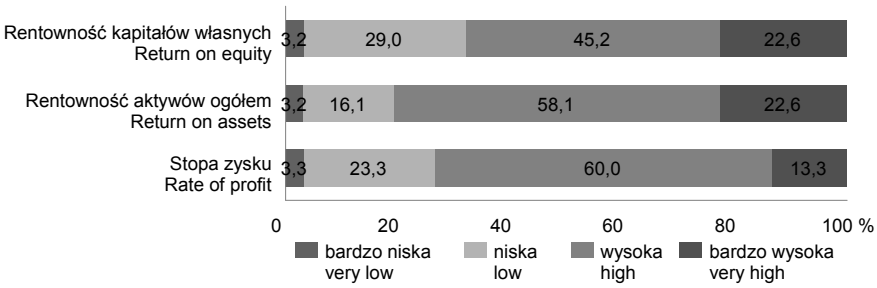
Konkurencyjność przedsiębiorstwa można również rozpatrywać w trzech wymiarach: mikro-, mezo- i makroekonomicznym (rys. 1). W ujęciu makroekonomicznym konkurencyjność to zdolność kraju do jej podnoszenia. Jest ona uwarunkowana głównie czynnikami o charakterze przyrodniczym, społecznym i politycznym. Mezokonkurencyjność to zdolność do wytwarzania produktów danej branży, gałęzi lub działu, która opiera się na determinantach popytowych, branżowych oraz wyposażeniu w czynniki produkcji, a także warunkach zarządzania przedsiębiorstwem. Głównymi elementami konkurencyjności przedsiębiorstwa w ujęciu mikroekonomicznym są pozycja konkurencyjna, potencjał konkurencyjności oraz strategia konkurencji [Gorynia 2002, s. 68].

Zdaniem Portera [2006, s. 28] pozycja konkurencyjna wyraża się w ciągłej walce pomiędzy konkurentami. Pozycja konkurencyjna jest określana również jako udział w rynku. Wymiernymi wyznacznikami konkurencyjności są zaś wypracowany zysk i rentowność działalności przedsiębiorstwa [Kusa i Peszko 2004, s. 490]. Badane przedsiębiorstwa dobrze oceniają stopę zysku i rentowność aktywów ogółem (rys. 2). Większość z nich uważa, że są one bardzo wysokie i wysokie (70-80%). Stosunkowo niewielka liczba analizowanych firm uznała, że stopa zysku i rentowność aktywów jest niska lub bardzo niska (27% i 19%), co może być spowodowane tym, że w badaniu uczestniczyły głównie duże przedsiębiorstwa o ugruntowanej, silnej pozycji rynkowej.

Jednym z wyznaczników konkurencyjności jest także okres funkcjonowania na rynku. Utrzymanie się firmy na rynku przez kilka lub kilkanaście lat wskazuje na to, że przedsiębiorstwo jest konkurencyjne [Kusa i Peszko 2004, s. 490]. Zdecydowana większość analizowanych przedsiębiorstw przetwórstwa owocowo-warzywnego została



Rys. 1. Wymiary konkurencyjności
Źródło: opracowanie własne na podstawie Gorynia [2009, s. 67-77].
Fig. 1. Dimensions of competitiveness
Source: authors' own elaboration based on Gorynia [2009, p. 67-77].

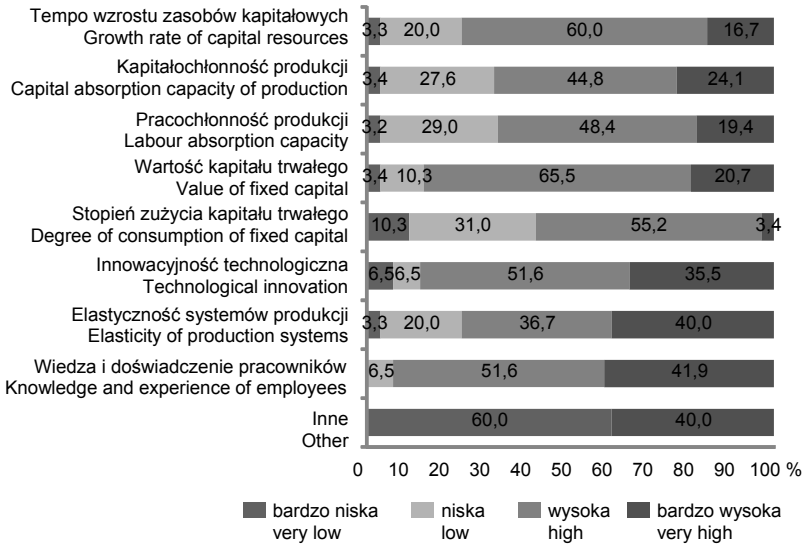


Rys. 2. Ocena sytuacji finansowej przedsiębiorstw przetwórstwa owocowo-warzywnego
Źródło: badania własne.
Fig. 2. Assessment of financial situation of fruit and vegetable processing companies
Source: authors' own research.

utworzona w latach 90. ubiegłego wieku (55%), co może świadczyć o ugruntowanej pozycji, stosunkowo dużym udziale w rynku i jednocześnie wysokiej konkurencyjności.

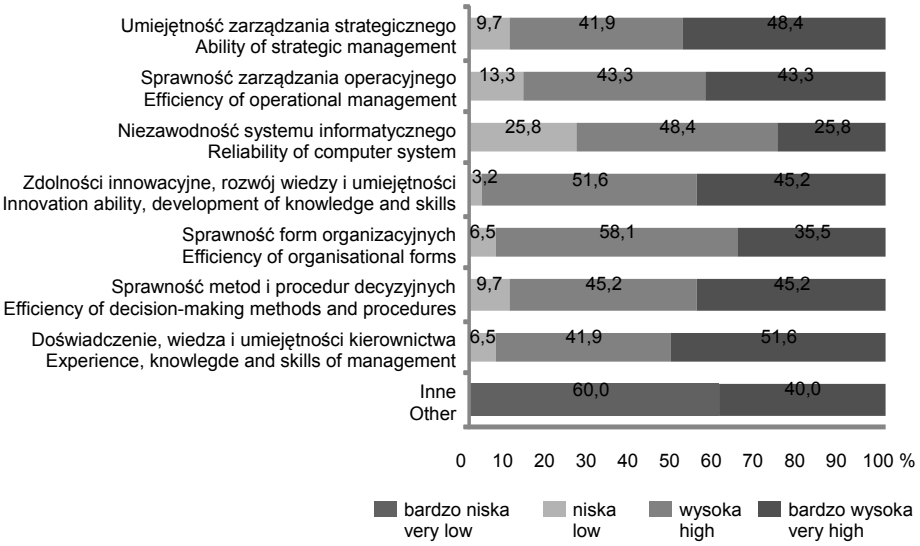
Potencjał konkurencyjności stanowią wszelkie zasoby materialne i niematerialne przedsiębiorstwa służące do budowania jego przewagi konkurencyjnej. Zasoby te są wykorzystywane w różnych sferach funkcjonowania firmy, w których wyodrębnia się różne składniki potencjału konkurencyjności, np. systemy zarządzania jakością, kwalifikacje i umiejętności pracowników, a także współpraca ze sferą B+R [Stankiewicz 2000, s. 97].

Z przeprowadzonych badań wynika, że większość badanych przedsiębiorstw wysoko i bardzo wysoko ocenia wiedzę i doświadczenie pracowników (94%), a także innowacyjność technologiczną (87%) (rys. 3). W opinii respondentów dobrze wypada również wartość kapitału trwałego i tempo wzrostu zasobów kapitałowych. Prawie co czwarte przedsiębiorstwo uznało, że zarówno stopień zużycia kapitału trwałego, jak i pracochłonność produkcji jest na niskim poziomie. Z kolei w opinii ponad 10% firm stopień zużycia kapitału trwałego jest bardzo niski. Pozwala to stwierdzić, że badane przedsiębiorstwa mogą posiadać zasoby, które świadczą o dość wysokim potencjale konkurencyjnym i możliwościach rozwojowych firmy.



Rys. 3. Ocena zasobów produkcyjnych przedsiębiorstw przetwórstwa owocowo-warzywnego
Źródło: badania własne.
Fig. 3. Assessment of production resources of fruit and vegetable processing companies
Source: authors' own research.

W ocenie analizowanych przedsiębiorstw istotne znaczenie w systemach zarządzania ma doświadczenie, wiedza pracowników i umiejętności kierownictwa, a także umiejętność zarządzania strategicznego (rys. 4). Co druga firma bardzo dobrze oceniała



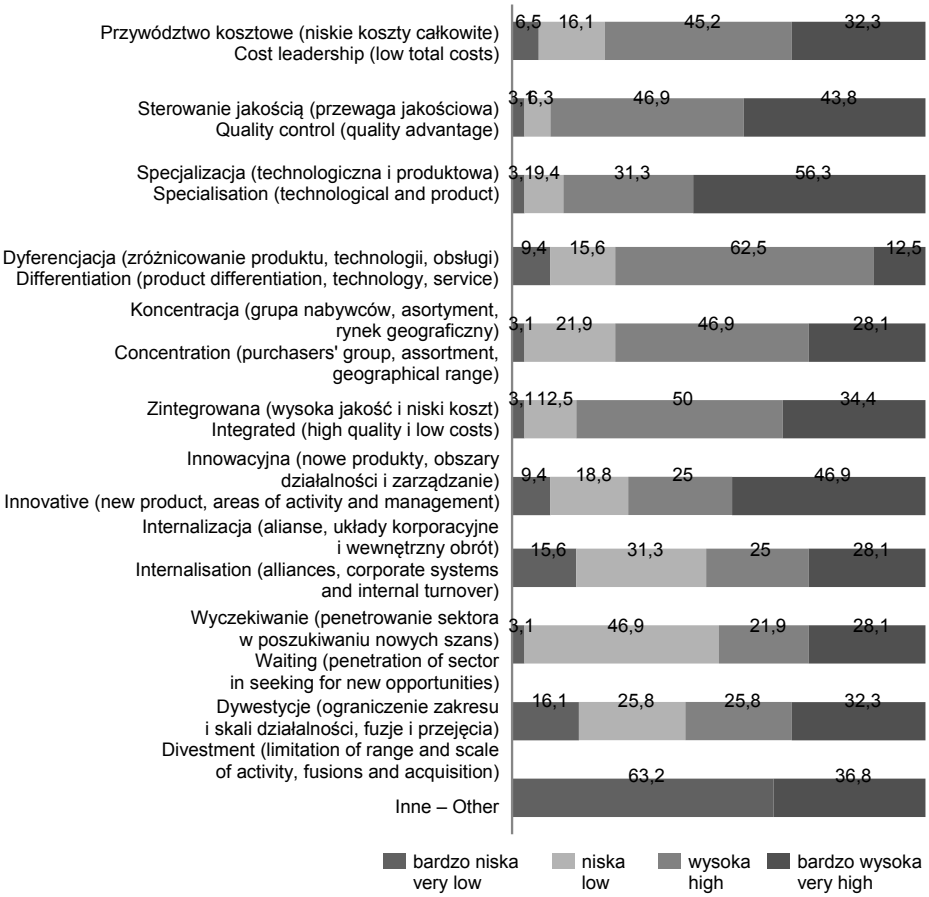
Rys. 4. Ocena systemu zarządzania w przedsiębiorstwach przetwórstwa owocowo-warzywnego
Źródło: badania własne.
Fig. 4. Assessment of management system in fruit and vegetable processing companies
Source: authors' own research.

doświadczenie i wiedzę pracowników oraz umiejętności zarządzania. Ponad 50% respondentów uznało, że sprawność form organizacyjnych i zdolności innowacyjne, rozwój wiedzy i umiejętności są na wysokim poziomie. Dość dobra ocena potencjału ludzkiego, jego kompetencji i umiejętności zarządczych może wynikać z tego, że w badaniu uczestniczyli kierownicy wyższego szczebla, zatem niekorzystna ocena potencjału ludzkiego w tym zakresie mogłaby negatywnie rzutować na ocenę ich własnej działalności.

Przewaga konkurencyjna zależy od wyboru odpowiedniej strategii rozwoju przedsiębiorstwa, a także od jej wdrożenia. Warunkiem określenia strategii jest rozpoznanie relacji między zasobami, zdolnościami i przewagą konkurencyjną a jej opłacalnością. Istotne znaczenie ma również identyfikacja czynników, za pomocą których przewaga może być utrzymana przez dłuższy okres. Konieczne jest zatem planowanie strategii, która w maksymalnym stopniu wykorzysta nietypowe cechy przedsiębiorstwa. Strategia to sposób wykorzystania potencjału przedsiębiorstwa w celu sprostania przemianom zachodzącym na rynku, przy jednoczesnej realizacji zamierzonych celów [Janiuk 2004, s. 84-89, Smolarek 2008, s. 56].

Z przeprowadzonych badań wynika, że większość przedsiębiorstw wysoko lub bardzo wysoko ocenia wykorzystanie strategii sterowania jakością – specjalizacyjną oraz zintegrowaną. Strategie wskazane przez kadrę zarządzającą mogą zapewnić powodzenie na rynku i sprzyjać zwiększaniu jego konkurencyjności. Ponad 90% badanych uważa, że ma dobre lub bardzo dobre warunki dla przewagi jakościowej, a prawie 90% stwierdziło, że ma bardzo dobre i dobre możliwości osiągnięcia specjalizacji technologicznej i produktowej. Z kolei 85% respondentów uznało, że pozycję konkurencyjną można

uzyskać dzięki niskim kosztom wytwarzania, co jest związane z minimalizacją i ścisłą kontrolą kosztów w całym procesie wytwarzania. Około 50% analizowanych przedsiębiorstw jest zdania, że wyczekiwanie powiązane z penetrowaniem sektora w poszukiwaniu nowych szans może przynieść pożądany efekt i przyczynić się do jego rozwoju w przyszłości (rys. 5).



Rys. 5. Strategie rozwoju przedsiębiorstwa
Źródło: badania własne.
Fig. 5. Strategies of a company development
Source: authors' own research.

Tak duże zróżnicowanie strategii poszczególnych przedsiębiorstw może być sygnałem, że żadna z nich w rzeczywistości nie jest prawidłowo realizowana, a także dowodzić braku rozpoznania potencjału oraz dziedzin, w których przedsiębiorstwo może konkurować na rynku. Przedsiębiorstwa powinny wybrać taki wzorzec zachowania, który zagwarantuje nie tylko przetrwanie, lecz także przewagę na rynku. Należy pamiętać, że przedsiębiorstwa działające w otoczeniu rynkowym są narażone na jego oddzia-

ływanie, które może niekorzystnie wpływać na ich funkcjonowanie i zagrażać istnieniu [por. Gorynia 2002]. Uzyskanie przewagi w stosunku do pozostałych przedsiębiorstw sprzyja rozwojowi oraz wykorzystaniu potencjału rozwojowego przedsiębiorstwa.

WNIOSKI

Na podstawie przeprowadzonej analizy wyników badania przedsiębiorstw sektora owocowo-warzywnego można stwierdzić, że należą one do grupy firm wyróżniających się na rynku. Przedsiębiorstwa te charakteryzują się silną pozycją na rynku krajowym, co wynika głównie z oceny ich sytuacji finansowej. Większość respondentów stwierdziła, że osiągana stopa zysku jest bardzo wysoka i wysoka. Wysoka stopa zysku związana jest z kolei z posiadanym potencjałem rozwoju i przyjętą, korzystną w danych warunkach, strategią konkurencyjności.

Analizowane przedsiębiorstwa bardzo wysoko oceniają potencjał konkurencyjności, a w szczególności zasoby ludzkie i związane z nim umiejętności zarządcze. Wiedza i doświadczenie zawodowe są bardzo wysoko oceniane zarówno w odniesieniu do zasobów produkcyjnych, jak i systemu zarządzania. Kapitał ludzki może być wykorzystany w wielu miejscach równocześnie, nie tylko nie ulega deprecjacji, ale co więcej, zwiększa swą wartość przez nabywanie nowych umiejętności i doświadczenia, dzięki czemu jest jednym z najważniejszych czynników tworzenia przewagi konkurencyjnej na rynku.

Przedsiębiorstwa branży owocowo-warzywnej wysoko i bardzo wysoko oceniają zastosowanie strategii sterowania jakością, specjalizacyjną oraz zintegrowaną, dzięki którym zwiększają pozycję firmy na rynku. Zaangażowanie przedsiębiorstwa w wybraną dziedzinę działalności, skoncentrowanie na niej posiadanego potencjału przyczynia się do poprawy jakości produktu i obniżenia kosztów wytworzenia. Dzięki wysokiej jakości i stosunkowo niskiej cenie wyroby przedsiębiorstwa trafiają do znacznej grupy konsumentów, zwiększając tym samym przewagę konkurencyjną firmy. Wielość stosowanych przez przedsiębiorstwa strategii wynika ze zmieniających się warunków społeczno-gospodarczych. Przeobrażenia w polskich przedsiębiorstwach są szczególne widoczne ze względu na zachodzącą transformację i dostosowywanie się do ogólnoświatowych trendów.

LITERATURA

Filip P., Sowa B., 2008. Konkurencja podatkowa jako efekt globalizacji gospodarki światowej. W: Najnowsze zmiany polskiego prawa prywatnego i publicznego a funkcjonowanie rynków finansowych. TNOiK, Rzeszów, 61-72.

Gorynia M., 2002. Wzorce zachowania się przedsiębiorstwa w gospodarce rynkowej. W: Luka konkurencyjna na poziomie przedsiębiorstwa a przystąpienie Polski do Unii Europejskiej. Red. M. Gorynia. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań, 48-68.

Gorynia M., 2009. Konkurencyjność w ujęciu mikroekonomicznym. W: Kompendium wiedzy o konkurencyjności. Red. M. Gorynia, E. Łaźniewska. Wyd. Nauk. PWN, Warszawa, 67-99.

Janiuk I., 2004. Strategiczne dostosowanie polskich małych i średnich przedsiębiorstw do konkurencji europejskiej. Difin, Warszawa.

Kusa R., Peszko A., 2004. Koncepcja badań konkurencyjności przedsiębiorstw turystycznych w Małopolsce. W: Przedsiębiorstwo i region w zjednoczonej Europie. Red. Z. Olesiński, A. Szplit. Prace Naukowe/Komitet Nauk i Organizacji PAN, Akademia Świętokrzyska im. Jana Kochanowskiego w Kielcach, Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej im. Jana Kochanowskiego, Kielce, 487-495.

Makarski S., 2011. Konkurencyjność przedsiębiorstw i jej uwarunkowania (na przykładzie firm z woj. podkarpackiego). Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy. Modernizacja dla spójności społeczno-ekonomicznej, Zeszyt nr 19. Uniwersytet Rzeszowski, Rzeszów, 397-407.

Pierścionek Z., 2003. Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa. Wyd. Nauk. PWN, Warszawa.

Porter M.E., 2006. Strategia konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów. Wydawnictwo MT Biznes Sp. z o.o., Warszawa.

Smolarek M., 2008. Strategie konkurencyjne małych przedsiębiorstw. Zesz. Nauk. Wyższej Szkoły Humanitas 1, 53-68.

Stankiewicz M.J., 2000. Istota i sposoby oceny konkurencyjności przedsiębiorstwa. Gosp. Narod. 7-8, 95-109.

Stankiewicz M.J., 2005. Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji. Dom Organizatora, Toruń.

Walczak W., 2010. Analiza czynników wpływających na konkurencyjność przedsiębiorstw. E-mentor 5(37), 5-12.

Wiśniewska J., 2012. Strategie konkurencji przedsiębiorstw przetwórstwa owocowo-warzywnego w warunkach konwergencji rynku krajowego i zagranicznego. Hand. Wewn. 6, 30-41.

SELECTED ISSUES OF COMPETITIVENESS POTENTIAL OF FRUIT AND VEGETABLE PROCESSING COMPANIES LOCATED IN THE WIELKOPOLSKIE VOIVODESHIP

Summary. The paper discusses results of the research concerning potential and strategy of competitiveness of companies of fruit and vegetable processing industry located in the Wielkopolskie voivodeship. Special attention was paid to the assessment of the companies' financial situation, their production resources, management system and adopted development strategies. The investigated companies are characterised by strong domestic market position, which is mainly results of the assessment of their financial situation. They asses competitiveness potential very high, particularly human resources and related with them management skills. Furthermore, most of the companies assess the use of strategy of quality control and specialisation strategy as high or very high.

Key words: competitiveness, company development strategy, financial situation, production resources, management system

Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 8.05.2014

Do cytowania – For citation: Smoluk-Sikorska J., Jabłońska-Porzuczek L., Kalinowski S., 2014. Wybrane zagadnienia potencjału konkurencyjności przedsiębiorstw przetwórstwa owocowo-warzywnego zlokalizowanych na terenie województwa wielkopolskiego. J. Agribus. Rural Dev. 3(33), 253-261.