

**KONKURENCYJNOŚĆ POLSKICH PRZEDSIĘBIORSTW
NA RYNKACH EUROPEJSKICH
na przykładzie wybranych branż**

Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2013

Obszarem badawczym, na którym skoncentrowano uwagę w publikacji jest zjawisko konkurencyjności przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych analizowane w przekroju branżowym. Takie ujęcie tematu spowodowało konieczność kompleksowego spojrzenia z jednej strony przez pryzmat konkurencyjności podmiotów gospodarczych, z drugiej zaś specyfiki określonej branży uwzględniając warunki kształtowane przez dane państwo do prowadzenia działalności gospodarczej. Obszar konkurencyjności jest tu traktowany szeroko. Konkurencyjność przedsiębiorstw to zdolność do sprostania konkurencji w danej branży. Jest ona postrzegana przez pryzmat posiadanych zasobów i kompetencji, podejmowanych działań o charakterze strategicznym oraz kreowanych instrumentów konkurowania. Polega na umiejętności projektowania, wprowadzania na rynek i sprzedawania produktów, których ceny, jakość i inne walory są bardziej atrakcyjne od porównywalnych cech towarów oferowanych przez przedsiębiorstwa konkurencyjne.

Podmiotami analizowanymi w dysertacji są polskie duże i średnie przedsiębiorstwa. Prowadzą one działalność w zakresie przetwórstwa przemysłowego w trzech branżach: spożywczej, kosmetycznej i odzieżowej. Charakteryzują się silną i stabilną pozycją konkurencyjną w Polsce oraz w Niemczech, Czechach, Rosji i na Ukrainie, mierzoną zwłaszcza wielkością udziałów rynkowych.

Celem głównym pracy jest opracowanie branżowych modeli konkurencyjności polskich przedsiębiorstw, z uwzględnieniem specyfiki wytypowanych rynków zagranicznych, w oparciu o wcześniej zidentyfikowane determinanty konkurencyjności przedsiębiorstw. Modele te mają charakter optymalizacyjny i służą wskazaniu optymalnych, a zarazem realnych sposobów osiągnięcia celów stawianych przez przedsiębiorstwa. Skonstruowano je wykorzystując metodę benchmarkingu konkurencyjnego oraz koncepcję modelu biznesu. Branżowe modele konkurencyjności przedsiębiorstw ukazują potencjalnie najbardziej skuteczne warianty działania obejmujące trzy elementy: zasoby i kompetencje (składniki potencjału konkurencyjnego) posiadane przez podmioty gospodarcze, które tworzą ich łańcuchy wartości na poszczególnych rynkach zagranicznych, strategię konkurencji stosowane za granicą oraz instrumenty konkurowania kierowane do pośredników handlowych oraz nabywców finalnych.