

**BENCHMARKING
JAKO METODA
DIAGNOZY
KONKURENCYJNOŚCI
PRZEDSIĘBIORSTW
W KLASTRACH**

JOANNA
KUCZEWSKA

**BENCHMARKING
JAKO METODA
DIAGNOZY
KONKURENCYJNOŚCI
PRZEDSIĘBIORSTW
W KLASTRACH**

Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego
Gdańsk 2020

Recenzent
dr hab. Barbara Jankowska, prof. UEP

Redaktor Wydawnictwa
Katarzyna Ambroziak

Projekt okładki i stron tytułowych
Filip Sendal

Skład i łamanie
Urszula Jędryczka

Publikacja dofinansowana ze środków Wydziału Ekonomicznego
Uniwersytetu Gdańskiego oraz Prorektora ds. Nauki Uniwersytetu Gdańskiego

© Copyright by Uniwersytet Gdański
Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego

ISBN 978-83-8206-018-8

Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego
ul. Armii Krajowej 119/121, 81-824 Sopot
tel./fax 58 523 11 37, tel. 725 991 206
e-mail: wydawnictwo@ug.edu.pl
www.wyd.ug.edu.pl

Księgarnia internetowa: www.kiw.ug.edu.pl

Druk i oprawa
Zakład Poligrafii Uniwersytetu Gdańskiego
ul. Armii Krajowej 119/121, 81-824 Sopot
tel. 58 523 14 49; fax 58 551 05 32

SPIS TREŚCI

WSTĘP	7
Rozdział 1. TEORIA KONKURENCYJNOŚCI	17
1.1. Ewolucja teorii konkurencyjności	17
1.2. Wybrane współczesne koncepcje konkurencyjności	24
1.3. Dekompozycja konkurencyjności – poziom makro, mezo i mikro	30
Rozdział 2. KONKURENCYJNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTW – ASPEKTY TEORETYCZNE ...	36
2.1. Definicje konkurencyjności przedsiębiorstwa	37
2.2. Otoczenie zewnętrzne a kształtowanie przewag konkurencyjnych przedsiębiorstwa	46
2.2.1. Elementy otoczenia makroekonomicznego	49
2.2.2. Elementy otoczenia konkurencyjnego i otoczenia związanego z lokalizacją	51
2.3. Metody poszukiwania przewag konkurencyjnych	66
2.3.1. Metody oceny potencjału otoczenia makroekonomicznego	67
2.3.2. Metody oceny potencjału otoczenia konkurencyjnego	68
2.3.3. Metody oceny zasobów wewnętrznych	71
2.3.4. Metody oceny pozycji konkurencyjnej	73
Rozdział 3. BENCHMARKING JAKO METODA DIAGNOZY KONKURENCYJNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW	80
3.1. Ewolucja, definicja i rodzaje benchmarkingu	80
3.1.1. Definicja benchmarkingu	82
3.1.2. Ewolucja metody benchmarkingu	85
3.1.3. Zakres i rodzaje benchmarkingu	89
3.2. Koncepcje procesu benchmarkingu	94
3.3. Benchmarking a diagnoza pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa	100
3.4. Ocena metody benchmarkingu	102
3.5. Przykłady wykorzystania benchmarkingu jako narzędzia diagnozy konkurencyjności przedsiębiorstw w wybranych krajach	108
3.6. Benchmarking jako narzędzie diagnozy konkurencyjności przedsiębiorstw w klastrach	111

Rozdział 4. KLASTRY JAKO FORMA WSPÓŁPRACY I OSIĄGANIA DODATKOWYCH KORZYŚCI KONKURENCYJNYCH PRZEDSIĘBIORSTW	116
4.1. Ewolucja koncepcji klastrów	116
4.2. Definicja i cechy charakterystyczne klastrów	120
4.3. Typy klastrów	125
4.4. Proces powstawania klastra	132
4.5. Efekty wewnętrzne współpracy klastrowej a konkurencyjność przedsiębiorstwa	140
Rozdział 5. WYKORZYSTANIE BENCHMARKINGU JAKO METODY DIAGNOZY KONKURENCYJNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW W KLASTRACH – KONCEPCJA NAJLEPSZYCH PRAKTYK	145
5.1. Identyfikacja czynników w istotny sposób wpływających na konkurencyjność przedsiębiorstw w wybranych klastrach w Polsce	146
5.1.1. Cel badawczy i dobór próby	146
5.1.2. Charakterystyka próby badawczej	159
5.1.3. Metody badawcze i rezultaty badań	162
5.1.4. Koncepcja wykorzystania metody najlepszych praktyk w zakresie diagnozy konkurencyjności przedsiębiorstw funkcjonujących w wybranych klastrach w Polsce na podstawie badań ilościowych ..	190
5.2. Diagnoza otoczenia konkurencyjnego przedsiębiorstw w wybranych klastrach w Polsce	193
5.2.1. Koncepcja wykorzystania metody najlepszych praktyk w zakresie diagnozy konkurencyjności przedsiębiorstw funkcjonujących w wybranych klastrach w Polsce na podstawie analizy ilościowej i badania otoczenia konkurencyjnego sektora	203
5.2.2. Propozycje mierników najlepszych praktyk w zakresie diagnozy konkurencyjności przedsiębiorstw funkcjonujących w wybranych klastrach w Polsce	206
ZAKOŃCZENIE	216
Załącznik nr 1 – Ankieta badawcza	223
Załącznik nr 2 – Efekty krańcowe (tabela)	231
LITERATURA	238
SPIS RYSUNKÓW I WYKRESÓW	263
SPIS TABEL	266