

*Wojciech Urbaniak**

KONKURENCYJNOŚĆ – PRÓBA ZDEFINIOWANIA ZJAWISKA

1. Pojęcie konkurencyjności

W ostatnich dwóch dekadach w gospodarce światowej wystąpiło zjawisko znacznego nasilenia się konkurencji. Wpłynęły na to procesy globalizacyjne, rozwój działalności korporacji międzynarodowych, deregulacja całych sektorów gospodarek różnych krajów, rozwój procesów integracyjnych, zwłaszcza w Europie Zachodniej. W tych warunkach potrzeba zachowania konkurencyjności jako warunku przetrwania i rozwoju wystąpiła z całą ostrością. Na wagę tego zjawiska wskazuje przyjęta przez Unię Europejską w roku 2000 w Lizbonie strategia rozwoju na okres 10 lat, kładąca nacisk na tworzenie gospodarki o wysokim stopniu konkurencyjności.

Pojęcie konkurencyjności stało się w ostatniej dekadzie przedmiotem licznych opracowań teoretycznych. O konkurencyjności mówi i pisze się bardzo dużo, upatrując w niej kluczowy czynnik zapewniający sukces gospodarczy, a w szerszej skali dobrobyt. W tym kontekście bycie konkurencyjnym postrzegane jest jako posiadanie pewnych atutów. Rozpatruje się konkurencyjność w różnych przekrojach i w odniesieniu do różnych podmiotów, nie tylko gospodarczych. Mówi się o potrzebie bycia konkurencyjnym w skali kraju i na rynkach międzynarodowych. Zjawisko konkurencyjności stało się także przedmiotem licznych analiz empirycznych. W Polsce popularność tego typu prac wiąże się z możliwymi zmianami w zakresie konkurencyjności w związku z przystąpieniem do Unii Europejskiej.

W sposób naturalny nasuwa się pytanie, czym właściwie jest konkurencyjność, z jakimi zjawiskami się wiąże, co właściwie oznacza, że dana jednostka jest bądź nie jest konkurencyjna, w jaki sposób można mierzyć konkurencyjność.

* St. wykładowca w Katedrze Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych Uniwersytetu Łódzkiego.

Te pytania mają obecnie w dużym stopniu charakter otwarty, gdyż zjawisko konkurencyjności nie zostało dotąd jednolicie zdefiniowane. Występuje mnogość definicji tego pojęcia, które próbują odnieść je do różnych zjawisk w węższy bądź szerszy sposób. Istnieją także definicje mające niejako charakter normatywny, przyjmowane przez określone organizacje gospodarcze.

Konkurencyjność stanowi pochodną w stosunku do pojęcia konkurencji, w związku z tym należy wywód rozpocząć od definicji tego pojęcia.

Konkurencja w naukach ekonomicznych określana jest jako proces współzawodnictwa, rywalizacji podmiotów gospodarczych na rynku dla realizacji swoich celów, poprzez przedstawianie przez te podmioty oferty korzystniejszej od innych uczestników rynku pod względem ceny, jakości lub innych cech wpływających na decyzję o zawarciu transakcji. Tak rozumiana konkurencja związana jest z istnieniem rynku, rozumianego jako pewien mechanizm, za pośrednictwem którego następuje wzajemne oddziaływanie nabywców i sprzedających. Opierając się na tym mechanizmie kształtują się ceny dóbr i usług, a także płace i inne formy wynagrodzeń (praca) oraz stopy procentowe, kursy walut, ceny papierów wartościowych (kapitał), a także cena ziemi i innych czynników produkcji.

Tak ujmowane pojęcie konkurencji oznacza, że występuje ona w gospodarce, w której dominującym regulatorem procesów gospodarczych jest rynek.

Jak zaznaczono, pojęcie konkurencyjności jest ściśle powiązane ze zjawiskiem konkurencji. Brak jest jednak jednej, powszechnie przyjętej, precyzyjnej definicji tego pojęcia. Jak wskazuje Z. Pierścionek, w literaturze odnaleźć można kilkaset definicji konkurencyjności. Według niego zdecydowana większość z nich określa jednak ją w sposób bardzo zbliżony, za pomocą nieco innych sformułowań bądź występujące różnice nie są istotne¹. Z kolei M. Gorynia wskazuje, że wśród różnych definicji konkurencyjności wiele z nich cechuje fragmentaryczność i jednostronność². Są to na ogół definicje sporządzane z punktu widzenia przeprowadzanych badań. Jest rzeczą charakterystyczną, że niektórzy wybitni teoretycy konkurencyjności, np. M. E. Porter, w swych publikacjach w ogóle nie definiują tego zjawiska³.

Trudności związane z dokładnym zdefiniowaniem zjawiska konkurencyjności wiążą się z jego złożonością. Konkurencyjność rozpatrywać można

¹ Z. Pierścionek, *Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa*, PWN, Warszawa 2003, s. 165.

² M. Gorynia, *Luka konkurencyjna w przedsiębiorstwach a przystąpienie Polski do UE*, „Gospodarka Narodowa” 2000, nr 10, s. 48–49.

³ Brak jest takiej definicji m. in. w pracach tegoż autora – M. E. Porter, *Strategia konkurencji*, PWE, Warszawa 1992 i *The Competitive Advantage of Nations*, Macmillan Press Ltd., London 1990.

w środowisku różnych rodzajów podmiotów i na rynku o różnym zasięgu. Na złożoność zjawiska konkurencyjności wpływa także fakt, że jest ona efektem oddziaływania bardzo wielu różnorodnych czynników. W związku z tym poszczególni autorzy w pracach badawczych eksponują te lub inne aspekty zjawiska konkurencyjności. Natomiast sama istota konkurencyjności jest dość oczywista. Najogólniej można powiedzieć, że konkurencyjność to umiejętność realizacji swoich celów w rywalizacji z innymi podmiotami na rynku. Inaczej można stwierdzić, że jest to zdolność do skutecznego działania w otoczeniu konkurencyjnym. Zjawisko konkurencyjności można w gruncie rzeczy sprowadzić do produktywności względnej czynników produkcji. Posiada ono charakter relatywny, stanowiąc odniesienie danego podmiotu do innych konkurujących uczestników rynku. Dlatego też brak takiego punktu odniesienia powoduje, że niemożliwe jest wykorzystywanie pojęcia konkurencyjności całej gospodarki światowej.

A. Hildebrandt przedstawiła definicje konkurencyjności stosowane przez niektóre organizacje i podmioty gospodarcze⁴. I tak na Gieldzie Nowojorskiej przez konkurencyjność rozumie się umiejętność sprzedawania produktów z zyskiem – tak w kraju, jak i za granicą. Podobny charakter mają definicje stosowane już w latach 80. przez ekspertów z Komisji Europejskiej. Przyjmowano tam, że konkurencyjność to zdolność do sprostania konkurencji międzynarodowej, a miarą tej konkurencyjności, przynajmniej w pierwszej ocenie, powinna być akceptacja wyrobów na rynku.

Obecnie coraz większą popularność zyskuje określenie konkurencyjności przemysłowej, zaproponowane przez OECD w 1996 r.⁵ Według tej definicji konkurencyjność przemysłowa to zdolność firm, sektorów, regionów, krajów i obszarów ponadnarodowych do generowania relatywnie wysokich przychodów czynników produkcji i relatywnie wysokiego poziomu zatrudnienia w warunkach trwałego poddania się konkurencji międzynarodowej.

Definicja ta zawiera następujące aspekty pojęcia konkurencyjności:

- określa konkurencyjność jako zdolność do osiągania relatywnie wysokiej, czyli wyższej niż inni uczestnicy rynku, wydajności pracy i produktywności pozostałych czynników wytwórczych – kapitału i ziemi;
- przyjmuje, że te stosunkowo wysokie przychody muszą być osiągnięte w warunkach otwarcia na konkurencję zagraniczną – zarówno na rynku krajowym, jak i międzynarodowym;
- zawiera pewne przekroje, w jakich można badać konkurencyjność.

⁴ A. Hildebrandt, *Konkurencyjność – próby zdefiniowania i pomiaru zjawiska*, „Wspólnoty Europejskie” 2002, nr 3, s. 69.

⁵ Pod pojęciem konkurencyjności przemysłowej rozumie się w tej definicji konkurencję na rynku dóbr materialnych lub usług.

Tak więc konkurencyjność może być rozpatrywana w różnych podziałach. Na podstawie zakresu wyróżnić można konkurencyjność lokalną, regionalną, ogólnokrajową, międzynarodową i globalną. Wyróżnić można konkurencyjność po stronie podaży i popytu. W tym pierwszym przypadku konkurowanie ma miejsce między producentami, sprzedającymi itd. W drugim przypadku konkurują ze sobą podmioty dążące do kupna określonych zasobów⁶. Zainteresowanie zarówno teoretyków, jak i twórców opracowań empirycznych koncentruje się na badaniu konkurencyjności po stronie podaży.

Konkurencyjność dzielić także można opierając się na kryteriach: podmiotowych, czynników produkcji, mechanizmów gospodarczych. W ujęciu podmiotowym wyróżnić można konkurencyjność:

- przedsiębiorstwa,
- klastra,
- sektora,
- gospodarki narodowej,
- grupy krajów.

Przedmiotem badań jest najczęściej konkurencyjność przedsiębiorstw i gospodarek państw, a w mniejszym stopniu sektorów gospodarczych i regionów. Według K. Kłosińskiego przez konkurencyjność na różnych poziomach podmiotów należy rozumieć⁷:

- na szczeblu przedsiębiorstwa:
 - zdolność do projektowania, produkowania i sprzedawania wyrobów lepszych niż konkurencja (zarówno z punktu widzenia kategorii cenowych, jak i pozacenowych);
 - poziom kompetencji firm do wykorzystywania krajowych zasobów dla wytwarzania dóbr oraz usług;
- na szczeblu sektora gospodarczego:
 - wielkość oferowanych możliwości w zakresie zwrotu z dokonywanych inwestycji;
- na szczeblu regionu:
 - zdolność do przyciągania kapitałów i środków pomocowych;
 - zdolność do zatrzymywania w regionie posiadanych czynników produkcji;
- na szczeblu gospodarki:
 - warunki, które sprzyjają rozwojowi gospodarczemu oraz stwarzają atrakcyjność lokatom inwestycyjnym potencjalnych przedsiębiorców z punktu widzenia krajowych zasobów.

⁶ J. Stankiewicz, *Istota i sposoby oceny konkurencyjności przedsiębiorstwa*, „Gospodarka Narodowa” 2000, nr 7–8, s. 95.

⁷ Cytowany autor definiując konkurencyjność na różnych szczeblach, oparł się na opinii instytutu IMD z Lozanny. Patrz – K. Kłosiński, *Konkurencyjność gospodarek narodowych*, „Handel Wewnętrzny”, nr 4–5, s. 9.

Wyróżnić jeszcze należy konkurencyjność na rynku krajowym i zagranicznym. Należy zauważyć, że na rynku krajowym możemy mieć do czynienia z konkurentami zagranicznymi, którzy mogą tam występować jako importerzy. Warunkiem jest oczywiście otwartość rynku wewnętrznego na produkty zagraniczne.

2. Wymiary konkurencyjności

Konkurencyjność rozpatrywać można w kilku wymiarach. Spotkać się można z różnymi terminami związanymi z konkurencyjnością, charakteryzującymi różne jej aspekty. Terminy te, podobnie jak konkurencyjność, definiowane bywają w różny sposób, co powoduje, że są rozumiane niekiedy niejednoznacznie, a niektóre nawet używane zamiennie, co rodzi nieporozumienia. Najważniejsze z nich to:

- otoczenie konkurencyjne,
- potencjał konkurencyjny,
- przewaga konkurencyjna,
- luka konkurencyjna,
- strategia konkurowania,
- pozycja konkurencyjna.

Otoczenie przedsiębiorstwa jest pojęciem bardzo szerokim, obejmującym siły zewnętrzne oddziałujące na przedsiębiorstwo, głównie siły ekonomiczne i społeczne. Uważa się jednak dość powszechnie, że kluczowym elementem otoczenia jest otoczenie konkurencyjne, czyli takie, w którym przedsiębiorstwo konkuruje. Za takie otoczenie uważa się sektor. Jak wskazuje M. E. Porter, natężenie konkurencji w ramach sektora uzależnione jest od oddziaływania pięciu sił konkurencyjnych – rywalizacji między istniejącymi w sektorze firmami, groźby nowych wejść, groźby produktów substytucyjnych, siły przetargowej nabywców i dostawców⁸.

Potencjał konkurencyjny określić można jako zasoby i umiejętności, którymi dysponuje dany podmiot, a które mają wpływ na kształtowanie się jego pozycji konkurencyjnej. Zasoby te mają charakter cech lub stanów, mogą mieć charakter materialny lub niematerialny. Mogą być klasyfikowane w różny sposób. Według M. Goryni potencjał konkurencyjny podmiotu gospodarczego w zależności od uwzględnianych zasobów ujmować można w wąskim i szerokim zakresie⁹. J. Stankiewicz wyodrębnił 11 sfer funkcjonalno-zasobowych, w ramach których określany jest potencjał konkurencyjny przedsiębiorstwa¹⁰. Na szczeblu gospodarki zasobami są materialne

⁸ M. E. Porter, *Strategia...*, s. 21–22.

⁹ M. Gorynia, *op. cit.*, s. 50.

¹⁰ J. Stankiewicz, *op. cit.*, s. 100–102.

i niematerialne czynniki wpływające na potencjalne możliwości konkutowania. M. E. Porter wyodrębnił cztery grupy cech, określających potencjalne możliwości konkutowania gospodarki (jest to tzw. diament Portera)¹¹:

- warunki czynnikowe – pozycja danego kraju w wyposażeniu w czynniki produkcji, takie jak kwalifikowana siła robocza i infrastruktura, potrzebna do konkutowania w danej branży;
- warunki popytowe – charakter popytu krajowego na produkty lub usługi danej branży;
- branże pokrewne i wspierające – obecność lub brak branż dostawców i pokrewnych, które są konkurencyjne międzynarodowo;
- strategia, struktura firm i rywalizacja między nimi – warunki regulujące w danym kraju tworzenie, organizowanie i zarządzanie firmami oraz charakter rywalizacji.

W interesujący sposób zestaw czynników określających potencjał konkurencyjny kraju sformułowany został przez Komisję Europejską w 1997 r. Nosi on nazwę piramidy konkurencyjności. W ramach tej koncepcji konkurencyjność danego kraju wiąże się ze standardem życia, stanowiącym najwyższy poziom piramidy, uzależnionym od dwóch podstawowych czynników – zatrudnienia i produktywności. Na niższych szczeblach zawarta jest dekompozycja tych czynników. Jak zauważa A. Zielińska-Głębocka, piramida konkurencyjności może być wykorzystywana do konstrukcji modeli konkurencyjności w porównaniach międzynarodowych, regionalnych i do oceny konkurencyjności przedsiębiorstw¹².

Podkreśla się, że w określaniu potencjału konkurencyjnego firmy wykorzystywana może być analiza łańcucha wartości, stanowiącego dekompozycję zbioru czynności wykonywanych przez dany podmiot¹³.

Posiadany przez dany podmiot potencjał konkurencyjny stanowi źródło przewagi konkurencyjnej, czyli zbioru atutów, firmy bądź kraju, wynikającego z danego potencjału konkurencyjnego. W taki sposób ujmuje to pojęcie J. Stankiewicz, według którego przewaga konkurencyjna to konfiguracja składników potencjału konkurencyjności, dająca możliwości generowania bardziej skutecznych, w porównaniu z innymi podmiotami, instrumentów konkutowania¹⁴. Pojęcie to często utożsamiane jest ze zdolnością do konkutowania, choć można się też spotkać z odmiennym określeniem pojęcia

¹¹ M. E. Porter, *Porter o konkurencji*, PWE, Warszawa 2001, s. 206.

¹² *Konkurencyjność przemysłowa Polski w procesie integracji z Unią Europejską*, red. A. Zielińska-Głębocka, Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2000.

¹³ A. K. Koźniewski, *Zarządzanie międzynarodowe*, PWE, Warszawa 1999, s. 61.

¹⁴ J. Stankiewicz, *op. cit.*, s. 103.

zdolności konkurencyjnej¹⁵. Podkreśla się, że czynniki przewagi konkurencyjnej wyodrębniane mogą być w całym łańcuchu wartości przedsiębiorstwa.

Podstawowe czynniki przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa przedstawił M. E. Porter¹⁶. Według niego są to: wiodąca pozycja pod względem kosztów lub zróżnicowanie. W obydwu przypadkach wyodrębnić można różny zasięg konkurencyjności – na mniejszej lub większej liczbie segmentów nabywców, obszarów geograficznych, a także w węższym lub szerszym asortymencie produktów. Możliwości osiągnięcia przewagi konkurencyjnej na podstawie tych dwóch czynników są zróżnicowane w zależności od specyfiki sektorów. W związku z tym krzyżując je ze sobą, uzyskamy cztery rodzaje środowiska sektorowego, które cechują się większą lub mniejszą podatnością na uzyskiwanie przewagi konkurencyjnej opierając się na wiodącej pozycji pod względem kosztów i zróżnicowania¹⁷.

Tabela 1

Typy przestrzeni sektorowej w zależności od możliwości osiągnięcia przewagi konkurencyjnej

Możliwości oparte na zróżnicowaniu	Możliwości oparte na niskich kosztach jednostkowych	
	Duże	Małe
Duże	specjalizacja	rozproszenie
Małe	wolumen	impas

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Strategor, *Zarządzanie firmą*, PWE, Warszawa 1995, rys. 2.3.

Przestrzeń typu wolumen charakterystyczna jest dla sektorów, w których brak jest możliwości wyróżnienia produktu w istotny sposób. Poprzez odpowiednio dużą skalę produkcji można natomiast doprowadzić do zmniejszenia kosztów jednostkowych. W taki sposób funkcjonują sektory wytwarzające produkty standardowe i masowe.

W przestrzeni typu specjalizacji charakterystyczne jest zajmowanie nisz rynkowych – z produktami wyróżnionymi i zgodnie z logiką niszy wytwarzanymi przy kosztach niższych niż możliwych do uzyskania przez potencjalnych wchodzących.

¹⁵ J. Bossak, *Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki kraju i przedsiębiorstwa. Zagadnienia teoretyczne i metodologiczne*, [w:] *Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki Polski w dobie integracji z Unią Europejską i globalizacji*, red. J. Bossak, W. Bieńkowski, Instytut Gospodarki Światowej, Kolegium Gospodarki Światowej, SGH, Warszawa 2001, s. 49.

¹⁶ M. E. Porter, *Strategia...*

¹⁷ Strategor, *Zarządzanie firmą*, PWE, Warszawa 1995, s. 58.

Przestrzeń rozproszona stanowi środowisko, w którym następują częste zmiany popytu, stąd producent musi zachowywać odpowiednio dużą elastyczność w dostosowywaniu swojej oferty do jego potrzeb. Możliwości różnicowania wyrobów są tutaj duże, natomiast obniżki kosztów, zwłaszcza przy zwiększeniu serii produkcji – niskie.

Ostatnia przestrzeń – impas – cechuje się niedużymi możliwościami różnicowania wyrobów, ale i niskimi barierami wejścia. Technologia jest stosunkowo prosta i powszechnie znana. W takiej sytuacji możliwości osiągnięcia przewagi konkurencyjnej są bardzo ograniczone.

Wskazując na potrzebę osiągnięcia przez przedsiębiorstwa przewagi konkurencyjnej, należy podkreślić potrzebę zachowania jej trwałości. Trwała przewaga konkurencyjna zmniejsza ryzyko w działalności podmiotu, ograniczając wpływ działań konkurentów i czynników rynkowych na wyniki osiągane przez przedsiębiorstwo. Wyodrębnić można trzy podstawowe czynniki, określające możliwości osiągnięcia przez dany podmiot przewagi konkurencyjnej:

- możliwości przejęcia zasobów i umiejętności firmy przez konkurentów,
- potencjał i realne możliwości działania konkurentów,
- dynamika i kierunki rozwoju sektora.

D. Faulkner i C. Bowman wskazują na potrzebę zachowania pewnej unikatowości posiadanych przez firmę zasobów i umiejętności, jako czynników zapewniających jej przewagę konkurencyjną o charakterze trwałym. Wskazują na wagę dużej trwałości oraz niskiej podatności na zawłaszczanie oraz możliwość transferu lub skopiowania. Posiadane przez firmę zasoby i umiejętności powinny być odpowiednio skorelowane z szansami rynkowymi¹⁸. Czyli powinny być dostosowane do specyfiki sektora.

Efektem analizy potencjału konkurencyjnego jest nie tylko określenie czynników przewagi konkurencyjnej, ale także elementów tworzących lukę konkurencyjną, którą określić można jako względnie trwałą różnicę pomiędzy potencjałem konkurencyjnym firmy, kraju lub jego elementów a potencjałem konkurencyjnym konkurentów lub jego odpowiednimi elementami. Lukę można zatem odnosić do całego potencjału konkurencyjnego firmy, kraju lub do jego wybranych części, podobnie jak przewagę konkurencyjną.

Przeprowadzona analiza przewagi konkurencyjnej i luki stwarza dogodne podstawy do sformułowania strategii konkurencji. Według M. E. Portera strategia konkurencji to ogólna formuła określająca sposób, w który przedsiębiorstwo zamierza konkurować, jakie powinny być jego cele i zasady postępowania potrzebne do realizacji tych celów¹⁹. Kluczowym elementem strategii działań konkurencyjnych przedsiębiorstwa są instrumenty konkurowania (zasady postępowania w ujęciu M. E. Portera). Instrumenty te

¹⁸ D. Faulkner, C. Bowman, *Strategie konkurencji*, Felberg SJA, Warszawa 1999, s. 43–44.

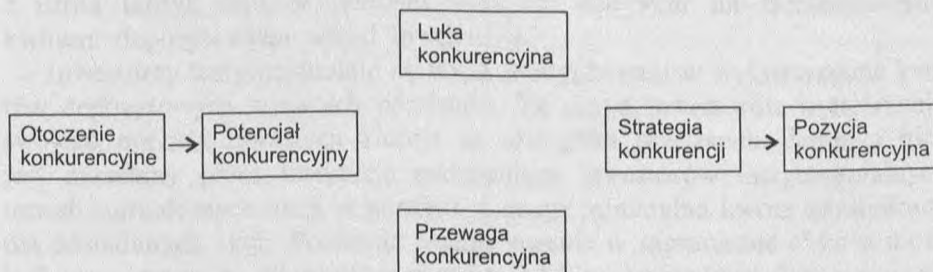
¹⁹ M. E. Porter, *Strategia...*, s. 14.

w gruncie rzeczy mają charakter narzędzi marketingowych stosowanych do realizacji celów w zakresie konkurowania.

Pozycja konkurencyjna, zwana inaczej **konkurencyjnością** **wynikową** albo **konkurencyjnością *ex post***, ukazuje aktualny stan, efekty działalności, pozycję osiągniętą przez dany podmiot w rywalizacji z konkurentami. Stanowi podsumowanie jego sił i słabości w relacji do konkurentów. Analiza pozycji konkurencyjnej nie dostarcza danych dotyczących przyczyn osiągniętego stanu, pokazuje nam natomiast miejsce danego podmiotu w otoczeniu konkurencyjnym i warunki zajmowania tego miejsca.

Pozycja konkurencyjna jest pojęciem szerszym niż pozycja rynkowa określana przez osiągnięte udziały w sprzedaży na rynku. Najbardziej syntetycznymi miernikami pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstw są osiągnięty udział w rynku oraz miary rentowności. Jak podkreśla J. Bossak, dla konkurencyjności gospodarki krajowej obok pozycji w handlu międzynarodowym ważna jest pozycja danego kraju na rynku finansowym, technologicznym i praw majątkowych, a także sytuacja makroekonomiczna²⁰. Dla sektora i branży gospodarki w danym kraju ważne będą ich udziały na rynku krajowym i rynkach zagranicznych oraz poziom osiąganej rentowności. Pozycja konkurencyjna może być rozpatrywana dynamicznie jako zmiany w stosunku do okresów poprzednich. Istnieje także pojęcie przyszłej (prospektywnej) pozycji konkurencyjnej, zwanej też konkurencyjnością *ex ante*²¹.

Omówione pojęcia – otoczenia konkurencyjnego, potencjału konkurencyjnego, przewagi i luki konkurencyjnej, strategii oraz pozycji konkurencyjnej – stanowią różne elementy zjawiska konkurencyjności. Pomiędzy wymienionymi aspektami konkurencyjności występują silne powiązania o charakterze przyczynowo-skutkowym, na co uwagę zwrócił J. Stankiewicz²². W sposób syntetyczny przedstawić je można w postaci schematu (rys. 1).



Rys. 1. Powiązania pomiędzy elementami zjawiska konkurencyjności

Źródło: Opracowanie własne.

²⁰ J. Bossak, *Międzynarodowa konkurencyjność...*, s. 47.

²¹ M. Gorynia, *op. cit.*, s. 49.

²² J. Stankiewicz, *op. cit.*, s. 97.

*Wojciech Urbaniak***COMPETITIVENESS - THE TRIAL OF DEFINING THE PHENOMENON**

The article contains an analysis of the problems of definition of competitiveness. The main objective of this article is to present the different approach to the competitiveness. There are some elements of this concept which are defined in different ways.