

Czynniki kształtowania lokalizacji przedsiębiorstw w gminach – wyniki badań

<https://doi.org/10.33141/po.2011.78.10>

Przeгляд Organizacji, Nr 7/8 (858/859), 2011, ss. 44-47
www.przeглядorganizacji.pl
Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa (TNOiK)

Michał Adam Leśniewski

Wprowadzenie

Gospodarka rynkowa i globalizacja tworzą nowe warunki funkcjonowania przedsiębiorstw. Tworzenie jednolitego rynku w ramach postępującego procesu globalizacji umożliwia przenoszenie działalności gospodarczej. Lokalizacja jest jednym z elementów składowych konkurencyjności. Na lokalizację ma wpływ wiele czynników, które stanowią o wartości danego przedsiębiorstwa. Tak lokalizacja, jak i przedsiębiorczość są pojęciami złożonymi i stanowią o możliwościach tworzenia przewagi konkurencyjnej na rynku. Artykuł prezentuje wyniki badań dotyczących lokalizacji mikroprzedsiębiorstw regionu świętokrzyskiego.

Zarys problematyki lokalizacji przedsiębiorstw

W gospodarce rynkowej lokalizacja przedsiębiorstw¹⁾ nabiera coraz większego znaczenia. Wybór lokalizacji jest jednym z głównych problemów, jakie stawia każdy przedsiębiorca, biorący pod uwagę rodzaj działalności, sposób i ilość produkcji do konkretnego miejsca. Należy odnaleźć możliwie idealne miejsce do prowadzenia działalności gospodarczej. Problem ten odnosi się zarówno do nowych firm, które poszukują odpowiedniej lokalizacji, ale obejmuje również już istniejące firmy i oceny ich dopasowania do miejsca, w którym funkcjonują. W warunkach narastającej konkurencji przedsiębiorstw coraz większego znaczenia nabierają czynniki przestrzenne, a zwłaszcza lokalizacja podmiotu gospodarczego. Umieszczenie firmy w danym punkcie przestrzeni jest bowiem związane z określonymi, zmiennymi przestrzennie nakładami, ponoszonymi zarówno w trakcie budowy obiektu, jak i w fazie jego funkcjonowania²⁾.

Pojęcie **lokalizacji** jest rozumiane w dwojaki sposób jako³⁾: ● procedura podejmowania decyzji lokalizacyjnej ● rezultat tej czynności, czyli miejsce prowadzenia określonej działalności. Teoria lokalizacji ma swój mikro- i makroekonomiczny aspekt. W pierwszym z nich rozważania dotyczą pojedynczego obiektu, zaś w drugim chodzi o poszukiwanie efektywnych struktur przestrzennych. Zasadne jest wyróżnienie **lokalizacji ogólnej i szczegółowej**.

Lokalizacja ogólna jest rozumiana jako umiejscowienie przedsiębiorstwa w regionie i danej jednostce osadniczej, a lokalizacja szczegółowa utożsamiana jest z jego położeniem na konkretnej działce ziemi⁴⁾. Każdy podmiot gospodarczy, poszukując do prowadzenia swojej działalności miejsc, wybiera te, które możliwie będą najlepiej zaspokajać jego potrzeby. Przedsiębiorstwo poszukuje miejsc o najwyższych walorach użytkowych lokalizacji z punktu widzenia prowadzonej przez siebie działalności⁵⁾.

Stopień przydatności różnych miejsc do danej funkcji zależy bowiem od dwóch czynników⁶⁾: cech samego terenu, czyli uwarunkowań wewnętrznych oraz sytuacji istniejącej w jego otoczeniu, czyli uwarunkowań zewnętrznych. Do uwarunkowań wewnętrznych zaliczyć można⁷⁾: ● warunki naturalne (m.in. ukształtowanie powierzchni, cechy techniczne gruntu, gleby, surowce naturalne, klimat) ● stan prawny (m.in. własność, obciążenie hipoteczne) ● istniejący sposób zagospodarowania i użytkowania. Uwarunkowania zewnętrzne obejmują szeroki zakres kategorii⁸⁾: warunki naturalne i ochronę środowiska, warunki społeczno-demograficzne, strukturę funkcjonalną otoczenia i relację przestrzenną do rynków zbytu, wyposażenie w infrastrukturę, uwarunkowania prawne, sytuację gospodarczą i inne. Atrakcyjność danej lokalizacji zależy od stopnia zgodności cech danego terenu z potrzebami, wynikającymi z wymagań zamierzonej funkcji.

Istotną rolę w lokalizacji przedsiębiorstw odgrywają **czynniki lokalizacji**⁹⁾, których sprecyzowanie we współczesnej literaturze przedmiotu nie jest jednoznaczne. W ujęciu klasycznym, osadzonym w realiach gospodarki wolnorynkowej, czynniki lokalizacji są rozumiane jako ściśle określone korzyści występujące wówczas, gdy działalność gospodarcza jest zlokalizowana w danej miejscowości. Korzyść ta to oszczędność na kosztach produkcji¹⁰⁾. Czynniki lokalizacji według I. Tarskiego to wszystkie okoliczności, wpływające bezpośrednio lub pośrednio na najkorzystniejszy wybór miejsca zakładu lub ośrodka produkcyjnego¹¹⁾. B. Kortus uważa, że czynniki lokalizacji to warunki (np. koszty), które w sposób pozytywny lub negatywny oddziałują na funkcjonowanie przemysłu w danym miejscu¹²⁾. I. Fierla i K. Kuciński pod pojęciem czynników lokalizacji rozumieją specyficzne cechy poszczególnych miejsc, mające bezpośredni

wpływ na kształtowanie się kosztów i cen produkcji realizowanej w tych miejscach¹³⁾. Czynniki lokalizacji są dostępne w danym miejscu zasoby czynników produkcji. Ich kombinacja, charakterystyczna dla poszczególnych punktów przestrzeni ekonomicznej, stwarza podstawy do prowadzenia analizy atrakcyjności poszczególnych punktów przestrzeni dla danego przedsiębiorstwa. Warto uwzględnić przy tym, że czynniki lokalizacji to nie są jedynie zidentyfikowane zasoby czynników występujących na danym terenie, ale również te, które są tam dostępne.

Analizowanie czynników lokalizacyjnych zależy w dużym stopniu od położenia wybranego miejsca. Każde miejsce przedstawia określone walory użytkowe. Można je podzielić na dwie podstawowe kategorie¹⁴⁾: walory popytu oraz walory zasobów. Walory popytu, czyli atrakcyjność danej lokalizacji z punktu widzenia możliwości zbytu wyprodukowanych towarów, informacji czy usług, są wyznaczane przez liczbę konsumentów, ich zdolność nabywczą oraz łączność pomiędzy konsumentami a miejscem danej działalności gospodarczej. Walory zasobów wynikają z możliwości uzyskania w danym miejscu warunków niezbędnych do określonej działalności. Obejmują one m.in. teren i jego zagospodarowanie, zasoby pracy, urządzenia techniczne, surowce i materiały, zasoby przyrody, energię. Do czynników lokalizacji zalicza się także: czynniki środowiskowe, przestrzenne, ekonomiczne, społeczno-kulturowe, polityczne, prawno-administracyjne, techniczno-technologiczne.

Czynniki środowiskowe obejmują zasoby środowiska geograficznego, czyli ogół warunków naturalnych, jakie dany obszar stwarza działalności gospodarczej. W zakres środowiska geograficznego wchodzi wszelkie składniki powłoki ziemskiej, rozpatrywane jednak ze względu na ich wpływ na działalność gospodarczą, np. surowce mineralne, woda, gleba. Czynniki przestrzenne to kształt i wielkość terenów, odległość, dostępność, położenie względem innych obszarów. Te czynniki charakteryzują wymiary przestrzeni geograficznej. Czynniki ekonomiczne wynikają z sytuacji społeczno-gospodarczej obszaru (kraju). Czynniki społeczno-kulturowe są związane ze świadomością społeczności zamieszkującej dany obszar, jej nastawieniem do przemian społeczno-gospodarczych, aktywnością i poziomem przedsiębiorczości, aspiracjami, poziomem wykształcenia i kultury. Na lokalizację działalności gospodarczej znaczny wpływ wywiera grupa czynników politycznych. Są one zależne zarówno od państwa, jak i od społeczności lokalnych. Czynniki te wynikają z charakteru władzy i reprezentowanych przez nią poglądów, zakresu kompetencji – uprawnień i sposobu sprawowania władzy, stopnia akceptacji władzy przez społeczeństwo. Czynniki prawno-administracyjne są w dużej mierze konsekwencją czynników politycznych. Stabilne regulacje prawne warunkuje w znacznym stopniu stabilność polityczna. Przykładami czynników prawnych mogą być: regulacje związane z zakładaniem przedsiębiorstw, polityka podatkowa, transfer kapitału z zagranicy, transfer usług itp. Czynniki techniczno-technologiczne wynikają z postępu naukowo-technicznego. Postęp ten jest zjawiskiem wielostronnym, obejmuje zarówno rozwój nauki, jak i wykorzystanie nowej techniki w sferze materialnej i niematerialnej. Postęp naukowo-techniczny jest zjawiskiem w równym stopniu technicznym,

co ekonomicznym, także społecznym i ekologicznym. Oddziaływanie postępu naukowo-technicznego na lokalizację ma charakter szczególny, ponieważ przejawia się pośrednio przez wpływ na zmianę znaczenia poszczególnych czynników lokalizacji¹⁵⁾.

Ewolucja teorii ekonomii doprowadziła do uwzględniania **uwarunkowań ekologicznych** w procesach gospodarowania. Określenie „ekologiczny” oznacza takie podejście, w którym wiedza o środowisku przyrodniczym jest wykorzystywana w sposób zapewniający możliwie wysoką efektywną ochronę środowiska, minimalizowanie negatywnego wpływu inwestowania na środowisko przyrodnicze. Środowisko naturalne jest traktowane jako zasób organizacji. Zasób ten ma określoną wartość i warunkuje rozwój społeczno-gospodarczy. Najbardziej zaawansowanym przejawem takiego podejścia jest idea zrównoważonego rozwoju, zwanego również ekorozwojem. Ekorozwój¹⁶⁾ to proces mający zapewnić realizację celów rozwojowych w trzech podstawowych aspektach: ekologicznych, ekonomicznych i społeczno-kulturowych¹⁷⁾. Podstawowym ekologicznym celem tej koncepcji jest powstrzymanie degradacji środowiska naturalnego i eliminacja jego dalszych zagrożeń¹⁸⁾.

Lokalizacja czynnikiem kształtowania konkurencyjności przedsiębiorstw

Konkurencyjność¹⁹⁾ jest pojęciem wieloznacznym i odnosi się do różnych organizacji, w tym także do przedsiębiorstw. Konkurencyjność jest utożsamiana z wysoką zdolnością absorpcji innowacji technologicznych i organizacyjnych na poziomie przedsiębiorstw, regionów i krajów oraz w relacjach z międzynarodowym otoczeniem. Nie powstaje ona (konkurencyjność) spontanicznie w wyniku zmian w otoczeniu wewnętrznym i zewnętrznym organizacji (np. przedsiębiorstwa, jednostki samorządu terytorialnego), ale jest procesem długotrwałym, mającym swoje źródło w przedsiębiorczości zasobów ludzkich²⁰⁾. Konkurencyjność uważana jest za warunek sukcesu, a niekiedy wręcz przetrwania na rynku.

Konkurencyjność jest zdeterminowana przez wiele czynników, które stanowią o możliwościach rozwoju długoterminowego. Lokalizacja w dobie gospodarki globalnej staje się wyznacznikiem sukcesu przedsiębiorstwa. Decyzje dotyczące rozwoju strategicznego przedsiębiorstwa wymagają uwzględnienia czynnika, jakim jest lokalizacja²¹⁾.

Czynniki powiązane z miejscem lokalizacji mogą być podzielone na tzw. czynniki twarde i czynniki miękkie²²⁾. Czynniki twarde²³⁾ są łatwo mierzalne i bezpośrednio wpływają na działalność przedsiębiorstwa, są ważne z punktu widzenia przedsiębiorstwa. Czynniki miękkie²⁴⁾ trudno zmierzyć lub oszacować i nie są związane bezpośrednio z działalnością inwestorów. Granica między tymi czynnikami jest dość płynna²⁵⁾. Podział czynników na dwie wymienione kategorie jest pomocny w interpretacji roli władz lokalnych w procesie decyzyjnym inwestora. Proces ten można podzielić na trzy fazy. W pierwszej fazie znaczącą rolę odgrywają czynniki miękkie, takie jak wiedza inwestora o regionie czy doświadczenia innych firm. Celem drugiej fazy jest wyłonienie skończonej liczby miejsc lokalizacji o najniższych kosztach produkcji; charakteryzuje się ona spadkiem znaczenia

czynników miękkich. Główną rolę w tej fazie odgrywają czynniki twarde. W fazie trzeciej, gdy mamy wyłonionych kilka miejsc o bardzo podobnych kosztach, czynniki miękkie mogą okazać się decydujące przy ostatecznym podjęciu działalności. Może się okazać, że nie niska cena gruntu czy korzystne położenie komunikacyjne zdecydowały o lokalizacji, lecz korzystny klimat społeczny, kompetencje i operatywność urzędników lub też walory wypoczynkowe danego miejsca²⁶⁾. Czynniki twarde i miękkie kształtują konkurencyjność przedsiębiorstw.

Czynniki lokalizacji przedsiębiorstw w badanych gminach – wyniki badań

Badania, których wyniki są prezentowane w artykule, zostały przeprowadzone w ramach badań statutowych „Globalizacja a lokalizacja działalności przedsiębiorstw” pod kierunkiem prof. Kazimierza Kucińskiego z Katedry Geografii Ekonomicznej Kolegium Nauk o Przedsiębiorstwie Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. Przeprowadzono je w Świętokrzyskiem w zadaniu badawczym „Lokalizacja przedsiębiorstw w warunkach globalizacji a ich konkurencyjność (na przykładzie regionu świętokrzyskiego)”. Próbę badawczą stanowiły 102 gminy²⁷⁾ i 306 mikroprzedsiębiorstw²⁸⁾, które zostały zbadane za pomocą ankiety zawierającej 34 pytania otwarte i zamknięte²⁹⁾. Badanie podzielone zostało na dwie części, gdzie część pierwsza dotyczyła identyfikacji czynników lokalizacji przedsiębiorstw³⁰⁾, a część druga identyfikowała czynniki lokalizacji przedsiębiorstw z punktu widzenia urzędu gminy³¹⁾.

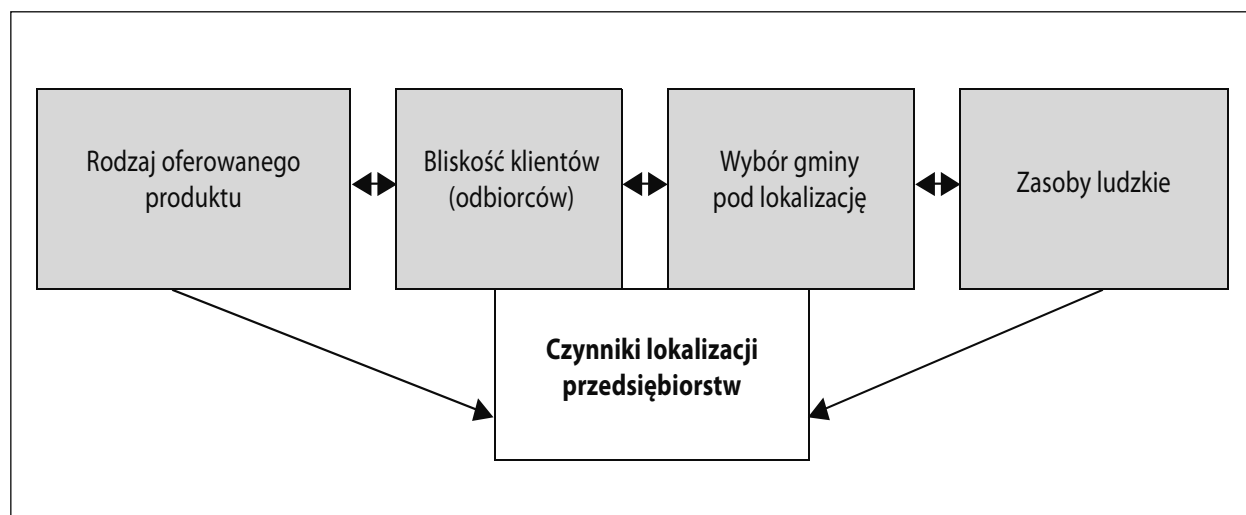
Przedmiotem artykułu jest przedstawienie czynników lokalizacji z części pierwszej badań. Lokalizacja jest elementem kształtowania konkurencyjności przedsiębiorstw na rynku. Badania dowiodły, że o lokalizacji przedsiębiorstw decydują różne czynniki. Pojęcie lokalizacji należy do zagadnień złożonych oraz lokalizacja może stanowić o sukcesie bądź porażce przedsiębiorstwa. Każde przedsiębiorstwo wybiera inne czynniki lokalizacji. Wielkość

przedsiębiorstwa jest determinantą różnicowania czynników lokalizacji. Czynniki lokalizacji tworzą określoną wartość dodaną dla przedsiębiorstwa.

Czynniki lokalizacji przedsiębiorstw³²⁾ stanowią najwyższą wartość dla badanych mikroprzedsiębiorstw regionu świętokrzyskiego. **Rodzaj oferowanego produktu** oraz **bliskość klientów (odbiorców)** stanowią specyfikę, mającą duży wpływ na lokalizację przedsiębiorstwa. Podmioty gospodarcze łączą rodzaj produktu z segmentem klientów, którzy te produkty będą nabywać. **Wybór gminy pod lokalizację** jest tym czynnikiem, o którym decyduje nie tylko sam przedsiębiorca, ale również dany urząd gminy. Przedsiębiorca, dokonując wyboru gminy pod inwestycję, kieruje się swoimi motywami, ale także gmina musi jemu zaoferować dogodne warunki inwestycji. Pełnia obrazu wyboru gminy pod inwestycję ma miejsce wtedy, kiedy następuje zgodność czynników lokalizacji przedsiębiorstwa z czynnikami oferowanymi przez urząd gminy (tzw. gminne czynniki lokalizacji przedsiębiorstw).

Zasoby ludzkie są istotnym czynnikiem lokalizacji przedsiębiorstw, gdyż ludzie mający szeroko pojętą wiedzę, w tym doświadczenia zawodowe, stanowią o możliwościach tworzenia potencjału konkurencyjnego przedsiębiorstwa. Zasoby ludzkie w każdym podmiocie gospodarczym tworzą określoną wartość dodaną. Wartość zasobów ludzkich jest postrzegana w grupie badanych mikroprzedsiębiorstw przez pryzmat: dostępności do ośrodków akademickich, posiadanych kwalifikacji przez pracowników, przygotowania praktycznego do wykonywania danego zawodu.

Analiza czynników lokalizacji przedsiębiorstw wymusza na podmiotach należyte przemyślenia. Każdy czynnik przyczynia się do wzrostu poziomu konkurencyjności. Różnica między poszczególnymi czynnikami dotyczy określonej wagi, jaka zostanie nadana przez dane przedsiębiorstwo. Prezentowane wyniki badań w zakresie czynników lokalizacji niech będą przyczynkiem do dalszych badań, mających pogłębić problem lokalizacji podmiotów gospodarczych.



Rys. 1. Czynniki lokalizacji przedsiębiorstw regionu świętokrzyskiego

Źródło: opracowanie własne na podstawie: M.A. LEŚNIEWSKI, *Lokalizacja przedsiębiorstw w warunkach globalizacji a ich konkurencyjność (na przykładzie regionu świętokrzyskiego)*, w: *Globalizacja a lokalizacja działalności przedsiębiorstw. Raport z badań*, Katedra Geografii Ekonomicznej, Kolegium Nauk o Przedsiębiorstwie SGH.

Podsumowanie

Lokalizacja jest tym czynnikiem konkurencyjności, który w warunkach globalizacji umożliwia przenoszenie działalności gospodarczej. Złożoność prezentowanej problematyki daje możliwość podjęcia kolejnych badań naukowych nad tematem lokalizacji przedsiębiorstw. Przeprowadzone badania określają, jakie czynniki lokalizacji są brane pod uwagę przez mikroprzedsiębiorstwa regionu świętokrzyskiego. Czynniki lokalizacji prezentowane w artykule mogą stanowić o możliwościach rozwoju strategicznego przedsiębiorstw. Interesujące byłoby przeprowadzenie badań dotyczących lokalizacji różnych przedsiębiorstw i porównanie tych czynników lokalizacji ze sobą (analiza porównawcza).

dr Michał Adam Leśniewski

Instytut Zarządzania

Uniwersytetu Humanistyczno-Przyrodniczego
Jana Kochanowskiego w Kielcach

PRZYPISY

- ¹⁾ Zob. H. GODLEWSKA-MAJKOWSKA, *Lokalizacja jako uwarunkowanie strategii przedsiębiorstwa*, w: K. KUCIŃSKI (red.), *Strategie przedsiębiorstw wobec wymogów zrównoważonego rozwoju*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2009.
- ²⁾ H. GODLEWSKA, *Lokalizacja działalności gospodarczej. Wybrane zagadnienia*, Wyższa Szkoła Handlu i Finansów Międzynarodowych, Warszawa 2001, s. 11.
- ³⁾ *Ibidem* oraz T. STRYJAKIEWICZ, *Czynniki lokalizacji i funkcjonowania przemysłu rolno-spożywczego oraz jego struktura przestrzenna w regionie poznańskim*, Uniwersytet Adama Mickiewicza, Poznań 1988, s. 16.
- ⁴⁾ H. GODLEWSKA, *Lokalizacja działalności...*, *op. cit.* s. 11.
- ⁵⁾ M.A. LEŚNIEWSKI, *Lokalizacja przedsiębiorstw w warunkach globalizacji a ich konkurencyjność (na przykładzie regionu świętokrzyskiego)*, w: *Globalizacja a lokalizacja działalności przedsiębiorstw. Raport z badań*, Katedra Geografii Ekonomicznej, Collegium Nauk o Przedsiębiorstwie SGH, s. 5-6.
- ⁶⁾ W. BUDNER, *Lokalizacja przedsiębiorstw. Aspekty ekonomiczno-przestrzenne i środowiskowe*, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 2004, s. 24.
- ⁷⁾ *Ibidem*.
- ⁸⁾ *Ibidem*.
- ⁹⁾ Zob. I. FIERLA, *Lokalizacja przedsiębiorstw. Wybrane zagadnienia*, Wyższa Szkoła Biznesu i Pedagogiki, Ostrowiec Świętokrzyski 1998.
- ¹⁰⁾ M.A. LEŚNIEWSKI, *Lokalizacja przedsiębiorstw...*, *op. cit.*, s. 7.
- ¹¹⁾ I. TARSKI, *Transport jako czynnik lokalizacji produkcji*, PWE, Warszawa 1963, s. 36.
- ¹²⁾ B. KORTUS, *Geografia przemysłu*, PWE, Warszawa 1987, s. 36.
- ¹³⁾ I. FIERLA, K. KUCIŃSKI, *Współczesna ewolucja czynników lokalizacji przemysłu w Polsce*, w: *Zmiany uwarunkowań lokalizacji przemysłu w Polsce*, część II, „Monografie i Opracowania” nr 408, SGH, Warszawa 1996, s. 7 oraz H. GODLEWSKA, *Lokalizacja działalności...*, *op. cit.* s. 14.
- ¹⁴⁾ W. BUDNER, *Lokalizacja przedsiębiorstw*, *op. cit.* s. 26.
- ¹⁵⁾ *Ibidem*, s. 28-30.
- ¹⁶⁾ Zob. M.A. LEŚNIEWSKI, *Kultura organizacyjna gminy a rozwój regionalny*, w: K. KUCIŃSKI (red.), *Przedsiębiorczość a rozwój regionalny w Polsce*, Difin, Warszawa 2010, s. 52-79.
- ¹⁷⁾ W. BUDNER, *Lokalizacja przedsiębiorstw*, *op. cit.* s. 130.
- ¹⁸⁾ M.A. LEŚNIEWSKI, *Lokalizacja przedsiębiorstw...*, *op. cit.*, s. 11.
- ¹⁹⁾ Zob. R. BAUER M.A. LEŚNIEWSKI, *Konkurencyjność regionów a perspektywy rozwoju*, w: *Infrastruktura rozwoju społeczno-gospodarczego*, Instytut Wiedzy, Warszawa 2004; M.A. LEŚNIEWSKI, *Istota konkurencyjności regionów w zakresie kształtowania perspektyw rozwoju*, w: J. RYMARCZYK, W. MICHALCZYK (red. nauk.), *Problemy regionalne i globalne*

we współczesnej gospodarce światowej, tom I, Akademia Ekonomiczna im. O. Langego, Wrocław 2005; M.A. LEŚNIEWSKI, *Kierunki kształtowania konkurencyjności mikroprzedsiębiorstw regionu świętokrzyskiego – wybrane problemy*, w: Z.E. ZIELIŃSKI (red. nauk.), *Rola informatyki w naukach ekonomicznych i społecznych. Innowacje i implikacje interdyscyplinarne*, Wyższa Szkoła Handlowa im. B. Markowskiego, Projekt PITWIN – Portal Innowacyjnego Transferu Wiedzy w Nauce (3/2009), Kielce 2009.

²⁰⁾ M.A. LEŚNIEWSKI, *Raport z przeprowadzonych badań w gminach województwa świętokrzyskiego*, w: Z. OLESIŃSKI (red.), *Przedsiębiorczość a konkurencja w regionie świętokrzyskim – wyniki badań*, Instytut Zarządzania, Wydział Zarządzania i Administracji, Akademia Świętokrzyska, Kielce 2007, s. 55.

²¹⁾ M.A. LEŚNIEWSKI, *Lokalizacja przedsiębiorstw...*, *op. cit.*, s. 17-18.

²²⁾ *Ibidem*.

²³⁾ Czynniki twarde to: podaż powierzchni produkcyjnych/biurowych, bliskość dostawców i kooperantów, instytuty badawcze, możliwości kooperacyjne, rynek zbytu w regionie, ośrodki szkolenia zawodowego, podatki, zachęty subwencyjne, połączenia komunikacyjne, podaż wykwalifikowanej siły roboczej, administracja (szybkość działania, elastyczność) – koncepcja zaczerpnięta z: B. GRABOW, D. HENCKEL, B. HOLLBACH-GRÖMIG, *Weiche Standortfaktoren*, Schriften des Deutschen Instituts für Urbanistik, Kohlhammer, Stuttgart 1995; European Commission, *Green Paper on Innovation*, EC, Luxembourg 1995 oraz W. BUDNER, *Lokalizacja przedsiębiorstw*, *op. cit.*, s. 229.

²⁴⁾ Czynniki miękkie to: szkoły, oferta kulturalna, korzyści mieszkaniowe, atrakcyjność miasta, możliwość spędzenia wolnego czasu, klimat społeczny, mentalność ludności, gospodarczy wizerunek miejsca lokalizacji, przychylne nastawienie władz samorządowych do inwestora.

²⁵⁾ Czynniki twarde i miękkie prezentowane w pracy można porównać do modelu 7S McKinseya. Model ten bierze pod uwagę następujące składowe: wspólne wartości, strategię, strukturę, system, zatrudnienie, umiejętności oraz styl. Suma miękkich elementów określana jest mianem kultury organizacyjnej.

²⁶⁾ W. BUDNER, *Lokalizacja przedsiębiorstw*, *op. cit.* s. 228-229.

²⁷⁾ Gmina: badaniu poddane były urzędy gmin jako jednostki oddziałujące na rozwój określonego administracyjnie terytorium. Region świętokrzyski po reformie administracyjnej z 1999 r. liczy 102 gminy (urzędy gmin).

²⁸⁾ Autor badań i artykułu z każdej gminy wziął po trzy mikroprzedsiębiorstwa, co dało w sumie próbę badawczą 306 mikroprzedsiębiorstw.

²⁹⁾ W badaniu zostały sporządzone dwie ankiety. Jedna adresowana była do mikroprzedsiębiorstw, a druga do urzędów gmin.

³⁰⁾ W tej części badane były mikroprzedsiębiorstwa w osobie właścicieli, jak postrzegają lokalizację swojej działalności gospodarczej, jakie czynniki decydują o lokalizacji ich przedsiębiorstwa.

³¹⁾ W tej części były badane urzędy gmin w osobach wójta, burmistrza, prezydenta miasta lub ich zastępców. Urzędnicy wypowiedzieli się w kwestii czynników lokalizacji przedsiębiorstw na terenie ich gminy. Autor badań i artykułu czynniki te nazwał gminnymi czynnikami lokalizacji przedsiębiorstw. Urzędnicy gminni powinni mieć orientację, jakie czynniki lokalizacji mogą pozyskać lub utrzymać przedsiębiorstwa.

³²⁾ Liczba i jakość wygenerowanych czynników lokalizacji jest uzależniona od wielkości i liczby przedsiębiorstw poddanych badaniu.

Summary

The location is one of the elements shaping the competitiveness of enterprises. The location determines the value of a set of factors that may contribute to the success or failure of the operator. Location concerned, any person from micro through small and medium-sized to large enterprises. Article was developed on the basis of studies conducted in the region huge group of micro-enterprises. The size of the research sample consisted of 306 micro-enterprises.