

W 174 Repoz 2.

Opublikowane w Rzeczpospolitej  
nr 160 (4717) z 11 lipca 1997

# I KONKURENCJA A POLSCY PRZEDSIĘBIORCY

analiza badań opinii przedsiębiorców i menedżerów dla Rzeczpospolitej.

12,06,97

**Krzysztof Pawłowski**  
**Rektor**  
**WSB-NLU w Nowym Sączu**  
**WSB w Tarnowie**

Konkurencja i innowacyjność stają się podstawowymi hasłami nowoczesnych gospodarek, a zarazem wręcz hobby naukowców i polityków zajmujących się przygotowaniem gospodarki do wyzwań jakie stawia przed nami XXI wiek. P. Drucker (1) pisze wręcz o „morzu zmian”, które stoją przed praktykami światowej gospodarki. Czy jest coś jeszcze pewnego (bądź pewniejszego), coś co może być busolą czasów przyszłych? Moja odpowiedź jest jednoznaczna: większa konkurencyjność lokalnej gospodarki musi jej dać przewagę nad rywalem na światowym rynku.

Niedawno przez łamy fachowej prasy przewaliła się seria analiz ostatniego rankingu konkurencyjności narodowych gospodarek opracowana przez World Economic Forum (2). Polska w tym rankingu znalazła się na dramatycznie niskim miejscu 50! (za Islandią, Jordanią, Indiami i Wietnamem!). Czy to błąd w metodach pomiaru, czy też bolesna ale sprawiedliwa ocena sytuacji? Konkurencyjność jak każde szerokie pojęcie opisowe wyłamuje się spod jednoznacznych definicji. Autorzy światowego rankingu (m.in. profesorowie Instytutu Rozwoju Międzynarodowego Uniwersytetu Harvarda) opisują konkurencyjność danego państwa poprzez 8 wskaźników dotyczących otwartości gospodarki, oceny działań rządu, finansów kraju, infrastruktury, technologii kadr zarządzających, siły roboczej i zaplecza instytucjonalnego. Ale najprostszym wskaźnikiem ogólnym jest zdolność danego kraju do osiągnięcia trwałego (średnio i długoterminowego) wzrostu PKB na jednego mieszkańca.

W pierwszym odruchu można powiedzieć, że przy takiej definicji konkurencyjności najłatwiejszą drogą do sukcesów mają państwa małe (o małej liczbie mieszkańców) z długim okresem rozwoju gospodarki kapitalistycznej. Analiza wyników raportu World Economic Forum zmusza do głębszej analizy - obok państw małych okupujących miejsca w I dziesiątce (Singapur, Honkong, Nowa Zelandia, Norwegia) są w niej na 3 miejscu USA, na 4 Kanada a na 7 Wielka Brytania. Co powoduje, że w tych państwach uzyskano trwałe (a przynajmniej średniookresowe) i znaczny wzrost dochodu narodowego na jednego mieszkańca?

Dlaczego w ostatnich latach, akurat te państwa uzyskały też bardzo dobre wyniki w obniżaniu średniego wskaźnika bezrobocia? Przykład USA jest tutaj szczególnie zastanawiający - ogromny kraj z dużą liczbą mieszkańców i wskaźnikiem bezrobocia niemal dwa razy niższym niż Niemcy! W tych państwach w ostatnich latach stworzono lepsze warunki dla rozwoju prywatnej przedsiębiorczości, lepsze tzn. warunki w których decyduje o wyniku konkurencyjność danego przedsiębiorstwa! Na swój prywatny użytek próbowałem także zestawić wskaźniki wzrostu i wskaźniki bezrobocia z wskaźnikami skolaryzacji (tj. wskaźnikiem pokazującym stopień wykształcenia społeczeństwa). Korelacja jest zastanawiająco mocna - najwyższe lokaty w rankingu najszybciej rozwijających się państw uzyskują te, które mocno zainwestowały w edukację i mają wskaźniki skolaryzacji (3) powyżej 30% (znowu Kanada, USA, W. Brytania).

Co z tych wniosków i twierdzeń wynika dla Polski? Jak wygląda konkurencyjność w skali mikroekonomicznej, może jest lepiej niż w skali międzynarodowej? Rzeczpospolita zamówiła już tradycyjnie badania opinii menedżerów nt. konkurencyjności w Sopotckiej Pracowni Badań Społecznych (4). Badania przeprowadzono na relatywnie dużej próbie od 434 do 524 odpowiedzi dla poszczególnych pytań. W swojej analizie za wiarygodne przyjąłem te wyniki, które odnoszą się w cząstkowych odpowiedziach do minimum 50 respondentów. Dla zobrazowania zjawisk zachodzących w polskiej gospodarce porównałem wyniki do podobnych badań wykonanych przez PBS w 1996 r. (5).

W przeprowadzonych badaniach próbowano ocenić jakie znaczenie menedżerowie i właściciele polskich firm przypisują zjawiskom konkurencji na swoim rynku i w swojej działalności. PBS swoim badaniom objęło szeroką reprezentację polskiej gospodarki od 91 do 166 firm w 4 podstawowych kategoriach:

- firm przemysłowych
- firm budowlanych
- firm handlowych
- firm działających w sferze usług

Zbadano opinie menedżerów zarówno z firm prywatnych (zdecydowana większość od 363 do 415) jak i państwowych (od 93 do 113), menedżerów firm dużych (zarówno pod względem obrotu jak i liczby zatrudnionych) jak małych co pokazuje Tab.1.

Tab.1

Wielkość firm z których pochodzą respondenci

wielkość firmy (obróć 97)	do 500.000 zł	17.7%
	500.000 - 5 mln zł	37.3%
	5.1 mln - 15 mln zł	19.2%
	ponad 15 mln zł	25.8%
zatrudnienie	5-20 osób	29%
	21-100	26.8%
	101-500	26.8%
	ponad 500 osób	17.4%

Zbadana grupa menedżerów jest także niejednorodna społecznie co pokazuje Tab.2.

Tab.2.

<u>pleć</u>	mężczyźni 79-81.5 % kobiety 18.5-21%
<u>wiek</u>	
do 30 lat	15%
31-40 lat	30%
41-50 lat	38%
powyżej 50 lat	37%
<u>wykształcenie</u>	
podstawowe i zawod.	4.2%
średnie	30.2%
wyższe tech.	37.8%
wyższe prawnicze lub ekonomiczne	22.5%
wyższe inne	5.4%
<u>miejsowość</u>	
miasta małe do 50 tys.	23%
średnie 50 - 200 tys.	21%
duże ponad 200 tys.	56%

Tak więc wśród menedżerów ankietowanych przez PBS przeważają mężczyźni (ogółem 80%) z dużych miast (ponad 56%) mający wykształcenie wyższe (ok. 2/3 badanych), w wieku powyżej 40%.

Ciekawa jest struktura wieku: tylko 15% ogółu badanych ma poniżej 30 lat natomiast pozostałe 3 kategorie wiekowe (30-40 lat, 40-50 lat, i powyżej 50 lat) są niemal jednakowo reprezentowane.

Przeważająca grupa zbadanych menedżerów ma wykształcenie wyższe (ponad 60%), ale wciąż największy procentowy udział mają menedżerowie z wykształceniem technicznym (38), a nie ekonomiści i prawnicy (tylko 22.5%) co jest regułą w gospodarce światowej. Aż 30% respondentów ma wykształcenie średnie.

Badanie głównych celów działalności firmy przeprowadzone w 1996 r. wskazuje, że konkurencyjność firmy nie jest uważana za najważniejszą w opinii menedżerów. Jednak conajmniej 3 z 5 wyprzedzających konkurencyjność celów (dynamika, rozwoju, zdolność finansowa, najwyższe zyski) są w opinii ekspertów bezpośrednio z konkurencyjnością związane.

Poniżej przedstawiam omówienie wyników badań - 3 różnych pytań:

- opinii o formie rywalizacji z konkurentami
- opinii o swoich konkurentach
- opinii czy konkurencja firm zagranicznych jest i czy może się stać zagrożeniem dla firm respondenta

#### JAKA RYWALIZACJA DOMINUJE

Przewagę firmy na rynku można uzyskać lub zwiększyć metodami efektywnościowymi bądź przez stosowanie metod nieetycznych lub monopolistycznych.

PBS na zlecenie Rzeczypospolitej zapytało wręcz polskich menedżerów jak oceniają zachowanie się firm konkurentów na rynku. Aż 49.6% uważa, że rywalizacja między konkurentami jest bezpardonowa i nie trzyma się żadnych reguł ale także aż 40.9% uznało, że walka na rynku jest prowadzona metodami fair, a tylko 9.5% uznało, że rywalizacja wogóle nie istnieje.

A oto dodatkowe wnioski z tego badania:

- jednoosobowe spółki skarbu państwa według badanych wciąż działają w najmniej konkurencyjnym otoczeniu (tak uważa 21.1% badanych przy średniej dla innych form własności prawnej 9.5%)
- intensywność bezpardonowej rywalizacji jest wyższa dla firm prywatnych niż państwowych (51.6% do 43.4%)
- ostrość rywalizacji jest nieco wyższa dla firm małych i średnio dużych
- w małych miastach według respondentów natężenie walk bezpardonowych jest aż o 18% (największe zróżnicowanie badania) mniejsze niż w miastach średnich. Czyżby przedsiębiorcy i menedżerowie w małych miastach znali się nawzajem i to powoduje łagodniejszą rywalizację?
- najbardziej bezpardonowa rywalizacja zdaniem menedżerów istnieje wśród firm budowlanych (57%) i handlowych (52%), mniejsza wśród firm przemysłowych i usługowych (46%). Co ciekawe aż 16% osiągnął wskaźnik braku konkurencji wśród firm usługowych.

Młodzi menedżerowie inaczej wydają się postrzegać granice prowadzenia rywalizacji fair niż ich najstarsi koledzy. I tak:

Tab.3

wiek menedżerów	walka bezpardonowa	rywalizacja fair
do 30 lat	44.7%	47.1%
31 do 50 lat	48.4%	41.8%
powyżej 50 lat	59.6%	31.5%

Zapewne zarówno młody wiek (sprzyjający większej odwadze) jak i brak rutyny i wyobrażeń z przeszłego okresu socjalistycznego powoduje to istotne zróżnicowanie. Ale może warto przeprowadzić badania czy aby nie zmieniły się wzorce etyczne i część młodych nie uważa za normalne metody, które jeszcze niedawno uważane były za nieetyczne?

## OPINIE O KONKURENTACH

Respondentom PBS zadała 9 pytań o to co sądzą o swoich konkurentach. Niektóre pytania są ze sobą związane np. czy firmy łamią przepisy i nie płacą podatków, czy też zatrudniają pracowników na czarno.

Odpowiedzi na te 9 pytań pogrupowałem w 3 obszary:

**- działań łamiących prawo (ustawy, przepisy, itp.):**

- łamanie przepisów
- niepłacenie podatków
- zatrudnianie na czarno

**- działań nieetycznych :**

- stosowanie nieuczciwej reklamy
- ściąganie wzorów
- dyskryminacja partnerów niezgodnie z zasadami
- zaniżanie jakości

**- działań utrudniających stosowanie równych praw rynku dla wszystkich:**

- utrudnianie dostępu do rynku
- zaniżanie cen swoich wyrobów

### ŁAMANIE PRAWA

W Tab. 4 zestawiono zbiorcze wyniki dla obszaru I tzn. działań łamiących prawo. I tak na pytanie co Pan(i) sądzi o swoich konkurentach? Czy często się zdarza, że konkurenci postępują następująco

Tab. 4.

Pytanie	Badanie w 1997		Badanie w 1996
	tak	nie	tak
łamią przepisy	51.9%	47.9%	54.8%
nie płacą podatków	40.4%	59.6%	44.3%
zatrudniają na czarno	55.3%	44.7%	51.2%

Wyniki są dość szokujące. Ponad połowa menedżerów źle mówi o swoich konkurentach. Aż 52% uważa, że konkurenci łamią przepisy, a aż 55% że zatrudniają „na czarno”. W tym zestawieniu ocena 40% pytanym, że konkurenci nie płacą podatków wygląda nieźle, ale co te cyfry oznaczają gdyby je przełożyć po pierwsze na wielkość (utraconą) wpływów dla budżetu państwa a po drugie na jakość i efektywność pracy służb skarbowych?

Co ciekawe, opinie respondentów z firm budowlanych i handlowych we wszystkich trzech pytaniach przynoszą wartości wyższe o 12 do 18%. Odpowiedzi wskazują na częstsze łamanie prawa w tych firmach niż w firmach usługowych i produkcyjnych.

Najrzadziej według pytanym menedżerów łamią przepisy jednoosobowe spółki skarbu państwa (45% odpowiedzi pozytywnych), częściej spółki akcyjne (51.4%), a najczęściej osoby prowadzące działalność gospodarczą aż (63%)

Ciekawa jest opinia o tym, które firmy najczęściej nie płacą podatków. Poniżej zestawilem wyniki badań według wartości malejących dla kilku podstawowych grup przedsiębiorstw:

Tab.5. „Ranking „ najczęściej nie płacących podatków.

rodzaj firmy	%
spółdzielnie	56.3%
spółki akcyjne i cywilne	43.5%
przedsiębiorstwa państwowe	38.6%
prowadzący działalność gosp.	33.9%
jednoosobowe spółki Skarbu Państwa	24%

Wyniki powyższe są zastanawiające. Aż 56% menedżerów - spółdzielców uważa że spółdzielnie nie płacą podatków. Ale także opinia aż 1/3 menedżerów z firm państwowych o niepłaceniu podatków przez konkurentów jest szokująca. W tym gronie jednoosobowe spółki Skarbu Państwa i ich zarządy jawią się niemal jako idealisci dbający o dochody budżetu. A może nadzór własnościowy i skarbowy w tym wypadku wydaje się skuteczniejszy?

Zatrudnienie „na czarno” najczęściej występuje w spółdzielniach (aż 74.5%) najrzadziej w jednoosobowych spółkach Skarbu Państwa (33%). Jednak aż 45.7% respondentów uważa, że firmy giełdowe także zatrudniają „na czarno”.

Zatrudnienie „na czarno” zdecydowanie przeważa w firmach małych pod względem zatrudnienia i obrotu (ok. 65%) niż w firmach największych (42 - 45%).

Generalnie obszar przestrzegania prawa nie budzi pozytywnych opinii. Wciąż w opinii ludzi związanych z gospodarką około 50% podmiotów działających na rynku działa (choć w części) w sposób niezgodny z prawem. Iskierkę nadziei budzi tylko porównanie z danymi zbiorczymi z 1996 roku: dla wszystkich 3 pytań obserwuje się spadek zachowań nagannych o ok. 4%, za wcześnie na wyciągnięcie zbyt ogólnych wniosków. Utrzymanie się tej tendencji w przyszłości budziłoby spore nadzieje na stopniowe wprowadzenie zasady przestrzegania prawa jako zasady dominującej w polskiej gospodarce.

### DZIAŁANIA NIEETYCZNE

W tab. 5 zestawiono zbiorcze wyniki badań dla obszaru, który nazwałem obszarem działań nieetycznych. W tabeli zestawiono dla porównania także wyniki identycznych badań przeprowadzonych w 1996 r.

Tab.6

Opis działań	1997		1996	
	tak	nie	tak	nie
1. dyskryminacja (lub faworyzowanie partnerów)	47.9	52.1	53.1	46.9
2. stosowanie nieuczciwej reklamy	45.2	54.8	49	51
3. „ściągnięcie” wzorców	64	36	64.9	35.1
4. zaniżanie jakości	53.5	46.5	brak danych	brak danych

Jak wynika z przedstawionych badań w opiniach menedżerów najbardziej powszechna jest opinia o wzajemnym „ściągnięciu” wzorców (jedna z najwyższych wielkości w całym badaniu), najmniej menedżerowie narzekają na stosowanie nieuczciwej reklamy (jednak oznacza to aż 45%).



Szczegółowa analiza poszczególnych pytań ankiety przynosi następujące wnioski:

- Na pytanie czy konkurenci Pana (i) firmy dyskryminują (faworyzują) partnerów niezgodnie z zasadami etyki handlowej najczęściej na tak odpowiadali menedżerowie z firm handlowych (57.4%) a najrzadziej z firm produkcyjnych (42.6%). Co ciekawe, znowu w małych miastach działanie na rynku wydaje się bardziej etyczne - odpowiedź na tak udzieliło 37.7% menedżerów z małych miast, podczas gdy taką odpowiedź menedżerowie z dużych i średnich miast udzielili w 50.4 - 52.1%.
- Na pytanie o stosowanie przez konkurentów nieuczciwej reklamy najrzadziej odpowiedzi potwierdzającej udzielali menedżerowie z firm produkcyjnych (37%). Dla pozostałych typów firm odpowiedź na tak była o 10% wyższa.

Menedżerowie pracujący w dużych firmach zatrudniających powyżej 500 osób i uzyskujących duże obroty rzadziej narzekają na nieuczciwą konkurencję niż ich koledzy pracujący w firmach mniejszych.

- Pytanie o ściąganie wzorów i pomysłów przyniosło bardzo wysoki udział odpowiedzi potwierdzających - najwyższą wartość - ponad 2/3 (68.3%) dla firm produkcyjnych, najniższą dla budowlanych. Najrzadziej odpowiedzi potwierdzające udzielali menedżerowie z firm dużych (jednak wartości przekraczają wyraźnie 50%).

## STOSOWANIE RÓWNYCH PRAW

W dwóch pozostałych pytaniach dotyczących obszaru opisującego zakres stosowania równych praw dla wszystkich konkurentów na rynku wyniki badania są wyraźnie zróżnicowane (Tab.7)

Tab.7

Konkurenci	Badanie 1997		Badanie 1996	
	tak	nie	tak	nie
1. utrudniają dostęp do rynku	35.2	64.8	39.9	60.1
2. zaniżają ceny	64.5	35.5	65.2	34.8

Proporcje odpowiedzi potwierdzających i zaprzeczających są niemal dokładnie odwrotne dla obu pytań.

I tak aż 65% menedżerów stawia zarzut o zaniżanie cen, podczas gdy o utrudnianiu dostępu do rynku mówi tylko 35% menedżerów, a spadek w ciągu roku odpowiedzi aż o 5% wydaje się być znaczący i obiecujący.

Najczęściej na utrudnienie przez konkurentów dostępu do rynku narzekają menedżerowie z dużych firm (powyżej 40% badanych), częściej z przemysłowych.

Co ciekawe, najrzadziej na utrudnienie dostępu narzekają najmłodszy menedżerowie (28,4%) i właściciele lub udziałowcy (tylko 25,3%).

Zarzut o zaniżanie cen jest powszechny (niemal 2/3 badanych i brak istotnych zmian w porównaniu do 1996 r.). Najczęściej ten zarzut potwierdzają menedżerowie z firm handlowych (ponad 71%), najrzadziej z firm usługowych (56%). Najniższą wartość odpowiedzi na tak dla pytania o zaniżanie cen otrzymano dla menedżerów z jednoosobowych spółek Skarbu Państwa (52%). Generalnie odpowiedzi na to pytanie wydają się potwierdzać obiegową opinię o dużym udziale szarej strefy - w polskiej gospodarce, gdyż najłatwiej zaniżyć ceny mogą firmy działające poza systemem podatkowym czyli w szarej strefie.

## RYWALIZACJA Z FIRMAMI ZAGRANICZNYMI

Niezwykłe interesujące wyniki przyniosło badanie opinii menedżerów na temat intensywności konkurencji z firmami zagranicznymi działającymi na naszym rynku. Menedżerom zadano pytanie o ocenę w jakim stopniu konkurencja jest obecnie (pytanie I) i będzie w perspektywie 2 - 3 lat (pytanie II) zagrożeniem dla pozycji rynkowej firmy. Wyniki zestawilem w Tab. 8. porównując je z wynikami z 1996 r.

Tab. 8. Czy firmy zagraniczne są dla Pana (i) firmy zagrożeniem (rezultaty zbiorcze).

	Nie odczuwam zagrożenia		Zagrożenie odczuwam w małym stopniu		Mam poczucie dużego zagrożenia	
	97	96	97	96	97	96
1. Obecnie	34.7%	36%	41%	47%	24.3%	17%
2. W perspektywie 2 - 3 lat	15%	22%	35.6%	38%	49.3%	40%

Powyższe wyniki można interpretować na 3 sposoby:

- a) zastanawiająco dobre samopoczucie polskich menedżerów, z których tylko 1/4 ma poczucie dużego zagrożenia w związku z działalnością firm zagranicznych (porównajmy to z lamentami przedstawicieli części ugrupowań politycznych na temat zagrożenia polskiej gospodarki.
- b) świadomość drastycznego wzrostu dużego zagrożenia w bliskiej perspektywie 2 - 3 lat - wzrost dwukrotny dużego zagrożenia.
- c) wyraźny wzrost poczucia zagrożenia w stosunku do badań z 1996 r. - o 7 do 9% (co oznacza przyrost względny w przypadku pytania 1 aż o 40%).

Ciekawe są wnioski wypływające z dokładnej analizy badań dla obu pytań.

W przypadku oceny zagrożenia ze strony konkurencji zagranicznej obecnie najczęściej świadomość dużego zagrożenia mają firmy przemysłowe (32.1%) najczęściej spółki akcyjne (31.2%), częściej firmy państwowe (30.2%) niż prywatne (22.8%).

Częściej duże zagrożenie jest uświadamiane sobie przez menedżerów z dużych firm zatrudniających ponad 500 pracowników (31.2% w stosunku do 20.7% dla firm najmniejszych). Znowu najmniej boją się menedżerowie najmłodszy (21.1%) niż starsi (powyżej 25%).

Zastanawiający jest ogromny wzrost świadomości zagrożeń, które nadejdą ze strony firm zagranicznych w perspektywie 2 - 3 lat. Najciekawszy wycinek tych badań zestawilem w Tab.9.

Tab.9. Wzrost zagrożenia ze strony firm zagranicznych w perspektywie 2 - 3 lat (pytanie o zagrożenie w dużym stopniu).

	1997	1996
<u>Typ firmy</u>		
-przemysłowa	63.6%	58.8%
-budowlana	35.7%	24.0%
-handlowa	51.9%	35.8%
-usługowa	43.7%	39.1%
<u>Forma prawna</u>		
-przedsiębiorstwo państwowe	56.7%	49.1%
-spółdzielnia	73.5%	29.2%
spółka akcyjna	59.7%	50.0%
działalność gospodarcza	35.3%	brak danych
<u>Sektor</u>		
-prywatny	46.9%	36.8%
-państwowy	55.5%	49.2%
<u>Zatrudnienie</u>		
5 do 20 osób	45%	30.4%
101 do 500 osób	51.5%	43.4%
powyżej 500 osób	58.3%	55.7%
<u>Wiek</u>		
do 30 lat	46.3%	51.4%
powyżej 50 lat	57.5%	36.2%

Analiza danych wskazuje, że dominuje poczucie zagrożenia (i to stale rosnącego) najczęściej w firmach przemysłowych, państwowych i to dużych. Zastanawiające jest, że największy wzrost poczucia zagrożenia w ciągu roku nastąpił w firmach handlowych (wzrost o 16 punktów) - można to związać z dużą wrzawą wokół wchodzenia do Polski dużych sieci supermarketów. Najgorsze samopoczucie (można tu mówić o swoistym poczuciu bezradności) mają menedżerowie ze spółdzielni - wzrost zagrożenia w ciągu roku 2,5 krotny jest szokujący.

Nadzieję budzi tylko jeden wskaźnik. Spadek zagrożenia odczuwalnego przez najmłodszych menedżerów (5% w porównaniu z 19% wzrostu poczucia zagrożenia przez menedżerów najstarszych). To dobrze rokuje na przyszłość!

## ZAKOŃCZENIE

WSB-NLU chcąc uczcić V rocznicę powstania zorganizowała wspólnie z Konsulatem USA w Krakowie konferencję naukową „Konkurencja a monopol w warunkach wolnego rynku roku 1997” Przez dwa dni wspólnie z naukowcami, menedżerami i politykami zastanawialiśmy się nad kondycją polskiej gospodarki i jej zdolnością do stawienia czoła konkurencji. Niektóre wnioski nie są najbardziej optymistyczne. Powszechnie mówiono o utracie impetu rozwojowego. Dla przykładu: ilość małych firm (decydująca na świecie o zdolności do rozwoju gospodarczego państwa) na 1000 mieszkańców w Polsce osiąga wielkość 31, podczas gdy na Węgrzech 51, a w Czechach aż 68!

Mówiliśmy o niebezpieczeństwie jakim dla konkurencyjności gospodarki polski jest patronat państwowy. Przytoczę tutaj zdanie z wypowiedzi Tadeusza Syryjczyka, które dobrze koreluje z wynikami badań omówionych poprzednio,

cyt. *„Patronat państwowy daje firmom parasol uwalniający od dbałości o organizację, obniżanie kosztów, rynek i nabywcę, a skierowuje uwagę zarządzających na szukanie protekcji w zamian za pomoc politykom. To najgroźniejsza forma nieuczciwej konkurencji, która grozi italianizacją: korumpuje politykę i hamuje wzrost gospodarczy.*

W czasie Konferencji sądeckiej utrzymywanie monopolu w gospodarce polskiej zbierało szczególne „ciągi” Zdaniem zebranych monopol obniża konsumpcję, obniża jakość a jak to określił Jan Macieja z Centrum im. Adama Smitha *„monopol nie dostosowuje się do ceny, lecz ją kreuje „*

Zakończę naszą analizę ostatnim cytatem - z referatu występującego na naszej Konferencji Paula S. Clyde z University of Michigan wAnn Arbor:

cyt. *„Konkurencja jest wielką siłą. Jest niezwykle kreatywna, produktywna i innowacyjna. Historia gospodarcza Stanów Zjednoczonych pełna jest przykładów rozwoju firm spowodowanego siłami rynku, w przypadku kiedy naukowcy, władze i ludzie biznesu przepowiadali i m podstawowe problemy. dobrym przykładem może być przemysł komputerowy. Firma Microsoft była przez lata pod ogromną presją z powodu swojej dominującej pozycji. Proszę zwrócić uwagę na to w jaki sposób uzyskała tę pozycję - poprzez*

*innowację i rozwój firmy. Jednak mimo wspaniałej pozycji rynkowej, ani sama firma, ani jej konkurenci, nie uznają tej pozycji za niedoścignioną. Wielu konkurentów działa najrozsądniej jak tylko można, wydając miliony dolarów na rozwój produkcji, która zdetrzonizowałaby Microsoft. Ze swojej strony firma Microsoft stale unowocześnia swoje produkty. Jeżeli konkurencja wpłynęła na ten przemysł, który jest tak zdominowany przez jedną firmę, trudno znaleźć działalność produkcyjną dla której nie byłaby efektywna.*

---

(1).P.F. Drucker „ Zarządzanie w czasach burzliwych,” Nowoczesność str. 22-7 AB w Krakowie 1991 r.

(2) „The Global Competitiveness Report 1997 r.” World Economic Forum

(3) Wskaźnik skolaryzacji - udział procentowy ogółu 19 - latków kontynuujących naukę w skali wyższej.

(4) PBS w Sopocie

(5) „Jak sprostać obecnym i przyszłym wyzwaniom” - omówienie badań z 1996 r. Ewy Karpowicz (Rzeczpospolita nr 110 (4364) z 13.05.96 r.