

# Zadanie-1

---

2020-04-17

## Konkurowanie czy kooperacja – drogi rozwoju przedsiębiorstw w XXI wieku

Uwagi do [artykułu Stanisława Kaczyńskiego](#)

### Słowem wstępu

Twórca artykułu stara się przedstawić możliwości rozwoju firm polskich w XXI w. na przykładzie analizy środowiska małego i średniego biznesu łomżyńskiego, którego jest przedstawicielem.

### Które rozwiązanie należy wybrać

Pytanie o właściwą drogę dla firm działających w warunkach globalizacji, intensywnego rozwoju technologii, wzrostu świadomości i zamożności klienta rozpatrywane jest poprzez porównanie dwóch czynników: **konkurencji i kooperacji**.

Autor przytacza definicje obu czynników, *starając się* analizować poszczególne ich aspekty.

#### Konkurencyjność

Konkurencyjność wg definicji przytoczonej przez S. Kaczyńskiego polega na zdolności do:

- sprostania międzynarodowej konkurencji,
- zapewnienia wysokiej stopy zwrotu,
- wysokiego zatrudnienia na trwałych podstawach.

Zaznacza, że **konkurencyjność wpływa na wizerunek firmy i jej pozycję na rynku**.

Autor stwierdza, że przyszłość firm zależeć będzie od odwagi w kształtowaniu strategii, otwartości na rynek i potrzeby klienta.

#### Kooperacja

Natomiast kooperacja wg autora to współpraca poprzez kreowanie więzi, które dzieli na dwa typy:

- A — relacja **klient ↔ dostawca**  
(jedna firma jest dostawcą usługi potrzebnej innej firmie)
- B — **współdziałanie** firm **dla wspólnych celów**  
(organizacja i eksploatawanie bazy energetycznej, transportowej, informatycznej itd., wspólna polityka w zakresie zbytu lub eksportu, wypracowanie wspólnego stanowiska wobec władz lub organizacji itd.).

Współdziałanie jest efektem nastawienia:

- **ofensywnego**, czyli wspólnej realizacji przedsięwzięć innowacyjnych, dostaw produktów

*lub*

- **defensywnego**, czyli wypracowania mechanizmów obronnych przed zewnętrznymi konkurentami, fiskusem lub powstawaniem niekorzystnego prawa.

Zatem, wg S. Kaczyńskiego **kooperowanie prowadzi do efektywniejszego wykorzystania zasobów** firmy oraz jej **rozwoju i utrzymania pozycji na rynku**.

## Przykład rynku łomżyńskiego

W dalszej części artykułu autor przechodzi do prezentacji firm łomżyńskich, stwierdzając, że wybór sposobu postępowania podmiotów zależy od wielu czynników, a przede wszystkim od branży.

Okazuje się, że firmy łomżyńskie z branży spożywczej oraz handlu artykułami budowlanymi w większości przypadków wybrały drogę kooperacji, zawiązując grupy, które organizują wspólne zakupy, reklamę, pozyskiwanie klientów. Wiąże się to oczywiście z możliwościami negocjacji niższych cen w myśl starej zasady, że duży może więcej za mniej.

Jednak takie branże jak budowlano-usługowa czy meblarska nie mają możliwości budowania **więzi typu A czy B** i niejako z natury rzeczy prowadzą wojnę **konkurencyjną** na ceny usług w przypadku branży budowlanej oraz atrakcyjności produktu, salonu czy reklamy w przypadku branży meblarskiej.

## Podsumowanie

Ostatecznie **autor nie daje żadnej recepty na zminimalizowanie ryzyka wybrania błędnej drogi przez firmy w warunkach gospodarki XXI w.**, ograniczając się do konkluzji, że odpowiedź na pytanie, która droga jest lepsza **nie jest jednoznaczna**.

Niniejszy artykuł jest jedynie wprowadzeniem do problemu. Jest to nieco rozczarowujące, ponieważ tytuł sugerował większe zaangażowanie autora w próbę zmierzenia się z tezą wyjściową.

Zatem pozostajemy z wiedzą w rodzaju „*czy lepiej być, czy lepiej mieć*”, a w tym przypadku, czy żeby być konkurencyjnym trzeba kooperować, choć nie zawsze jest to możliwe.

Stawianie tezy już na wstępie rozdzielającej te dwa czynniki może prowadzić do niepotrzebnych dywagacji w obszarze, który jest wg mnie jednoznaczny. Jeżeli rysuje się jakakolwiek możliwość kooperacji, nierozsądnym jest rezygnacja z szansy zwiększenia swoich potencjalnych możliwości, wliczając w to konkurencyjność firmy.

Zatem moim zdaniem nie jest zasadne pytanie, która droga jest pewniejsza, raczej istotne wydaje się znalezienie złotego środka pomiędzy nimi, aby uzyskać wyznaczony poziom rozwoju.