

# EKONOMIA I ZARZĄDZANIE W TEORII I PRAKTYCE



Tom 6

Determinanty konkurencyjności  
przedsiębiorstw, regionów, gospodarek

**redakcja naukowa**  
**Piotr Urbanek**



WYDZIAŁ EKONOMICZNO-SOCJOLOGICZNY  
UNIwersytetu Łódzkiego

EKONOMIA I ZARZĄDZANIE  
W TEORII I PRAKTYCE



40 LAT

WYDAWNICTWA  
UNIWERSYTETU  
ŁÓDZKIEGO

# EKONOMIA I ZARZĄDZANIE W TEORII I PRAKTYCE

Tom 6

Determinanty konkurencyjności  
przedsiębiorstw, regionów, gospodarek

redakcja naukowa  
Piotr Urbanek



WYDZIAŁ EKONOMICZNO-SOCJOLOGICZNY  
UNIwersytetu Łódzkiego

ŁÓDŹ 2013

Piotr Urbanek – Katedra Ekonomii Instytucjonalnej, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny  
Uniwersytet Łódzki, 90-214 Łódź, ul. Rewolucji 1905 r. nr 41/43

#### RECENZENCI

*Dorota Burzyńska, Dorota Czechowska, Joanna Działo, Marianna Greta  
Monika Marcinkowska, Rafał Matera, Ewa Śnieżek, Ewa Walińska*

#### KOREKTORZY

*Elżbieta Marciszewska-Kowalczyk, Bogusław Pielat*

#### PROJEKT OKŁADKI

*Barbara Grzejszczak*

Wydrukowano z gotowych materiałów dostarczonych do Wydawnictwa UŁ  
przez Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny

© Copyright by Uniwersytet Łódzki, Łódź 2013

Wydanie I. W.06348.13.0.K

ISBN (wersja drukowana) 978-83-7525-961-2  
ISBN (ebook) 978-83-7969-215-6

Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego  
90-131 Łódź, ul. Lindleya 8  
www.wydawnictwo.uni.lodz.pl  
e-mail: ksiegarnia@uni.lodz.pl  
tel. (42) 665 58 63, faks (42) 665 58 62

## SPIS TREŚCI

<b>WSTĘP</b> ( <i>Piotr Urbanek</i> ) .....	7
<b>I. KONKURENCYJNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTW</b> .....	11
<b>Rozdział 1</b>	
Próba złamania monopolu Poczty Polskiej poprzez ustawę liberalizującą rynek usług pocztowych ( <i>Paulina Błaszczewicz</i> ) .....	13
<b>Rozdział 2</b>	
Wpływ kryzysu gospodarczego na finansowanie działalności innowacyjnej przedsiębiorstw ( <i>Piotr Bolibok, Anna Matras-Bolibok</i> ) .....	25
<b>Rozdział 3</b>	
Wprowadzenie duopolu na rynku czynników chłodzących wykorzystywanych w urządzeniach klimatyzacyjnych ( <i>Piotr Jabłoński</i> ) .....	42
<b>Rozdział 4</b>	
Występowanie dyskryminacji cenowej III stopnia w ofertach polskich telefonii komórkowych na przykładzie sieci P4 (operatora sieci Play) ( <i>Jakub Kosiński</i> ) .....	51
<b>Rozdział 5</b>	
Przedsiębiorstwa działające na polskim rynku ochrony zdrowia w świetle teorii kosztów transakcyjnych ( <i>Bartłomiej Krzeczewski</i> ) .....	62
<b>Rozdział 6</b>	
Rentowność polskich spółek publicznych notowanych na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych – analiza sektorowa ( <i>Dagmara Malinowska</i> ) .....	75
<b>Rozdział 7</b>	
Monopol – charakterystyka zjawiska. Analiza transakcji wykupu T-Mobile USA przez AT&T ( <i>Aleksandra Olejnik</i> ) .....	96
<b>Rozdział 8</b>	
Efektywność gospodarowania i pozycja rynkowa publicznych spółek innowacyjnych w Polsce ( <i>Błażej Socha</i> ) .....	107
<b>Rozdział 9</b>	
Transparentność polityki wynagradzania w nowych spółkach giełdowych – analiza przypadku na przykładzie Alior Bank SA ( <i>Agata Wieczorek</i> ) .....	121
<b>II. KONKURENCYJNOŚĆ REGIONÓW</b> .....	137
<b>Rozdział 1</b>	
Determinanty kształtujące konkurencyjność przedsiębiorstw regionu łódzkiego na przykładzie Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej ( <i>Katarzyna Bednarek</i> ) .....	139

**Rozdział 2**

Rola społeczeństwa obywatelskiego w prowadzeniu polityki rozwoju lokalnego ( <i>Izabella Dąbrowska-Mikuta</i> ) .....	150
---	-----

**Rozdział 3**

Wydatki budżetowe samorządów terytorialnych jako determinanta rozwoju społeczno-gospodarczego polskich województw ( <i>Joanna Górniak, Piotr Strożek</i> ) .....	160
--	-----

**Rozdział 4**

Metody pomiaru spójności w procesie integracji europejskiej ( <i>Maja Reszka</i> ) .....	176
--	-----

**Rozdział 5**

Popyt na samochody osobowe o dużej pojemności silnika w Polsce – analiza przestrzenno-czasowa ( <i>Piotr Strożek</i> ) .....	196
--	-----

**III. KONKURENCYJNOŚĆ GOSPODAREK** ..... 209**Rozdział 1**

Wpływ zmian stopy procentowej EBC na inflację i aktywność gospodarczą strefy euro – weryfikacja za pomocą modelu autoregresji wektorowej (VAR) ( <i>Dominika Brózda</i> ) ..	211
--	-----

**Rozdział 2**

Weryfikacja hipotezy Prebisch–Singera w latach 2000–2011. Analiza wewnętrznych czynników kształtujących <i>terms-of-trade</i> gospodarek krajowych ( <i>Piotr Gabrielczak, Tomasz Serwach</i> ) .....	230
---	-----

**Rozdział 3**

Dwie wizje europejskiego kryzysu zadłużenia – analiza empiryczna ( <i>Michał Gamrot</i> ) .....	242
---	-----

**Rozdział 4**

Analiza ekonometryczna czynników wpływających na liczbę „zielonych pracowników” w państwach europejskich ( <i>Dominik Majewski</i> ) .....	257
--	-----

**Rozdział 5**

Zależność pomiędzy szarą strefą a podatkami. Analiza przekrojowa dla krajów OECD ( <i>Paulina Malaczewska</i> ) .....	268
---	-----

**Rozdział 6**

Mechanizm korekty nadmiernego deficytu w krajach Unii Europejskiej – analiza na przykładzie Polski ( <i>Agata Szymańska</i> ) .....	283
---	-----

**Rozdział 7**

Spółczesność informacyjna – pojęcie, pomiar i stopień rozwoju w Polsce ( <i>Anna Wanda Tomaszewska</i> ) .....	300
--	-----

**Rozdział 8**

Współczesny kryzys finansowy a gospodarka Meksyku ( <i>Justyna Wieloch</i> ) .....	317
--	-----

## WSTĘP

Monografia, którą mamy przyjemność przedstawić Szanownym Czytelnikom jest szóstym tomem publikacji z cyklu „Ekonomia i zarządzanie w teorii i praktyce”. Składają się na nią opracowania napisane przez młodych pracowników naukowych Wydziału Ekonomiczno-Socjologicznego i Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego oraz innych polskich uczelni. Podobnie jak w poprzednich edycjach poszczególne rozdziały książki są poświęcone prezentacji wyników badań prowadzonych przez autorów, dotyczących różnych aspektów funkcjonowania współczesnych gospodarek. Nawiązują one do aktualnych zjawisk obserwowanych w światowej i w polskiej gospodarce. Bardzo ważnym wkładem w dyskusję na temat problemów gospodarczych są artykuły, w których zostały zaprezentowane wyniki własnych badań empirycznych.

Wydaje się, że – pomimo bardzo szerokiego spektrum zainteresowań naukowych autorów monografii – można wskazać wspólny wątek stanowiący kanwę prezentowanych w książce rozważań. W wielu artykułach autorzy podejmują próbę oceny czynników determinujących konkurencyjność ujmowaną tak, jak to zostało zrobione w jednej z definicji zaproponowanych przez OECD. Zgodnie z tą definicją „konkurencyjność oznacza zarówno zdolność firm, przemysłów, regionów, narodów lub ponadnarodowych ugrupowań do sprostanienia międzynarodowej konkurencji, jak i do zapewniania relatywnie wysokiej stopy zwrotu od zastosowanych czynników produkcji i relatywnie wysokiego zatrudnienia na trwałych podstawach”. Biorąc pod uwagę podmiot konkurowania można zatem określić konkurencyjność jako zdolność przedsiębiorstwa, regionu lub kraju do tworzenia większego bogactwa niż konkurenci na rynku światowym. Tego typu podejście jest punktem wyjścia podziału monografii na trzy części, w których zostały ujęte różne aspekty konkurencyjności z perspektywy procesów zachodzących w przedsiębiorstwach, regionach i gospodarkach narodowych.

Pierwsza część książki – **konkurencyjność przedsiębiorstw** – obejmuje dziewięć rozdziałów. Większość z nich poświęcona została ocenie wpływu struktur rynkowych i otoczenia regulacyjnego przedsiębiorstw na ich zdolność do konkurowania na rynkach krajowych i zagranicznych. Relacja konkurencja – konkurencyjność jest opisywana przede wszystkim w kontekście implikacji procesów liberalizacji i deregulacji na poziom dobrobytu. Szczególnym przypadkiem organizacji sektora jest monopol. Można wskazać wiele przyczyn, które prowadzą do uzyskania przez przedsiębiorstwo pozycji monopolistycznej



lub dominującej na rynku oraz skutków, jakie ma to dla konkurencyjności sektora i gospodarki. Wskazują na to autorzy rozdziałów, w których opisane zostały różne przypadki firm monopolistycznych. Jako pozytywny przykład procesów demonopolizacji wymienia się ustawę liberalizującą rynek usług pocztowych w Polsce. Jest to specyficzny rynek, na którym pozycja monopolistyczna Poczty Polskiej była chroniona przez regulacje prawne skutecznie ograniczające rozwój konkurencji. Nowe przepisy, które weszły w życie od roku 2013, wprowadzają rozwiązania służące rozwojowi konkurencyjności, co powinno przynieść pozytywne skutki dla konsumentów i operatorów niepublicznych. Jedną z przyczyn prowadzących do występowania struktur monopolistycznych są procesy fuzji i przejęć obserwowane m.in. na rynku usług telekomunikacyjnych. Nawiązuje do tego rozdział, w którym podjęta została próba oceny transakcji wykupu T-Mobile przez AT&T, do jakiej doszło na rynku amerykańskim. Jest to klasyczny przykład dylematu stojącego przed instytucjami prowadzącymi politykę antymonopolową. Chodzi o ocenę korzyści, jakie to może przynieść, wynikających ze zjawiska ekonomii skali z kosztami związanymi z ograniczeniem konkurencyjności w sektorze.

Klasyczny monopol jest strukturą rynkową, która rzadko występuje w praktyce. Częściej mamy do czynienia z takimi formami organizacji sektora, które określane są terminem konkurencji niedoskonałej. Nawiązuje do tego autor artykułu, w którym pokazane zostały skutki nowych regulacji wprowadzonych przez Unię Europejską na rynku czynników chłodzących. Połączenie tych regulacji w prawa patentowymi posiadanymi przez dwie firmy działające w sektorze tworzy *de facto* sytuację duopolistyczną, umożliwiającą producentom stosowanie praktyk monopolistycznych. Kolejny przykład tego rodzaju praktyk biznesowych, możliwych do stosowania na rynkach niedoskonałych, został zaprezentowanych w rozdziale poświęconym dyskryminacjom cenowym. Różnicowanie cen tych samych dóbr i usług dla różnych grup odbiorców i segmentów rynku jest działaniem generującym dodatkowe korzyści dla sprzedawcy. Autor artykułu wykazał, że na rynku telefonii komórkowej w Polsce możliwości dyskryminacyjnego różnicowania cen zmniejszają się, co może być związane ze wzrostem natężenia konkurencji w sektorze.

Kluczowe znaczenie dla pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstw ma ich zdolność do tworzenia i absorpcji innowacji. Jeżeli działalność innowacyjna zostanie określona jako swoisty proces zachodzący w podmiocie gospodarczym, to na przebieg tego procesu z jednej strony wpływ mają strumienie wejścia w postaci źródeł finansowania tej działalności, z drugiej strony strumienie wyjścia determinujące wyniki ekonomiczne przedsiębiorstw. Podkreślają to autorzy dwóch rozdziałów. W pierwszym z nich opisany został wpływ kryzysu gospodarczego na zmiany w strukturze finansowania działalności innowacyjnej, w drugim podjęto próbę weryfikacji tezy o wyższej efektywności ekonomicznej innowacyjnych przedsiębiorstw.

Na pozycję konkurencyjną przedsiębiorstwa istotny wpływ ma wybór jednej z dwóch alternatywnych koncepcji zarządzania – koordynacji hierarchicznej lub rynkowej. Ta pierwsza oznacza skupienie w przedsiębiorstwie różnych rodzajów działalności, druga zaś, że część zasobów jest nabywana na rynku. Na znaczenie tego rodzaju decyzji biznesowych dla podmiotów działających na rynku usług medycznych w Polsce wskazuje autor kolejnego rozdziału.

Rynek kapitałowy jest dla każdej gospodarki swoistym zwierciadłem pokazującym konkurencyjność gospodarki narodowej jako miejsca lokowania kapitałów. Tendencje występujące na rynku kapitałowym stają się ważnym wskaźnikiem sytuacji gospodarczej kraju i barometrem nastrojów inwestorskich. Nakłada to na spółki publiczne szczególne wymogi, jeśli chodzi o jakość relacji inwestorskich i ich efektywność ekonomiczną. Ten wątek został podjęty w dwóch rozdziałach książki, w których opisywany jest niezwykle istotny komponent ładu korporacyjnego spółek publicznych – transparentność polityki wynagradzania menedżerów, a także analizowana jest rentowność spółek giełdowych.

Konkurencyjność gospodarki i regionów jest efektem konkurencyjności działających na ich obszarach przedsiębiorstw. Zarazem procesy gospodarcze zachodzące w lokalnym otoczeniu przedsiębiorstw również mają wpływ na ich pozycję konkurencyjną. Występuje tutaj zatem interakcja wzajemnie powiązanych ze sobą czynników, które razem tworzą wielowymiarową przestrzeń. Wątek ten został podjęty w kolejnej części monografii zatytułowanej **konkurencyjność regionów**. W artykule poświęconym determinantom kształtującym konkurencyjność przedsiębiorstw regionu łódzkiego autorka słusznie konstatuje, że konkurencyjne przedsiębiorstwo przyczynia się do rozwoju regionu i tym samym do wzrostu poziomu jego konkurencyjności. Podkreśla znaczenie polityki regionalnej państwa i pomocy publicznej dla kształtowania klimatu biznesowego sprzyjającego wzrostowi konkurencyjności. Przykładem takiego rozwiązania są specjalne strefy ekonomiczne. Problem ten jest rozwijany w kolejnym rozdziale poświęconym roli społeczeństwa obywatelskiego w prowadzeniu polityki rozwoju regionalnego. Jak pisze autorka, przyjęcie przez instytucje publiczne odpowiedniej strategii działania tworzy podłoże do sięgania do zasobów lokalnego kapitału społecznego i włączania społeczeństwa w politykę rozwoju lokalnego. Jeszcze jeden rozdział akcentuje wpływ polityki budżetowej samorządów terytorialnych na wzrost społeczno-gospodarczy a w konsekwencji wzrost konkurencyjności i innowacyjności regionów.

Niezwykle ważnym czynnikiem wpływającym na zrównoważony rozwój, zmniejszanie dysproporcji między regionami oraz zwiększanie ich konkurencyjności jest polityka spójności Unii Europejskiej. O kontrowersjach, jakie są związane ze stosowaniem tego rodzaju instrumentów polityki gospodarczej, i metodach pomiaru procesów spójności w procesie integracji europejskiej traktuje następny rozdział monografii. Ostatni artykuł drugiej części poświęcony

jest przestrzenno-czasowej analizie popytu na samochody osobowe w polskich województwach. Badania wykazały, że regionalne zróżnicowanie czynników ekonomicznych i demograficznych w istotny sposób wpływa na badane zjawisko.

**Konkurencyjność z perspektywy gospodarki** narodowej oznacza zdolność gospodarki do osiągania najważniejszych celów makroekonomicznych, takich jak utrzymanie wysokiego tempa wzrostu gospodarczego, efektywnego wykorzystania zasobów czynników wytwórczych, w tym przede wszystkim pracy, niskiej inflacji i równowagi zewnętrznej – zrównoważonego bilansu obrotów bieżącego i stabilnego kursu walutowego. Decyduje o tym m.in. skuteczna polityka ekonomiczna prowadzona przy użyciu takich instrumentów, jak polityka monetarna i fiskalna. W rozdziałach zamieszczonych w ostatniej części monografii podjęta została właśnie tego rodzaju problematyka badawcza. Dodatkowo autorzy wskazują na wpływ obecnego kryzysu finansowego na zachowanie wewnętrznej i zewnętrznej równowagi gospodarczej. W szczególności podjęte zostały kwestie wpływu polityki monetarnej EBC na inflację i aktywność ekonomiczną krajów strefy euro, analizy wewnętrznych czynników kształtujących *terms-of-trade* gospodarek krajowych czy konsekwencji kryzysu finansowego dla gospodarki Meksyku. W jednym z artykułów podjęto próbę empirycznej weryfikacji teorii neoklasycznej i popytowej w kontekście przyczyn obecnego kryzysu. Dwa kolejne rozdziały poświęcone zostały polityce fiskalnej. Autorzy badają zależności między obciążeniami podatkowymi i rozmiarami szarej strefy oraz wskazują rolę, jaką odgrywa procedura nadmiernego deficytu budżetowego w kształtowaniu dyscypliny budżetowej w krajach Unii Europejskiej. Ostatnie rozdziały monografii poświęcono analizie czynników kształtujących liczbę pracowników zatrudnionych na „zielonych miejscach pracy”, a także charakterystyce zjawiska określanego jako „społeczeństwo informacyjne”. Działania podejmowane w celu ochrony środowiska naturalnego oraz dynamiczny rozwój technologii informacyjno-komunikacyjnych są to kolejne obszary działalności gospodarczej, które w istotny sposób wpływają na konkurencyjność gospodarki narodowej.

Książka jest adresowana do osób, które interesują się problematyką ekonomii. Zawarte w publikacji opracowania mogą być również przydatne dla nauczycieli akademickich oraz studentów kierunków ekonomia, zarządzanie, finanse i bankowość, stanowiąc lekturę uzupełniającą do wykładów kursowych i specjalizacyjnych.

*Piotr Urbanek*

PAULINA BŁASZKIEWICZ\*

## PRÓBA ZŁAMANIA MONOPOLU POCZTY POLSKIEJ POPRAZ USTAWĘ LIBERALIZUJĄCĄ RYNEK USŁUG POCZTOWYCH

### Wstęp

1 stycznia 2013 r. weszła w życie nowa ustawa *Prawo pocztowe*. Wnosi ona szereg istotnych zmian dotyczących funkcjonowania rynku usług pocztowych w Polsce i ma doprowadzić do jego demonopolizacji. Ustawa jest wynikiem konieczności dostosowania prawodawstwa krajowego do wymogów III Dyrektywy pocztowej Parlamentu Europejskiego i Rady z roku 2008. Celem niniejszej pracy jest wskazanie znaczenia zmian, które wprowadza nowa ustawa, a także próba analizy jej potencjalnych skutków, które mogą być obserwowane w najbliższych latach.

### 1. Charakterystyka rynku usług pocztowych w Polsce

Usługi pocztowe mają charakter usług użyteczności publicznej. Umożliwiają przepływ informacji od odbiorcy (odbiorców) w kierunku nadawcy (nadawców)<sup>1</sup>. Usługi pocztowe można zdefiniować jako niematerialną, czynnościową formę wyizolowanej działalności gospodarczej, prowadzącą do zaspokajania zapotrzebowania zgłaszanego przez odbiorców w obszarze przekazywania informacji na odległość oraz zasób materialny i nominalny wraz z usługami pośrednictwa rynkowego<sup>2</sup>. Z kolei ustawa *Prawo pocztowe* z dnia 23 listopada 2012 r. definiuje usługę pocztową jako, wykonywane w obrocie krajowym lub zagranicznym, zarobkowe:

1) realizowane łącznie lub rozdzielnie przyjmowanie, sortowanie, doręczanie przesyłek pocztowych oraz druków bezadresowych;

2) przemieszczanie przesyłek pocztowych, a także druków bezadresowych, jeżeli jest wykonywane łącznie z przynajmniej jedną spośród czynności, o których mowa w pkt. 1;

3) przesyłanie przesyłek pocztowych przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej, jeżeli na etapie przyjmowania, przemieszczania lub

---

\* Doktorantka, Katedra Mikroekonomii, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny UŁ.

<sup>1</sup> R. Czaplewski, *Ekonomika poczty*, Wyd. Nauk. US, Szczecin 1993, s. 35.

<sup>2</sup> A. Panasiuk, D. Szostak, A. Tokarz, *Czynniki produkcji pocztowej*, Wyd. Nauk. US, Szczecin 2005, s. 21.

doręczania przekazu informacyjnego przyjmują one fizyczną formę przesyłki listowej;

4) prowadzenie punktów wymiany umożliwiających przyjmowanie i wymianę korespondencji między podmiotami korzystającymi z obsługi tych punktów;

5) realizowanie przekazów pocztowych.

Rynek usług pocztowych stanowi system wspomagający usługodawców oraz usługobiorców w określaniu zakresu ich potrzeb, warunków i cen. Wszystko to musi odbywać się zgodnie z uregulowaniami prawnymi obowiązującymi w danym kraju. Rynek usług pocztowych obejmuje obrót usługami pośrednictwa, świadczonymi (na zlecenie klientów instytucjonalnych do klientów indywidualnych) przez operatorów pocztowych<sup>3</sup>. Rynek usług pocztowych pełni w gospodarce wiele istotnych funkcji. Są to m.in.: realizacja usług przekazu informacji oraz pośrednictwa rynkowego, normowanie działalności pocztowej, jednoczenie obsługiwanych terytoriów (zarówno w zakresie społecznym, jak i gospodarczym) czy kreowanie innych sektorów gospodarczych<sup>4</sup>.

Do końca roku 2012 rynek usług pocztowych w Polsce można było podzielić na cztery podstawowe segmenty: usługi zastrzeżone dla operatora publicznego, usługi wymagające uzyskania zezwolenia, usługi wymagające wpisu do rejestru operatorów pocztowych oraz usługi o charakterze całkowicie wolnym (obejmujące druki bezadresowe)<sup>5</sup>.

Na rynku usług pocztowych funkcjonują następujące grupy podmiotów:

- organy regulacyjne państwa (w Polsce są to: minister ds. właściwych, Urząd Komunikacji Elektronicznej, Sejm, Senat),
- strona podaźowa – operatorzy pocztowi (operator świadczący usługi powszechne oraz operatorzy niepubliczni),
- strona popytowa – konsumenci (klienci indywidualni, przedsiębiorstwa, instytucje państwowe, organizacje społeczne).

Powszechne usługi pocztowe są definiowane przez ustawę *Prawo pocztowe* z dnia 23 listopada 2012 r. Do ich świadczenia na terenie całego kraju jest zobowiązany wyznaczony operator. Powszechne usługi pocztowe określane są jako przyjmowanie, sortowanie, przemieszczanie i doręczanie:

- 1) przesyłek listowych, w tym poleconych i z zadeklarowaną wartością, o wadze do 2000 g i określonych wymiarach (liczonych z tolerancją do 2 mm);
- 2) przesyłek dla ociemniałych;
- 3) paczek pocztowych, w tym z zadeklarowaną wartością, o masie do 10 000 g i wymiarach, z których największy nie przekracza 1500 mm, a suma długości

<sup>3</sup> A. Panasiuk, *Usługi pocztowe. Rynek i marketing*, Wyd. Nauk. PWN, Warszawa 2003, s. 35.

<sup>4</sup> A. Panasiuk, D. Szostak, A. Tokarz, *Czynniki produkcji...*, s. 17.

<sup>5</sup> *Raport Prezesa UKE o stanie rynku usług pocztowych w Polsce w 2011 roku*, Warszawa 2012, s. 21.

i największego obwodu mierzonego w innym kierunku niż długość nie przekracza 3000 mm.

Ponadto usługi o charakterze powszechnym muszą być pełnione<sup>6</sup>:

- 1) w sposób jednolity w porównywalnych warunkach;
- 2) przy zapewnieniu na terytorium całego kraju rozmieszczenia:
  - a) placówek pocztowych,
  - b) nadawczych skrzynek pocztowych, odpowiedniego do zapotrzebowania na danym terenie;
- 3) z zachowaniem wskaźników czasu przebiegu przesyłek pocztowych;
- 4) po przystępnych cenach;
- 5) z częstotliwością zapewniającą co najmniej jedno opróżnianie nadawczej skrzynki pocztowej i doręczanie przesyłek pocztowych, co najmniej w każdy dzień roboczy i nie mniej niż przez pięć dni w tygodniu z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy;
- 6) w sposób umożliwiający uzyskanie przez nadawcę dokumentu potwierdzającego odbiór przesyłki rejestrowanej.

W roku 2011 w rejestrze operatorów pocztowych znajdowało się 248 podmiotów, w tym świadcząca usługi powszechne Poczta Polska. Od roku 2000 liczba niepublicznych operatorów pocztowych w Polsce wzrosła prawie dwunastokrotnie (por. tab. 1).

**Tabela 1.** Liczba zarejestrowanych niepublicznych operatorów pocztowych w Polsce w latach 2000–2011

Rok	Liczba zarejestrowanych operatorów
2000	21
2001	30
2002	52
2003	58
2004	90
2005	113
2006	157
2007	164
2008	182
2009	209
2010	244
2011	247

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Raport Prezesa UKE o stanie rynku usług pocztowych w Polsce w 2011 roku*, Warszawa 2012, s. 15.

<sup>6</sup> Ustawa z dnia 23 listopada 2012 r. „Prawo pocztowe”, DzU, 2012, poz. 1529.

PIOTR BOLIBOK\*

ANNA MATRAS-BOLIBOK\*\*

## WPLYW KRYZYSU GOSPODARCZEGO NA FINANSOWANIE DZIAŁALNOŚCI INNOWACYJNEJ PRZEDSIĘBIORSTW

### Wstęp

We współczesnej gospodarce zdolność przedsiębiorstw do kreacji i absorpcji innowacji jest kluczową cechą decydującą o ich możliwościach rozwojowych. Przedsiębiorstwa dysponujące odpowiednimi zasobami kapitału, wiedzy i technologii, sprzyjającymi powstawaniu innowacji, oraz potrafiące je w efektywny sposób wykorzystać, mogą stać się innowacyjne i są w stanie sprostać rosnącej konkurencji globalnej.

Innowacje są procesem ewolucyjnym, sieciowym i interakcyjnym, złożonym z wielu odrębnych i współzależnych faz<sup>1</sup>. Kompleksowość procesu innowacji sprawia, że jest on stymulowany i kształtowany przez wiele czynników. Mogą one być podzielone na dwie główne grupy: czynniki wewnętrzne, związane z wielkością firmy czy jej formą własności, a także zewnętrzne, łączące się z otoczeniem firmy i środowiskiem jej działania, wśród których kluczową rolę odgrywają uwarunkowania makroekonomiczne.

Kryzys gospodarczy ostatnich lat udowodnił, że sytuacja makroekonomiczna w istotnym stopniu kształtuje innowacyjność gospodarek na całym świecie. Ze względu na globalny zasięg, obecny kryzys gospodarczy stał się najbardziej dotkliwym załamaniem gospodarczym po II wojnie światowej, gdyż pojawiające się do jego czasu kryzysy były wydarzeniami o zasięgu regionalnym lub krajowym<sup>2</sup>. Niepewność spowodowana gospodarczymi zawirowaniami znacząco ograniczyła skłonność przedsiębiorstw do inwestowania w działalność

---

\* Adiunkt, Katedra Bankowości, Wydział Nauk Społecznych, Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II w Lublinie.

\*\* Adiunkt, Katedra Ekonomii i Zarządzania, Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie.

<sup>1</sup> M. Dolińska, *Innowacje w gospodarce opartej na wiedzy*, PWE, Warszawa 2010; J. Kline, N. Rosenberg, *An Overview of Innovation*, [w:] *The Positive Sum Strategy. Harnessing Technology for Economic Growth*, R. Landau, N. Rosenberg (red.), National Academy Press, Washington 1986; R. Rothwell, *Towards the Fifth-generation Innovation Process*, „International Marketing Review” 1994, vol. 11, No 1.

<sup>2</sup> *Economic Crisis in Europe: Causes, Consequences and Responses*, „European Economy 7”, European Commission, Directorate-General for Economic and Financial Affairs, Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities 2009, s. 8.

## WPROWADZENIE DUOPOLU NA RYNKU CZYNNIKÓW CHŁODZĄCYCH WYKORZYSTYWANYCH W URZĄDZENIACH KLIMATYZACYJNYCH

### Wstęp

W ostatnim roku na rynku tzw. czynników chłodzących wykorzystywanych w urządzeniach klimatyzacyjnych zaszło wiele zmian. Zgodnie z unijną dyrektywą 2006/40/EG począwszy od 1 stycznia 2011 r. we wszystkich nowo produkowanych systemach mobilnej klimatyzacji (MAC) muszą być stosowane czynniki nie przekraczające wskaźnika GWP na poziomie 150. W związku z tym dwa amerykańskie koncerny opracowały nowy czynnik chłodniczy pochodzenia chemicznego o niskim GWP, spełniającym wygórowane wymagania Unii Europejskiej. Spowodowało to powstanie duopolu mającego wyłączność na produkcję ww. chłodziwa.

Celem artykułu jest przybliżenie teorii duopolu w ekonomii, a także wskazanie zmian zachodzących na rynku wskutek jego wprowadzenia.

### 1. Duopol w ekonomii

Konkurencja monopolistyczna to przykład konkurencji niedoskonałej. Jest to stan pośredni między absolutnym monopolem a modelem konkurencji doskonałej<sup>1</sup>. Zarówno konkurencję doskonałą, jak i monopol należy traktować jako modele teoretyczne, które są zwykle odległe od rzeczywistości. Nieco bardziej zbliżony do niej jest model konkurencji monopolistycznej<sup>2</sup>.

Teoria konkurencji monopolistycznej, opracowanej w latach 30. i 40. wieku XX przez J. Robinson oraz E.H. Chamberlina łączy w sobie zarówno elementy modelu monopolu pełnego, jak i modelu konkurencji doskonałej. Chamberlin wprowadził pojęcie grupy produktowej, na której oparty został model konkurencji monopolistycznej. Grupa produktowa rozumiana tu jest jako przedsiębiorstwa wytwarzające i sprzedające podobne produkty. Produkty te mają analogiczne krzywe przychodów marginalnych i kosztów<sup>3</sup>.

---

\* Doktorant, Katedra Rachunkowości, Wydział Zarządzania UŁ.

<sup>1</sup> T. Zalega, *Mikroekonomia*, WNWZ UW, Warszawa 2008, s. 357.

<sup>2</sup> R. Milewski, *Podstawy ekonomii*, PWN SA, Warszawa 1999, s. 219.

<sup>3</sup> T. Zalega, *Mikroekonomia...*, s. 358.



## WYSTĘPOWANIE DYSKRYMINACJI CENOWEJ III STOPNIA W OFERTACH POLSKICH TELEFONII KOMÓRKOWYCH NA PRZYKŁADZIE SIECI P4 (OPERATORA SIECI PLAY)

### Wstęp

Występowanie dyskryminacji cenowej jest powszechnym zjawiskiem w gospodarce. Często dyskryminację wskazuje się jako cechę charakterystyczną dla monopolu, jednakże również w przypadku rynku konkurencyjnego notujemy wiele przykładów dyskryminacji od pierwszego do trzeciego stopnia. Dyskryminacja wynika przede wszystkim z różnych możliwości nabywczych grup docelowych. Często podawanym przykładem dla ostatniej z wymienionych jest różnicowanie cen usług telekomunikacyjnych dla grupy odbiorców fizycznych oraz przedsiębiorców. Popularna jest teza, że ceny usług dla tej drugiej grupy są niższe niż w przypadku tych samych usług dla odbiorców indywidualnych.

Celem niniejszego artykułu jest analiza kształtowania się cen usług telekomunikacyjnych dla tych dwóch grup odbiorców w latach 2008–2012 na przykładzie sieci P4 (operatora sieci Play). Przedmiotem badania będą ceny połączeń głosowych w archiwalnych ofertach sieci P4 z wyróżnieniem ceny zawartej w abonamencie oraz ceny poza abonamentem. Hipotezą, jaka zostanie poddana próbie w badaniu jest twierdzenie jakoby dyskryminacja trzeciego stopnia w ofertach usług telekomunikacyjnych w początkowych latach badania faktycznie zachodziła (z korzyścią dla odbiorców firmowych), w kolejnych latach nastąpił jednak jej zanik, a w ostatnim roku badania zniknęła zupełnie.

### 1. Podział dyskryminacji cenowej

Literatura najczęściej opisuje dyskryminację cenową jako zjawisko charakterystyczne dla rynku monopolistycznego. W praktyce gospodarczej można jednak spotkać się z sytuacją różnicowania cen również na rynkach konkurencyjnych. Aby jednak dyskryminacja cenowa była możliwa spełnione muszą być następujące warunki<sup>1</sup>:

- rynek nie może być rynkiem konkurencji doskonałej, aby przedsiębiorstwo było w stanie ustalać ceny swoich produktów,

---

\* Doktorant, Zakład Finansów Korporacji, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny UŁ.

<sup>1</sup> J. Sloman, *Podstawy ekonomii*, PWE, Warszawa 2001, s. 177.