

STANISŁAW SALA
Akademia Świętokrzyska, Kielce

Polskie firmy na tle zagranicznych korporacji w dobie globalizacji

Początki korporacji transnarodowych (KTN) sięgają epoki wielkich odkryć geograficznych. Wówczas pierwsze korporacje zajmowały się wymianą handlową między ówczesnymi metropoliami a terytoriami zamorskimi. W epoce wiktoriańskiej powstał wolny rynek, którego zasady przyczyniły się do ukształtowania nowoczesnego sposobu funkcjonowania korporacji. Jednak dopiero wskutek rozwoju telekomunikacji i nowoczesnych środków transportu, od początku lat 70. XX wieku, obserwujemy gwałtowne przyspieszenie rozwoju KTN.

W wyniku wzrostu znaczenia procesów związanych z umiędzynarodowieniem przedsiębiorstw i produkcji, KTN dysponują bardzo dużym kapitałem produkcyjnym i technologicznym generującym olbrzymie zyski, jak również ogromną siłą ekonomiczną, na którą składają się przede wszystkim duża wartość sprzedaży oraz nowoczesne technologie i wykwalifikowana siła robocza. O ich potęgę świadczy fakt, że niejednokrotnie dochody KTN przekraczają wartość PKB średnio rozwiniętych krajów. Obecnie około 50 korporacji transnarodowych zaliczanych jest do 100 największych gospodarek funkcjonujących na świecie, a 13 znajduje się w pierwszej pięćdziesiątce.

Korporacje transnarodowe (KTN) powszechnie uznaje się za siłę napędową oraz głównych beneficjentów globalizacji. Rola i znaczenie jakie korporacje odgrywają na arenie międzynarodowej jest przyczyną zainteresowania specjalistów licznych dziedzin nauki [Domański 1996, 2001, 2002; Jarczewska-Romaniuk 2004; Karaszewski (red.) 2003; Kisiel-Łowczyk 2000; Romanowska, Trocki, Wawrzyniak, 2000; Sala 2003; Zorska 2000, 2002]. Szacuje się, że obecnie działa około 63 tys. korporacji transnarodowych dysponujących ponad 820 tysiącami zagranicznych filii, łącznie zatrudniających ponad 6 mln pracowników. Wartość sprzedaży wytworzonych przez wszystkie korporacje wyrobów i usług w 2000 roku wyniosła 15 680 USD, co daje kwotę przewyższającą ponad 2,2 razy wartość światowego eksportu. Natomiast łączna wartość produktu brutto korporacji transnarodowych stanowi około 25% światowego PKB [UNCTAD 2001]. KTN aspirują do miana najbardziej aktywnych podmiotów w gospodarce globalnej [Thurow 1996, 1997, 1999; Cziomer, Zybliekiewicz 2000; Skodlarski, Matera 2004].

Tworzenie i rozwijanie korporacji przez poszczególne kraje wydaje się być jednym z najszybszych sposobów akumulacji kapitału. Polska, pragnąc jak najszybciej dołączyć do grupy krajów najlepiej rozwiniętych, powinna również stworzyć sprzyjające warunki dla rozwoju rodzimych korporacji.

Celem artykułu jest przedstawienie polskich korporacji na tle największych korporacji na świecie.

ZARYS ROZWOJU POLSKICH KORPORACJI

Procesy globalizacji zaowocowały wejściem polskiej gospodarki na rynek globalny poprzez coraz lepiej prosperujące firmy. Za początek tworzenia się nowej generacji przedsiębiorstw w Polsce należy uznać datę 13 lipca 1990 roku, kiedy to została uchwalona ustawa, na mocy której rozpoczęto procesy prywatyzacyjne trwające po dzień dzisiejszy. Za główny cel procesów prywatyzacyjnych należy uznać dostosowanie polskiej gospodarki do wymogów współczesnego świata, a w szczególności do sprostania presji konkurencyjnej ze strony przedsiębiorstw międzynarodowych poprzez:

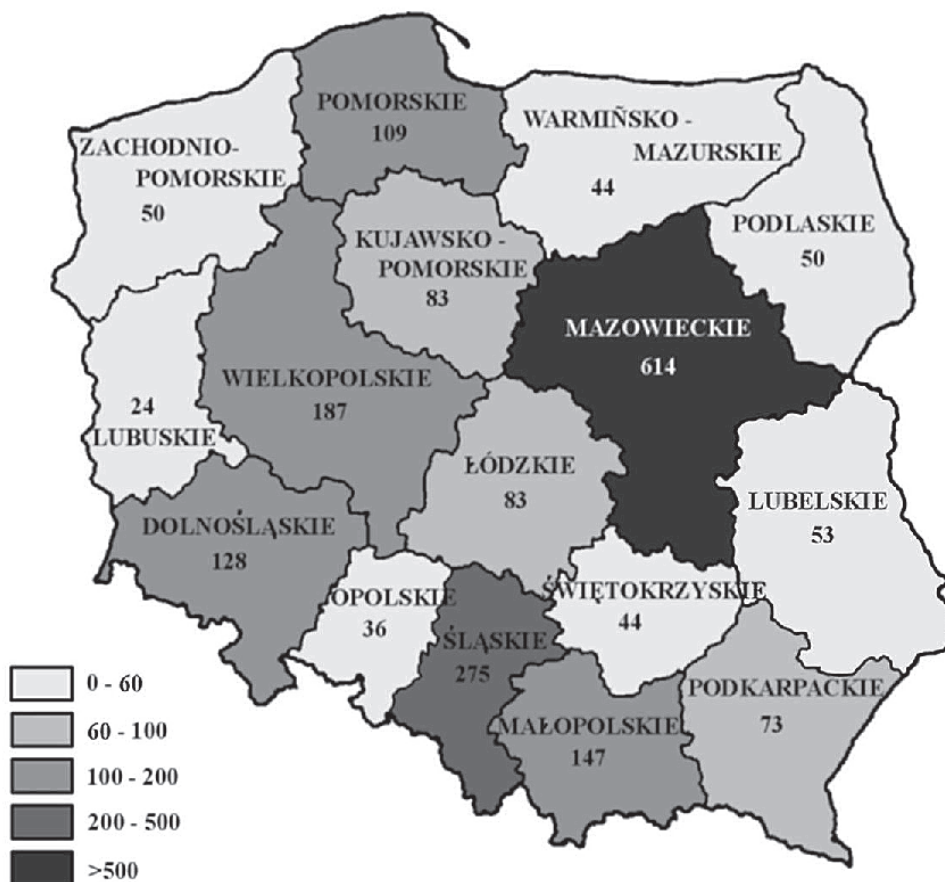
- rozbudowę nowoczesnych gałęzi przemysłu (głównie przemysły zaawansowanych technologii),
- restrukturyzację przestarzałych gałęzi przemysłu (górnictwa, hutnictwa, przemysłu koksowniczego, energetyki),
- rozwój infrastruktury technicznej.

Efektom restrukturyzacji polskiej gospodarki jest dynamiczny rozwój firm, głównie prywatnych. W Polsce na koniec 2002 r. liczba przedsiębiorstw wynosiła 1,7 mln firm, z czego 99% stanowiły przedsiębiorstwa małe zatrudniające do 49 osób, 0,8% – średnie przedsiębiorstwa zatrudniające od 50 do 249 osób, a duże przedsiębiorstwa – ok. 0,2%, natomiast ich udział w PKB przekraczał 50%, co dobitnie pokazuje ich rangę w gospodarce krajowej.

Rozmieszczenie największych polskich przedsiębiorstw nie jest równomierne, zdecydowanie na pierwszym miejscu plasuje się województwo mazowieckie z zarejestrowanymi 614 firmami przekraczającymi 50 mln złotych przychodu, drugie miejsce zajmuje województwo śląskie z 275 największymi firmami. Na tle Polski stosunkowo nieźle prezentują się województwa: małopolskie, pomorskie, wielkopolskie oraz dolnośląskie, jednak różnica między nimi a województwem mazowieckim jest bardzo duża.

Rozwój polskich firm jest niezaprzeczalny, o czym może świadczyć duża dynamika przychodów osiągająca nawet do 600% w ciągu roku (tab. 1). Jednak w pierwszej dekadzie najszybciej rozwijających się polskich przedsiębiorstw dynamika przychodów kształtuje się na poziomie 118–240% w latach 2001–2002. W 2003 roku dynamika przychodów małych firm średnio wyniosła 111,3%, średnich – 114,8%, a dużych – 110,8% w stosunku do roku 2002. Jeszcze lepiej przedstawia się sytuacja, gdy porównamy ze sobą rok 2003 i 2000. W tym okresie dynamika przychodów dziesięciu najszybciej rozwijających się firm w Polsce kształtowała się między 1080,0% a 2779,6% (tab. 1). Na uwagę zasługuje duża rotacja firm zaliczanych do 100 najcenniejszych firm prywatnych w Polsce. Porównując ranking z 2003 z rankingiem z 2002 roku należy zwrócić uwagę na istotne zmiany. Z rankingu z 2003 r. jedynie 54 były odnotowane w 2002 roku. Świadczy to o bardzo dużej rotacji firm, spowodowanej ostrą konkurencją na rynku, a także brakiem stabilizacji firm. Natomiast mała wartość polskich przedsiębiorstw uniemożliwia skuteczną walkę o utrzymanie zeszłorocznej pozycji. Wśród 54 firm obecnych w rankingu w latach 2002 i 2003, 38 zanotowało spadek wartości, a jedynie 16 firm odnotowało jej wzrost. Największy spadek wartości zanotowały:

JTT Computer S.A. (-72,8%), Big Star Limited (-71,6%), Kolporter Service S.A. (-68,2%), Techmex S.A. (-67,9%), Fabryka Maszyn Glinik S.A. (-60,4%) oraz Technokabel (-59,5%). Natomiast najwyższe wartości wzrostu wartości zanotowały: Zakłady Tłuszczowe Bielmar (143,6%), Zakłady Mięsne Mazury (108,4), Sonda S.A. (97,4%), Grupa Atlas (80,6%), Mikrotech SA (79,6%), oraz Gdańska Stocznia Remontowa (78,2%).



Ryc. 1. Liczba największych firm przekraczających 50 mln złotych przychodu według województw w 2003 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Lista 2000*, „Rzeczpospolita” z dn. 12.09.2004

Wejście Polski do Unii Europejskiej stworzyło niepowtarzalną okazję dla ekspansji polskich firm. Z jednej strony polskie przedsiębiorstwa narażone są na bardzo ostrą konkurencję firm zachodnich, natomiast z drugiej – akcesja otworzyła – nowe rynki zbytu dla krajo-

wych towarów. Sytuację komplikują wysokie koszty pracy, niespójne i szybko zmieniające się przepisy prawa podatkowego i gospodarczego. System podatkowy w Polsce jest bardzo skomplikowany co prowokuje do licznych nadużyć. Ponadto w Polsce brak jest atrakcyjnych pod względem inwestycyjnym uzbrojonych terenów, posiadających uregulowane kwestie własnościowe. W przypadku kiedy takie tereny wystawione są na sprzedaż, polscy inwestorzy dysponujący znacznie mniejszym kapitałem od inwestorów zagranicznych najczęściej z nimi przegrywają rywalizację. Poważnym utrudnieniem dla rozwoju polskich firm jest również brak aktywnej polityki gospodarczej rządu w zakresie wspierania biznesu. Rola rządu bardzo często kończy się na dobrych deklaracjach, za którymi niestety nie idą odpowiednie uregulowania prawne. Minusem utrudniającym rozwój firm w Polsce jest niedostateczny rozwój infrastruktury transportowej. Na szczególną uwagę zasługuje brak autostrad, co z jednej strony utrudnia dystrybucję towarów, a z drugiej podraża koszty transportu. Kolejnym mankamentem jest korupcja wśród urzędników państwowych, nepotyzm, a także biurokracja w urzędach. W przypadku korupcji firmy pozbawione są równych szans na rynku, natomiast biurokracja zmusza do poświęcania zbyt dużo czasu sprawom administracyjnym, rachunkowym czy podatkowym, kosztem kwestii związanych z marketingiem, produkcją czy dystrybucją towarów i usług. Wejście Polski do Unii Europejskiej wymusza wprowadzanie u nas unijnych standardów prawnych i finansowych, co z pewnością przyczyni się do polepszenia warunków prowadzenia biznesu w naszym kraju.

Tabela 1. Najszybciej rozwijające się przedsiębiorstwa w Polsce według dynamiki przychodów

Lp.	Nazwa przedsiębiorstwa	Miejscowość	Dynamika przychodów 2003/2000 (w %)
1.	Fiat-GM	Bielsko-Biała	2779,6
2.	Sydo	Wrocław	1905,2
3.	Celt Glas SA	Tychy	1893,9
4.	Żabka Polska	Poznań	1636,1
5.	Stocznia Szczecińska Nowa	Szczecin	1597,2
6.	Zakład Maszyn Górniczych Glinik	Gorlice	1507,3
7.	Morpol	Szczecin	1459,6
8.	Polska Energia	Katowice	1204,8
9.	Opoczno SA	Opoczno	1106,0
10.	Mokate	Żory	1080,0
11.	Skanska Polska SA GK	Warszawa	1064,7
12.	Polsped-Gerlach	Słubice	1035,3
13.	Fideltronik Imel	Sucha Beskidzka	950,4
14.	Przeds. Handlu Tekstylami	Białystok	909,9
15.	Strabag	Warszawa	871,3
16.	Altana Pharma	Warszawa	868,4
17.	Tetra Pak	Warszawa	819,2
18.	Browar Belgia	Kielce	778,3
19.	Kingspan	Lipsko	740,5
20.	Boryszew S.A. GK	Sochaczew	731,9

POLSKIE KORPORACJE NA TLE NAJWIĘKSZYCH KORPORACJI ŚWIATA

Stosunkowo krótki okres transformacji nie pozwolił na wykształcenie się licznych firm, odgrywających istotną rolę na arenie międzynarodowej. Do 2003 roku „BusinessWeek” prowadził dwie listy przedstawiające największe na świecie spółki pod względem kapitalizacji rynkowej. Pierwsza lista obejmowała 1000 największych firm wywodzących się z krajów wysoko rozwiniętych, natomiast druga przedstawiała 200 najcenniejszych firm rynków wschodzących obejmujących kraje rozwijające się, w tym kraje Europy Środkowej i Wschodniej. Na liście 200 najcenniejszych firm rynków wschodzących znalazły się cztery polskie przedsiębiorstwa (tab. 2).

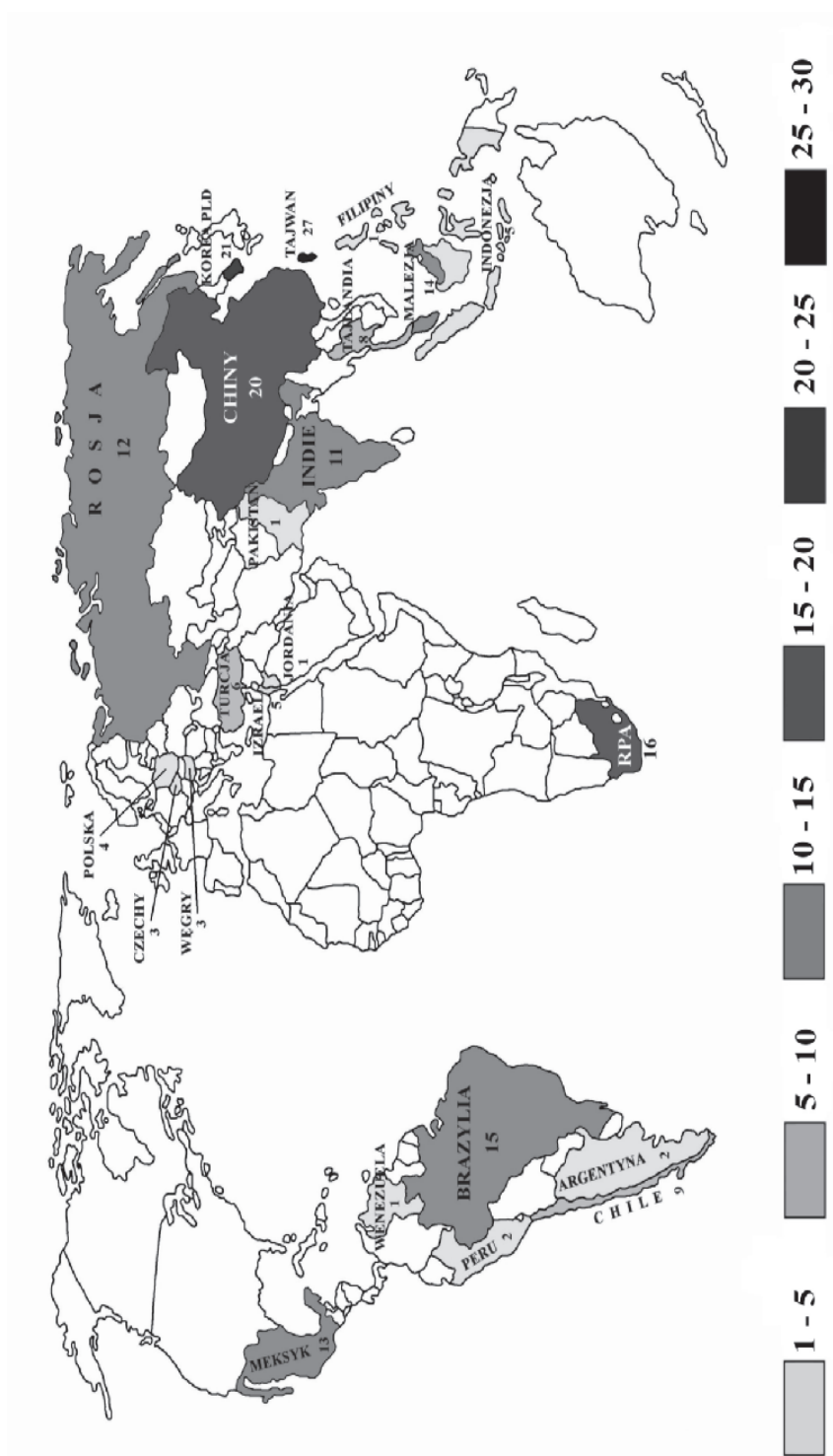
Analizując dane zamieszczone w tabeli 2, zwraca uwagę mała wartość rynkowa polskich korporacji w porównaniu z najcenniejszą korporacją rynków wschodzących, oraz duża rentowność Banku Pekao. Średnia dynamika przychodów dużych polskich firm (110,8%) jednoznacznie wskazuje na ich rozwój. Jednak, analizując rozwój polskich korporacji na tle 200 najcenniejszych firm rynków wschodzących obraz nie przedstawia się już tak optymistycznie. Telekomunikacja Polska w 2003 roku nie utrzymała lokaty z 2002 roku i spadła z 60 na 63 miejsce. Podobnie sytuacja przedstawia się z pozostałymi polskimi korporacjami: Bank Pekao spadł z 65 na 75 pozycję, Polski Koncern Naftowy ORLEN – z 165 miejsca na 180 miejsce oraz Bank Przemysłowo-Handlowy PBK z 159 na 183 miejsce.

W 2003 roku korporacje pochodzące z tzw. rynków wschodzących nie były uwzględnione na liście Global 1000. Porównując dwie największe polskie korporacje z listą Global 1000, zauważamy, że Bank Pekao zajmuje 877 miejsce, natomiast Telekomunikacja Polska S.A. – 737 pozycję. W 2004 roku „BusinessWeek” na podstawie badań Morgan Stanley Capital International opublikował już tylko jedną listę najwartościowszych korporacji świata, obejmującą zarówno kraje rozwinięte, jak i rozwijające się. Na liście Global 1000 w 2004 roku znalazły się tylko dwie polskie korporacje. Na miejscu 985 sklasyfikowany został Bank Pekao i na 987 pozycji znalazła się Telekomunikacja Polska S.A. Na uwagę zasługuje fakt, że obydwie polskie korporacje w 2004 roku nie utrzymały pozycji z 2003 roku. Bank PEKAO spadł aż o 108 miejsc, natomiast Telekomunikacja Polska S.A. aż o 250 miejsc (tab. 3). Natomiast Polski Koncern Naftowy ORLEN oraz Bank Przemysłowo-Handlowy PBK ze względu na wartość rynkową nie zmieściły się w 1000 najwartościowszych korporacji świata.

Tabela 2. Polskie korporacje na tle 200 najcenniejszych firm rynków wschodzących

Pozycja		Nazwa korporacji	Wartość rynkowa	Rentowność (w %)	Sprzedaż (w mln USD)	Zyski (w mln USD)
2003	2002					
1.	1.	China Mobil (Hong Kong)	440 899	1,8	15 533	3956
63.	60.	Telekomunikacja Polska SA	5 071	0,7	5 045	247
75.	65.	Bank Pekao	4 115	4,5	–	207
180.	165.	Polski Koncern Naftowy	2 065	0,7	4 552	113
183.	159.	Bank Przemysłowo-Handlowy PBK	2 034	1,4	–	36
200.	117.	Grupo Bimbo (Meksyk)	1 875	1,3	4 002	94

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Morgan Stanley Capital International za: „BusinessWeek” z 08.2003



Ryc. 2. 200 najcenniejszych korporacji rynków wschodzących według kraju pochodzenia

Źródło: opracowanie własne na podstawie „BusinessWeek” z 08.2003

Tabela 3. Polskie korporacje na tle największych korporacji świata z listy Global 1000

Pozycja		Nazwa korporacji	Kraj pochodzenia	Wartość rynkowa w mld USD
2004	2003			
1.	1.	General Electric	USA	328,11
985.	877.	Bank Pekao	Polska	5,42
987.	737.	Telekomunikacja Polska SA	Polska	5,42
1000.	–	CITIC Pacific	Chiny	5,34

Źródło: Opracowanie własne na podstawie „BusinessWeek” z 08.2003

POLSKIE FIRMY RODZINNE NA TLE NAJWIĘKSZYCH FIRM RODZINNYCH ŚWIATA

Szczególnym rodzajem firm są firmy rodzinne, z którymi właściciele są dodatkowo emocjonalnie związani. Pracownikami są często osoby wybierane przede wszystkim z rodzinnego grona i traktowane szczególnie, bo od początku obdarzane zaufaniem, co rodzi pozytywną atmosferę [Goćławska, Krysiak 2004]. Za tworzeniem firm rodzinnych przemawiają następujące argumenty:

- rodzina motywuje do starania się o jak najwyższą jakość wyrobów,
- praca w firmie rodzinnej daje poczucie niezależności,
- pracownicy są bardziej emocjonalnie związani z firmą rodzinną, co zwiększa ich motywację do działania,
- dobra atmosfera sprzyja zaangażowaniu, a szczególnie szybkości podejmowania decyzji.

Natomiast do powtarzanych mankamentów firm rodzinnych należy zaliczyć przenikanie się życia zawodowego i prywatnego, niejasny podział kompetencji czy trudności z obiektywną oceną efektów pracy, co nie sprzyja trafnym radykalnym decyzjom personalnym [Goćławska, Krysiak 2004].

Z historycznego punktu widzenia, zachodnie firmy rodzinne miały znacznie więcej czasu na rozwój w porównaniu z polskimi, które tak naprawdę mogły zacząć się rozwijać dopiero od początku lat 90. XX wieku.

Tabela 4. Największe polskie firmy rodzinne na tle największych firm rodzinnych świata

Lp.	Nazwa firmy	Rodzaj działalności	Rodzina	Przychody w mld USD
1.	Wall-Mart Stores Farmacol	Handel Dystrybucja farmaceutyków	Walton Olszewski	244,5 2,7
2.	Ford Motor Kulczyk Holding	Motoryzacja Handel	Ford Kulczyk	163,4 2,4
3.	Samsung Kulczyk Tradex	Elektroniczna Handel	Lee Kulczyk	98,7 1,6
4.	LG Gant SA	Elektroniczna Holding wielobranżowy	Koo Antkowiak	81,0 1,4

5.	Carrefour Torfam	Handel Dystrybucja farmaceutyków	Defforey Herba	72,0 1,1
6.	Fiat Group Farmutil	Motoryzacyjna Przetwórstwo i handel mięsem	Angelli Stokłosa	61,0 0,78
7.	Ifi S.p. A. AB SA	Finansowa Dystrybucja sprzętu komputerowego	Angelli Przybyło	59,2 0,65
8.	PSA Peugeot Grupa Wistil	Motoryzacyjna Dziewiarstwo	Peugeot Kwiecień	57,0 0,59
9.	Cargill Inc. KEM	Spożywcza Handel stalą	Cargill, McMillan Krawczyk	50,8 0,54
10.	BMW Bać-Pol	Motoryzacyjna Handel	Quandt Bać	44,3 0,49

Źródło: opracowanie własne na podstawie: „BusinessWeek” z 14–27.10.2004

Analiza danych przedstawionych w tabeli 4, w której porównano pod względem przychodów czołówkę polskich i zachodnich firm rodzinnych świata, potwierdza istnienie bardzo dużego dystansu w przychodach między polskimi a zagranicznymi firmami rodzinnymi. Przychody największej polskiej firmy rodzinnej Farmacol stanowią zaledwie ok. 1,1% przychodów największej na świecie firmy rodzinnej. Przychody pierwszej dziesiątki najbardziej dochodowych firm rodzinnych Polski kształtują się w przedziale między 1–2% w porównaniu z dziesiątką najbardziej dochodowych firm rodzinnych świata.

POLSKIE MARKI NA TLE MAREK ZACHODNICH

Jedną z konsekwencji procesów globalizacji jest szeroko rozumiana unifikacja. W wyniku zunifikowanych procesów produkcji powstają podobne jakościowo produkty, których różnica w jakości nie przekłada się na różnicę w cenie. W związku z powyższym wymyślono markę, która ma wyróżniać dany produkt z klasy produktów podobnych. Poszczególne firmy starają się tworzyć otoczki kultowe wokół swoich produktów oraz nabywców i użytkowników. W efekcie powstaje grupa najwierniejszych użytkowników, która ma poczucie odrębności, wynikające z posługiwania się artykułami egalitarnymi. Poszczególne koncerny przeznaczają niejednokrotnie miliony dolarów na wykreowanie danej marki, gdyż markowe produkty sprzedają się znacznie lepiej od produktów nie markowych. Markę bardzo trudno wykreować, ale też bardzo łatwo stracić. Dlatego poszczególne koncerny starają się za wszelką cenę utrzymać wysokie notowania marki.

Na światowej arenie wyraźnie dominują marki amerykańskie. W pierwszej setce najwartościowszych marek świata znajduje się 58 marek amerykańskich, 8 niemieckich, 8 francuskich, 7 japońskich, 5 brytyjskich, 4 holenderskie, 3 włoskie, 3 szwajcarskie, 2 szwedzkie, 1 fińska oraz 1 południowokoreańska. Wartość czołowych marek świata liczona jest w mln USD. Za najwartościowszą markę świata uważa się Coca Cole, która wyceniona została na 67 mln USD, drugie miejsce zajmuje Microsoft (61 mln USD), a trzecie IBM (53 mln USD). Kolejne miejsca zajmują GE (44 mln USD), Intel (33 mln USD), Disney (27 mln USD), McDonald (25 mln USD), Nokia (24 mln USD), Toyota (22 mln USD), oraz Marlboro (22 mln USD), które zamyka pierwszą dziesiątkę.

Wartość polskich marek jest wielokrotnie niższa (tab. 5), co wynika z faktu stosunkowo krótkiej historii polskich firm oraz małego zasięgu oddziaływania. Polskie marki w zdecydowanej większości są rozpoznawalne na rynku polskim. Jedynie Polski Koncern Naftowy ORLEN próbuje zaistnieć na rynku międzynarodowym.

Pomimo bardzo dużej różnicy między polskimi a zagranicznymi markami, polskie na lokalnym rynku radzą sobie bardzo dobrze (tab. 5). Najwartościowsza polska marka ORLEN z powodzeniem konkuruje z British Petroleum, która zajmuje 72 pozycję na liście najwartościowszych marek świata. Odpowiednio ich udział procentowy na rynku polskim wynosi 40 i 4%. Nakłady marketingowe ORLENU pozwoliły na zdystansowanie zagranicznego giganta. Podobnie sobie radzą na lokalnym rynku Amica i Wedel, których procentowy udział w rynku jest znacznie większy w porównaniu do zagranicznych konkurentów. Dopiero Hoop i Mlekwita uległy zachodnim markom. Hoop ma bardzo trudne zadanie na rynku, ponieważ rywalizuje z najwartościowszą marką na świecie, jaką jest Coca Cola, natomiast Mlekwita przegrywa rywalizację z francuską marką Danone, która jest klasyfikowana na 63 miejscu na świecie w 2004 r.

Tabela 5. Najwartościowsze polskie marki na tle najwartościowszych marek świata w danej branży w 2004 r.

Lp.	Nazwa marki	Wartość marki w mln USD	Udział procentowy w polskim rynku	Znajomość marki (%)
1.	PKN Orlen British Petroleum	440 3 600	40 4	72 48
2.	Amica S.A. Philips	98 4 300	34 14	69 80
3.	Wedel Nestle	68 4 500	24 6,4	86 –
4.	Hoop Coca Cola	36 67 000	11 25,5	– 96
5.	Mlekwita Danone	64 4 480	5 10,9	55 82

Źródło: M. Gocławska, I. Krysiak, 2004, *Kiedy nazwisko staje się marką*, „BusinessWeek”, z 14–27.10.2004

* * *

Przedstawiając polskie korporacje na tle korporacji zachodnich, porównując polskie firmy rodzinne z firmami zachodnimi oraz polskie marki z markami zachodnimi, zauważa się przede wszystkim dużą dysproporcję wartości na niekorzyść firm i marek polskich, co jest wynikiem niedokapitalizowania naszych rodzimych firm. Dostęp polskich firm do kapitału wydają się być warunkiem koniecznym do dynamicznego rozwoju, gdyż małe polskie podmioty gospodarcze nie są w stanie same zakumulować środków na inwestycje oraz ponosić wysokich kosztów zaciągniętych pożyczek. W efekcie na rynku istnieje duża niestabilność poszczególnych firm, przejawiająca się nie tylko dużą rotacją w corocznych rankingach będącą wynikiem zmiennej niestabilnej dynamiki wzrostu, ale także wysokim odsetkiem bankructw.

Silna konkurencja ze strony korporacji transnarodowych zmusza rodzime podmioty gospodarcze do pozyskania kapitału zagranicznego poprzez szukanie inwestorów zagranicznych (alianse, fuzje, przejęcia, porozumienia), wychodzenie z działalnością gospodarczą poza granice państwowe (eksport, filie) czy prowadzenie działalności handlowej z wykorzystaniem marki. Pośrednim etapem prowadzącym do celu jest tworzenie rodzimych grup kapitałowych, pozwalających na osiągnięcie pułapu umożliwiającego ekspansję na rynki zagraniczne.

Poszczególne przedsiębiorstwa poprzez koncentrację poziomą i pionową dążą do powiększenia udziału w rynku, a tym samym do zajęcia lepszej pozycji w stosunku do konkurencji. W dobie procesów globalizacji charakterystyczne jest nasilenie się procesów koncentracji, co wymuszone jest logiką rynku.

Reasumując, polskie firmy nie odgrywają istotnej roli na rynku międzynarodowym i choć w liczbach bezwzględnych rozwój polskich przedsiębiorstw należy uznać za oczywisty, to jednak ich tempo rozwoju jest niewystarczające. Jeżeli polskie firmy chcą dogonić zachodnie, muszą znacznie zwiększyć tempo rozwoju.

Literatura

- 200 najcenniejszych firm rynków wschodzących, „BusinessWeek” z 08.2003
Global 1000, „BusinessWeek” z 08.2003
Goćławska M., Krysiak I., *Kiedy nazwisko staje się marką*, „BusinessWeek” z 14–27.10.2004
Czekański M., Dec Ł., *Jakość musi kosztować*, „Rzeczpospolita” z 12.10.2004
Cziomer E., Zyblikiewicz L. 2000, *Zarys współczesnych stosunków międzynarodowych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Kraków
Domański B. 1996, *Wpływ inwestycji zagranicznych na gospodarkę województwa*, [w:] *Raport o stanie inwestycji zagranicznych w województwie krakowskim*, Urząd Miasta Krakowa, Kraków
Domański B. 2001, *Kapitał zagraniczny w przemyśle Polski. Prawidłowości rozmieszczenia, uwarunkowania i skutki*, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ, Kraków
Domański B. 2002, *Zagraniczne inwestycje przemysłowe a obszary metropolitalne*, [w:] *Problemy transformacji struktur przemysłowych*, red. Z. Ziolo, Prace Komisji Geografii Przemysłu PTG nr 4, Warszawa–Kraków–Rzeszów
Firmy Państwa, „Wprost” z dn. 27.04.2003
Jarczewska-Romaniuk A. 2004, *Przedsiębiorstwa międzynarodowe*, Oficyna Wydawnicza BRANTA, Bydgoszcz–Warszawa
Karaszewski W. red., 2003, *Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w Polsce*, Wydawnictwo Pacific, Toruń
Kisiel-Łowczyc A.B. 2000, *Współczesna gospodarka światowa*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk
Kośmicki E. 2001, *Obietnice globalnego kapitalizmu*, „Dziś”, nr 1
Lista 2000, „Rzeczpospolita” z 12.09.2004
Romanowska M., Trocki M., Wawrzyniak B. 2000, *Grupy kapitałowe w Polsce*, Wydawnictwa Difin, Warszawa
Skodlarski J., Matera R. 2004, *Gospodarka światowa. Geneza i rozwój*, PWN, Warszawa
Sala S. 2003, *Wybrane cechy działalności korporacji transnarodowych i ich implikacje dla Polski*, [w:] *Przemysł w procesie globalizacji*, red. Z. Ziolo, Z. Makiela, Prace Komisji Geografii Przemysłu PTG nr 6, Warszawa–Kraków
Thurow L. 1996, *The Future of Capitalism. How Today's Economic Forces Shape Tomorrow's World*, Nicholas Brealey Publishing, London

- Thurow L. *Nowa rewolucja, nowe średniowiecze*, „Gazeta Wyborcza” z 27–28.09.1997
- Thurow L. 1999, *Przyszłość kapitalizmu. Jak dzisiejsze siły ekonomiczne kształtują świat jutra*, Wrocław
- UNCTAD, 2001, World Investment Report
- Zorska A. 2000, *Ku globalizacji. Przemiany w korporacjach transnarodowych i w gospodarce światowej*, PWN, Warszawa
- Zorska A. red., 2002, *Korporacje międzynarodowe w Polsce*, Wydawnictwo Difin, Warszawa

Polish corporations against foreign corporations in the age of globalization

This article presents the role and the importance of Polish Transnational Corporations (TC) to global economy. Dynamic development of TC can be observed since the beginning of 70s of the 20th century. Nowadays TC have huge economic power which generates large profits. Many times incomes of TC are bigger than the value of GDP of less developed countries. Activity of TC is very controversial. On the one hand, present TC should be treated as an answer to qualitative changes which have taken place mainly in the sphere of telecommunication and means of transport, on the other hand, they are the motive power of these changes.

Polish corporations are very small in comparison with the foreign ones. We have noticed a great disproportion of worth in comparison with corporations which are on the list of the global 1000 or 2000 biggest-worth corporations on the rising market. If Polish corporations want to catch up with the foreign ones, they must considerably increase the speed of their development.