

Spis treści

Wstęp	7
1. Przedsiębiorczość w Polsce	9
1.1. Istota przedsiębiorczości	9
1.2. Przedsiębiorczość a rozwój	10
1.3. Przedsiębiorczość w Polsce – charakterystyka ogólna	12
1.4. Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w teorii i praktyce	17
Kontekst działań przedsiębiorczych w teorii	18
Kontekst działań przedsiębiorczych w Polsce – opinie przedsiębiorców i wyniki badań	20
Uwarunkowania przedsiębiorczości – Polska w kontekście międzynarodowym	24
2. Administracja publiczna i przedsiębiorcy	27
2.1. Instytucjonalne uwarunkowania relacji urzędnik–przedsiębiorca	28
Paradygmaty reformowania administracji po 1989 roku	28
Zróżnicowanie tradycji administracji publicznej	35
Kapitał społeczny, zaufanie a jakość administracji	40
Rola i tożsamość urzędnika	45
Wartości sektora publicznego i motywacja publiczna	49
Podsumowanie – instytucjonalne uwarunkowania administracji a relacje z przedsiębiorcami	55
2.2. Organizacyjne uwarunkowania relacji urzędnik–przedsiębiorca	57
Model biurokratyczny – krytyka	58
Gry o unikanie odpowiedzialności w administracji publicznej	68
Podsumowanie – uwarunkowania organizacyjne a konsekwencje dla relacji z przedsiębiorcami	74
3. Omówienie wyników badania	81
3.1. Badanie jakościowe	81
Aktorzy	83
Wizerunek przedsiębiorcy w oczach urzędnika	93
Bariery rozwoju przedsiębiorczości w opinii urzędników	141
Relacja między urzędnikiem a przedsiębiorcą	149
Urzędnicy i przepisy	155
Zaufanie	160
Stan administracji i jej usprawnienia	164
Stosunek do konkurencji	175

6 Urzędnicy i przedsiębiorcy

3.2. Wyniki badania ankietowego	177
Opinie o przedsiębiorcach	180
Zaufanie do przedsiębiorców	189
Opinie o relacjach pomiędzy urzędnikami a przedsiębiorcami	191
Opinie dotyczące przepisów	193
Opinie na temat prestiżu zawodu urzędnika i wysokości wynagrodzeń w administracji publicznej	201
Opinie o konkurencji rynkowej i o ograniczaniu roli państwa	208
Wnioski	215
Bibliografia	233
Aneks 1	245

Książka jest efektem szeroko zakrojonego projektu badawczego wśród urzędników polskiej administracji publicznej. **Autorzy poszukiwali odpowiedzi na pytanie, na ile prawdziwa jest powszechna opinia polskich przedsiębiorców, że jedną z podstawowych barier prowadzenia biznesu w Polsce jest źle działająca administracja publiczna.**

W książce znajdziemy charakterystykę relacji przedsiębiorca – urzędnik, widzianą oczami pracowników administracji. Wyniki badań okazały się interesujące i wskazują na to, że niska jakość tej relacji wynika nie tylko z negatywnego wizerunku przedsiębiorców wśród znacznej liczby Polaków, w tym samych urzędników.

Równie istotny problem stanowi tożsamość polskich urzędników, którzy wiedzą, kim nie chcą być – urzędnikami z filmów Stanisława Barei, lecz nie bardzo potrafią określić, kim chcieliby być. Polski urzędnik, często zagubiony, pozbawiony pewności siebie i orientacji w zmieniającej się rzeczywistości organizacyjnej, prawnej i gospodarczej, nie może skutecznie pomóc, ponieważ sam potrzebuje pomocy.

Jednocześnie polski urzędnik nieustannie poddawany jest eksperymentom, polegającym na próbach przeszczepiania zachodnich wzorców zarządzania do krajowej administracji publicznej, przy czym wzorce te przyjmowane są często niechętnie.

Urzednicy i przedsiębiorcy są aktorami odgrywającymi odmienne role w systemie gospodarczym. Z tego względu naturalne jest, że nie ma i nie będzie pomiędzy nimi pełnego konsensusu na wielu polach; urzędnika od przedsiębiorcy zawsze będzie różniło postrzeganie rzeczywistości, na co składają się czynniki takie jak przepisy, wynagrodzenia, stosunek do ryzyka, przedsiębiorczość, charakter pracy czy historycznie zakorzenione przekonania i stereotypy.

Dlatego tym ważniejsze jest, by zlikwidować te bariery, które zawarte są w systemie administracji. Konieczne jest utrzymanie spójnego kierunku zmian i takie projektowanie rozwiązań, by były one nie tylko korzystne dla przedsiębiorców, ale także możliwe do wdrożenia w administracji – takiej, jaka ona jest obecnie, a nie takiej, jaką chcielibyśmy widzieć.

z Wniosków

Reformy administracji publicznej i usprawnienie jej funkcjonowania stanowią priorytety kolejnych ekip rządzących. Wiele wprowadzonych rozwiązań budzi wątpliwości, sama administracja zaś jest często krytykowana, także przez przedsiębiorców. Dlatego też potrzebne są solidne diagnozy, wykraczające poza analizę aktów prawnych i procedur. Recenzowana pozycja stanowi taką diagnozę w ważnym obszarze – relacji z przedsiębiorcami. Wyniki badań Autorów wykraczają nawet poza ten obszar i dotyczą takich problemów, jak tożsamość urzędników czy ich podejście do przepisów. Autorzy skupili się na kulturowych aspektach relacji, ważnych z punktu widzenia wdrażania zmian.

z recenzji prof. dr hab. Alojzego Z. Nowaka, dziekana Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego