



GWARANTOWANY SKOK NAPIĘCIA

PRZEWODY | CEWKI ZAPŁONOWE JANMOR



Jemioła

Ta pospolita nie tylko w Polsce roślina tym się wśród innych wyróżnia, że zdolna jest żyć wyłącznie w symbiozie z niektórymi gatunkami drzew, pobierając od nich wodę i sole mineralne, potrzebne jej do samodzielnie już dokonywanej fotosyntezy. Tak to wygląda w świetle obiektywnej biologii, lecz nie brakuje przecież „miłośników” przyrody skłonnych ją raczej osądzać i poprawiać, niż rozumieć i szanować. Ci nazywają jemiołę pasożytem lub w najlepszym razie półpasożytem, drzewa z nią współżyjące uważają za „porażone”, choć nie wiąże się to z żadną dla nich szkodą.

W przypadkach symbiozy w ogóle trudno jest ustalić pełny bilans strat i korzyści współżyjących organizmów, a to, co na pozór wydaje się konfliktem, groźne okazuje się dopiero wtedy, gdy jedna z jego stron ponosi rzeczywistą klęskę. Zjawiska będące taką trwałą symbiozą, mimo zewnętrznych cech nieprzejednanej walki, obserwujemy także w gospodarce. Jak prawa przyrody w świecie żywych organizmów, tak tutaj wolny rynek utrzymuje wszystko w stanie optymalnej równowagi. Burzą ją natomiast rozmaite pomysły doraźnej i jednostronnej „naprawy sytuacji”.

Obecne kryzysowe warunki zaostrzyły znane już od dawna sprzeczności interesów pomiędzy producentami pojazdów a pozostałymi podmiotami działającymi na motoryzacyjnym rynku. Stanowiska obu stron w dzielących je kwestiach prezentujemy w tym wydaniu „Autonaprawy”. Wokół nich konsolidują się firmy na co dzień ze sobą konkurujące, dając pierwszeństwo solidarności przed rywalizacją. Może więc z czasem pojawi się utracone poczucie nadrzędnej wspólnoty łączącej rynek dzielony dziś coraz ostrzej na pierwotny i wtórny? Ich symbioza wydaje się czymś naturalnym i pożądanym, choć w drodze czynionych tutaj botanicznych analogii trudno ustalić, komu przypadłaby w niej rola drzewa, a komu – jemioły.

Każde natomiast zwycięstwo we wzajemnej walce o rynkowy monopol lub miażdżącą przewagę byłoby równoznaczne z obustronną katastrofą. Upadek wielkich producentów samochodów z powodu zbyt niskich wpływów z ich sprzedaży przyniósłby w efekcie sytuację podobną do kubańskiej, tylko że w wielokrotnie większej terytorialnej skali, czyli starzejący się nieskończenie park samochodowy. Jego rzeczywistą, coraz bardziej ograniczoną użyteczność zapewniałyby wyłącznie permanentne naprawy i chałupnicze przeróbki.

Lepszych perspektyw nie stwarza również rozstrzygnięcie odwrotne, przy którym samochody sprzedawanoby po cenach niższych od realnych kosztów wytwarzania dzięki państwowym dopłatom, a rynek ich coraz droższych napraw stałby się prawnie zastrzeżony dla autoryzowanych placówek poszczególnych marek. Interwencyjne dotacje łatwiej jest, wbrew pozorom, wprowadzać niż potem wycofywać, gdyż nie stanowią one bodźców do poprawy gospodarności dotowanych przedsiębiorstw. W ten sposób pomoc doraźna zamienia się w stałą, a o tym, kto i co ma wytwarzać, zaczynają decydować jakieś centralne władze, a nie przedsiębiorcy i konsumenci rynek. Tak kiedyś już u nas było...

Marian Kozłowski

Marian Kozłowski

FOT. ARCHIWUM

Autonaprawa

www.e-autonaprawa.pl

Adres redakcji:

pl. Nowy Targ 28/16, 50-141 Wrocław
faks 71 343 35 41
autonaprawa@technotransfer.pl
www.technotransfer.pl

Redaktor naczelny:

Marian Kozłowski
m.kozlowski@technotransfer.pl

Sekretarz redakcji:

Bogusława Krzczanowicz
tel. 71 712 57 95
b.krzczanowicz@technotransfer.pl

Redakcja:

tel. 71 722 02 26
Stanisław Bortkiewicz
s.bortkiewicz@technotransfer.pl
Szymon Ciach
s.ciach@technotransfer.pl

Stali współpracownicy:

Andrzej Kowalewski, Zenon Majkut,
Leszek A. Stricker, Toni Seidel,
KrzaQ

Marketing i reklama:

Marta Napiórkowska-Trzeciak
tel. 71 712 57 97
m.trzeciak@technotransfer.pl
Jacek Wajdzik
tel. 71 712 57 96
reklama@technotransfer.pl
Łukasz Czajka
tel. 71 733 67 56
l.czajka@technotransfer.pl

Prenumerata:

tel. 71 712 57 95
prenumerata@technotransfer.pl

Opracowanie graficzne i skład:

Taurus CD
tel. 71 712 57 98

Wydawca:

Wydawnictwo Technotransfer

Druk i oprawa:

Delta Wrocław

Wszelkie prawa zastrzeżone.

Przedruk materiałów wyłącznie za zgodą redakcji. Materiałów niezamówionych redakcja nie zwraca. Zastrzegamy sobie prawo do skrótów i redakcyjnego opracowania tekstów przyjętych do druku. Redakcja nie bierze odpowiedzialności za treść reklam i ogłoszeń.



Zdjęcie na okładce: Land Rover