



Specyfika biznesu w Unii Europejskiej

Marian Gorynia

Bardzo trudno jest pisać recenzję pracy zredagowanej przez Przyjaciela, mając świadomość, iż Przyjaciel nie będzie mógł na nią udzielić odpowiedzi. W warstwie symbolicznej podjęcie się napisania tej recenzji traktuję przede wszystkim jako zobowiązanie w stosunku do Przyjaciela, który odszedł. W warstwie merytorycznej recenzja będzie po prostu rzeczowa. Wiem, że Profesor Marcin Nowakowski innej nie oczekiwał.

Zacząć trzeba od fundamentalnego pytania: czy mówienie i pisanie o eurobiznesie ma sens? Innymi słowy: czy daje się znaleźć zasadne przesłanki, aby rozróżniać pojęcia takie jak biznes międzynarodowy i eurobiznes? Profesor Marcin Nowakowski głęboko wierzył, iż wyodrębnienie wiedzy o biznesie międzynarodowym spośród ogólnej wiedzy o biznesie jest uzasadnione merytorycznie. Prace badawcze prowadzone przez jego zespół szły w kierunku poznania i udokumentowania specyfiki biznesu międzynarodowego, co znalazło swoje odbicie w takich wcześniejszych książkach przygotowanych pod jego redakcją, jak: *Biznes międzynarodowy – obszary decyzji strategicznych* (KeyText, Warszawa 2000), czy *Biznes międzynarodowy – od internacjonalizacji do globalizacji* (Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2005).

Zajęcie się eurobiznesem, jako przedmiotem naukowego poznania i opisu, było więc logiczną konsekwencją rozstrzygnięcia relacji między biznesem i biznesem międzynarodowym. Jeśli biznes międzynarodowy daje się wyodrębnić z biznesu w ogóle, to eurobiznes może zostać wydzielony z biznesu międzynarodowego. Tak w uproszczeniu można zrekonstruować przyjęty kierunek rozważań.

Wyżej zasygnalizowane dylematy zostały bardzo zwięźle i przekonująco zaprezentowane przez Nowakowskiego we wprowadzeniu do książki. Przytacza on zarówno poglądy zwolenników opinii o specyficznym charakterze biznesu europejskiego, jak i argumenty oponentów takiego podejścia. W imieniu autorów książki wypowiada tezę, że *model biznesu europejskiego jest w fazie stawania się, tworzenia i samookreślenia; inspirowany jest zarówno rozwiązaniami krajowymi, jak i uruchomionym mechanizmem samonapędzania się całego gospodarczo-politycznego układu integracyjnego UE* (s. 16). Warto też przytoczyć inną część swoistego wyznania wiary zespołu autorskiego: *Autorzy tej książki dalecy są od eurosceptycyzmu – wręcz przeciwnie. Jesteśmy jednak przekonani, że podejmowane w niej zagadnienia są w wielu aspektach nieukształtowane ostatecznie i wymagające zarówno dopracowania, jak i kompromisów, a zatem wkład w postaci tej dyskusji może być interesujący* (s. 16).

Oceniając ustosunkowanie się zespołu autorskiego do kwestii zasadności wydzielenia eurobiznesu, jako specyficznego obszaru mieszczącego się w szerszym pojęciu biznesu międzynarodowego czy biznesu, chciałbym podkreślić, że rozstrzygnięcie to jest zgodne z przeważającym także w literaturze zachodniej podejściem do tego dylematu. Z tego też powodu z rozstrzygnięciem tym należy się zgodzić. Wydaje się, że nawet zwolennicy poglądu odmiennego potrafią dostrzec to, iż zespół Nowakowskiego nie absolutyzuje specyfiki eurobiznesu, przyjmując w tej materii podejście dość kompromisowe.

Drugim ważnym zagadnieniem, do którego należy się odnieść w recenzji, jest kwestia postawionego celu pracy oraz ocena stopnia jego realizacji. W pierwszym zdaniu wprowadzenia napisano: *W czwartym roku funkcjonowania polskich przedsiębiorstw na jednolitym rynku europejskim, jako pełnoprawnych podmiotów tego rynku, czujemy się uprawnieni do podjęcia próby odniesienia się do pojęcia „biznes europejski” z perspektywy polskiego przedsiębiorstwa* (s. 12). Wprawdzie w powyższej deklaracji nie pojawia się słowo „cel”, ale wydaje się, iż przytoczone zdanie jest właśnie sformułowaniem celu pracy, który powinien pełnić rolę swego rodzaju spoiwa integrującego poszczególne części pracy, w jedną zwartą i spójną całość. W sferze zamiaru (*ex ante*) tak postawiony cel trzeba uznać za bardzo potrzebny i ambitny, gdyż wskazuje zarówno aspekty poznawcze – potrzebę zbadania biznesu europejskiego z punktu widzenia polskiego przedsiębiorstwa, jak i aspekty praktyczne – potrzebę sformułowania zaleceń dla polskich firm konkurujących w obszarze eurobiznesu. W sferze realizacji (*ex post*) należy wskazać, iż różne partie książki charakteryzują się zróżnicowanym stopniem zgodności z zarysowanym celem głównym. Trzeba jednak podkreślić, iż bardzo konsekwentnie w każdym rozdziale książki znalazł się podrozdział prezentujący rekomendacje dla polskich przedsiębiorstw, co niewątpliwie zasługuje na uznanie. Równie ważnym elementem, decydującym o dużej spójności pracy, jest zawarcie na początku każdego rozdziału syntezy jego treści.

Przyglądając się strukturze książki należy zaznaczyć, że zasadniczo wyczerpująco uwzględnia ona najważniejsze aspekty eurobiznesu, choć trudno byłoby wskazać jedno jasne kryterium, jakim kierowano się tworząc strukturę pracy. Używając języka logiki można by powiedzieć, że przy budowie struktury książki opracowano typologię najważniejszych aspektów eurobiznesu, a nie odwołało się do próby stworzenia podziału logicznego (klasyfikacji) tych aspektów.

Powyższy pogląd można zilustrować zestawieniem nazwisk autorów i tytułów rozdziałów:

1. Małgorzata Duczkowska-Piasecka, *Biznes europejski – ku specyficze czy globalizacji?* Autorka odnosi się do wyżej postawionych pytań, związanych ze specyfiką euro biznesu, na tle obserwowanych procesów umiędzynarodowienia i globalizacji działalności gospodarczej.

2. Włodzimierz Springer, *Otoczenie prawne eurobiznesu*. Przedmiotem rozważań w tym rozdziale są swobody jednolitego rynku oraz zasady polityki konkurencji. Uwagę skoncentrowano na swobodzie zakładania przedsiębiorstw oraz świadczenia usług.

3. Jerzy J. Waszczuk, *Sektor finansowy Unii Europejskiej – kierunki reform*. Rozdział traktuje o podstawach funkcjonowania sektora finansowego Unii Europejskiej oraz mechanizmie tworzenia jednolitego rynku finansowego.

4. Roland Pac, *Zmiany w bankowości w Unii Europejskiej*. Autor zajmuje się identyfikacją i opisem najważniejszych tendencji zmian w bankowości europejskiej.

5. Marcin K. Nowakowski, *Eurozarządzanie*. Autor rozpatruje zarządzanie europejskie przez pryzmat zarządzania międzynarodowego, i wpisuje się w dyskusję na temat „zarządzania na skrzyżowaniu kultur”.

6. Anna Zarzycka, *Euromarketing*. Treścią rozdziału jest prezentacja specyfiki zagadnień marketingowych na eurorynku.

7. Anna Zorska, *Korporacje transnarodowe – inwestycyjne zaangażowanie na rynku Unii Europejskiej*. Rozdział ten skupia uwagę na motywach, warunkach i ewolucji procesów inwestycji zagranicznych w gospodarce integrującej się Unii Europejskiej.

8. Krystyna Poznańska, *Małe i średnie przedsiębiorstwa w Unii Europejskiej*. Autorka zajmuje się przede wszystkim swobodą podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej, oraz ujednoczeniem jej form organizacyjnoprawnych. Przyjęto perspektywę małych i średnich przedsiębiorstw.

9. Marianna Strzyżewska, *Polskie przedsiębiorstwa na rynkach Unii Europejskiej*. Autorka rozważa szeroko pojęte aspekty ekspansji działalności polskich przedsiębiorstw na obszarze Unii Europejskiej.

10. Małgorzata Stawicka, *Uwarunkowania międzynarodowej konkurencyjności polskich przedsiębiorstw po akcesji do Unii Europejskiej*. Rozdział poświęcony jest identyfikacji i analizie uwarunkowań konkurencyjności polskich przedsiębiorstw na rynkach Unii w okresie po przystąpieniu Polski do UE. Uwarunkowania te podzielono na dwie grupy: pierwsza to te, które oddziałują pozytywnie, a druga to te, które są zagrożeniem dla poprawy konkurencyjności.

11. Katarzyna Duczkowska-Małysz, *Unia Europejska – instytucje i polityka Wspólnoty dla biznesu*. W rozdziale rozwijany jest wątek instytucjonalny (instytucje w sensie organizacyjnym) oraz wątek polityki gospodarczej w odniesieniu do biznesu.

12. Katarzyna Bentkowska, *Statystyczny obraz polskich przedsiębiorstw na rynkach Unii Europejskiej*. Rozdział zawiera prezentację i omówienie danych statystycznych dotyczących wymiany zagranicznej Polski z obszarem Unii Europejskiej.

Powyższy przegląd tematów zawartych w książce pokazuje, jak wielowątkowe i wieloaspektowe mogą być rozważania poświęcone eurobiznesowi. Trzeba z uznaniem podkreślić, iż autorom udało się sprecyzować, a następnie zbadać i opisać najważniejsze zagadnienia składające się na pojęcie „eurobiznesu”. Podręcznik ten kompleksowo więc zdaje sprawę ze złożoności i specyfiki prowadzenia biznesu na obszarze Unii Europejskiej, ze szczególnym uwzględnieniem perspektywy polskich przedsiębiorstw. Zwłaszcza to ostatnie stwierdzenie ma decydujące znaczenie dla uwypuklenia praktycznych walorów recenzowanej pracy. Do silnych jej stron należy także zaliczyć bardzo dobre jej osadzenie w literaturze przedmiotu. Nawet jeśli lektura niektórych fragmentów budzi niedosyt, to możliwe jest sięgnięcie do szerokiej literatury uzupełniającej i rozwijającej poruszone wątki, której dobór i sposób wykorzystania zasługują na wysoką ocenę.

Te komplementy nie oznaczają, iż nie można wskazać żadnych usterek ani sformułować pewnych postulatów co do jej treści.

W jednym z początkowych rozdziałów książki przydałaby się enumeracja, najlepiej poparta klasyfikacją lub typologią podstawowych form eurobiznesu – chodzi o formy prowadzenia ekspansji zagranicznej przez firmy uczestniczące w eurobiznesie (eksport-import, licencjonowanie, inwestycje zagraniczne, itd.). Gdyby powyższy postulat został jeszcze podbudowany statystykami prezentującymi znaczenie poszczególnych form, to książka zyskałaby na konkretności.

W rozdziale XII oprócz omówienia statystyk polskiego handlu zagranicznego z obszarem Unii Europejskiej, dobrze byłoby poświęcić także nieco uwagi innym aspektom związków gospodarczych Polski z UE (inwestycje zagraniczne – wychodzące z Polski i przychodzące do Polski, licencjonowanie, itp.).

Pomimo zastrzeżeń praca zasługuje niewątpliwie na jednoznacznie wysoką ocenę. Uzasadniają ją następujące okoliczności: zwarta i logiczna struktura książki, wysoki poziom merytoryczny prowadzonych rozważań, poprawna strona formalna, kompetentne odniesienie się do istniejącej literatury przedmiotu, a także niewątpliwe walory praktyczne z punktu widzenia polskich przedsiębiorstw.

Eurobiznes

Marcin K. Nowakowski (redakcja naukowa)

Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej,
Warszawa 2008, s. 468

