



Nowa koncepcja przedsiębiorstwa

Marian Gorynia

Książka zasługuje na uwagę przede wszystkim ze względu na cele, które zamierzał w niej zrealizować autor. Adam Noga postawił przed pracą dwa bardzo ambitne cele badawcze:

– po pierwsze, *pokazanie jak ważne konkretne korzyści dla decyzji o zakładaniu przedsiębiorstw, dla decyzji kształtujących ich zarządzanie i funkcjonowanie oraz przede wszystkim dla decyzji o ich rozwoju mają poszukiwania teorii przedsiębiorstw;*

– po drugie, *zbadanie w jaki sposób teoria przedsiębiorstw może być pomocna w zrozumieniu procesów makroekonomicznych oraz prowadzeniu polityki gospodarczej, pieniężnej, fiskalnej i różnych typów polityki rozwojowej.*

Takie postawienie celów, cechujące się dużym rozmachem, zasługuje bez wątpienia na miano odważnego. Autor zmierza do udzielenia odpowiedzi na pytanie: dlaczego istnieje przedsiębiorstwo?, które w ekonomii ma znaczenie trudne do przecenienia.

W moim przekonaniu powyższe cele zostały przez prof. Nogę osiągnięte, co upoważnia do wyrażenia opinii o ważnym wkładzie tej pracy do ekonomii, zarówno w jej warstwie teoretycznej (opisowo-wyjaśniającej), jak i praktycznej, związanej z możliwymi konsekwencjami dla funkcjonowania przedsiębiorstw, a także dla polityki gospodarczej.

Silną stroną pracy jest jej oryginalna, poprawna metodologicznie, logiczna i przekonująca merytorycznie konstrukcja. Autor rozpoczyna dość nietypowo, od przedstawienia w pierwszym rozdziale wyników badań statystycznych przedsiębiorstw, na podstawie których buduje typologię przedsiębiorstw ze względu na sytuację finansową. W rozdziale drugim zarysowano podstawy metodologiczne tworzenia teorii przedsiębiorstwa, a w rozdziale trzecim określono składniki tych teorii. W kolejnym rozdziale zidentyfikowano i zanalizowano znane z literatury ekonomicznej teorie przedsiębiorstwa, a w rozdziale piątym zaprezentowano *teorię konfirmy*. Ta autorska koncepcja przedsiębiorstwa łączy w jednym konstrukcie teoretycznym koncepcję konsumenta i firmy.

Teoria konfirmy przyciąga uwagę śmiałością i rozmachem przyświecającej jej idei połączenia „w jednym” zarówno podażowej, jak i popytowej strony gospodarki. Na pewno stanowi zachętę do dyskusji nad fundamentami systemów gospodarczych, bez wątpienia będzie inspiracją do wymiany poglądów na temat konsekwencji z niej płynących. Bezspornie takie postrzeganie roli firmy w gospodarce będzie także źródłem kontrowersji.

Trudną do przecenienia zaletą książki jest rozległość, kompletność i aktualność literatury przedmiotu, do której odwołuje się Noga. Bibliografia książki liczy kilkaset pozycji, w znacznej części obcojęzycznych, i uwzględnia najważniejszych autorów. Wiedząc o frankofilskich zainteresowaniach autora książki, można jednak zadać pytanie, dlaczego nie dostrzegł i nie podał w bibliografii bardzo ważnej publikacji francuskojęzycznej na temat badanego zagadnienia: Hubert Gabrié, Jean-Louis Jacquier, *La Théorie Moderne de l'Entreprise. L'Approche Institutionnelle*, Economica, Paris 1994.

Jak każda książka, recenzowana praca zawiera także elementy budzące wątpliwości. Po pierwsze, moją wątpliwość budzi sam tytuł. Autor zdaje się w nim zrywać z pewną utrwaloną w literaturze tradycją, i tendencją do pisania o *teorii firmy* w liczbie pojedynczej, a nie o *teoriach firmy*, a już tym bardziej *teoriach firm* – w liczbie mnogiej. Autor identyfikuje, rekonstruuje i syntetycznie omawia kolejno 27 teorii firmy w ramach ekonomii. Już sam ten fakt wydaje się być dostatecznym argumentem przemawiającym za użyciem liczby mnogiej. Pozostaje jednak pytanie o uzasadnienie takiego podejścia, skoro wielu innych autorów w podobnych sytuacjach posługuje się jednak liczbą pojedynczą, na przykład Edith Penrose: *The Theory of the Growth of the Firm*, Oxford University Press, Oxford 1959; *The Nature of the Firm. Origins, Evolution, and Development*; (red.) Oliver E. Williamson and Sidney G. Winter, Oxford University Press, Oxford 1991; Hubert Gabrié, Jean-Louis Jacquier, *La Théorie Moderne de l'Entreprise. L'Approche Institutionnelle*, Economica, Paris 1994. Rozważane wątpliwości dotyczące sformułowania tytułu książki skłaniają aby zapytać: dlaczego tytuł książki nie brzmi *Teoria przedsiębiorstwa*? Inne możliwe rozwiązania to: *Teorie przedsiębiorstwa*, a także *Teoria przedsiębiorstw*. Dlaczego wybrano *Teorie przedsiębiorstw*? O zasadności zgłaszanych wątpliwości może świadczyć fakt, że we wstępie pracy Adam Noga w wielu miejscach stosuje określenie *teoria przedsiębiorstwa* w liczbie pojedynczej.

W tym miejscu zwróć uwagę na jeszcze jedną, moim zdaniem najważniejszą wątpliwość, związaną z koncepcją całego procesu badawczego prowadzonego w książce. Chodzi mianowicie o to, że mimo iż autor wykonał wielką pracę w rozdziale czwartym książki, dokonując identyfikacji i analizy 27 teorii przedsiębiorstwa, to jednak należy zauważyć, iż ujęcie to dalekie jest od kompletności. Noga ogranicza swoje rozważania do tych teorii przedsiębiorstwa, które umownie zaliczane są do dyscypliny ekonomia, natomiast zupełnie pomija nurty badań nad przedsiębiorstwem występujące w ramach nauk o zarządzaniu.

Moim zdaniem pełne i kompletne zrozumienie firmy wymaga czerpania inspiracji i wiedzy nie tylko z dorobku ekonomii, ale powinno także odwoływać się do osiągnięć nauk o zarządzaniu, nie mówiąc już o innych dyscyplinach pokrewnych, takich jak na przykład psychologia, socjologia, prawo itp. Szczególnie zwraca uwagę pominięcie rozważań na temat firmy zawartych w ramach subdyscypliny określanej jako zarządzanie strategiczne, będącej – moim zdaniem – znakomitym przykładem uzupełniania się, a także częściowej konwergencji ekonomii i nauk o zarządzaniu.

Warto podkreślić, że właśnie koncepcje rozwijane w ramach nauk o zarządzaniu zdają się mieć szczególne znaczenie w funkcjonowaniu typu przedsiębiorstwa szczególnie interesującego Nogę, jakim jest konfirma. Zdaję sobie sprawę z tego, że uwzględnienie stawianego postulatu wymagałoby jeszcze wiele pracy i prawdopodobnie napisania kolejnego rozdziału książki, ale tylko wówczas opracowaniu przysługiwałby atrybut kompletności. Innym, łatwiejszym wyjściem z sytuacji byłoby choćby zauważenie, że sygnalizowany problem istnieje, i że autor świadomie rezygnuje z rozciągnięcia rozważań na koncepcje firmy występujące w ramach nauk o zarządzaniu. Zgłoszony postulat – sugestia nie umniejsza mojej bardzo wysokiej oceny książki Adama Nogi.

Pojawienie się na rynku wydawniczym książki *Teorie przedsiębiorstw* z pewnością zasługuje na miano ważnego wydarzenia w polskiej literaturze ekonomicznej.

Teorie przedsiębiorstw
Adam Noga

Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne,
Warszawa 2009, s. 359

