

Aplikacja teorii istnienia przedsiębiorstw dla podmiotów ekonomii współdzielenia na przykładzie firmy Uber

Tomasz Meksuła*

Artykuł przedstawia aplikację teorii istnienia przedsiębiorstw dla podmiotów ekonomii współdzielenia na przykładzie firmy Uber. Celem tego artykułu jest sprawdzenie, czy obecne teorie istnienia przedsiębiorstw, takie jak: teoria kosztów transakcyjnych, teoria zasobowa, teoria akumulacji wiedzy, teoria behawioralna, teoria agencji czy też koncepcja firmy jako artefaktu kulturowego, mogą być użyte w celu wyjaśnienia istnienia platform społecznych. Artykuł opiera się na przeglądzie literatury. Wyniki badania potwierdzają, że wymienione wyżej teorie mogą być zastosowane do wyjaśnienia istnienia firmy Uber. Wyjątkiem jest teoria agencji, która nie znajduje zastosowania w opisywanym przykładzie. Jako obszar przyszłych badań, autor proponuje kwestię relacji między platformami współdzielenia a podmiotami oferującymi usługi za pośrednictwem tych platform.

Słowa kluczowe: platformy społeczne, ekonomia współdzielenia, konsumpcja kooperatywna, Uber, teoria kosztów transakcyjnych, teoria zasobowa, teoria akumulacji wiedzy, teoria behawioralna, teoria agencji.

Nadesłany: 07.08.17 | Zaakceptowany do druku: 29.12.17

Application of theories of firm to sharing economy platforms based on Uber example

This paper applies various theories of firms to explain existence of sharing economies platforms based on Uber examples. The purpose of this article is to investigate if existing theories like: transaction costs theory, resource based view, theory of accumulation of knowledge, behavioral theory, and agency theory, can be applied to explain why sharing economy platform exists. The article is based on literature review of existing theories of firm. The article confirms that existing theories of firm can be used to explain why sharing platforms exists. The only exception is agency theory that cannot be used to evidence Uber existence. The article highlights the need to explore relation between sharing platforms and service providers in future studies.

Keywords: Uber, sharing platforms, sharing economy, collaborative consumption, transaction costs theory, resource based view, theory of accumulation of knowledge, behavioral theory, and agency theory.

Submitted: 07.08.17 | Accepted: 29.12.17

JEL: Z13

* **Tomasz Meksuła**, mgr – Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego.
Adres do korespondencji: Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego; ul. Szturmowa 1/3, 02-678 Warszawa; t.meksuła@student.uw.edu.pl

1. Wstęp

Przedsiębiorstwa są ważnym elementem życia codziennego, mają istotny wpływ na kształtowanie dzisiejszego społeczeństwa. Są przedmiotem zainteresowania i analiz badaczy licznych nauk społecznych. Począwszy od ekonomistów, przez socjologów, antropologów, psychologów, a skończywszy na badaczach nauk zarządzania, wiele badań naukowych skoncentrowanych jest na mechanizmach oraz procesach zachodzących w ramach firmy oraz tych na styku rynku z przedsiębiorstwem. O wiele rzadziej przedmiotem badań jest kwestia istoty powstawania przedsiębiorstw.

W świecie wszechobecnego konsumpcjonizmu ciężko jest wyobrazić sobie rzeczywistość gospodarczą bez przedsiębiorstw. Mają też znaczący i powszechny wpływ na kulturę. Wszystkie te czynniki sprawiają, że ciężko jest wprost odpowiedzieć na pytanie, dlaczego istnieją przedsiębiorstwa. Weeks i Galunic (2003, s. 1313) sugerują, iż „najprostszą odpowiedzią może być to, że dzisiejsze firmy istnieją dlatego, gdyż istniały wczoraj. Co świadczy o powszechnej wierze, w fakt, że potrzebujemy firm, ponieważ zostaliśmy tego nauczeni. Służą one naszym potrzebom, ponieważ same przykładają rękę do ich definiowania oraz oceny stopnia ich zaspokojenia.” Z kolei Pitelis i Pseridis (1999, s. 224) rozpatrują tę kwestię z perspektywy nauki o ekonomii, twierdząc, iż „firmy powstają z naturalnych niedoskonałości rynków”.

Proste odpowiedzi na skomplikowane pytania są zazwyczaj najlepsze, niestety nie są one wystarczające dla naukowców. Tak więc celowa jest odpowiedź na pytanie o powody powstawania przedsiębiorstw. Podążając za Fossem i Kleinem (2011), można wyróżnić trzy grupy, które są szczególnie zainteresowane odpowiedzią na to pytanie. Pierwsza grupa to badacze, a zwłaszcza studenci studiów doktorskich, dla których ogólna teoria firmy stanowi podstawę do rozważań na innymi jej aspektami. Drugą grupę stanowią studenci zarządzania, poszukujący jednej prawdy o tym, jak powinna funkcjonować firma. Trzecią – konsultanci, którzy potrzebują wysublimowanej teorii, którą mogą „opakować” i sprzedać, jako zbiór praktycznych porad i remediów na wszystkie problemy.

Ekonomia współdzielenia jest stosunkowo nowym zjawiskiem, które nie zostało

jeszcze dokładnie opisane przez naukowców. Podmioty funkcjonujące w tej sferze, często nazywane platformami, nie wydają się przedsiębiorstwami tego samego rodzaju co firmy działające na rynku od dłuższego czasu. W kontekście nauki zarządzania istotne wydaje się pytanie przyczyny powstania takich przedsiębiorstw i ich cel istnienia.

Pytanie o przyczyny powstania przedsiębiorstw jest bliskie do pytania o cel ich istnienia. Niemniej jednak, dla potrzeb poniższej pracy, tematy te zostały oddzielone, a autor niniejszego artykułu skupi swoją uwagę na przeglądzie literatury z zakresu przyczyn powstawania przedsiębiorstw. Wnioski płynące z przeglądu literatury zostaną skonfrontowane i zaaplikowane do wyjaśnienia przyczyn powstawania przedsiębiorstw działających w obszarze ekonomii współdzielenia (*sharing economy*) na przykładzie firmy Uber. Wybór firmy został dokonany ze względu na globalny zakres jej działania oraz liczbę publikacji naukowych powstałych na jej temat.

W pierwszej części zostaną przedstawione pojęcia firmy oraz ich ewolucja na tle historycznym. W kolejnych punktach zostaną przedstawione, w ujęciu tematycznym, koncepcje dotyczące źródeł powstawania firmy. Kolejność przedstawianych teorii podyktowana jest w znacznej mierze chronologią oraz wielkością dorobku naukowego w danym obszarze. W ostatniej części zostanie przedstawione podsumowanie i podjęta zostanie próba zaaplikowania wniosków do wyjaśnienia przyczyn powstania firmy Uber.

2. Przedsiębiorstwo – definicja i ujęcie historyczne

W życiu codziennym często używamy słów „przedsiębiorstwo” i „firma” niemal równoznacznie, nie zastanawiając się dogłębnie nad ich znaczeniem. Słowo „firma” pochodzi o łacińskiego przymiotnika *firmus*, znaczącego tyle co: silny, mocny, pewny. *Słownik Języka Polskiego* (Doroszewski, 1997) przytacza następujące definicje firmy:

„1. przedsiębiorstwo handlowe, usługowe lub przemysłowe (...)

2. zarejestrowana urzędowa nazwa przedsiębiorstwa”.

Kodeks Cywilny (Art. 43 (u.5) Dz.U.2016.0.380 t.j. – Ustawa z dnia

23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny) definiuje firmę jako nazwę podmiotu, pod którą przedsiębiorca prowadzi działalność gospodarczą lub zawodową:

„§ 1. Firmą osoby prawnej jest jej nazwa.
§ 2. Firma zawiera określenie formy prawnej osoby prawnej, które może być podane w skrócie, a ponadto może wskazywać na przedmiot działalności, siedzibę tej osoby oraz inne określenia dowolnie obrane.
§ 3. Firma osoby prawnej może zawierać nazwisko lub pseudonim osoby fizycznej, jeżeli służy to ukazaniu związków tej osoby z powstaniem lub działalnością przedsiębiorcy. Umieszczenie w firmie nazwiska albo pseudonimu osoby fizycznej wymaga pisemnej zgody tej osoby, a w razie jej śmierci – zgody jej małżonka i dzieci.”

W odniesieniu do nauki ekonomii i zarządzania pojęcie przedsiębiorstwa jest bliskoznaczne z definicją znajdującą się w kodeksie cywilnym:

„Art. 551. Przedsiębiorstwo jest zorganizowanym zespołem składników niematerialnych i materialnych przeznaczonym do prowadzenia działalności gospodarczej.

Objmuje ono w szczególności:

- 1) oznaczenie indywidualizujące przedsiębiorstwo lub jego wyodrębnione części (nazwa przedsiębiorstwa);
- 2) własność nieruchomości lub ruchomości, w tym urządzeń, materiałów, towarów i wyrobów, oraz inne prawa rzeczowe do nieruchomości lub ruchomości;
- 3) prawa wynikające z umów najmu i dzierżawy nieruchomości lub ruchomości oraz prawa do korzystania z nieruchomości lub ruchomości wynikające z innych stosunków prawnych;
- 4) wierzytelności, prawa z papierów wartościowych i środki pieniężne;
- 5) koncesje, licencje i zezwolenia;
- 6) patenty i inne prawa własności przemysłowej;
- 7) majątkowe prawa autorskie i majątkowe prawa pokrewne;
- 8) tajemnice przedsiębiorstwa;
- 9) księgi i dokumenty związane z prowadzeniem działalności gospodarczej.”

Reasumując powyższe definicje słownikowe i prawne, możemy wstępnie przyjąć, iż firma/przedsiębiorstwo to organizacja o zdefiniowanej nazwie, która skupia w sobie aktywa i zasoby służące do prowadzenia działalności gospodarczej.

Z historycznego punktu widzenia, odnosząc się do gospodarki USA i bazując na

pracy Chandlera (1977, za: Witt, 2007), można zauważyć, iż przedsiębiorstwa w obecnym tego słowa znaczeniu zaczęły pojawiać się w okresie rewolucji przemysłowej, w pierwszej połowie XIX wieku. Do tego czasu przedsiębiorstwa miały stosunkowo niewielkie rozmiary i cechowały się wysoką specjalizacją. Zazwyczaj byli to rzemieślnicy prowadzący własną działalność gospodarczą lub kupcy specjalizujący się obrotem towarów na mniejszą lub większą skalę. Rewolucja przemysłowa spowodowała transfer unikalnych umiejętności rzemieślnika na maszyny, przez co możliwy był rozwój organizacji produkcyjnych skupiających niewykwalifikowaną siłę roboczą.

3. Teoria kosztów transakcyjnych

Definicje przedstawione powyżej dają wyobrażenie o tym, czym jest przedsiębiorstwo oraz o tym, jak wyglądał ich rozwój przez stulecia. W kolejnych częściach artykułu zostaną przedstawione koncepcje na temat podstaw egzystencji przedsiębiorstw w dzisiejszej gospodarce.

Jednym z pierwszych ekonomistów podejmujących problematykę istnienia firmy był Ronald H. Coase (1937), który w swojej przełomowej rozprawie *Natura firmy* przedstawił idee kosztów transakcyjnych. Coase twierdził, iż zawieranie kontraktów na wolnym rynku jest obciążone szeregiem kosztów (transakcyjnych). Koszty te mogą być częściowo ograniczane, jeśli mechanizmy rynkowe zostaną zastąpione zależnościami wewnątrz przedsiębiorstwa. W konsekwencji przedsiębiorstwo będzie rozrastało się do momentu, kiedy koszty związane z organizacją surowców i zasobów w jej ramach będą niższe niż koszty zawierania transakcji między podmiotami na wolnym rynku. Koncepcja kosztów transakcyjnych przez dłuższy czas pozostawała na marginesie głównego nurtu ekonomii i zarządzania, do czasu „odświeżenia” jej przez Oliviera Williamsona (1973), który swoją rozprawą *Markets and Hierarchies* sprawił, że koszty transakcyjne stały się jednym z głównych tematów w zakresie badań różnego rodzaju struktur zarządczych.

Konsekwencją teorii kosztów transakcyjnych jest pytanie o zakres integracji poziomej, przed jakim staje przedsiębiorstwo. Właściciel/kierownik podejmuje decyzje, czy z ekonomicznego punktu widzenia taniej jest zakupić poszczególne

komponenty lub usługi na rynku niż zatrudnić dodatkowych pracowników/zakupić maszyny w celu rozwinięcia produkcji w ramach przedsiębiorstwa. Innymi słowy: przedsiębiorstwo zostaje postawione przez fundamentalnym problemem *make-or-buy* (Coase, 1937; Grossman and Hart, 1986; Klein, Crawford and Alchian, 1978; Williamson, 1973; 1993; 1998).

Krytykę koncepcji kosztów transakcyjnych, jako warunkującą istnienie przedsiębiorstwa, podejmują Weeks i Galunic (2003), którzy twierdzą, że poszczególni uczestnicy wolnego rynku, działający jako samodzielne jednostki, jak również ci działający w ramach firm, nie są w stanie dokładnie określić kosztów związanych z zawieraniem transakcji. Podstawą tej krytyki jest założenie o ograniczonej racjonalności, a także odrzucenie neoklasycznego założenia o idealnej konkurencji na wolnym rynku. Dodatkowym argumentem podejmowanym przez tych autorów jest kwestia postrzegania przedsiębiorstwa przez teoretyków teorii kosztów transakcyjnych, jako instytucji, w której wszystkie relacje i zależności są jednolite.

4. Teoria zasobowa

Z kolei koncepcja zasobowa ma swoje źródła w ekonomii klasycznej. Już Adam Smith (Smith, 1954) przedstawiał zasoby (czynniki wytwórcze), jako źródła kreujące wartość. Wyróżniał on dwa podstawowe czynniki wytwórcze w postaci ziemi i kapitału. Późniejsi przedstawiciele szkoły klasycznej, tacy jak David Ricardo (1957) i J.B Say (1960), zauważali istotną rolę trzeciego czynnika, jakim jest praca w kreowaniu wartości. O krok dalej poszedł Karol Marks, który postrzegał pracę ludzką jako jedyny czynnik pomnażający wartość. Twórca szkoły neoklasycznej – Alfred Marshall – oprócz pracy i kapitału dostrzegał organizację produkcji (przedsiębiorczość), jako dodatkowy czynnik wytwórczy (Kunasz, 2006).

Współcześnie największy wpływ na teorię zasobową (*Resource Based View*) miała bez wątpienia Edith Penrose. Twierdziła, że przedsiębiorstwo tworzy wzorce determinujące alokację zasobów po określonych cenach. Wskazywała firmę jako zbiór aktywów materialnych i niematerialnych połączonych dzięki ramom administracyjnym (Kor i Mahoney, 2004; Witt, 2007).

Należy tutaj zwrócić uwagę na tożsamość tej koncepcji z definicją przedsiębiorstwa w polskim kodeksie cywilnym. Penrose wskazywała, że przedsiębiorstwa istnieją, aby zagospodarować istniejące zasoby, a ich immanentnym celem jest wzrost sam w sobie. Twierdzenie to było przeciwstawne postrzeganiu przedsiębiorstwa przez ekonomistów neoklasycznych, którzy jako jego istotę postrzegali dążenie do optymalizacji kosztów, przy wykorzystaniu dostępnych zasobów. Innymi słowy: neoklasyczna ekonomia stawiała zysk, jako główny cel przedsiębiorstwa, natomiast szkoła zasobowa w zysku upatrywała jedynie środek do osiągnięcia nadrzędnego celu, jakim jest nieustanny wzrost.

Reasumując, zdaniem Witta (2007) podejście bazujące na kosztach transakcyjnych nie przynosi jednoznacznej odpowiedzi na pytanie o powody istnienia przedsiębiorstw. Wnioski płynące z prac Coase'a i Williamsona pozwalają jedynie przedstawić naturę przedsiębiorstwa, a zawiodą przy wyjaśnieniu istoty istnienia firmy. Podejście zasobowe dostarcza natomiast kompletną odpowiedź na pytanie o podstawy egzystencji przedsiębiorstw, a także przedstawia zintegrowaną koncepcję ich funkcjonowania.

5. Teoria akumulacji wiedzy

Podobnie jak koncepcja zasobowa teoria akumulacji wiedzy ma swoje źródła w *Bogactwie narodów* Adama Smitha, który zauważył, że podział i specjalizacja pracy powodują wzrost umiejętności pracownika. Współcześnie Peter Drucker (1999, s. 149) podkreśla, że „stopniowo zysk pochodzący z tradycyjnych zasobów – pracy, ziemi i kapitału – staje się coraz mniejszy. Jedynym, a przynajmniej głównym producentem bogactwa są informacje i wiedza”. Podobnie Hodgson (1998), który twierdzi, iż „transfer i transformacja wiedzy stanowią istotną rolę w procesie kreowania wartości”.

Podstawą teorii kompetencji i innowacji jest założenie, że przedsiębiorstwo to zbiorowość indywidualności, z których każda jest w posiadaniu nieco innego zasobu wiedzy. Część tej wiedzy to wiedza praktyczna, którą niełatwo jest wyartykułować ani przekazać. Struktury i hierarchia przedsiębiorstwa pozwalają pełniej wykorzystywać tę wiedzę i czerpać korzyści z efektu

synergii. Ponadto efektywne mechanizmy rządzenia (*governance*) oraz zarządzania wiedzą w przedsiębiorstwie, pozwalają mu stać się swego rodzaju depozytorium praktycznej wiedzy, którą pracownicy wnieśli w momencie zatrudnienia, jak również tej, którą zdobyli podczas pracy w tej firmie (Hodgson, 1998; Weeks i Galunic, 2003).

Wiedza zgromadzona w ramach przedsiębiorstwa jest z czasem dystrybuowana wśród pracowników. Jak wynika z wielu badań, dystrybucja wiedzy w ramach przedsiębiorstwa jest bardziej efektywna niż w ramach wolnego rynku (Foss, 1996; Kogut i Zander, 1992). Jednym z głównych źródeł zwiększonej efektywności w transferze wiedzy jest schemat uczenia się, jaki przedsiębiorstwa narzucają swoim pracownikom. Schemat ten przejawia się w używaniu specjalistycznego języka, wdrażaniu specyficznych metod uczenia się (np. szkolenia e-learningowe) czy też konwencji zachowań związanych z przekazywaniem wiedzy w organizacji. Innymi słowy: przedsiębiorstwa kreują kulturę dzielenia wiedzy (Kogut i Zander, 1992; 1996).

Liczne grono badaczy stawia tezę, że podstawowym źródłem zwiększonej efektywności w transferze wiedzy jest hierarchia przedsiębiorstwa, a w szczególności autorytet scentralizowanej jednostki w osobie menedżera. Dzięki strukturom przedsiębiorstwa wiedza może być transferowana nie tylko szybciej, ale też taniej (Conner i Prahalad, 1996; Demsetz, 1988; Foss, 2003; Kogut i Zander, 1992).

6. Teoria behawioralna

Oprócz nauki zarządzania i ekonomii również socjologia przynosi istotne argumenty wyjaśniające istotę podstaw powstania przedsiębiorstw. Jedną z koncepcji jest teoria o tym, w jaki sposób nieformalne organizacje kształtują zachowanie człowieka. Wrodzoną cechą ludzkiego charakteru jest potrzeba przynależności do grupy. Udział w społeczności, jaką jest przedsiębiorstwo, wpływa na formowanie się tożsamości jej członków (Ashforth i Mael, 1989). Taka grupowa tożsamość motywuje członków grupy do działania, w celu osiągnięcia wspólnego celu (Gottschalg i Zollo, 2007; Kogut i Zander, 1996; Osterloh i Frey, 2000). Zgodnie z powyższym można więc

uznać, iż mechanizmem, który przyczynia się do powstania przedsiębiorstw, jest naturalna potrzeba człowieka do partycypacji w grupie, która ma służyć osiągnięciu wspólnego celu.

Prawidłowości dotyczące interakcji w grupie są szeroko wykorzystywane przez liczne przedsiębiorstwa. Kogut i Zander (1992) zauważają, iż z socjologicznego punktu widzenia przedsiębiorstwa stają się swego rodzaju społecznościami kierowanymi przez wyższego rzędu reguły współżycia. Pomimo licznych korzyści, jakie Kogut i Zander (1996) wiążą z tworzeniem kultury przez przedsiębiorstwo, zauważają oni problem w tym, że kultura przedsiębiorstwa nigdy nie jest w pełni asymilowana przez pracowników. Podkreślają, za Immanuelem Kantem, paradoks natury ludzkiej, który przejawia się w indywidualistycznym podejściu do życia w społeczeństwie (*unsocial sociability*). Przejawia się to tym, iż z jednej strony ludzie mają wewnętrzną potrzebę przynależności, która skłania nas do akceptacji norm wytworzonych przez daną grupę, a z drugiej nasza potrzeba autonomii sprawia, iż część tych norm jest przez nas kontestowana (Weeks i Galunic, 2003).

7. Teoria agencji

Z kolei teoria agencji skupia się na relacjach na linii przełożony–pracownik. Coase (1937) zauważył, że działania pracownika w ramach przedsiębiorstwa nie są jego indywidualnym wyborem, a wynikają z nakazu przełożonego. Relacje panujące w firmie tym różnią się od stosunków feudalnych, podporządkowaniem pracownika sprawczej roli kierownika (przynajmniej w znacznej mierze) dobrowolnie. Dzięki takiemu podporządkowaniu pracownik, rezygnując z części samodzielności, zyskuje swego rodzaju pakiet bezpieczeństwa oferowany przez firmę.

Należy tutaj zwrócić uwagę na konflikty, jakie mogą pojawić się w relacjach między przełożonym a pracownikiem. Zdaniem Hodgsona (2004) sytuacja, w której pracownicy i kierownicy mają ten sam cel, jest abstrakcyjna. W rzeczywistości powodem konfliktów na linii pracodawca (kierownik)–pracownik jest różnica w motywacji (*different purposes*) do wykonywania pewnych zadań nawet, jeśli cele (*aims*) są wspólne.

Problem ten jest szeroko opisywany przez badaczy teorii agencji, która swoje podstawy ma w badaniach na temat dystrybucji ryzyka pomiędzy jednostkami oraz grupami (Williamson, 1967). Teoria ta postrzega źródło konfliktu między przełożonym (pryncypałem) a agentem (podwładnym) w zróżnicowanym podejściu do kwestii ryzyka. Odzwierciedleniem tej sytuacji jest awersja agenta do ryzyka i kierowanie się przez niego własnym interesem, co stoi w sprzeczności z celami przedsiębiorstwa reprezentowanymi przez przełożonego. Jedną z istotnych kwestii poruszanych w tym aspekcie przez badaczy jest pytanie, dlaczego poszczególni członkowie grupy mieliby przestać działać wyłącznie w swoim interesie i podporządkować się interesowi przedsiębiorstwa. Badacze odrzucają tutaj koncepcje socjologów, przedstawione powyżej, a skłaniają się ku tezie, że poszczególni członkowie grupy (przedsiębiorstwa) podporządkowują swoje cele w imię lepszego dostępu do informacji, która zapewnia bardziej optymalne wykorzystanie dostępnych zasobów. W teorii agencji przedsiębiorstwo mające lepszy dostęp do informacji sprawia, że kontrakty behawioralne (bazujące na stałej płacy oraz podporządkowujące pracownika strukturom hierarchicznym) stają się bardziej efektywne niż kontrakty celowe (bazujące na prowizji czy też zawierane na wolnym rynku) (Eisenhardt, 1989; Holmstrom i Milgrom, 1991; 1994). W tym kontekście Williamson (1973) definiuje *homo economicus* jako chytrą i przebiegłą istotę. Jego zdaniem, istotą istnienia i powstania przedsiębiorstwa jest ograniczenie tego oportunistycznego (Williamson, 1993; 2000). Hodgson (2004) twierdzi, że nawet jeśli odrzucimy przekonanie Williamsona o oportunistycznej naturze człowieka, konflikty na linii pryncypał-agent nie ustaną. Jego zdaniem ich powodem będzie dążenie kierowników do pełnego przestrzegania zapisów kontraktów przez podwładnych za pomocą odpowiednich struktur zarządczych. Zachowanie pracowników skłaniające ich do „obchodzenia” zapisów kontraktowych wynikających z dążenia do maksymalizowania własnej użyteczności. Wszystko to rozważane jest przy założeniu o pełnej racjonalności pracowników. Reasumując, można stwierdzić, iż firma ogranicza zarówno oportunistyczny, jak i egoizm swoich pracowników.

8. Koncepcja firmy jako artefaktu kulturowego

Nawiązując do kultury dzielenia wiedzy w organizacji, Weeks i Galunic (WiG) (2003) twierdzą, że przedsiębiorstwo nie tyle tworzy kulturę uczenia się, ile zarówno ono, jak i rynek są swego rodzaju twórcami i nośnikami kultury, które wyewoluowały przez dobór, mutację i retencję specyficznych artefaktów. Koncepcja przedstawiona przez WiG zakłada, iż celem powstania przedsiębiorstwa jest replikacja artefaktów.

Teoria ta została wypracowana na podstawie koncepcji dotyczącej ewolucji organizmów, jakie pojawiły się w latach 80. XX wieku. Dawkins (1982 za: Weeks i Galunic, 2003, s. 17) twierdził, że nie jest oczywiste, iż pojedyncze komórki się replikują, „organizmy wielokomórkowe – firmy świata biologii – wyewoluowały, ponieważ geny będące częścią tych organizmów miały większą tendencję do replikacji niż te, które pozostały w organizmach jednokomórkowych”. Przekładając to na język nauki zarządzania: przedsiębiorstwa istnieją, gdyż są bardzo dobrym narzędziem do replikacji kultury.

Jak już zauważono w tej pracy, kultura przedsiębiorstwa nie może zostać narzucona z uwagi na indywidualizm pracowników. Weeks i Galunic (2003) widzą przedsiębiorstwo jako precyzyjne narzędzie złożone z indywidualności, którego celem jest ciągła ewolucja kultury.

9. Przypadek Uber

W poniższej części zostanie przeprowadzona próba aplikacji teorii powstania przedsiębiorstw do wyjaśnienia przyczyn powstania firmy Uber. Istotą działalności firmy jest oferowanie usług transportowych przez kojarzenie pasażerów z kierowcami oferującymi przejazd. Działalność firmy oparta jest na zarządzaniu aplikacją dla urządzeń mobilnych (Watanabe, Naveed, i Neittaanmäki, 2016).

Bez wątpienia spełnia kryteria słownikowe i kodeksowe przedsiębiorstwa. Należy jednak podkreślić, iż nie jest to firma transportowa, a jedynie swego rodzaju pośrednik, którego aktywami są aplikacja mobilna, a konkretniej rzecz ujmując, baza klientów, dostawców oraz algorytmy obliczające stawki przejazdu. Powyższe twierdzenie można również zaaplikować do teorii zasobowej przedsiębiorstwa.

Firma Uber jest znakomitym przykładem aplikacji teorii kosztów transakcyjnych. W celu dokładnego zobrazowania tej aplikacji należy przyjąć założenie, że alternatywą dla transakcji zawieranych przy użyciu aplikacji Uber, jest skorzystanie z tradycyjnej taksówki zrzeszonej w korporacji. W takim przypadku przedsiębiorstwo, jakim jest Uber, przez zastosowanie nowych technologii, pozwala ograniczyć tradycyjne koszty zamówienia taksówki, jakimi są koszty dyspozytora. Co więcej, przez globalizację działalności jest w stanie znacząco ograniczyć jednostkowe koszty zarządu w porównaniu do tradycyjnych korporacji, których skala działalności jest znacząco niższa.

Innowacje technologiczne, a w szczególności zastosowanie algorytmów automatycznie sterujących stawkami za przejazd, może zostać uznane za przejaw akumulacji

wiedzy płynącej z rynku i efektywnego przekazywania jej do kierowców oferujących przejazd, którzy dla potrzeb tego porównania zostali utożsamieni z pracownikami. Stosując takie porównanie, można uznać, iż powstanie firmy Uber może zostać wytłumaczone przez teorię akumulacji wiedzy.

W odniesieniu do szeregu publikacji naukowych (Cohen i Kietzmann, 2014; Eichhorst i Spermann, 2016; Henten i Windekilde, 2016; Morgan i Kuch, 2015; Rayle i in., 2016; Watanabe i in., 2016), jak również, do licznych przekazów medialnych, Uber postrzegany jest jako jedna z największych platform ekonomii współdzielenia (*sharing economy*). Koncepcja ekonomii współdzielenia jest przez niektórych badaczy (Botsman i Rogers, 2010; Rifkin, 2015) postrzegana jako remedium na problemy dręczące gospodarki wolnorynkowe XXI wieku. Taka wizja przedsię-

Tabela 1. Konfrontacja istnienia przedsiębiorstw z przypadkiem firmy Uber

Koncepcja	Główni przedstawiciele	Wizja przedsiębiorstwa	Aplikacja koncepcji do firmy Uber
Teoria kosztów transakcyjnych	R. Coase (1937), O. Williamson (1973)	Przedsiębiorstwo jako środek ograniczający koszty zawierania transakcji na wolnym rynku	Ograniczenie kosztów transakcyjnych poprzez zastosowanie nowych technologii.
Teoria zasobowa	E. Penrose	Zbiór aktywów materialnych i niematerialnych połączonych dzięki ramom administracyjnym	Aplikacja mobilna (baza klientów, dostawców oraz algorytmy obliczające stawki przejazdu) jako główne aktywa przedsiębiorstwa
Teoria akumulacji wiedzy	P. Drucker (1999) G. Hodgson (1998)	Przedsiębiorstwo jako instrument akumulacji i efektywnego przekazywania wiedzy	Dystrybucja innowacji wśród pracowników
Teoria behawioralna	B.E. Ashforth i F. Mael (1989) B. Kogut i U. Zander, (1996)	Podstawą powstania przedsiębiorstwa jest naturalna potrzeba człowieka do partycypacji w grupie, która ma służyć osiągnięciu wspólnego celu.	Firma postrzegana jako nowa forma organizacji mająca naprawić niedoskonałości gospodarki rynkowej.
Teoria agencji	O. Williamson (1973), M. Eisenhardt (1989)	Istotą istnienia i powstania przedsiębiorstwa jest ograniczenie oportunistyki jednostki na rzecz dobra przedsiębiorstwa.	Brak aplikacji teorii do firmy Uber
Koncepcja firmy, jako artefaktu kulturowego	J. Weeks i C. Galunic (2003)	Przedsiębiorstwo jako precyzyjne narzędzie złożone z indywidualności, którego celem jest ciągła ewolucja kultury	Uber postrzegany jako fenomen ekonomii współdzielenia, artefakt kultury.

biorstwa może być atrakcyjna dla współpracujących z nim kierowców. Przy założeniu, że kierowcy zostaną dla potrzeb tego artykułu potraktowani na równo z pracownikami przedsiębiorstwa, można odnieść powyższe założenia do aplikacji teorii behawioralnej istnienia przedsiębiorstw.

W przeciwieństwie do powyżej przedstawionych przykładów aplikacji teorii powstania i istnienia przedsiębiorstw przypadek firmy Uber jest zaprzeczeniem teorii agencji. Idea powstania, a także mechanizmy działania Uber, zakładają maksymalne wykorzystanie oportunistów jednostki (kierowcy oferujący przejazdy) przez ich mobilizację do pracy przez aktywne zarządzanie stawkami przejazdu.

Platformy działające w obszarze ekonomii współdzielenia przez niektórych badaczy postrzegane są nie tylko jako nowego rodzaju forma działalności gospodarczej, lecz również jako fenomen kultury (Botsman i Rogers, 2010; Rifkin, 2015). Biorąc powyższe pod uwagę, można przyjąć, że jedną z przesłanek istnienia firmy Uber jest ewolucja kultury.

Konfrontacja koncepcji istnienia przedsiębiorstw z przypadkiem firmy Uber została przedstawiona w tabeli 1.

10. Podsumowanie

W pierwszej części artykułu zostały przedstawione koncepcje dotyczące przyczyn istnienia przedsiębiorstw. W części kolejnej koncepcje te zostały zaaplikowane, aby wyjaśnić przyczyny istnienia firmy Uber. Z przeprowadzonej analizy wynika, iż większość z przedstawionych koncepcji znajduje aplikację do wyjaśnienia przyczyn istnienia firmy Uber. Wyjątkiem jest tutaj koncepcja teorii agencji, za pomocą której nie można wyjaśnić przyczyn istnienia Ubera. Należy pamiętać, że większość teorii wymaga przyjęcia założenia o traktowaniu kierowców oferujących przejazdy za pośrednictwem Uber jako pracowników tej firmy.

Z uwagi na niewielką liczbę publikacji traktujących o charakterze między kierowcami a firmą Uber takie porównanie wydaje się dopuszczalne dla potrzeb niniejszego artykułu. W kontekście nauki zarządzania wartościowe wydaje się przeprowadzenie badań nad istotą relacji pomiędzy platformami takimi jak Uber a podmiotami oferującymi usługi (lub towary) za ich pośrednictwem. Zdefiniowanie charakteru

takich relacji będzie pomocne w dokładniejszej aplikacji teorii istnienia przedsiębiorstw.

Bibliografia

- Ashforth, B.E. i Mael, F. (1989). Social Identity Theory and the Organization. *Academy of Management Review*, 14(1), 20–39. <https://doi.org/10.5465/AMR.1989.4278999>
- Barney, J.B. (1996). The resource-based theory of the firm. *Organization Science*, 7(5), 469. <https://doi.org/10.1287/orsc.7.5.469>
- Botsman, R. i Rogers, R. (2010). *What's mine is yours*. New York: HarperBusiness, [https://doi.org/10.1016/S0168-9525\(00\)00086-X](https://doi.org/10.1016/S0168-9525(00)00086-X)
- Chandler, A.D. i Dupont, A. (1977). *The Visible Hand: the managerial revolution in American business*. Harvard University Press.
- Coase, R.H. (1937). The Nature of the Firm. *Economica*, 4(16), 386–405. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x>
- Cohen, B. i Kietzmann, J. (2014). Ride On! Mobility Business Models for the Sharing Economy. *Organization & Environment*, 27(3), 279–296. <https://doi.org/10.1177/1086026614546199>
- Conner, K.R. i Prahalad, C.K. (1996). A Resource-Based Theory of the Firm: Knowledge Versus Opportunism. *Organization Science*, 7(5), 477–501. <https://doi.org/10.1287/orsc.7.5.477>
- Demsetz, H. (1988). The Theory of the Firm Revisited. *Journal of Law, Economics, & Organization*, 4(1), 141–161.
- Doroszewski, W. (1997). *Słownik języka polskiego. pod red. W. Doroszewskiego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Drucker, P. (1999). *Spółczesność pokapitalistyczna*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Eichhorst, W. i Spermann, A. (2016). Sharing economy: Mehr Chancen als Risiken? *Wirtschaftsdienst*, 96(6), 433–439. <https://doi.org/10.1007/s10273-016-1994-0>
- Eisenhardt, M. (1989). Agency Theory: An Assessment and Review. *Academy of Management Review*, 14(1), 57–74. <https://doi.org/10.2307/258191>
- Foss, N.J. (1996). Knowledge-Based Approaches to the Theory of the Firm: Some Critical Comments. *Organization Science*, 7(5), 470–476. <https://doi.org/10.1287/orsc.7.5.470>
- Foss, N.J. (2003). Selective intervention and internal hybrids: Interpreting and learning from the Rise and Decline of the Oticon Spaghetti Organization. *Organization Science*, 14(3), 331–349.
- Foss, N.J. i Klein, P.G. (2011). Entrepreneurship and the economic theory of the firm. *Organizing Entrepreneurial Judgment: A New Approach*

- to the Firm, 58, 1–50. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2004.05.007>
- Gottschalg, O. i Zollo, M. (2007). Interest alignment and competitive advantage. *Academy of Management Review*, 32(2), 418–437. <https://doi.org/10.5465/AMR.2007.24351356>
- Grossman, S.J. i Hart, O.D. (1986). The Costs and Benefits of Ownership: A Theory of Vertical and Lateral Integration. *Journal of Political Economy*, 94(4), 691. <https://doi.org/10.1086/261404>
- Henten, A.H. i Windekilde, I.M. (2016). Transaction costs and the sharing economy. *Info*, 18(1), 1–15. <https://doi.org/10.1108/info-09-2015-0044>
- Hodgson, G. (1998). Competence and contract in the theory of the firm. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 35(2), 179–201. [https://doi.org/10.1016/S0167-2681\(98\)00053-5](https://doi.org/10.1016/S0167-2681(98)00053-5)
- Hodgson, G. (2004). Opportunism is not the only reason why firms exist: Why an explanatory emphasis on opportunism may mislead. *Industrial and Corporate Change*, 13(2), 401–418. <https://doi.org/10.1093/icc/13.2.401>
- Holmstrom, B. i Milgrom, P. (1991). Multi-task Principal-Agent Analysis: Incentive Contract, Asset Ownership and Job Design. *Journal of Law, Economics and Organization*, 7, 24–52. <https://doi.org/10.1093/jleo/7.special>
- Holmstrom, B. i Milgrom, P. (1994). The Firm as an Incentive System. *The American Economic Review*. <https://doi.org/10.1126/science.151.3712.867-a>
- Klein, B., Crawford, R.G. i Alchian, A.A. (1978). Vertical Integration, Appropriable Rents, and the Competitive Contracting Process. *Journal of Law & Economics*, 21(2), 297–326. Pozyskany z <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true%7B&%7Ddb=bth%7B&%7DAN=11476337%7B&%7Dsite=ehost-live>
- Kogut, B. i Zander, U. (1992). Knowledge of the Firm, Combinative Capabilities, and the Replication of Technology. *Organization Science*, 3(3), 383–397. <https://doi.org/10.1287/orsc.3.3.383>
- Kogut, B. i Zander, U. (1996). What Firms Do? and Coordination, Identity, Learning. *Organization Science*, 7(5), 502–518.
- Kor, Y.Y. i Mahoney, J.T. (2004). Edith Penrose's (1959) Contributions to the Resource-based View of Strategic Management. *Journal of Management Studies*, 41(1), 183–191. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2004.00427.x>
- Kunasz, M. (2006). Zasoby przedsiębiorstwa w teorii ekonomii. *Gospodarka Narodowa*, 10, 33–48.
- Morgan, B. i Kuch, D. (2015). Radical Transactionalism: Legal Consciousness, Diverse Economies, and the Sharing Economy. *Journal of Law and Society*, 42(4), 556–587. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6478.2015.00725.x>
- Osterloh, M. i Frey, B.S. (2000). Organizational Forms. *Organization Science*, 11(5), 538–550. <https://doi.org/10.1007/s00104-010-2024-1>
- Pitelis, C.N. i Pseiridis, A.N. (1999). Transaction costs versus resource value? *Journal of Economic Studies*, 26(April 2016), 221–240. <https://doi.org/10.1108/01443589910284408>
- Rayle, L., Dai, D., Chan, N., Cervero, R. and Shaheen, S. (2016). Just a better taxi? A survey-based comparison of taxis, transit, and ridesourcing services in San Francisco. *Transport Policy*, 45, 168–178. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2015.10.004>
- Ricardo, D. (1957). *Zasady ekonomii politycznej i opodatkowania*. Warszawa: PWN.
- Rifkin, J. (2015). *The Zero Marginal Cost Society: The Internet of Things, the Collaborative Commons, and the Eclipse of Capitalism*. New York: St. Martin's Griffin.
- Say, J.B. (1960). *Traktat o ekonomii politycznej czyli Prosty wykład sposobu, w jaki się tworzą, rozdzielają i spożywają bogactwa*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Smith, A. (1954). *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów*. Warszawa: PWN.
- Watanabe, C., Naveed, K. i Neittaanmäki, P. (2016). Co-evolution of three mega-trends nurtures un-captured GDP – Uber's ride-sharing revolution. *Technology in Society*, 46, 164–185. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2016.06.004>
- Weeks, J. i Galunic, C. (2003). A Theory of the Cultural Evolution of the Firm: The Intra-Organizational Ecology of Memes. *Organization Studies*, 24, 1309–1352. <https://doi.org/10.1177/01708406030248005>
- Williamson, O.E. (1967). Hierarchical Control and Optimum Firm Size. *Journal of Political Economy*. <https://doi.org/10.1086/259258>
- Williamson, O.E. (1973). Markets and hierarchies: Some elementary considerations. *American Economic Review*, 63(2), 316–325.
- Williamson, O.E. (1993). The logic of economic organization. W: *The Nature of the Firm: Origins, Evolution and Development*, 4, 90–116.
- Williamson, O.E. (1998). Transaction Cost Economics: How It Works; Where It is Headed. *De Economist*, 146(1), 23–58. <https://doi.org/10.1023/a:1003263908567>
- Williamson, O.E. (2000). The new institutional economics: Taking stock, looking ahead. *Journal of Economic Literature*, 38(3), 595–613. Pozyskano z <http://www.jstor.org/stable/2565421>
- Witt, U. (2007). Firms as realizations of entrepreneurial visions. *Journal of Management Studies*, 44(7), 1125–1140. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2007.00731.x>