

Anna Doś

University of Economics in Katowice  
College of Finance  
Department of Corporate Finance and Insurance  
e-mail: [anna.dos@ue.katowice.pl](mailto:anna.dos@ue.katowice.pl)

## Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstw z perspektywy ekonomii dobrobytu

---

### Corporate social responsibility: The perspective of welfare economics

Corporate social responsibility (CSR) implies that corporations integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis. CSR's component parts include: economic, legal, ethical and philanthropic responsibilities. Although social norms and ethics are inherent features of CSR the modern literature of economics and finance focuses mainly on CSR as a firm value-driver. Such narrow view may lead to the deterioration of CSR identity as well as underestimating the role of CSR in building welfare. Thus the purpose of the article is to show the role of CSR in achieving welfare improvements by considering social responsibility as a factor of prosperity and especially as a mechanism of ethically and institutionally anchored self-regulation supporting the organization of market failure correction reducing this welfare. The main thesis is that CSR brings about considerable benefits in terms of allocation efficiency, redistribution and stabilisation. The method employed is the analysis of international literature.

**Keywords:** welfare economics, allocation, redistribution, stabilisation, social responsibility

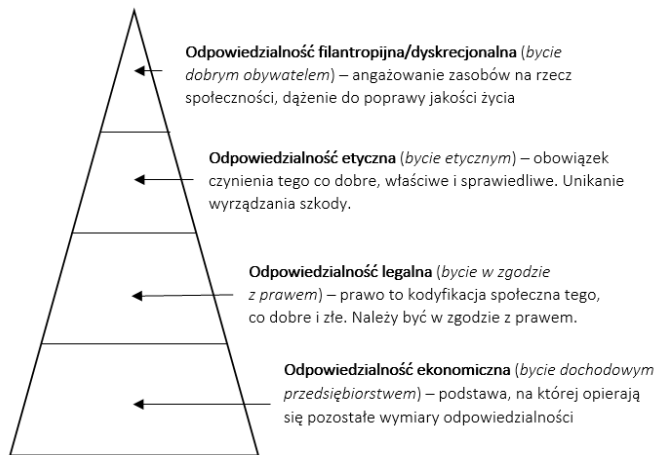
**JEL Classification:** M140, D600, E690

---

## 1. Wprowadzenie

Twórcą najbardziej wartościowej z punktu widzenia nauki ekonomii koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu<sup>1</sup> jest H. Bowen (1953), który poddał krytyce leseferizm (*laissez faire*), proponujący uznanie gospodarki za automatyczny, samoregulujący się system, którego motorem jest działanie jego uczestników w interesie własnym, a głównym mechanizmem regulującym – konkurencja (przy minimalnym udziale państwa). Jako alternatywę Bowen zaproponował społeczną odpowiedzialność przedsiębiorstwa (*Corporate Social Responsibility – CSR*), postulując, że normy i zasady etyczne właściwe społeczeństwu są najistotniejszym elementem regulacji działalności gospodarczej (Bowen, 1953, s. 31–59). Oryginalny postulat Bowena głosi, że człowiek biznesu powinien (jest to obowiązek moralny) rozumieć i uwzględnić – tak dalece, jak jest to możliwe i rozsądne – interes społeczny w decyzjach dotyczących: produkcji, sprzedaży, finansów, kwestii kadrowych i cenowych (Bowen, 1953, s. 60). Współcześnie przeważa rozumienie CSR oparte na definicji sformułowanej przez Komisję Europejską w 2002 r., głoszącej, że CSR to koncepcja, zgodnie z którą firmy uwzględniają kwestie społeczne i środowiskowe w działaniach biznesowych oraz w interakcji z interesariuszami na zasadzie dobrowolności<sup>2</sup>.

Konkretyzację katalogu odpowiedzialności „człowieka biznesu” zaproponował A. Carroll (1979, s. 500), który uznał, że „społeczna odpowiedzialność biznesu obejmuje ekonomiczne, legalne, etyczne i dyskrecyjne oczekiwania, jakie społeczeństwo ma wobec biznesu w danym momencie”. Szczegółowo prezentuje je rysunek 1.



Rysunek 1. Piramida społecznej odpowiedzialności A. Carrola

Źródło: Carroll, A.B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), s. 42.

<sup>1</sup> Koncepcja ta wnosi szersze spojrzenie na odpowiedzialność przedsiębiorstw względem wcześniej proponowanych – np. przez A. Carnegie (1906, s. 526–537) – koncepcji filantropii korporacyjnej.

<sup>2</sup> Od 2011 r. Komisja Europejska podkreśla rosnącą rolę państwa we wspieraniu społecznej odpowiedzialności, co powoduje konieczność rewizji rozumienia aspektu „dobrowolności” w koncepcji CSR.

Carroll podkreślał, że kategorie odpowiedzialności nie są alternatywami, lecz równoważnymi komponentami CSR.

Rzeczywiste motywy sterujące przedsiębiorstwami angażującymi się w CSR są niejednorodne. Obecnie przyjmuje się, że praktyki uznawane za przejaw CSR mogą być w różnym stopniu wyrazem:

- (1) starania, aby działania przedsiębiorstwa były zgodne z wartościami i systemami etycznymi decydentów (właściciele przedsiębiorstwa, menedżerów) oraz normami społecznymi,
- (2) dążenia do maksymalizacji wartości dla właścicieli (tzw. strategiczny CSR) (Brønn & Vidaver-Cohen, 2009, s. 91–109; Graafland & Mazereeuw-Van der Duijn Schouten, 2012, s. 377–396).

To, który motyw przeważa, jest możliwe do rozstrzygnięcia w drodze analizy przypadku. Jednak silnie podkreśla się, że nawet CSR strategiczny wiąże się z odejściem od koncentracji na krótkoterminowych korzyściach finansowych na rzecz strategii długoterminowych, uwzględniających relacje z interesariuszami przedsiębiorstwa (Ramachandran, 2011, s. 286). Punktem wyjścia do obrania celu niniejszego opracowania jest fakt, że we współczesnej literaturze można zaobserwować przesunięcie akcentów pomiędzy oryginalnie proponowanymi ujęciami CSR jako etycznie zakorzenionej drogi środka między rozbudowanym paternalizmem i nieskrępowanym liberalizmem gospodarczym a rozważaniem społecznej odpowiedzialności przede wszystkim jako czynnika kreacji wartości dla właścicieli (Vogel, 2005; Lee, 2008; Carroll & Shabana, 2010). Dominujące w XXI w. w literaturze z zakresu ekonomii i finansów – także polskiej – spojrzenie na CSR jako na ideę zupełnie podporządkowaną krótko- i średniokresowym celom mikroekonomicznym generuje nie tylko ryzyko utraty tożsamości koncepcji CSR, ale także degradacji istotności CSR z punktu widzenia polityki społeczno-gospodarczej. Należy zatem uzupełnić dominującą w obszarze CSR narrację o spojrzenie rozważające walor CSR z perspektywy makroekonomicznej.

Walor społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw często artykułuje literatura akademicka z obszaru rozwoju zrównoważonego, co jest naturalne, zważywszy na bliskie związki pomiędzy tymi koncepcjami. W ekonomii, a zwłaszcza w makroekonomii, rozwój zrównoważony często traktuje się jednak jako paradygmat narzucony z zewnątrz (zwłaszcza przez organizacje międzynarodowe, organizacje ekologiczne czy zapisy prawa forsujące proekologiczne i prospołeczne zasady normatywne), a nie jako wytworzony przez samą ekonomię (Poskrobko, 2013, s. 17). Istotne jest zatem przedstawienie waloru społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w kontekście wiodących teorii ekonomii.

Wartościowanie w ekonomii najczęściej odnosi się do kategorii dobrobytu społecznego. Teoria ekonomii specyfikuje wiele postaci funkcji dobrobytu społecznego o różnych podbudowach filozoficznych. Tradycyjnie uznaje się, że dobrobyt jest tym większy, im większa jest konsumpcja dóbr prywatnych i dóbr publicznych oraz gdy dochód narodowy jest bardziej ustabilizowany i sprawiedliwie podzielony pomiędzy członków społeczeństwa. Zatem celem artykułu jest określenie, w jaki sposób CSR może być czynnikiem poprawy dobrobytu, a służyć temu ma rozważenie CSR jako mechanizmu autoregulacji, wspierającego organi-

zacje korekty zawodności rynku obniżających ten dobrobyt. J. Stiglitz (1989, s. 197) zauważa, że w niektórych przypadkach zawodności rynku mogą być korygowane przez instytucje nierynkowe, niekoniecznie należące do sektora publicznego. Przyjęte zatem zostanie spojrzenie na CSR jako na taką instytucję nierynkową<sup>3</sup>. Analiza zostanie ograniczona do trzech okoliczności standardowo uzasadniających interwencję instytucjonalną w struktury i dynamikę gospodarki, stanowiące rezultat gry sił rynkowych. Pierwszą z nich jest nieefektywność alokacyjna wynikająca z istnienia dóbr publicznych, efektów zewnętrznych i asymetrii informacji. Drugą są nierówności dochodowe uaktywniające normatywnie uzasadnione działania redystrybucyjne. Trzecią jest niestabilność gospodarki i wynikająca z niej potrzeba polityki stymulującej zatrudnienie, stabilność cen i wzrost gospodarczy.

## 2. CSR jako mechanizm regulacji nieefektywności alokacyjnej

Trzy typy nieefektywności alokacyjnej, które mogą być zredukowane dzięki działaniom społecznie odpowiedzialnym przedsiębiorstw, to: nieefektywności wynikające z istnienia dóbr publicznych, nieefektywności wynikające z istnienia efektów zewnętrznych oraz nieefektywności wynikające z asymetrii informacji. Nieefektywności te prezentuje tabela 1.

Obszarami, w których nieefektywność alokacyjna rynku jest szczególnie poważna, są: środowisko naturalne, zdrowie, szeroko rozumiane bezpieczeństwo, stabilność i sprawiedliwość społeczna, estetyka, kultura, wiedza i edukacja (Fisher i in., 2009, s. 655–667; De Groot i in., 2002, s. 393–408; Chen i in., 1999, s. 284–304; Schwab & Zampelli, 1987, s. 245–260; Stiglitz, 1999, s. 3–12). Obszary te ściśle wiążą się zarówno z zagadnieniem rozwoju zrównoważonego, jak i z dobrobytem społecznym.

Przedsiębiorstwa, których jedynym celem jest maksymalizacja dochodowości, będą unikały dostarczania dóbr publicznych<sup>4</sup>, gdyż nie są to dobra rynkowe. Ich dostarczanie generuje dla przedsiębiorstw koszty, ale nie przyczynia się bezpośrednio do osiągania przychodów ze sprzedaży<sup>5</sup>. Przedsiębiorstwa będą też wykorzystywały możliwości przerzucania kosztów działalności na otoczenie. Będą zatem w granicach prawa i kontraktów generowały negatywne efekty zewnętrzne. Korzyści wynikające z wytwarzania pozytywnych efektów zewnętrznych nie wpływają na rachunek ekonomiczny firmy. Przedsiębiorstwa nie będą zatem zainteresowane skalą generowanych pozytywnych efektów zewnętrznych. Świadome możliwości wynikających z posiadania większej liczby informacji niż otoczenie rynkowe podmioty będą dążyły do utrzymania asymetrii informacji na

<sup>3</sup> Takie ujęcie CSR proponują m.in. Brammer i in. (2012, s. 3–28).

<sup>4</sup> Z wyjątkiem dóbr klubowych.

<sup>5</sup> W tym miejscu przychody ze sprzedaży rozumie się jako funkcję liczby sprzedanych produktów/usług i ich ceny.

swoją korzyść. Jednocześnie będą podejmowały starania eliminacji asymetrii informacji, która działa na ich niekorzyść.

Tabela 1. Czynniki nieefektywności alokacyjnej rynku

Typ	Mechanizm nieefektywności
Dobra publiczne	Dobra publiczne, ze względu na właściwości (niewykluczalność, nierywalizacyjność <sup>6</sup> i związany z nimi problem „jeżdźca na gapę”), w gospodarce wolnorynkowej są dostarczane w ilości niewystarczającej, aby efektem alokacji dóbr było optimum w rozumieniu Pareto. Jeżeli dobro jest wykluczalne, ale nierywalizacyjne, a koszt krańcowy dostarczenia go kolejnemu użytkownikowi jest równy 0, wtedy konsumpcja dobra jest niższa niż możliwa i optimum Pareto również nie zostaje osiągnięte (Stiglitz, 2004, s. 150–152; Cornes & Sandler, 1996, s. 8–12).
Efekty zewnętrzne	Pozytywny (negatywny) efekt zewnętrzny definiuje się jako wystąpienie zdarzenia, które pociąga za sobą korzyść (niekorzyść) dla osoby lub osób, które w niepełnym stopniu mogą wpływać na decyzje, prowadzące do takiego zdarzenia (Cornes & Sandler, 1996, s. 39). Efekty zewnętrzne nie są uwzględnione w rachunku ekonomicznym przedsiębiorstw (występują poza rynkiem), co oznacza, że poziom produkcji dóbr/usług powodujący powstanie negatywnych efektów zewnętrznych jest wyższy w stosunku do społecznie optymalnego <sup>7</sup> , a poziom produkcji dóbr/usług powodujący powstanie pozytywnych efektów zewnętrznych jest niższy od społecznie optymalnego.
Asymetria informacji	Asymetria informacji występuje, gdy w sytuacji wymiany na rynku jedna strona transakcji posiada informacje, których nie ma druga strona. Asymetria informacji ma podobne znaczenie dla wielkości produkcji danego dobra/usługi, jak efekty zewnętrzne. Gdy dotyczy informacji negatywnej, równowaga rynkowa ustala się przy wielkości produkcji wyższej niż społecznie optymalna. Gdy dotyczy informacji pozytywnej – wielkość produkcji jest niższa niż optymalna (Arnold, 1997, s. 69–72). Jeżeli asymetria informacji dotyczy wielkości korzyści, których konsumpcja dobra przysporzyłaby nabywcy, wielkość konsumpcji dobra jest zbyt niska w stosunku do społecznego optimum.

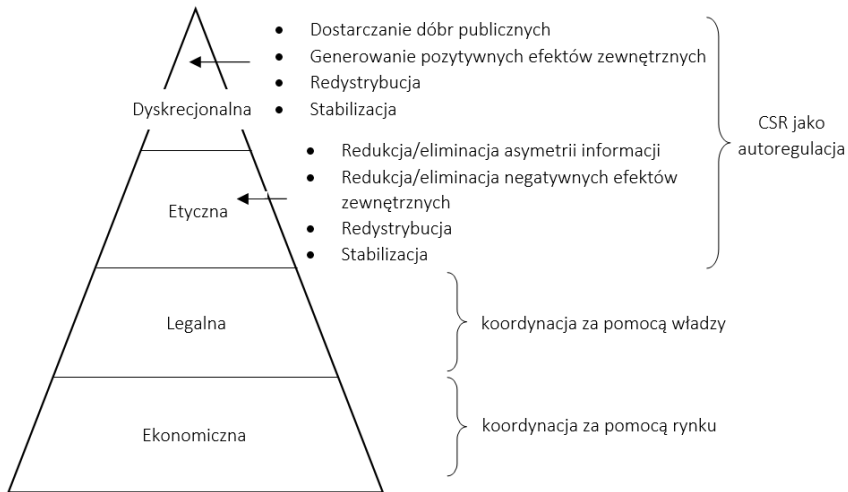
Źródło: Opracowanie własne

Na gruncie tradycyjnej ekonomii dobrobytu, w sytuacji, gdy koordynacja osiągnięta za pomocą rynku zawodzi, rozwiązania problemu upatruje się w koordynacji osiągniętej za pomocą władzy i biurokracji – w sektorze publicznym, który posiada monopol na władzę (Lund, 2019, s. 41–45). Jednakże wiele badań wskazuje, że sektor publiczny również cechuje zawodność. Wynika ona z wysokich kosztów jego funkcjonowania, niskiej efektywności produkcji, zaniedbywania dostarczenia niektórych dóbr publicznych, szeregu nieefektywności w procesie agregacji preferencji indywidualnych w wybór kolektywny oraz istnienia globalnych dóbr publicznych, w przypadku których rządy narodowe nie mają wystarcza-

<sup>6</sup> Są to cechy czystych dóbr publicznych, których jest niewiele (obecnie zaliczyć do nich w sposób bezsprzeczny można np. grawitację). Cechy te ponadto są częściej ciągle niż dychotomiczne. Dobra mogą mieć też niepełny zestaw cech czystego dobra publicznego i wtedy należą do podkategorii: dóbr klubowych (*club goods*) i dóbr wspólnych (*commons, common-pool resources*).

<sup>7</sup> Jako społecznie optymalny poziom produkcji uznaje się w tym kontekście poziom odpowiadający optimum w rozumieniu Pareto.

jącej legitymizacji dla stosowania przymusu (Krueger, 1990, s. 10–11; Mueller, 1997, s. 124–130; Kaul i in. 1999, s. 450). W związku z tym podkreśla się, że ekonomia dóbr publicznych, efektów zewnętrznych oraz informacji nie musi być wyłącznie ekonomią sektora publicznego, lecz ekonomią, w której uczestniczą podmioty prywatne (Ostrom & Ostrom, 1999, s. 76). Czynnikiem uczestnictwa przedsiębiorstw może być społeczna odpowiedzialność, która na zasadzie autoregulacji modyfikuje zestaw założeń dotyczących ich celów i motywacji, gdyż redefiniuje zestaw wartości, względem których oceniane są decyzje i działania. Włączenie w działania przedsiębiorstwa motywu etycznego i dążenia do zgodności z normami społecznymi (cecha CSR) redukuje znaczenie zysku jako jedyne kryterium oceny decyzji, a tym samym ma potencjał redefinicji roli przedsiębiorstw w gospodarce. Odniesienie wymiarów CSR względem typów mechanizmów koordynacji alokacji, redystrybucji i stabilizacji prezentuje rysunek 2.



Rysunek 2. Wymiary CSR względem typów mechanizmów koordynacji alokacji, redystrybucji i stabilizacji

Źródło: Opracowanie własne

Graficzne ujęcie znaczenia społecznej odpowiedzialności dla koordynacji alokacji i redystrybucji podkreśla, że dwa wymiary CSR: dyskrecjonalny i etyczny, są stricte wyrazem autoregulacji. Odpowiedzialność legalna jest dostosowaniem się przedsiębiorstwa do koordynacji zaprogramowanej przez władzę publiczną, natomiast odpowiedzialność ekonomiczna jest reakcją na procesy zachodzące na rynku.

Rozpoczynając analizę postrzegania CSR z punktu widzenia jej znaczenia dla dobrobytu od podstaw piramidy zaprezentowanej na rysunku 2, podkreślić należy, że tradycyjna teoria dóbr publicznych, efektów zewnętrznych i asymetrii informacji

rozważa jedynie bezpośrednie konsekwencje zawodności rynku dla rachunku ekonomicznego przedsiębiorstw, a zatem dla decyzji przedsiębiorstw. Nie rozważa zatem sytuacji, w której dobrowolne dostarczenie dóbr publicznych, redukcja negatywnych efektów zewnętrznych, generowanie pozytywnych efektów zewnętrznych i redukcja asymetrii informacji poprzez zależności systemowe (relacje z interesariuszami, sygnalizację, rozwijanie zasobów strategicznych) mogą być związane z celem ekonomicznym przedsiębiorstwa. Pogłębione rozumienie koordynacji dostarczenia dóbr publicznych poprzez mechanizm rynkowy wprowadza szereg studiów modelujących równowagę ogólną w warunkach łączenia produkcji i sprzedaży dóbr prywatnych z dobrem publicznym lub pozytywnym efektem zewnętrznym/redukcją efektu negatywnego jako strategii CSR, czyli w sytuacji, gdy powiązanie to jest celowe (np. sprzedaż produktów wytworzonych z materiałów pochodzących z recyklingu). Najważniejsze prace z tego obszaru prezentuje tabela 2.

Przywołane w tabeli 2 studia zakładają (poza jednym przypadkiem analizowanym przez D. Barona), że celem przedsiębiorstw jest maksymalizacja zysku. Prace te najwyższą wagę przywiązują do określenia skali dostarczenia dobra publicznego/pozytywnego, efektu zewnętrznego/redukcji negatywnego efektu zewnętrznego oraz do problemu relacji pomiędzy polityką publiczną a rezultatem działania mechanizmu rynkowego w warunkach uwzględnienia dóbr publicznych/efektów zewnętrznych w preferencjach interesariuszy. Ich wyniki nie są jednak jednoznaczne. Studia te wnoszą przede wszystkim wiedzę o relacjach pomiędzy polityką rządu (koordynowany przez władzę mechanizm aprowizacji dóbr publicznych i redukcji negatywnych efektów zewnętrznych, konkurencyjny wobec CSR) a skalą efektów społecznych CSR. Wymienione badania wskazują, że zachodzi tu relacja wypychania, co oznacza, że ekonomiczny wymiar CSR i koordynacja poprzez władzę publiczną mogą być względem siebie konkurencyjne.

Innym rodzajem zawodności rynku, determinującej zapotrzebowanie na społeczną odpowiedzialność przedsiębiorstw, jest asymetria informacji. Z reguły przedsiębiorstwa (ich menedżerowie i kadra) dysponują lepszą informacją na temat produktu, kondycji i perspektyw firmy niż jej właściciele i otoczenie. Nieujawnienie tych informacji bądź ujawnienie niepełnej informacji może doprowadzić do suboptymalnych decyzji o alokacji kapitału (kapitałodawcy), decyzji nabywczych (konsumenty), decyzji o zatrudnieniu (pracownicy), decyzji o dostawach (kontrahenci) i jednocześnie będzie wiązało się z korzyścią finansową dla przedsiębiorstwa. Dlatego też w wielu obszarach regulacja określa obowiązki informacyjne przedsiębiorstw. Pomimo regulacji podmioty gospodarcze mają pewien stopień swobody w kształtowaniu polityki informacyjnej. Społeczna odpowiedzialność zakłada, że przedsiębiorstwo udziela informacji ważnych dla jego interesariuszy. Jest to nie tylko legalny, ale też etyczny wymiar CSR. Badania empiryczne dostarczają dowodów na rolę społecznej odpowiedzialności w poprawie jakości raportowania finansowego oraz raportowania danych niefinansowych przez przedsiębiorstwa (Kim i in., 2012, s. 761; Dhaliwal i in., 2011, s. 59; Lu & Chueh, 2015, s. 105). W ten sposób CSR ukazuje się jako mechanizm redukcji asymetrii informacji, a tym samym jako autoregulacja redukująca zawodność rynku. Redukcja asymetrii informacji może być utożsamiana z niesubstytucyjnym CSR, czyli dostarczeniem dobra publicznego, na które przedsiębiorstwo ma monopol.

Tabela 2. Modele równowagi ogólnej z uwzględnieniem społecznej odpowiedzialności biznesu

Praca	Przedmiot analizy i wnioski
Bagnoli & Watts (2003)	<p><b>Przedmiot:</b> Model poziomu dostarczenia dobra publicznego jako produktu ubocznego konkurowania przedsiębiorstw na rynku produktów skierowanych do konsumentów o określonych preferencjach w obszarze ochrony środowiska i sprawiedliwości społecznej i skłonnych do zapłaty za integrację dobra publicznego z nabywanym przez nich na rynku dobrem prywatnym.</p> <p><b>Wnioski:</b> (a) w warunkach konkurencji Bertranda i Cournota dostawa dobra publicznego w punkcie równowagi rynkowej będzie suboptymalna (b) efektywność dostarczenia dobra publicznego i efektywność dostarczenia dobra prywatnego są względem siebie alternatywne</p>
Kotchen (2006)	<p><b>Przedmiot:</b> Model równowagi dobra prywatnego inkorporującego cechy dobra publicznego oferowanego przez przedsiębiorstwa ukierunkowane na maksymalizację zysku (np. produkty certyfikowane fair trade).</p> <p><b>Wnioski:</b> W zależności od tego, czy dobro publiczne będzie substytucyjne czy komplementarne względem konsumpcji dobra prywatnego, możliwość nabywania dobra prywatnego związanego z dobrem publicznym będzie powodować spadek lub wzrost dobrobytu w stosunku do rozwiązania alternatywnego, jakim jest nabywanie konwencjonalnego dobra prywatnego i niezwiązane z decyzją nabywcą dobrowolne dotowanie dóbr publicznych.</p>
Besley & Ghatak (2007)	<p><b>Przedmiot:</b> Model równowagi na rynku produktów, pracy i usług dostarczanych łącznie z dobrem publicznym lub z ograniczeniem kosztów zewnętrznych w sytuacji, gdy rząd i organizacje pozarządowe nie posiadają technologii dostarczenia dobra publicznego lub redukcji negatywnego efektu zewnętrznego</p> <p><b>Wnioski:</b> (a) Poziom dostarczanego dobra publicznego w formule CSR jest taki sam, jak rezultat standardowych modeli dobrowolnego dostarczenia dobra publicznego przy założeniu, że interwencja sektora publicznego jest doskonała, (b) Jeżeli sektor publiczny zawodzi, jeżeli monitorowanie przedsiębiorstw jest wysokiej jakości i jeżeli występuje naturalna/technologiczna możliwość integracji dobra prywatnego z dobrem publicznym, CSR jest bardziej efektywnym sposobem dostarczenia dobra publicznego niż polityka państwa</p>
Baron (2009)	<p><b>Przedmiot:</b> Model równowagi na rynku dóbr, gdy strategią dywersyfikacji dóbr jest CSR. Obywatele są konsumentami na rynku, dobroczyńcami organizacji pozarządowych (darowizny) i inwestorami na rynku kapitałowym rozważającymi inwestowanie społecznie odpowiedzialne. Wywierają nacisk na przedsiębiorstwa bezpośrednio bądź za pośrednictwem organizacji pozarządowych. Wyróżnione są dwa rodzaje CSR: strategiczny oraz motywowany wyłącznie czynnikami etycznymi.</p> <p><b>Wnioski:</b> (a) CSR nie jest przedmiotem wymiany na rynku, lecz może być wycenione na rynku kapitałowym (b) CSR „wypycha” darowizny dobroczynne, (c) firmy zaangażowane w CSR z powodów etycznych unikną nacisków społecznych tylko wtedy, gdy będą miały przewagę reputacyjną nad innymi przedsiębiorstwami (d) presja społeczna i wartość przedsiębiorstw społecznie odpowiedzialnych są pozytywnie skorelowane.</p>
Kitzmueller & Shimshack (2012)	<p><b>Przedmiot:</b> Model równowagi na rynku dóbr prywatnych inkorporujących dobra publiczne w warunkach subsydiowania społecznej odpowiedzialności przez rząd, w warunkach asymetrii informacji i w sytuacji, gdy konsumenci uwzględniają w swoich preferencjach i wyborach nabywczych kwestię reputacji przedsiębiorstwa.</p> <p><b>Wniosek:</b> W pewnych warunkach subsydiowanie CSR generuje „efekt wypychania”, co redukuje skuteczność polityki publicznej z wykorzystaniem dotacji dla produkcji/sprzedaży dóbr prywatnych zintegrowanych z dobrem publicznym.</p>

Źródło: Opracowanie własne



### 3. CSR w procesie redystrybucji

Ekonomia dobrobytu zwraca szczególną uwagę na kwestię redystrybucji dochodu. Redystrybucję rozpatruje się w kontekście efektywności i w kontekście normatywnym. W kontekście efektywności: przypisując redystrybucji możliwość przysparzania społeczeństwu korzyści w rozumieniu Pareto z dwóch powodów – uwzględnienia w funkcji użyteczności osób zasilających fundusz redystrybucji argumentu, którym jest wartość zabezpieczenia przed drastycznymi fluktuacjami dochodu w przyszłości oraz argumentu, którym jest użyteczność innych członków społeczeństwa (Hochman & Rodgers, 1969, s. 542–543)<sup>8</sup>. W kontekście normatywnym: na fundamencie oceny, że rekomendacje w zakresie redystrybucji oparte na symulacjach użyteczności zależą od wysoce kontrowersyjnej teorii dobrobytu i nie są bardziej solidne ani obiektywne niż inne rodzaje moralnych ocen (Hausman & McPherson, 2008, s. 245), w których zawierają się etyczne kryterium sprawiedliwości oraz preferencje i doktryny społeczne. Ostatecznie jednak zarówno z perspektywy efektywności, jak i tej zakorzenionej w ocenach normatywnych formułowane są postulaty o zapotrzebowaniu na redystrybucję.

W literaturze podkreśla się, że walka z ubóstwem i nierównościami dochodowymi poprzez redystrybucję jest obowiązkiem etycznym firm społecznie odpowiedzialnych (Vives, 2006, s. 42). Praktyki uznawane za przejaw CSR wnoszą wkład w proces redystrybucji poprzez m.in. walkę z ubóstwem na zasadzie filantropii i etycznie motywowane systemy wynagradzania. Filantropia korporacyjna pokrywa się z dyskrejonalnym wymiarem społecznej odpowiedzialności w piramidzie A. Carrola, zaś sprawiedliwe systemy wynagradzania – bardzo znaczące zwłaszcza w korporacjach międzynarodowych<sup>9</sup> – z wymiarem etycznym (Baron, 2009, s. 10). W wymiarze legalnym, czyli w odpowiedzi na koordynację zaprogramowaną przez władzę publiczną, społecznie odpowiedzialne przedsiębiorstwa przestrzegają reguł dotyczących wynagrodzeń pracowników (np. płacy minimalnej), co również ma znaczenie dla skali redystrybucji. Koronnym przykładem walki z nierównościami dochodowymi są wdrażane przez przedsiębiorstwa prywatne programy mikrofinansów. Programy te reprezentują w niektórych przypadkach model biznesowy przedsiębiorstwa, a zatem są przykładem zintegrowania wymiaru etycznego z wymiarem ekonomicznym CSR.

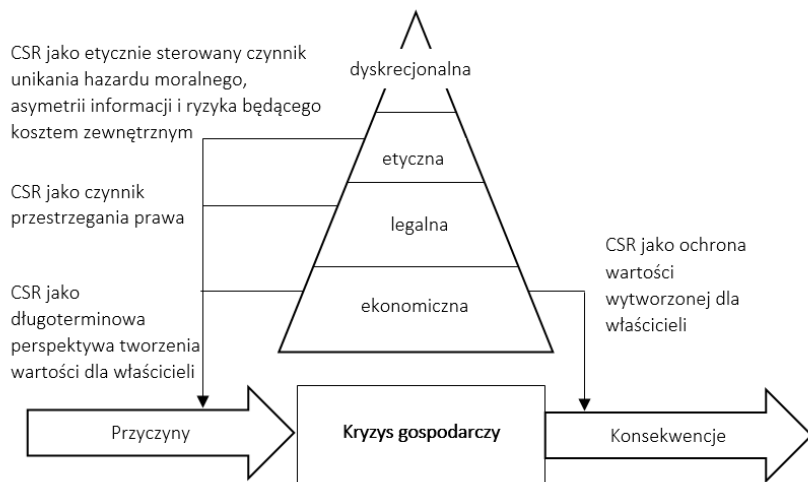
### 4. CSR jako mechanizm stabilizacji

Trzecim fundamentalnym zagadnieniem ekonomii dobrobytu jest stabilność gospodarki. Zagadnienie to jest szczególnie aktualne ze względu na kryzys 2008+ i wynikające z niego zastrzeżenia pod adresem neoklasycznej teorii ekonomii

<sup>8</sup> Innym punktem odniesienia do analizy redystrybucji jest kryterium kompensacji Kaldora-Hicksa, będące rozwinięciem modelu efektywności w sensie Pareto.

<sup>9</sup> Przykłady przytacza G. Heal (2005, s. 392–393).

i finansów. Właśnie on jest najczęściej analizowanym kontekstem rozważania relacji pomiędzy CSR a zjawiskami kryzysowymi. Z tej przyczyny stabilizacyjna rola CSR zostanie zilustrowana w większości badaniach zjawiska kryzysu 2008+. W literaturze wskazuje się na dwojaki wkład CSR w stabilność gospodarki: może redukować ryzyko niestabilności (oddziaływanie na przyczyny kryzysu) oraz redukować skutki niestabilności (oddziaływanie na konsekwencje kryzysu). Schematyczne ujęcie tych zależności prezentuje rysunek 3.



Rysunek 3. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw jako czynnik stabilności gospodarki

Źródło: Opracowanie własne

Przyczyny kryzysu finansowego 2008+ są makro- i mikroekonomiczne, związane z decyzjami przedsiębiorstw i osób fizycznych. W wyniku bardziej szczegółowej eksploracji decyzji przedsiębiorstw, szczególnie instytucji finansowych, najczęściej wyróżnia się następujące stymulanty kryzysu: hazard moralny, łamanie reguł prawa (działanie niezgodnie z duchem prawa), nieuczciwość względem interesariuszy, asymetria informacji i pogoń za krótkoterminowymi zyskami (Farhi & Tirole, 2012, s. 63; Laux & Leuz, 2009, s. 826; Pontell i in., 2014, s. 1–13; Sikka, 2009, s. 868–873; Sen, 2009, s. 3). Problemy te mają wyraźny trzon behawioralny (Boddy, 2011, s. 255–259). Znalazło to przełożenie na intensywne badania nad etycznym podłożem zjawisk kryzysowych (Lewis i in., 2010, s. 77). Dla eskalacji zjawisk niepożądanych w systemie finansowym istotny był też czynnik organizacyjny: zbyt ryzykowna polityka inwestycyjna banków stymulowana kulturą bonusów w systemach wynagradzania (Doś, 2016, s. 19) oraz polityka zatrudnienia (Boddy, 2011, s. 255–259).

Po kryzysie z 2008 roku dostrzeżona została potrzeba restrukturyzacji społecznego kontraktu pomiędzy społeczeństwem a sektorem bankowym, uwzględniająca efekty zewnętrzne hazardu moralnego, asymetrii informacji i ryzyka

w celu zapewnienia stabilności gospodarki (Doś & Wieczorek-Kosmala, 2016, s. 233–255; Mullineux, 2011, s. 437). Potencjał CSR w zakresie redukcji przywołanych problemów – jak wskazują badania empiryczne – jest wieloraki:

- (1) poprawia transparentność (redukcja asymetrii informacji) (San-Jose i in., 2011, s. 151),
- (2) poprawia ocenę ryzyka i prewencję destabilizacji (Yeung, 2011, s. 103–115),
- (3) zmniejsza ryzyko przestępstw gospodarczych i nadużyć poprzez poprawę kontroli wewnętrznej (Rodgers i in., 2015, s. 871),
- (4) chroni interesy właścicieli w perspektywie długoterminowej (Cornett i in., 2016, s. 137; Jizi i in., 2014, s. 601).

CSR może też oddziaływać na skutki dekonstrukcji. Badania empiryczne wykazały, że podczas kryzysu 2008–2009 przedsiębiorstwa o wyższym zaangażowaniu w CSR generowały znacząco wyższy zwrot z inwestycji niż pozostałe, miały niższy koszt kapitału, były bardziej dochodowe i ich wartość rosła szybciej. Obserwacje te interpretuje się jako ewidencję korzyści płynących z zaufania zbudowanego w fazie przekryzysowej i trwałego nawet w warunkach ogólnego spadku zaufania do przedsiębiorstw (Lins i in., 2017, s. 1785–1824; Amiraslani i in., 2017, s. 1–3). Podobne wnioski płyną z badań dotyczących innych kryzysów (Schmietz & Epstein, 2005, s. 327). Dowiedziono też, że CSR jako strategia dywersyfikacji produktu skutkuje mniejszą wrażliwością na szoki popytowe w sektorze i że zyski społecznie odpowiedzialnych firm są mniej cykliczne (Albuquerque i in., 2018, s. 4451).

## 5. Podsumowanie

Przeprowadzona analiza literatury światowej ukazuje, że rezultatem CSR może być dobrowolne dostarczanie dóbr publicznych, generowanie pozytywnych efektów zewnętrznych, redukcja negatywnych efektów zewnętrznych<sup>10</sup>, redukcja asymetrii informacji, łagodzenie nierówności dochodowych oraz stabilizowanie gospodarki. Syntetycznie zaprezentowane korzyści płynące z wielowymiarowej społecznej odpowiedzialności biznesu dowodzą, że autoregulacja w formie CSR może wydatnie wspomóc cele z obszaru dobrobytu, które trudno zrealizować wyłącznie w oparciu o mechanizm rynkowy i koordynację prowadzoną przez władzę publiczną. CSR jest zatem ważnym elementem ładu społeczno-gospodarczego. Oznacza to, że na gruncie ekonomii należy wyartykułować zapotrzebowanie na CSR, który stanowi też istotny element reorientacji w kierunku rozwoju zrównoważonego. Jednocześnie ukazanie wielowymiarowego wkładu CSR w dobrobyt wymaga rewizji narracji w literaturze naukowej z tego obszaru i zwrócenia uwagi nie tylko na koszty i korzyści związane z CSR rozpatrywane w perspektywie mikroekonomicznej, ale także na jej szersze efekty społeczno-gospodarcze.

<sup>10</sup> Część autorów definiuje nawet społeczną odpowiedzialność jako „obowiązek reagowania na efekty zewnętrzne, które kreuje przedsiębiorstwo” (Salazar, 2009, s. 230) lub jako program działań ukierunkowanych na redukcję kosztów zewnętrznych (Heal, 2005, s. 387; Crouch, 2006, s. 1534).

---

**Bibliografia**

- Albuquerque, R., Koskinen, Y., & Zhang, C. (2018). Corporate social responsibility and firm risk: Theory and empirical evidence. *Management Science*, 65(10), 4451–4469. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2018.3043>
- Amiraslani, H., Lins, K.V., Servaes, H., & Tamayo, A. (2017). A matter of Trust? The bond market benefits of corporate social capital during the financial crisis. *ECGI Working Paper Series in Finance*, 2–33.
- Arnold, R.A. (1997). *Economics*. Mason: Cengage Learning.
- Bagnoli, M., & Watts, S.G. (2003). Selling to socially responsible consumers: Competition and the private provision of public goods. *Journal of Economics & Management Strategy*, 12(3), 419–445. <https://doi.org/10.1111/j.1430-9134.2003.00419.x>
- Baron, D.P. (2009). A positive theory of moral management, social pressure, and corporate social performance. *Journal of Economics & Management Strategy*, 18(1), 7–43. <https://doi.org/10.1111/j.1530-9134.2009.00206.x>
- Besley, T., & Ghatak, M. (2007). Retailing public goods: The economics of corporate social responsibility. *Journal of Public Economics*, 91(9), 1645–1663. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2007.07.006>
- Boddy, C.R. (2011). The corporate psychopaths' theory of the global financial crisis. *Journal of Business Ethics*, 102(2), 255–259. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0810-4>
- Bowen, H.R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper.
- Brammer, S., Jackson, G., & Matten, D. (2012). Corporate social responsibility and institutional theory: New perspectives on private governance. *Socio-Economic Review*, 10(1), 3–28. <https://doi.org/10.1093/ser/mwr030>
- Brønn, P.S., & Vidaver-Cohen, D. (2009). Corporate motives for social initiative: Legitimacy, sustainability, or the bottom line? *Journal of Business Ethics*, 87(1), 91–109.
- Carnegie, A. (1906). The gospel of wealth. *North American Review*, 183(599), 526–537.
- Carroll, A.B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497–505. <https://doi.org/10.2307/257850>
- Carroll, A.B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Carroll, A.B., & Shabana, K.M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International*

- Journal of Management Reviews*, 12(1), 85–105. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x>
- Chen, L.C., Evans, T.G., & Cash, R.A. (1999). Health as a global public good. W: I. Kaul, I. Grunberg & M.A. Stern (red.), *Global public goods: international cooperation in the 21st century* (s. 284–304). New York: Oxford University Press.
- Cornes, R., & Sandler, T. (1996). *The theory of externalities, public goods, and club goods*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cornett, M.M., Erhemjants, O., & Tehranian, H. (2016). Greed or good deeds: An examination of the relation between corporate social responsibility and the financial performance of US commercial banks around the financial crisis. *Journal of Banking & Finance*, 70, 137–159. <https://doi.org/10.1016/j.bankfin.2016.04.024>
- Crouch, C. (2006). Modelling the firm in its market and organizational environment: Methodologies for studying corporate social responsibility. *Organization Studies*, 27(10), 1533–1551. <https://doi.org/10.1177%2F0170840606068255>
- De Groot, R.S., Wilson, M.A., & Boumans, R.M.J. (2002). A typology for the classification, description and valuation of ecosystem functions, goods and services. *Ecological Economics*, 41(3), 393–408. [https://doi.org/10.1016/S0921-8009\(02\)00089-7](https://doi.org/10.1016/S0921-8009(02)00089-7)
- Dhaliwal, D.S., Li, O.Z., Tsang, A., & Yang, Y.G. (2011). Voluntary nonfinancial disclosure and the cost of equity capital: The initiation of corporate social responsibility reporting. *Accounting Review*, 86(1), 59–100.
- Doś, A. (2016). Bonusy w sektorze bankowym – instytucjonalizacja wyzysku? *Etyka Biznesu i Zrównoważony Rozwój. Interdyscyplinarne Studia Teoretyczno-Empiryczne*, 19, 19–30.
- Doś, A., & Wieczorek-Kosmala, M. (2016). Ryzyko, efekty zewnętrzne i konflikty interesów w strukturze kapitałowej banków – ujęcie teoretyczne. *Finanse. Czasopismo Komitetu Nauk o Finansach PAN*, 1(9), 233–255.
- Farhi, E., & Tirole, J. (2012). Collective moral hazard, maturity mismatch, and systemic bailouts. *American Economic Review*, 102(1), 60–93. <https://doi.org/10.1257/aer.102.1.60>
- Fisher, B., Turner, R.K., & Morling, P. (2009). Defining and classifying ecosystem services for decision making. *Ecological Economics*, 68(3), 643–653.
- Graafland, J., & Mazereeuw-Van der Duijn Schouten, C. (2012). Motives for corporate social responsibility. *De Economist*, 160(4), 377–396.
- Hausman, D.M., & McPherson, M. (2008). The Philosophical Foundations of Mainstream Normative Economics. W: D.M. Hausman (red.), *The philosophy of economics: an anthology* (s. 226–250). Cambridge: Cambridge University Press.

- Heal, G. (2005). Corporate social responsibility: An economic and financial framework. *Geneva Papers on Risk and Insurance – Issues and Practice*, 30(3), 387–409.
- Hochman, H.M., & Rodgers, J.D. (1969). Pareto optimal redistribution. *American Economic Review*, 59(4), 542–557.
- Jizi, M.I., Salama, A., Dixon, R., & Stratling, R. (2014). Corporate governance and corporate social responsibility disclosure: Evidence from the US banking sector. *Journal of Business Ethics*, 125(4), 601–615.
- Kaul, I., Grunberg, I., & Stern, M.A. (1999). Global public goods: concepts, policies and strategies. W: I. Kaul, I. Grunberg & M.A. Stern (red.), *Global public goods: international cooperation in the 21st century* (s. 450–507). New York: Oxford University Press.
- Kim, Y., Park, M.S., & Wier, B. (2012). Is earnings quality associated with corporate social responsibility? *Accounting Review*, 87(3), 761–796. <https://doi.org/10.2308/accr-10209>
- Kitzmüller, M., & Shimshack, J. (2012). Economic perspectives on corporate social responsibility. *Journal of Economic Literature*, 50(1), 51–84. <https://doi.org/10.1257/jel.50.1.51>
- Kotchen, M.J. (2006). Green markets and private provision of public goods. *Journal of Political Economy*, 114(4), 831–834.
- Krueger, A.O. (1990). Government failures in development. *Journal of Economic Perspectives*, 4(3), 9–23.
- Laux, C., & Leuz, C. (2009). The crisis of fair-value accounting: Making sense of the recent debate. *Accounting, Organizations and Society*, 34(6–7), 826–834. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2009.04.003>
- Lee, M.D.P. (2008). A review of the theories of corporate social responsibility: Its evolutionary path and the road ahead. *International Journal of Management Reviews*, 10(1), 53–73. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2007.00226.x>
- Lewis, V., Kay, K.D., Kelso, C., & Larson, J. (2010). Was the 2008 financial crisis caused by a lack of corporate ethics? *Global Journal of Business Research*, 4(2), 77–84.
- Lins, K.V., Servaes, H., & Tamayo, A. (2017). Social capital, trust, and firm performance: The value of corporate social responsibility during the financial crisis. *The Journal of Finance*, 72(4), 1785–1824. <https://doi.org/10.1111/jofi.12505>
- Lu, C.W., & Chueh, T.S. (2015). Corporate social responsibility and information asymmetry. *Journal of Applied Finance & Banking*, 5(3), 105–122.
- Lund, B. (2019). The state. W: M. Powell (red.), *Understanding the mixed economy of welfare* (s. 41–45). Bristol: Policy Press.
- Mueller, D.C. (Ed.). (1997). *Perspectives on public choice: a handbook*. Cambridge University Press.

- Mullineux, A. (2011). The public duties and social responsibilities of big British banks. *International Advances in Economic Research*, 17(4), 436–450. <https://doi.org/10.1007/s11294-011-9319-y>
- Ostrom, V., & Ostrom, E. (1999). Public goods and public choices. W: M.D. McGinnis (red.), *Polycentricity and local public economies. Readings from the workshop in political theory and policy analysis* (s. 75–107). Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Pontell, H.N., Black, W.K., & Geis, G. (2014). Too big to fail, too powerful to jail? On the absence of criminal prosecutions after the 2008 financial meltdown. *Crime, Law and Social Change*, 61(1), 1–13. <https://doi.org/10.1007/s10611-013-9476-4>
- Poskrobko, B. (2013). Paradygmat zrównoważonego rozwoju jako wiodący kanon w badaniu nowych obszarów ekonomii. *Ekonomia i Środowisko*, 3(46), 10–24.
- Ramachandran, V. (2011). Strategic corporate social responsibility: a ‘dynamic capabilities’ perspective. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 18(5), 285–293.
- Rodgers, W., Söderbom, A., & Guiral, A. (2015). Corporate social responsibility enhanced control systems reducing the likelihood of fraud. *Journal of Business Ethics*, 131(4), 871–882. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2152-5>
- Salazar, J., & Husted, B.W. (2009). Principals and agents: Further thoughts on the Friedmanite critique of corporate social responsibility. W: A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon, & D. Siegel (red.), *The Oxford handbook of corporate social responsibility* (s. 303–326). Oxford: Oxford University Press.
- San-Jose, L., Retolaza, J.L., & Gutierrez-Goiria, J. (2011). Are ethical banks different? A comparative analysis using the radical affinity index. *Journal of Business Ethics*, 100(1), 151–173. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0774-4>
- Schnietz, K.E., & Epstein, M.J. (2005). Exploring the financial value of a reputation for corporate social responsibility during a crisis. *Corporate Reputation Review*, 7(4), 327–345. <http://dx.doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540230>
- Schwab, R.M., & Zampelli, E.M. (1987). Disentangling the demand function from the production function for local public services: The case of public safety. *Journal of Public Economics*, 33(2), 245–260. [https://doi.org/10.1016/0047-2727\(87\)90076-4](https://doi.org/10.1016/0047-2727(87)90076-4)
- Sen, A. (2009). Capitalism beyond the crisis. *New York Review of Books*, 56(5), 1–8.
- Sikka, P. (2009). Financial crisis and the silence of the auditors. *Accounting, Organizations and Society*, 34(6–7), 868–873. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2009.01.004>
- Stiglitz, J.E. (1989). Markets, market failures, and development. *American Economic Review*, 79(2), 197–203. <https://doi.org/10.7916/D8BK1PD1>
- Stiglitz, J.E. (1999). Knowledge as a global public good. W: I. Kaul, I. Grunberg & M.A. Stern (red.), *Global public goods: International cooperation in the*

- 
- 21st century* (s. 308–325). New York: Oxford University Press. doi: <https://doi.org/10.1093/0195130529.003.0015>
- Stiglitz, J.E. (2004). *Ekonomia sektora publicznego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Vives, A. (2006). Social and environmental responsibility in small and medium enterprises in Latin America. *Journal of Corporate Citizenship*, 21, 39–50.
- Vogel, D.J. (2005). Is there a market for virtue?: The business case for corporate social responsibility. *California Management Review*, 47(4), 19–45. <https://doi.org/10.1177%2F000812560504700401>
- Yeung, S. (2011). The role of banks in corporate social responsibility. *Journal of Applied Economics and Business Research*, 1(2), 103–115.