

Spółeczna (nie)odpowiedzialność biznesu

Autor: **Bogusław Marzec**

Artykuł zawiera fragmenty książki: Bogusław Marzec Wzrost gospodarczy w teorii i praktyce. Teksty publikowane jako working papers wyrażają poglądy ich Autorów – nie są oficjalnym stanowiskiem Instytutu Misesa.

Spółeczna odpowiedzialność biznesu znana też ze skrótu CSR (Corporate Social Responsibility) oznacza uczestnictwo przedsiębiorstw w projektach i inicjatywach na rzecz społeczności lokalnej. Przejawia się to zazwyczaj w sponsorowaniu imprez sportowych, projektów wspierających kulturę lub ochronę zdrowia, działaniach na rzecz ochrony środowiska naturalnego, a także prowadzeniu akcji charytatywnych. Działalność przedsiębiorstw w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu jest pozytywnie postrzegana przez wiele środowisk, ma dobrą prasę i jest wdzięcznym tematem dla różnego rodzaju ekspertów oraz specjalistów od marketingu i wizerunku przedsiębiorstw. Taka forma społecznej odpowiedzialności biznesu ma też krytyków. Są oni postrzegani jako doktrynerzy i ludzie bez serca, stąd być może ich głos nie przebija się do opinii publicznej. Warto jednak poznać argumenty obu stron i wyrobić sobie zdanie na ten temat.

Zwolennicy odpowiedzialności społecznej biznesu twierdzą, że przedsiębiorstwa to nie tylko jednostki gospodarcze, lecz także instytucje wtopione w środowisko społeczne. Na przedsiębiorstwie ciąży moralny obowiązek odpowiedniego zachowania się względem wszystkich podmiotów, które są związane z jego działalnością. Działania na rzecz społeczeństwa zapewne są kosztowne i nie przynoszą natychmiastowych zysków dla przedsiębiorstwa, ale w ujęciu długookresowym przyczyniają się do poprawy warunków życia ludzi związanych z przedsiębiorstwem i społecznością lokalnej. Do korzyści społecznych można zaliczyć poprawę stanu środowiska naturalnego, edukowanie społeczeństwa, propagowanie postaw dobroczynnych, rozwój sportu, kultury itd.

Przeciwnicy działalności społeczno-kulturalnej prowadzonej przez przedsiębiorstwa twierdzą, że w przeciwieństwie do zwolenników CSR w długim okresie taka działalność jest niekorzystna dla społeczeństwa, a zadaniem przedsiębiorstwa jest realizacja celów jego właścicieli, a najczęściej występującym celem jest maksymalizacja zysku. Jak stwierdził Milton Friedman, jedynym

obowiązkiem przedsiębiorstwa wobec społeczeństwa jest dążenie do zysku w ramach obowiązującego prawa. Działalność społeczna przedsiębiorstwa oznacza, że oprócz kryterium zysku przedsiębiorstwo kieruje się także racjami politycznymi, a zarządzający przedsiębiorstwem budują wśród społeczności lokalnej swój pozytywny wizerunek albo chcą uniknąć „niekorzystnej prasy”. Narzucone w ten sposób koszty w sposób nieunikniony zostaną przerzucone na konsumentów poprzez wyższe ceny lub na pracowników poprzez niższe płace albo na akcjonariuszy poprzez niższe stopy zwrotu z zainwestowanego kapitału.

Aby zobrazować skutki, jakie towarzyszą działalności przedsiębiorstw w ramach CSR, przeprowadźmy eksperyment myślowy: Przyjmijmy hipotetyczną sytuację: W niezbyt dużym mieście ok. 10 tys. Mieszkańców funkcjonuje nieduży, ale jak na lokalne warunki znaczący zakład pracy zatrudniający ok. 700 pracowników. Przypuśćmy, że jego właściciel, mając dość użerania się ze związkami zawodowymi i nękania przez urząd skarbowy oraz mając na względzie postulaty działaczy społecznych i tzw. autorytetów masowo propagowane przez media, postanowił spełnić ich socjalistyczne postulaty w sensie dosłownym. W tym celu zlikwidował zakład pracy, zdemontował i sprzedał wszystkie urządzenia produkcyjne łącznie z halą fabryczną, a uzyskane w ten sposób pieniądze rozdał potrzebującym. Myślę, że taki pomysł nie wzbudziłby entuzjazmu nawet wśród działaczy lewicowych, nie mówiąc już o pracownikach zlikwidowanego zakładu pracy, którzy teraz są byłymi pracownikami utrzymującymi się z zasiłku dla bezrobotnych. Przedsiębiorca, który wcześniej był posądzany o wyzysk i niską wrażliwość społeczną, teraz jest oskarżany o to, że zabrał pracownikom ich miejsca pracy. W ten oto sposób liczba potrzebujących wzrośnie, bo podarowane pieniądze kiedyś się skończą, a przedsiębiorca drugi raz już fabryki nie sprzeda. Każdy chyba przyzna, że skutki społeczne likwidacji fabryki były jednoznacznie negatywne tym bardziej, że kooperanci fabryki (głównie dostawcy materiałów) będą zmuszeni zmniejszyć zatrudnienie o kolejne 700 osób.

Przypuśćmy, że przedsiębiorca nie zlikwidował całej fabryki tylko jeden z wydziałów produkujący niszowy wyrób i zatrudniający 105 pracowników czyli ok. 15% ogółu zatrudnionych w fabryce, a pieniądze uzyskane ze sprzedaży urządzeń rozdane potrzebującym. Reakcja na takie posunięcie byłaby podobna jak w poprzednim przypadku lecz znacznie mniej intensywna, ponieważ skala utraty miejsc pracy i również liczba obdarowanych będzie odpowiednio mniejsza.

Zmieńmy teraz optykę i wyobraźmy sobie, że do naszego miasteczka przyjechał przedsiębiorca z zamiarem wybudowania tam fabryki, ale zamiast tego pieniądze przeznaczone na fabrykę rozdał potrzebującym. Będzie chwalony pod niebiosa, noszony na rękach i okrzyknięty człowiekiem o złotym sercu. Nikomu przez myśl nie przejdzie, że lepiej byłoby, żeby zamiast rozdawać pieniądze potrzebującym, środki te zainwestować w działalność produkcyjną, choć z poprzedniego przykładu jednoznacznie wynika, że takie rozwiązanie byłoby znacznie lepsze.

Przypuśćmy teraz, że przedsiębiorca jednak wybudował fabrykę, ale nie w pełnym wymiarze, jak planował na początku, tylko pomniejszoną o dział produkujący niszowy wyrób, który zatrudniałby 105 osób a pieniądze zaplanowane na zakup wyposażenia tego działu rozdał potrzebującym. Ocena takiego postępowania będzie analogiczna jak z pierwszego przykładu mówiącego o redukcji tego działu. Lepiej byłoby, aby zamiast rozdawać pieniądze potrzebującym, wybudować linię produkcyjną i zatrudnić 105 osób.

Idźmy dalej w rozważaniach, załóżmy, że przedsiębiorca wybudował fabrykę w niepełnym wymiarze (bez działu zatrudniającego 105 osób) w stosunku do początkowych zamierzeń ponieważ na tyle wystarczyło mu środków. W tej sytuacji pojawia się pytanie: Czy przedsiębiorca po uruchomieniu fabryki powinien akumulować wypracowaną nadwyżkę finansową i za zgromadzone oszczędności rozbudować fabrykę o brakujący dział niszowej produkcji, czy też zgodnie z postulatem lewicowych aktywistów przeznaczyć nadwyżkę finansową na wydatki związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu? Czy lepiej dać rybę czy wędkę?

Na pewno znajdą się tacy, którzy powiedzą – i jedno i drugie. Zawsze jednak można podnieść argument, że środki, które mogłyby zostać przeznaczone na działalność w ramach CSR można zainwestować w działalność badawczo-rozwojową lub rozbudowę mocy produkcyjnych w innym mieście.

Społeczna odpowiedzialność biznesu byłaby neutralna dla gospodarki, gdyby była realizowana kosztem wydatków udziałowców firm na ich cele prywatne czyli na konsumpcję. wtedy byłoby to neutralne dla wzrostu gospodarczego. Nie uległaby zmianie suma zarówno oszczędności, jak i wydatków konsumpcyjnych. W rzeczywistości udziałowcy, kiedy przyjdzie im zdecydować, jak podzielić zysk wypracowany przez ich firmę, nie zrezygnują z dotychczasowego stylu życia i nie

zmniejszą kwoty przeznaczoną na konsumpcję, tylko mniejszą kwotę przeznaczoną na inwestycje.

Zachowanie proporcji między wydatkami na inwestycje a konsumpcją (w tym na CSR) można osiągnąć jedynie w sytuacji, w której działalność charytatywna będzie finansowana wyłącznie z prywatnej kieszeni.

Finansowanie przez przedsiębiorstwa działalności kulturalno-rozrywkowej w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu powoduje kilka niekorzystnych zjawisk, niedostrzegalnych na pierwszy rzut oka przez przeciętnego obywatela. Bezrobotni nie zdają sobie sprawy, że działalność przedsiębiorstw w ramach CSR pozbawia ich szansy znalezienia w przyszłości pracy, a obywatele posiadający pracę nie zdają sobie sprawy, że nadal będą mieli bezrobotnych na utrzymaniu. Ponadto zaniechanie działań w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu i związany z tym spadek bezrobocia powodują zmniejszenie zapotrzebowania na działalność charytatywną, ponieważ zmniejsza się liczba osób wymagających wsparcia przez instytucje pomocy społecznej, a wzrasta baza podatkowa gminy lub miasta, która jest źródłem finansowania wszelkiego rodzaju imprez kulturalnych i sportowych. Prowadzenie działalności charytatywno-sponsorskiej kosztem inwestycji i spychanie na dalszy plan interesu właścicieli wywołują mechanizm utraty konkurencyjności przedsiębiorstwa, co prowadzi wprost do wzrostu bezrobocia i zubożenia społeczeństwa.

Przeprowadźmy kolejny eksperyment myślowy. Załóżmy, że sumę pieniędzy, która została wydana albo ma być wydana na imprezę zorganizowaną w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu, podzielimy między ludzi potencjalnie mogących w niej uczestniczyć. Następnie organizujemy tę imprezę, ale odpłatnie. Koszt biletu byłby równy kwocie, jaka zostałaby podarowana potencjalnym uczestnikom imprezy. Niech teraz każdy z nas odpowie sobie, ilu byłoby chętnych do uczestnictwa w tej imprezie. Prawdopodobnie niewielu. Każda inicjatywa uszczęśliwiania obywatela czymkolwiek za jego pieniądze jest ograniczeniem jego wolności. Człowiek jest tym bogatszy, im więcej ma dóbr pożądaných albo większą możliwość wyboru.

Społeczna odpowiedzialność biznesu znalazła miejsce w obowiązującym prawie. Na razie tylko w zakresie sprawozdawczym. Obowiązek raportowania działalności w ramach CSR w sprawozdaniach finansowych spółek kapitałowych krajów unijnych został wprowadzony dyrektywą 2014/95/UE. Kto nie wykaże się

odpowiednio wysoką „rozzrutnością z dobrego serca”, ten zostanie napiętnowany przez różnego rodzaju organizacje pozarządowe o charakterze lewicowym, czyli przez ich znakomitą większość. Niestety, przeciwnicy wzrostu gospodarczego poczynili kolejny krok w swojej działalności i CSR zostało zastąpione przez ESG (Enviroment, Social, Governance). Teraz spółki będą musiały się tłumaczyć, dlaczego tak mało środków przeznaczyły na przeciwdziałania zmianom klimatu, na ochronę środowiska, w jakim stopniu stosują recykling i inne działania kryjące się pod hasłem Enviroment. Pod pojęciem Social kryje się głównie działalność społeczna (CSR). Governance to spełnienie postulatów feministek odnośnie do parytetów na stanowiskach dyrektorskich i podlizywanie się związkom zawodowym. Wstąpiliśmy na „europejską ścieżkę rozwoju”, w której ramach doszliśmy do punktu, gdzie instytucje państwowe (Plan Junckera, fundusze unijne i inne instytucje zajmujące się tzw. pomocą dla przedsiębiorstw i stymulowaniem wzrostu gospodarczego) w coraz szerszym zakresie zajmują się biznesem, a przedsiębiorstwa – w ramach ESG – w coraz większym stopniu zajmują się działalnością społeczną. Jedni i drudzy biorą się za działalność, do której nie zostali powołani i na której się nie znają. Złośliwi mówią, że CSR i ESG to współczesne nazwy „czynów społecznych”, znanych w socjalizmie. Drogi czytelniku, nie kupuj produktów wytwarzanych przez firmy zajmujące się CSR. Pieniądze na tę działalność zawierają się w cenie produktu¹.

Warszawa, 12.02.2023 r