

**PRACE NAUKOWE**

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

**RESEARCH PAPERS**

of Wrocław University of Economics

**288**

# **Spółeczna odpowiedzialność organizacji**

## **W poszukiwaniu paradygmatów, metodologii i strategii**



Redaktorzy naukowi

**Zdzisław Pisz**

**Magdalena Rojek-Nowosielska**



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu  
Wrocław 2013

Redaktor Wydawnictwa: Dorota Pitulec  
Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz  
Korektor: Barbara Cibis  
Łamanie: Małgorzata Czupryńska  
Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:  
[www.ibuk.pl](http://www.ibuk.pl), [www.ebscohost.com](http://www.ebscohost.com),  
The Central and Eastern European Online Library [www.ceeol.com](http://www.ceeol.com),  
a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon  
[http://kangur.uek.krakow.pl/bazy\\_ae/bazekon/nowy/index.php](http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php)

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się  
na stronie internetowej Wydawnictwa  
[www.wydawnictwo.ue.wroc.pl](http://www.wydawnictwo.ue.wroc.pl)

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie  
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu  
Wrocław 2013

**ISSN 1899-3192**  
**ISBN 978-83-7695-369-4**

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk: Drukarnia TOTEM

## Spis treści

<b>Wstęp</b> .....	9
<b>Tomasz Brzozowski</b> , Zrównoważony rozwój i społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw jako fundamenty nowego modelu biznesowego .....	11
<b>Ewa Gluszek</b> , Wykorzystywanie inicjatyw społecznych w budowaniu atrybutów dobrej reputacji przedsiębiorstwa .....	22
<b>Ewa Jastrzębska</b> , Społeczna odpowiedzialność liderów CSR w Polsce – wyniki badań.....	37
<b>Stanisław Kamiński</b> , Zawodność rynku a odpowiedzialna realizacja zadań publicznych przez przedsiębiorstwa .....	49
<b>Katarzyna Klimkiewicz</b> , Wizerunek przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialnego – analiza treści komunikatów .....	57
<b>Janusz Kroik, Jan Skonieczny</b> , Oblicza odpowiedzialności społecznej w strategii przedsiębiorstwa .....	70
<b>Alicja Krzepicka, Jolanta Tarapata</b> , Strategia CSR, czyli tworzenie wspólnej wartości .....	84
<b>Paweł Kuźbik</b> , Strategiczna mapa interesariuszy klubu piłkarskiego .....	95
<b>Ewa Mazur-Wierzbicka</b> , Ekologiczna odpowiedzialność przedsiębiorstw w ramach CSR – korzyści dla przedsiębiorców .....	106
<b>Dominika Mirońska, Piotr Zaborek</b> , Analiza wrażliwości polskich nabywców indywidualnych na działania z zakresu marketingu społecznego podejmowane przez wytwórców dóbr i usług konsumpcyjnych .....	115
<b>Aleksandra Paszkiewicz</b> , Raportowanie zintegrowane jako przejaw ewolucji sprawozdawczości finansowej .....	126
<b>Adrian Pyszka</b> , Tworzenie społecznie odpowiedzialnych innowacji (SOI) z perspektywy kosztów transakcyjnych.....	138
<b>Marcin Ratajczak</b> , Ekorozwój jako podstawa odpowiedzialnego biznesu (CSR) w obszarze środowiska naturalnego .....	151
<b>Janusz Reichel</b> , <i>Homoresponsabilis</i> – edukacja globalna na rzecz społecznej odpowiedzialności w szkolnictwie zawodowym.....	160
<b>Piotr Rogala</b> , Raporty społeczne – doświadczenia i dylematy.....	173
<b>Agata Rudnicka</b> , Rynek FairTrade w wybranych krajach Unii Europejskiej .	182
<b>Ewa Stawicka</b> , Znaczenie kodeksów etycznych w małych i średnich przedsiębiorstwach .....	190
<b>Magdalena Stefańska</b> , Podstawy teoretyczne i ewolucja pojęcia społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) .....	198

<b>Dorota Teneta-Skwiercz</b> , Istota i zasady funkcjonowania funduszy odpowiedzialnego inwestowania.....	212
<b>Monika Wilewska</b> , CSR przedsiębiorstw dużych i z sektora MSP – podobieństwa i różnice .....	224
<b>Przemysław Wolczek</b> , Raportowanie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w Polsce.....	234
<b>Adam Zawadzki</b> , Outsourcing w koncepcji społecznej odpowiedzialności organizacji.....	249
<b>Halina Zboroń</b> , CSR – ku nowemu paradygmatowi.....	259

## Summaries

<b>Tomasz Brzozowski</b> , Sustainable development and corporate social responsibility as the basis for new business model .....	21
<b>Ewa Głuszek</b> , Social initiatives in building key ingredients of star-quality corporate reputation .....	36
<b>Ewa Jastrzębska</b> , Social responsibility of CSR leaders in Poland – results of research .....	48
<b>Stanisław Kamiński</b> , Market failure and responsible public tasks performance by enterprises .....	56
<b>Katarzyna Klimkiewicz</b> , Image of a socially responsible firm – results of a content analysis.....	69
<b>Janusz Kroik, Jan Skonieczny</b> , Faces of social responsibility in corporate strategy .....	83
<b>Alicja Krzepicka, Jolanta Tarapata</b> , CSR strategy as common value creation .....	94
<b>Paweł Kuźbik</b> , Strategic stakeholder’s map of sports organizations.....	105
<b>Ewa Mazur-Wierzbicka</b> , Environmental responsibility in CSR – benefits for the entrepreneurs.....	114
<b>Dominika Mirońska, Piotr Zaborek</b> , Analysis of Polish consumers’ sensitivity to the cause related marketing activities undertaken by producers of consumer goods and services .....	125
<b>Aleksandra Paszkiewicz</b> , Integrated reporting as an aspect of financial reporting evolution .....	137
<b>Adrian Pyszka</b> , Creating Socially Responsible Innovations considering transaction costs .....	150
<b>Marcin Ratajczak</b> , Sustainability as the basis of responsible business (CSR) in the environmental area.....	159
<b>Janusz Reichel</b> , <i>Homoresponsabilis</i> – global education for social responsibility in vocational education.....	172
<b>Piotr Rogala</b> , Social responsibility reports – experiences and dilemmas.....	181

---

<b>Agata Rudnicka</b> , FairTrade market in old and new EU countries .....	189
<b>Ewa Stawicka</b> , Meaning of ethical codes in small and medium enterprises ...	197
<b>Magdalena Stefańska</b> , Theoretical background and evolution of the definition of CSR .....	211
<b>Dorota Teneta-Skwiercz</b> , Essence and rules of SRI's performance .....	223
<b>Monika Wilewska</b> , CSR in SMEs and in large enterprises – similarities and differences.....	233
<b>Przemysław Wolczek</b> , Corporate Social Responsibility reporting in Poland	248
<b>Adam Zawadzki</b> , Outsourcing in the concept of corporate social responsibility .....	258
<b>Halina Zboroń</b> , CSR – towards the new paradigm .....	270

**Stanisław Kamiński**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

---

## ZAWODNOŚĆ RYNKU A ODPOWIEDZIALNA REALIZACJA ZADAŃ PUBLICZNYCH PRZEZ PRZEDSIĘBIORSTWA

---

**Streszczenie:** W niniejszym artykule przedstawiono autorską koncepcję kryterium społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Kryterium to odnosi się do firm uczestniczących w realizacji zadań publicznych poprzez quasi-rynki i nawiązuje do mechanizmów zawodności rynku. Generalnie rzecz biorąc, w tym ujęciu społecznie odpowiedzialne przedsiębiorstwo, realizując zadanie publiczne, samodzielnie koryguje skutki występowania mechanizmów zawodności rynku.

**Słowa kluczowe:** społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw, zadanie publiczne, quasi-rynek, zawodność rynku.

### 1. Wstęp

Jednym z kluczowych problemów badawczych w obszarze społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw (SOP) jest kwestia wyznaczenia kryterium oddzielającego przedsiębiorstwa, które można ocenić jako społecznie odpowiedzialne, od tych, które nie spełniają warunków do tego koniecznych. Jednoznaczne określenie takiego kryterium jest zadaniem niezwykle trudnym, między innymi ze względu na wielowymiarowość pojęcia SOP. Odpowiedzialność firmy może się bowiem wyrażać w różnorodnych formach i w stosunku do licznych grup interesariuszy umiejscowionych wewnątrz lub na zewnątrz przedsiębiorstwa.

W literaturze przedmiotu można spotkać propozycje ogólnego wyznacznika odpowiedzialności przedsiębiorstw. Na przykład według Campbella „firmy, po pierwsze, nie powinny świadomie robić niczego, co mogłoby szkodzić ich interesariuszom (a szczególnie inwestorom, pracownikom, klientom, dostawcom czy społeczności lokalnej, w której działają). Po wtóre, jeśli jednak w wyniku ich działalności doszłoby do wyrządzenia szkody, wówczas – jak tylko uzyskają wiedzę na temat powstałej szkody – muszą ją naprawić i zadośćuczynić wszystkim zainteresowanym

stronom<sup>1</sup>. Tak określone kryterium oceny wydaje się jednak niezwykle trudne, o ile nie niemożliwe, do spełnienia. Interesy poszczególnych grup interesariuszy są zazwyczaj po części sprzeczne, a zatem uniknięcie szkody dla jednej z nich może się wiązać ze szkodą dla innej. Ponadto zadośćuczynienie wszystkim zainteresowanym stronom może przekraczać możliwości przedsiębiorstwa bądź zdominować jego podstawową działalność.

Inne definicje SOP wyszczególniają obszary społecznej odpowiedzialności. W swoim często przywoływanym modelu A.B. Carroll wymienia cztery jej rodzaje: odpowiedzialność ekonomiczną, prawną, etyczną i filantropijną, przy czym każdy kolejny rodzaj oparty jest na szerszym, pełniejszym rozumieniu odpowiedzialności<sup>2</sup>. W tego rodzaju ujęciach kryterium społecznej odpowiedzialności nie jest dwubiegowe, lecz ma charakter skali porządkowej. Oznacza to między innymi, że przedsiębiorstwo może być mniej lub bardziej odpowiedzialne społecznie. W praktyce zastosowanie takiego kryterium jest również problematyczne, określone przedsiębiorstwa bowiem mogą spełniać część wymagań z zakresu odpowiedzialności wyższego rzędu (np. etycznej), nie w pełni wywiązując się ze zobowiązań charakterystycznych dla odpowiedzialności niższego rzędu (np. ekonomicznej). W takiej sytuacji kwalifikacja danego przedsiębiorstwa staje się dyskusyjna.

Punkt wyjścia do dalszych rozważań stanowi jedna z cech sektora rynkowego – jest on silnie zróżnicowany pod wieloma względami, między innymi w zakresie form organizacyjno-prawnych przedsiębiorstw, ich wielkości, przedmiotu działalności oraz charakterystyki interesariuszy. Dlatego też uzasadnione wydaje się podejście, zgodnie z którym dla różnych grup przedsiębiorstw wyznaczane są odmienne kryteria społecznej odpowiedzialności. Celem niniejszego opracowania jest określenie tego rodzaju kryterium dla firm, które uczestniczą w realizacji zadań publicznych. Proponowana koncepcja odnosi się do mechanizmów zawodności rynku. Przeprowadzona analiza dotyczy przede wszystkim przedsiębiorstw zaangażowanych w dostarczanie publicznych usług społecznych poprzez uczestnictwo w tzw. quasi-rynkach.

## 2. Podstawowe mechanizmy zawodności rynku

Generalnie rzecz biorąc, zawodność rynku rozumiana jest jako sytuacja, w której rynek na dane dobro lub usługę nie powstaje bądź też nie funkcjonuje efektywnie. W literaturze przedmiotu zawodność rynku najczęściej jest kojarzona z następującymi pojęciami: dobra publiczne, niedoskonała konkurencja, efekty zewnętrzne, niedoskonała informacja<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Cyt. za: M. Rojek-Nowosielska, *Modelowe ujęcie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, [w:] *Społeczna odpowiedzialność organizacji. Polityczna poprawność czy obywatelska postawa?*, red. Z. Pisz, M. Rojek-Nowosielska, Prace Naukowe UE we Wrocławiu nr 220, Wrocław 2011, s. 32.

<sup>2</sup> M. Rybak, *Etyka menedżera – społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, PWN, Warszawa 2004, s. 29-30.

<sup>3</sup> Zob. P.A. Samuelson, W.D. Nordhaus, *Ekonomia*, T. 1, PWN, Warszawa 2006, s. 457.

Dobra publiczne charakteryzują dwie podstawowe cechy: niekonkurencyjność w konsumpcji i niewykluczalność. Pierwsza z nich oznacza, że konsumpcja dobra przez jedną osobę nie wyklucza udziału innych osób w jego konsumpcji (krańcowy koszt dodatkowego konsumenta wynosi zero)<sup>4</sup>. Niewykluczalność sprawia, że z konsumpcji danego dobra nie można nikogo wykluczyć, co w praktyce oznacza brak odpłatności za nie.

Niedoskonała konkurencja pojawia się, gdy ograniczona liczba podmiotów po stronie podaży powoduje, że cena określonego produktu lub usługi nie jest wyłącznie wypadkową działania mechanizmu rynkowego, lecz jest kształtowana przez pojedyncze podmioty. Zazwyczaj taka sytuacja ma miejsce na rynkach, gdzie występują korzyści skali i/lub bariery wejścia na dany rynek. Skrajną formą niedoskonałej konkurencji jest monopol<sup>5</sup>.

Efekty zewnętrzne powstają, gdy działalność danego przedsiębiorstwa wpływa na podmioty, które nie są stroną transakcji zawieranych na rynku przez to przedsiębiorstwo. Oznacza to między innymi, że efekty te nie są uwzględniane w decyzjach i rachunku ekonomicznym przedsiębiorstwa oraz jego kontrahentów. Efekty zewnętrzne mogą mieć zarówno negatywny, jak i pozytywny charakter<sup>6</sup>.

Problem niedoskonałej informacji występuje, gdy uczestnicy rynku nie posiadają pełnej wiedzy o produktach/usługach będących przedmiotem wymiany oraz innych czynnikach, które należy uwzględnić, podejmując racjonalne decyzje<sup>7</sup>. Szczególną formą tego problemu jest sytuacja asymetrii informacji, w której uczestnicy rynku różnią się pod względem zakresu posiadanej wiedzy, co może umożliwić stronom posiadającym przewagę informacyjną osiągnięcie korzyści kosztem pozostałych.

Pierwsza ze wskazanych przyczyn zawodności mechanizmu rynkowego dotyczy stosunkowo niedużej ilości dóbr i usług. Jednakże bardzo wiele rzeczywistych rynków charakteryzuje się niedoskonałą konkurencją, ograniczoną dostępnością informacji oraz występowaniem efektów zewnętrznych. Od indywidualnych właściwości tych rynków oraz skali wymienionych problemów zależy, w jakim stopniu ograniczeniu ulega ich efektywność oraz czy i w jakim stopniu należy poddać je publicznym mechanizmom regulacji.

### 3. Sektor rynkowy a zadania publiczne

W drugiej połowie XX w. wiele państw znacząco rozszerzyło swoje zobowiązania dotyczące dostarczania obywatelom usług publicznych, a zwłaszcza usług społecznych<sup>8</sup>. Produkcję tych usług najczęściej powierzano wyspecjalizowanym podmiotom

<sup>4</sup> N. Barr, *Ekonomika polityki społecznej*, Wyd. Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 1993, s. 102.

<sup>5</sup> P.A. Samuelson, W.D. Nordhaus, wyd. cyt., s. 259-266.

<sup>6</sup> Tamże, s. 73.

<sup>7</sup> Tamże, s. 473.

<sup>8</sup> W. Rutkowski, *Współczesne państwo dobrobytu. Ekspansja, kryzys, spory*, Wyd. Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2009, s. 18.



publicznym. Można zatem powiedzieć, że w rzeczywistości społeczno-gospodarczej tych państw występowały równoległe dwa całkowicie odrębne modele usług:

- usługi publiczne – tworzone, regulowane, finansowane i dostarczane przez podmioty sektora publicznego;
- usługi rynkowe – tworzone i dostarczane przez podmioty sektora rynkowego, finansowane przez ich odbiorców, w ograniczonym zakresie regulowane przez podmioty publiczne.

W literaturze przedmiotu obydwie modele zostały poddane krytyce, której efektem było wskazanie omówionych wyżej mechanizmów zawodności rynku (*market failure*), a także mechanizmów zawodności sektora publicznego (*public failure*). Wśród tych ostatnich wymienia się między innymi nieefektywność biurokracji i centralnego planowania wynikającą z niepełnej informacji, brak bodźców do kontroli kosztów oraz zróżnicowane motywacje poszczególnych podmiotów publicznych, nie zawsze zgodne z interesem publicznym<sup>9</sup>.

W tej sytuacji, jak się wydaje, nie jest możliwe wskazanie jednego modelu optymalnego dla wszystkich dóbr i usług. Tym bardziej, że poszczególne dobra i usługi charakteryzują się szeregiem odmienności, które decydują o skali ujawniającej się zawodności oraz ich społecznym i ekonomicznym znaczeniu.

Pod koniec XX w. i później w wielu państwach dokonano istotnych zmian w formule produkcji oraz dostarczania usług publicznych. Zmiany te były uwarunkowane szeregiem przesłanek – od ideologicznych (jak w przypadku urynkwienia wielu usług publicznych przeprowadzonego przez konserwatywne rządy w Wielkiej Brytanii<sup>10</sup>) po pragmatyczne, związane z kryzysem finansów publicznych oraz poszukiwaniem oszczędności i możliwości bardziej efektywnego zaopatrywania obywateli w przysługujące im świadczenia. Wiele z tych zmian polegało na próbie stworzenia rozwiązań, które wykorzystywałyby zalety obu wspomnianych wyżej modeli, jednocześnie redukując ich wady.

Jednym z takich rozwiązań, które są współcześnie stosowane w zakresie dostarczania usług publicznych, jest tworzenie tzw. quasi-rynków. Zgodnie z definicją Le Granda i Bartletta, odnoszącą się do usług społecznych, quasi-rynków różnią się od typowego rynku trzema podstawowymi czynnikami:

- usługi są finansowane ze środków publicznych;
- siła nabywcza leży po stronie nie indywidualnego konsumenta, lecz publicznego podmiotu występującego w imieniu konsumentów;
- wśród konkurujących producentów usług mogą znajdować się placówki publiczne i organizacje pozarządowe, a zatem nie wszyscy uczestnicy rynku kierują się chęcią zysku<sup>11</sup>.

<sup>9</sup> Szerzej na ten temat zob. w: K. Walsh, *Public Services and Market Mechanisms. Competition, Contracting and the New Public Management*, Palgrave Macmillan, London 1995, s. 15-28.

<sup>10</sup> Szerzej na ten temat zob. w: M. Drakeford, *Private Welfare*, [w:] M. Powell (ed.), *Understanding the Mixed Economy of Welfare*, The Policy Press, Bristol 2007.

<sup>11</sup> Szerzej na ten temat zob. w: J. Le Grand, W. Bartlett, *Quasi-Markets and Social Policy*, Palgrave Macmillan, London 1993.

Usługa publiczna realizowana w ten sposób jest bezpłatna dla końcowego odbiorcy (o ile nie zastosowano mechanizmu współpłaty). Zazwyczaj usługobiorca może również dokonywać wyboru podmiotu dostarczającego usługę, co z jednej strony ma umożliwić uwzględnienie jego własnych preferencji, z drugiej zaś wprowadzić mechanizm konkurencji po stronie usługodawców. Przykładem quasi-ryнку jest zastosowanie w publicznej oświacie mechanizmu bonu edukacyjnego<sup>12</sup>.

Quasi-ryńki usług publicznych umożliwiają zatem ograniczone zastosowanie mechanizmów rynkowych w procesie produkcji oraz dostarczania usług publicznych. Stanowią tym samym ramy dla zaangażowania podmiotów prywatnych w sferę realizacji zadań publicznych. Należy w tym miejscu zwrócić uwagę na fakt, że uczestnictwo tych podmiotów w quasi-rynkach może być oparte na różnych mechanizmach formalnoprawnych, takich jak prawo zamówień publicznych, instytucja partnerstwa publiczno-prywatnego bądź innych, charakterystycznych dla poszczególnych państw.

#### **4. Kryterium odpowiedzialnej realizacji zadań publicznych przez przedsiębiorstwa**

Omówiona powyżej instytucja quasi-ryнку stanowi szczególne połączenie tradycyjnego modelu dostarczania usług publicznych i mechanizmów rynkowych, w oparciu o które są produkowane i dystrybuowane usługi niepubliczne. Tak rozumiany quasi-rynek może umożliwić wykorzystanie silnych stron sektorów publicznego i rynkowego, jednakże potencjalnie tworzy również przestrzeń dla ujawnienia się mechanizmów zawodności sektora publicznego i rynku. W tej sytuacji przede wszystkim od rodzaju zastosowanych regulacji oraz postaw zaangażowanych stron zależą ostateczne rezultaty funkcjonowania quasi-ryнку w wymiarze zarówno ekonomicznym, jak i społecznym.

Wydaje się zatem zasadne, że kryterium społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw uczestniczących w realizacji zadań publicznych, przy określonych regulacjach oraz określonej postawie publicznego zleceniodawcy, może stanowić rodzaj postawy przyjętej przez przedsiębiorstwo, przy czym postawa odpowiedzialna społecznie wyraża się poprzez samodzielne korygowanie występujących w danym przypadku mechanizmów zawodności rynku.

Powyzsze kryterium opiera się na założeniu, że na quasi-ryнку zadań publicznych mogą się ujawniać mechanizmy zawodności rynku. Założenie to wymaga weryfikacji, np. poprzez odniesienie do mechanizmów przedstawionych w części drugiej.

Jak się wydaje, quasi-rynek może rozwiązać problem dostarczania dóbr publicznych przez podmioty rynkowe, ponieważ zasadniczą przeszkodę w tym zakresie

---

<sup>12</sup> J. Le Grand, *Quasi-market versus state provision of public services: Some ethical considerations*, "Public Reason" 2011, Vol. 3, s. 81.

stanowi warunek niewykluczalności, a w konsekwencji braku odpłatności za korzystanie z takiego dobra. Tymczasem przedsiębiorstwo realizujące zadanie publiczne jest wynagradzane ze środków publicznych, może zatem nie pobierać odpłatności od końcowego użytkownika dobra.

Jednocześnie istnieją argumenty dowodzące, że pozostałe opisane mechanizmy zawodności rynku mogą ujawnić się na quasi-ryнку zadań publicznych. Z punktu widzenia problemu niedoskonałej konkurencji należy rozróżnić dwie sytuacje. Na etapie wyboru wykonawcy zadania konkurencja jest możliwa, jednakże w wielu wypadkach jest ona ograniczona przez bariery wejścia na rynek zdefiniowane przez publicznego zleceniodawcę, takie jak konieczność wpłaty wadium, wymagania dotyczące doświadczenia, potencjału ekonomicznego i kadrowego. Po wyborze wykonawcy realizatorem zadania jest zazwyczaj jeden podmiot, co odpowiada przypadkowi monopolu, oczywiście ograniczonego zapisami podpisanego kontraktu i innymi regulacjami. W tej sytuacji, zgodnie z zaproponowanym kryterium, społecznie odpowiedzialne przedsiębiorstwo powinno powstrzymać się od stosowania praktyk monopolistycznych, które są potencjalnie dostępne w ramach ograniczonych odnośnymi regulacjami.

W wyniku realizacji kontraktów zawieranych na quasi-ryнку zadań publicznych mogą pojawić się również negatywne efekty zewnętrzne. Dla przykładu niepubliczny zakład opieki zdrowotnej, który zawarł umowę z publicznym zleceniodawcą na świadczenie jedynie najlepiej wycenianych procedur medycznych, może przyczynić się do upadłości publicznej placówki świadczącej szeroki zakres usług, ponieważ w strukturze jej działalności wzrośnie udział nisko opłacanych świadczeń. W konsekwencji, przynajmniej przez pewien czas, mogą się pojawić trudności w dostępie pacjentów do niektórych procedur medycznych na obszarze działania tych placówek. Społecznie odpowiedzialne przedsiębiorstwo powinno zatem, podejmując decyzje dotyczące swojej działalności, brać pod uwagę skutki, jakie mogą one wywołać również w stosunku do osób i podmiotów niebędących stroną zawieranych transakcji.

Problem niedoskonałej informacji odnosi się do zadań publicznych realizowanych przez przedsiębiorstwa na różne sposoby. Zadania te są zazwyczaj standaryzowane w formie aktów prawnych bądź np. w dokumentacji przetargowej, jednakże w praktyce trudno sobie wyobrazić, by tego rodzaju standaryzacja obejmowała wszystkie parametry usług społecznych. Ponadto publiczny zleceniodawca nie dysponuje pełną wiedzą o zamiarach potencjalnych wykonawców co do sposobu, w jaki zamierzają oni świadczyć usługi. W konsekwencji wybór wykonawcy dokonywany jest w oparciu o ograniczony zakres informacji. W sytuacji, gdy występuje wielu zakontraktowanych wykonawców, np. w przypadku podstawowej opieki zdrowotnej, dodatkowy problem stanowi niepełna wiedza usługobiorców na temat usług świadczonych przez poszczególne placówki. Usługi społeczne bowiem mają złożony charakter, a ich jakość może się różnić chociażby w zależności od doświadczenia poszczególnych pracowników, a nawet ich kondycji psychofizycznej danego dnia. W konsekwencji usługobiorcy, dokonując wyboru, posiadają ograniczoną wiedzę

na temat rzeczystwej oferty poszczególnych usługodawców. Dlatego też społecznie odpowiedzialne przedsiębiorstwo, zgodnie z przyjętym kryterium, powinno dążyć do zapewnienia jak największej przejrzystości oraz stabilności parametrów usług świadczonych na zlecenie sektora publicznego, a także powstrzymać się od czerpania korzyści poprzez wykorzystanie niepełnej wiedzy usługobiorców na temat własnych praw, stanu zdrowia itp.

Rozważania te prowadzą do wniosku, że na quasi-rynkach zadań publicznych mogą pojawić się mechanizmy zawodności rynku w zakresie i formach w pewnym stopniu odmiennych niż w przypadku „czystych” rynków dóbr i usług. Ponadto przedstawione przykłady dowodzą, że zaproponowane wyżej ogólne kryterium społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw uczestniczących w realizacji zadań publicznych można zoperacjonalizować w postaci konkretnych zaleceń dla przedsiębiorstw, odnoszących się do poszczególnych mechanizmów zawodności rynku.

## 5. Zakończenie

Złożoność zagadnienia SOP jest zasadniczą przyczyną trudności, jakie sprawia jednoznaczne rozróżnienie przedsiębiorstw kierujących się zasadą społecznej odpowiedzialności oraz pozostałych firm. Proponowane w literaturze przedmiotu kryteria zazwyczaj odzwierciedlają ogólną ideę SOP, jednakże nie zawierają wskazówek dotyczących sposobu ich operacjonalizacji.

W niniejszym opracowaniu zaproponowano zatem kryterium SOP odnoszące się jedynie do wybranej grupy przedsiębiorstw – uczestniczących w realizacji zadań publicznych za pośrednictwem quasi-rynków. Tego rodzaju ograniczenie zakresu przedmiotowego analizy ma swoje zalety, jak również wady. Z jednej strony zaproponowane kryterium w większym stopniu poddaje się operacjonalizacji, dzięki odniesieniu do bardziej jednorodnej grupy przedsiębiorstw oraz ściśle określonych teorii z zakresu ekonomii. Jednakże z drugiej strony upowszechnienie takiego podejścia oznacza konieczność opracowania oddzielnych kryteriów dla pozostałych przedsiębiorstw, co z kolei wywołuje zagadnienie ich porównywalności. Rozstrzygnięcie tych dylematów wykracza jednak poza ramy niniejszego opracowania i wymagałoby przeprowadzenia oddzielnej analizy. Na podstawie powyższych rozważań można jedynie stwierdzić, że interesująca wydaje się zwłaszcza możliwość odniesienia mechanizmów zawodności rynku do przedsiębiorstw oferujących dobra i usługi o charakterze rynkowym.

Ponadto proponowane kryterium odnosi się przede wszystkim do odpowiedzialności przedsiębiorstw wobec interesariuszy zewnętrznych. Jego praktyczne zastosowanie wymagałoby zatem uzupełnienia w postaci odniesienia się do problemu wewnętrznej odpowiedzialności przedsiębiorstw.

## Literatura

- Barr N., *Ekonomika polityki społecznej*, Wyd. Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 1993.
- Drakeford M., *Private Welfare*, [w:] M. Powell (ed.), *Understanding the Mixed Economy of Welfare*, The Policy Press, Bristol 2007.
- Le Grand J., *Quasi-market versus state provision of public services: Some ethical considerations*, "Public Reason" 2011, Vol. 3.
- Le Grand J., Bartlett W., *Quasi-Markets and Social Policy*, Palgrave Macmillan, London 1993.
- Rojek-Nowosielska M., *Modelowe ujęcie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, [w:] *Społeczna odpowiedzialność organizacji. Polityczna poprawność czy obywatelska postawa?*, red. Z. Pisz, M. Rojek-Nowosielska, Prace Naukowe UE we Wrocławiu nr 220, Wrocław 2011.
- Rutkowski W., *Współczesne państwo dobrobytu. Ekspansja, kryzys, spory*, Wyd. Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2009.
- Rybak M., *Etyka menedżera – społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, PWN, Warszawa 2004.
- Samuelson P.A., Nordhaus W.D., *Ekonomia*, T. 1, PWN, Warszawa 2006.
- Walsh K., *Public Services and Market Mechanisms. Competition, Contracting and the New Public Management*, Palgrave Macmillan, London 1995.

### MARKET FAILURE AND RESPONSIBLE PUBLIC TASKS PERFORMANCE BY ENTERPRISES

**Summary:** The aim of the article is to introduce original concept of corporate social responsibility criterion. The criterion proposed refers to enterprises that perform public tasks through quasi-markets and market failure theory. In general, according to this criterion a company that is socially responsible autonomously corrects results of market failure mechanisms when performing public tasks.

**Keywords:** corporate social responsibility, public task, quasi-market, market failure.