



CERE
Centre for Environmental and Resource Economics



CSR ur ett nationalekonomiskt perspektiv

Tommy Lundgren

Centrum för miljö- och naturresursekonomi (CERE)

Umeå, Sweden

Introduktion

- Club of Rome 1972 (Limits), Bruntlandrapporten 1987
- Vad företag *frivilligt* gör för bidra till en ekonomiskt, miljömässigt och socialt uthållig utveckling.
- Fenomenet brukar kallas *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Definition CSR

- Då: utan regleringar - mer utsläpp än vi vill ha.
- Nu: företag *gör mer* än vad de är ålagda att göra enligt lag.
- Frivillig självreglering = CSR.
- Vad CSR inte är: "greenwashing".

Två typer av CSR

- Altruistisk CSR – ”offrar” vinst.
- Strategisk CSR – ”social” vinstmaximering.
- Altruistisk eller strategisk CSR – ägarnas preferenser/motivering.

CSR och preferenser

	Aktieägare		
Marknaden och andra intressenter (stakeholders)		Sociala preferenser	Neoklassiska preferenser
	Sociala preferenser	(1) Altruistisk CSR Blandad effekt på vinst	(2) Strategisk CSR Vinstmaximering
	Neoklassiska preferenser	(3) Altruistisk CSR Minskad vinst	(4) Ingen CSR Vinstmaximering

Motiv till (strategisk) CSR

- Marknader
 - Kunder
 - Anställda
 - Finansiella aktörer
- Reglerare/myndigheter
 - Förekomma
 - Höja kostnader för konkurrenter
- Aktivism/intressegrupper/media
 - Undvika konflikter och dålig publicitet

Får företag använda sina resurser till CSR?

- Strategisk CSR – inga problem.
- Atruistisk CSR – mer problematiskt.

Kan företag utöva CSR?

- Ja, om nån är villig att ta kostnaden.
- Produktdifferentiering möjliggör CSR.
- På konkurrensutsatta marknader svårt vältra över CSR-kostnader på kunder.

Bör företag engagera sig i CSR?

- Strategisk CSR potentiellt välfärdshöjande –good business = responsible business
- Altruistisk CSR skapar ej mervärde hos kunderna.
- Reglering eller självreglering? Privatekonomiska effekter kontra samhällsekonomiska effekter.

Ser vi att företag (inte) idkar CSR?

- Fattas inte exempel.
- T ex miljöavtal och produktcertifieringar.
- Frivilligt - netto nyttan positiv.

Vad säger forskningen om CSR?

- Porterhypotesen: "win-win"-regleringar
 - ✓ I vissa fall, men ej systematiskt
- CSR och finansiell prestanda
 - ✓ Data – vad mäts?
 - ✓ Kausalitet?

Vad säger forskningen om CSR?

- Marknader och CSR

- ✓ Arbetsmarknad – lön, produktivitet, lojalitet
- ✓ Kundmarknad – 1) prispremium gröna produkter, 2) sporrar kvalitetsförbättring/produktutveckling

- Regleringar/aktivism

- ✓ CSR för undvika framtida regleringar, flera exempel
- ✓ Stor myndighetsinsyn = mer CSR
- ✓ Engagerade samhällsmedborgare kan lokalt trigga CSR
- ✓ Regleringar sporrar intern miljömanagement

Sammanfattning

- Empiriskt stöd för strategisk CSR - ansvarsfull *business as usual* där marknader, aktivism och reglerande myndigheter spelar en avgörande roll för företagets beteende.
- Till stor del kan vi förklara observerad CSR som en konventionell ekonomisk anpassning till nya marknadsförhållanden.
- CSR väl integrerat med en strategi som präglar de flesta företags affärsmodell...
- ... vinstmaximering i traditionell mening fast med fokus på sociala värden.