

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 329

Rachunkowość na rzecz zrównoważonego rozwoju Gospodarka – etyka – środowisko

Redaktorzy naukowci
Danuta Dziawgo, Grażyna Borys



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2014

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, www.ebscohost.com,
w Dolnośląskiej Bibliotece Cyfrowej www.dbc.wroc.pl,
The Central and Eastern European Online Library www.ceeol.com,
a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon
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

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2014

ISSN 1899-3192
ISBN 978-83-7695-448-6

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk: Drukarnia TOTEM

Spis treści

Wstęp	9
Joanna Antczak: Informacje o środowisku w systemie rachunkowości	11
Anna Balicka: Sprawozdawczość środowiskowa w branży motoryzacyjnej..	19
Aleksandra Banaszekiewicz, Ewa Makowska: Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu w procesie zarządzania wartością firmy	28
Melania Bąk: Odpowiedzialność społeczna jako determinanta tworzenia zasobów niematerialnych przedsiębiorstwa	36
Ewa Chojnacka: Raportowanie danych w obszarach środowiskowym i społecznym w publicznych spółkach sektora energetycznego.....	45
Ewa Chojnacka: Sprawozdanie z działalności jako dokument służący raportowaniu danych ESG	54
Anna Doś, Joanna Błach: Rola przedsiębiorstwa w makrosystemie społeczeństwo – gospodarka – środowisko w świetle analizy raportów rocznych na przykładzie wybranych spółek sektora paliwowego.....	62
Justyna Dyduch: Analiza kosztów transakcyjnych instrumentów ochrony środowiska w wybranym przedsiębiorstwie.....	73
Renata Dyląg, Ewelina Puchalska: Wytyczne GRI w praktyce raportowania społecznego w Polsce	82
Paweł Dziekański: Koncepcja wskaźnika syntetycznego dla oceny sytuacji finansowej powiatów	98
Tomasz Gabrusewicz: Zdolność systemu rachunkowości w zakresie zaspokojenia potrzeb informacyjnych w realizacji koncepcji zrównoważonego rozwoju	109
Beata Gostomczyk: Ewidencja kosztów ekologicznych w układzie rodzajowym i funkcjonalnym.....	118
Piotr Gut: Solidarna odpowiedzialność za zobowiązania podatkowe w podatku VAT w warunkach polskich na tle rozwiązań europejskich.....	127
Ewa Hellich: Etyczny wymiar rachunkowości.....	136
Aldona Kamela-Sowińska: Finansyzacja gospodarki wyzwaniem dla rachunkowości	145
Elżbieta Klamut: Koszty ochrony środowiska a gospodarstwa rolne	152
Joanna Kogut: Etyka w rachunkowości a jakość sprawozdań finansowych ..	161
Tomasz Kondraszuk: Cel i zadania rachunkowości rolniczej w procesie zrównoważonego rozwoju gospodarstw wiejskich	172
Robert Kowalak: Kluczowe mierniki dokonań w zakładach gospodarowania odpadami.....	180

Joanna Krasodomska: Rachunkowość społeczna – perspektywa światowa i krajowa	191
Karolina Kwocińska: Relacje inwestorskie i raportowanie kapitału intelektualnego.....	198
Magdalena Ligus: Zrównoważony rozwój systemu elektroenergetycznego Polski – analiza opłacalności i możliwości rozwoju energetyki odnawialnej	206
Adam Lulek: Znaczenie informacji środowiskowych pochodzących ze sprawozdawczości spółek paliwowych dla inwestorów giełdowych.....	215
Marta Mazurowska: Rachunkowość na rzecz zrównoważonego rozwoju	225
Anna Nowak: Problemy pomiaru społecznej odpowiedzialności biznesu	232
Edward Nowak: Zakres ujawnień informacji w sprawozdaniu z działalności	241
Ewa Spigarska: Różnorodność metod ustalania opłaty za odpady i zasad segregacji odpadów na przykładzie miast wojewódzkich jako jeden z problemów systemu gospodarowania odpadami	250
Arleta Szadziewska: Prezentowanie informacji na temat społecznej odpowiedzialności w sprawozdawczości zewnętrznej przedsiębiorstw.....	261
Elżbieta Izabela Szczepankiewicz: Zintegrowane sprawozdanie przedsiębiorstwa jako narzędzie komunikacji z interesariuszami	271
Piotr Szczypa: Współczesne wyzwania rachunkowości przedsiębiorstw w gospodarce zrównoważonego rozwoju.....	282
Aldona Uziębło: Stosunek do standardów etycznych w biznesie w opiniach pracowników księgowości trójmiejskich przedsiębiorstw	291
Anna Wildowicz-Giegiel: Wyzwania przed sprawozdawczością finansową związane z raportowaniem o kapitale intelektualnym i społecznej odpowiedzialności	300
Jolanta Wiśniewska: Etyka w rachunkowości jako niezbędny element zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstwa i bezpieczeństwa obrotu gospodarczego.....	308
Aleksander Zawadzki: Standardy sprawozdawczości w zakresie środków unijnych w polskich spółkach notowanych na NewConnect	317
Joanna Zuchewicz: Sprawozdawczość jednostki społecznie odpowiedzialnej za swoje dokonania.....	326
Beata Zyznarska-Dworczak: Znaczenie zarządczej rachunkowości odpowiedzialności społecznej w przedsiębiorstwie	334

Summaries

Joanna Antczak: Information on environment in the accounting system.....	18
Anna Balicka: Environmental reporting in the automotive industry	27
Aleksandra Banaszekiewicz, Ewa Makowska: Concept of corporate social responsibility in the process of value based management	35

Melania Bąk: CSR as the determinant for creating non-material resources of an enterprise.....	44
Ewa Chojnacka: Reporting environment and social data in public companies in energy sector	53
Ewa Chojnacka: Report of the management board on operations as a document used to report ESG data	61
Anna Doś, Joanna Błach: The role of enterprise in macrosystem society – economy – environment in the light of the annual reports content analysis case study of selected Polish companies	72
Justyna Dyduch: Analysis of transaction costs of environmental protection instruments in a selected firm	81
Renata Dyląg, Ewelina Puchalska: GRI guidelines in the practice of social reporting in Poland	97
Paweł Dziekański: Concept of synthetic indicator for the assessment of financial situation of poviats	108
Tomasz Gabrusewicz: The ability of the accounting system to satisfy information needs in the concept of sustainable development.....	117
Beata Gostomczyk: Environmental costs register by their type and functionality	126
Piotr Gut: Joint and several responsibility for VAT liabilities in Poland in comparison with European solutions to that extent.....	135
Ewa Hellich: Ethical dimension of accounting.....	144
Aldona Kamela-Sowińska: Financilisation of economy as challenge for accounting	151
Elżbieta Klamut: Costs of environment protection vs. farms.....	160
Joanna Kogut: Accounting ethics vs. financial reporting quality	171
Tomasz Kondraszuk: Tasks and objectives of accounting in the process of agricultural sustainable development of rural households	179
Robert Kowalak: Key performance indicators for the waste disposal plants.	190
Joanna Krasodomska: Social accounting – the international and national perspective	197
Karolina Kwiecińska: Investor relations and intellectual capital reporting ...	205
Magdalena Ligus: Sustainable development of Polish power system – the analysis of effectiveness and the possibility of development of renewable energy sector.....	214
Adam Lulek: Significance of environmental information coming from reporting of fuel corporations for stock exchange investors.....	224
Marta Mazurowska: Accounting for sustainable development	231
Anna Nowak: Issues of measurement of corporate social responsibility	240
Edward Nowak: Scope of disclosing information in annual activity reports..	249
Ewa Spigarska: The diversity of methods for establishing fees for wastes and waste segregation rules on the example of voivodeship cities as one of the waste management problems.....	260

Arleta Szadziewska: Presenting social responsibility information in corporate external reports	270
Elżbieta Izabela Szczepankiewicz: Integrated report on socially responsible companies as a tool of communication with users.....	281
Piotr Szczypa: Modern challenges in the accounting of companies in sustainable development economy	290
Aldona Uziębło: An attitude to ethical standards in business in the opinions of employees of accounting department of tricity enterprises.....	299
Anna Wildowicz-Giegiel: Challenges of financial reporting associated with reporting the intellectual capital and the social responsibility of enterprise.....	307
Jolanta Wiśniewska: Ethics in accounting as an essential element of sustainable development of the enterprise and security of business transactions .	316
Aleksander Zawadzki: Standards of EU funds reporting in Polish companies listed on the NewConnect market.....	325
Joanna Zuchewicz: CSR in reporting entity's performance	333
Beata Zyznarska-Dworczak: The essence of managerial social responsibility accounting.....	341

Anna Nowak

Uniwersytet Szczeciński

PROBLEMY POMIARU SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZALNOŚCI BIZNESU

Streszczenie: Celem artykułu jest przedstawienie głównych aspektów i problemów związanych z mierzaniem wartości społecznej odpowiedzialności biznesu. W tym celu dokonano analizy literatury przedmiotu oraz fragmentu szerszych badań dotyczących sposobów pomiaru wpływu CSR (*corporate social responsibility*) na wartość przedsiębiorstwa. Jak wynika z najnowszych badań przeprowadzanych w Polsce, CSR nabiera strategicznego znaczenia w działalności gospodarczej, dlatego tak istotne stało się mierzenie jego materialnych i niematerialnych efektów. Niemniej w dalszym ciągu nie wypracowano spójnej koncepcji pomiaru wpływu CSR na kształtowanie wartości przedsiębiorstwa.

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność biznesu, zarządzanie wartością.

DOI: 10.15611/pn.2014.329.25

1. Wstęp

Zrównoważony rozwój, społeczna odpowiedzialność biznesu – terminy te są obecne w życiu gospodarczym od dłuższego czasu, jednak wciąż są definiowane na nowo. Współczesne rozumienie społecznej odpowiedzialności jest wieloaspektowe [Rojek-Nowosielska 2006, s. 37-40].

Początkowo formułowane definicje społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw (CSR – *corporate social responsibility*) były krótkie i nieliczne. Stopniowo przekształcały się one w coraz bardziej precyzyjne określenia, w których ujęto nie tylko szerokie grono interesariuszy, ale i obszary tej odpowiedzialności, a także zaczęto szukać jej powiązań z zyskownością i wymiernymi korzyściami dla przedsiębiorstwa [Kryk 2004, s. 62]. Przykładowo w 2010 r. M. Porter [Porter, Kramer 2011, s. 11] stworzył koncepcję „wspólnej wartości”, zdefiniowanej jako „polityki i praktyki wzmacniające konkurencyjność przedsiębiorstw, poprawiające równocześnie warunki ekonomiczne i społeczne w społecznościach w miejscu prowadzenia działalności”. Komisja Europejska, w wydanym w 2011 r. komunikacie: *Odnowiona strategia UE na lata 2011-2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw* [Komunikat Komisji... 2011], odnosi się do „odpowiedzialności przedsiębiorstw za ich wpływ na środowisko celem maksymalizacji tworzenia wspólnych

wartości dla ich właścicieli/udziałowców i innych zainteresowanych stron i społeczeństwa jako całości oraz rozpoznawania, zapobiegania i łagodzenia ich możliwych negatywnych skutków”.

W wyżej wymienionych definicjach można zauważyć dwie nowe perspektywy:

- wpływ przedsiębiorstwa i organizacji na otoczenie – konieczność świadomego zarządzania wpływem ekonomicznym, środowiskowym oraz społecznym, czyli powiązanie działań z zakresu CSR z podstawową działalnością biznesową,
- budowanie wspólnej wartości – poprzez CSR tworzona jest wartość dla przedsiębiorstwa, ale jednocześnie także dla jego interesariuszy.

Celem artykułu jest przedstawienie głównych problemów związanych z mierzeniem wartości społecznej odpowiedzialności biznesu.

2. Metodyka badań i przebieg procesu badawczego

W opracowaniu wykorzystano literaturę dotyczącą społecznej odpowiedzialności, a także z zakresu kształtowania i zarządzania wartością przedsiębiorstw. Posłużono się także metodą analizy źródeł oraz metodą dedukcji i indukcji.

3. Znaczenie CSR

Pod koniec 2011 r. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości przeprowadziła badania dotyczące wdrażania społecznej odpowiedzialności biznesu w Polsce. Analizując ich wyniki, można stwierdzić, że koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu nadal jest mało znana i nieczęsto wdrażana wśród przedsiębiorców [*Ocena stanu... 2012*].

Kluczowe wnioski z badania obejmują następujące stwierdzenia [*Ocena stanu... 2012*]:

1. Nie wszystkie jednostki przestrzegają prawa, które jest podstawą tego, aby realizować działania społecznie odpowiedzialne.

2. Na poziomie deklaracji stopień znajomości koncepcji CSR jest niewielki, a bardziej szczegółowe pytania dotyczące działań ukazują, iż pojęcie to jest niezrozumiałe dla badanych jednostek.

3. Działania w obszarze relacji z klientami i pracownikami, które badane przedsiębiorstwa uznawały za najistotniejsze, są tożsame ze wskazanymi w innych badaniach priorytetami działań, które przedsiębiorstwa powinny podejmować. Co druga wśród badanych spółek nie podejmuje działań w żadnym z obszarów CSR, mimo że wskazuje na istotność tych działań.

4. Za główną barierę wdrażania CSR uznawany jest przede wszystkim brak wiedzy i świadomości w zakresie CSR, a także złożoność tematu.

5. Wiele elementów organizacji stanowiących podstawę odpowiedzialności, a także kultury korporacyjnej przedsiębiorstwa, takich jak misja, wizja, nie ma formy pisemnej, co utrudnia integrowanie pracowników wokół tych zasad.

6. Istotnym aspektem, na który warto zwrócić uwagę, jest zarządzanie różnorodnością, a zwłaszcza eliminowanie dyskryminacji. Wyniki badania wskazują, że w procesie rekrutacji 14% pracodawców pyta kandydatów do pracy o posiadanie dzieci, a 11% o orientację seksualną. Wyniki te potwierdzają, że jest to obszar, w którym konieczne jest podjęcie szeregu działań – zarówno uświadamiających, jak i egzekwujących wymagania prawa.

7. Przedsiębiorstwa nie podejmują dialogu/konsultacji z interesariuszami tak- że w przypadku realizacji działań, które na tych interesariuszy będą miały wpływ. Może to być źródłem ryzyka związanego z niezadowoleniem interesariuszy.

8. Warto także zwrócić uwagę na brak budowania partnerstwa z interesariuszami zewnętrznymi (organizacjami pozarządowymi czy instytucjami i ośrodkami akademickimi), którzy mogliby usprawniać podejmowane przez przedsiębiorstwa działania, być generatorem innowacyjnych rozwiązań czy tworzyć efekt synergii dzięki połączeniu wiedzy i doświadczeń.

4. Efektywność działań CSR

Co roku przybywa przedsiębiorstw, które zachęczone efektami działań liderów w dziedzinie CSR, chcą wdrożyć zasady społecznej odpowiedzialności w swojej działalności. Jednak skąd wiadomo, że to, co przedsiębiorstwa robią w zakresie CSR, jest skuteczne i przynosi korzyści materialne? Istotną kwestią staje się efektywność.

Efektywność można zdefiniować jako sytuację, w której uzyskane efekty danego działania przewyższają koszty poniesione na jego realizację. Jednocześnie to, co efektywne, musi się odnosić do założonych celów działania [*Mierzenie efektywności...* 2012, s. 3].

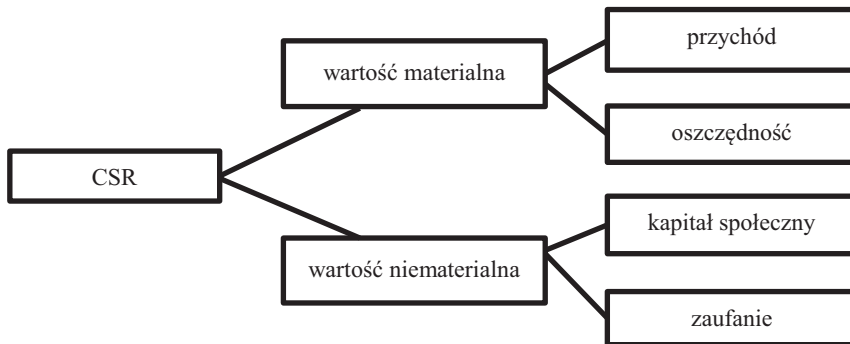
Ponieważ zarówno w Polsce, jak i na świecie CSR to dziedzina stosunkowo młoda, a zarazem oparta w znacznym stopniu na wartościach niematerialnych (rys. 1), takich jak kapitał intelektualny, kapitał społeczny, reputacja czy zaangażowanie, narzędzia mierzenia efektywności w sferze wartości niematerialnych są stale w fazie rozwoju. Szczególnie trudne wydaje się przełożenie efektów niematerialnych na konkretne dane, zwłaszcza finansowe – rachunkowość zdaje się nie nadążać za tym trendem. Wyjątkiem jest dziedzina ekologii, gdzie dosyć łatwo oszacować korzyści materialne i zastosować klarowne mierniki.

Poszczególne aspekty społeczne, środowiskowe oraz te, które są związane z ła- dem korporacyjnym, oddziałują na jedną lub więcej kategorii ekonomicznych, a po- przez nie – na klientów, pracowników lub dostawców. W działaniach związanych ze społeczną odpowiedzialnością problemem nie jest oszacowanie kosztów, lecz osza- cowanie przychodów.

Kolejnym istotnym zagadnieniem jest ocena i wycena kosztów oraz przycho- dów w dwóch płaszczyznach – z punktu widzenia przedsiębiorstwa i akcjonariuszy, a także z punktu widzenia otoczenia. Można tutaj rozpatrywać dwa przypadki (rys. 2):

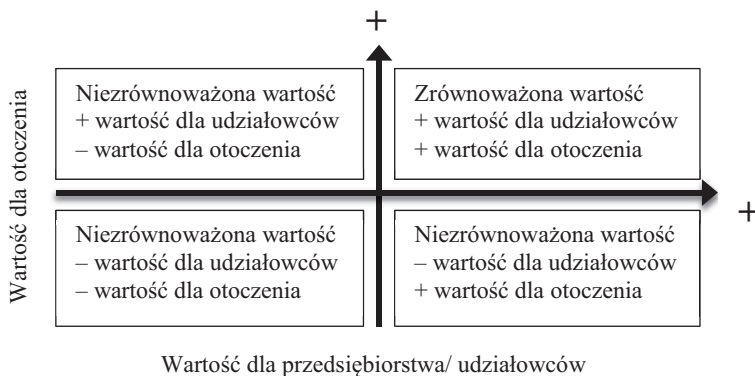
1) zarówno spółka, jak i otoczenie zyskują – działania opisywane przez M. Portera i M. Kramera w koncepcji wartości ekonomiczno-społecznej [Porter, Kramer 2011, s. 5],

2) w pozostałych przypadkach, np. kiedy przedsiębiorstwo zyskuje kosztem otoczenia lub otoczenie kosztem przedsiębiorstwa, nie można mówić o tworzeniu wartości, ale raczej o jej transferze.



Rys. 1. Pomiar efektywności CSR

Źródło: [Mierzenie efektywności... 2012, s. 4].



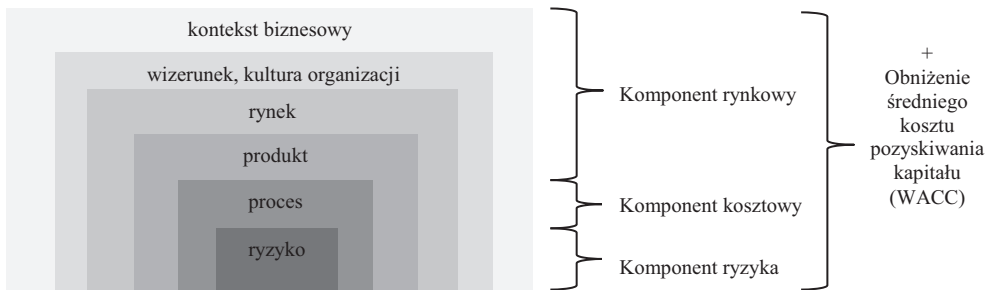
Rys. 2. Macierz transferu wartości

Źródło: [Laszlo 2008, s. 123].

Analizując korzyści z CSR, można je zredukować do trzech kategorii (rys. 3):

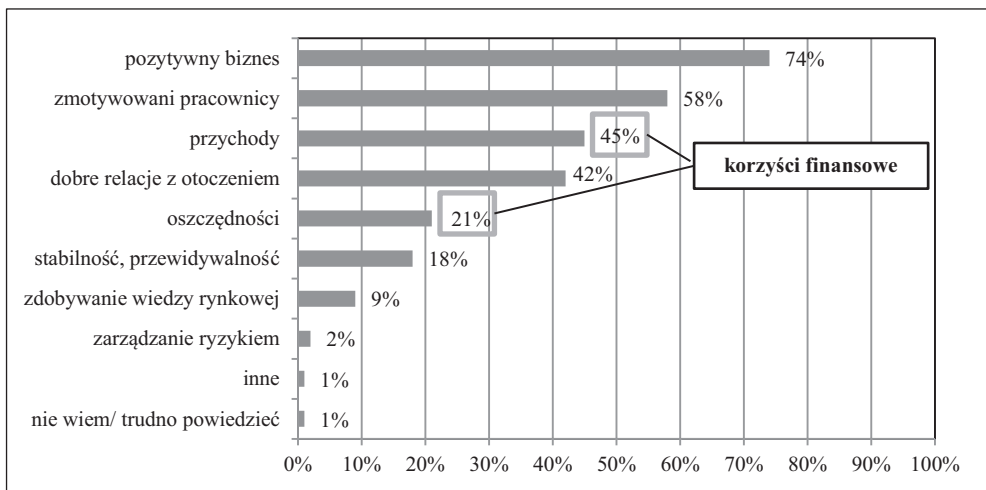
- odnosząca się do rynku,
- odnosząca się do oszczędności poprzez optymalizację procesów,
- odnosząca się do ryzyka.

W okresie recesji menedżer decydujący o wydatkowaniu ograniczonych środków zawsze wybierze projekt, który w sposób przejrzysty pokazuje prognozowane



Rys. 3. Obszar korzyści z CSR

Źródło: [Laszlo 2008, s. 155].



Rys. 4. Korzyści z wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju według opinii przedsiębiorców w Polsce

Źródło: [Ocena stanu... 2012]

korzyści, a nie taki, w przypadku którego są one niepewne i nie dają się ująć we wskaźniki typowe dla analizy projektów inwestycyjnych. Nawet jeśli spółka dysponuje dużym budżetem, to wydatki na niepewne projekty będą w pewnym stopniu ograniczone. Nie bez powodu tak istotna jest więc stopa zwrotu z inwestycji w społeczną odpowiedzialność czy konkretny projekt. Niemniej brak sposobu jej liczenia sprawia, że podejście do CSR jest mało precyzyjne, a społeczną odpowiedzialność przedsiębiorstw się marginalizuje. Istnieje prawdopodobieństwo, że bez skutecznych narzędzi zarządzania, które pozwalają ją mierzyć, CSR straci znaczenie jako koncepcja zarządzania.

5. Pomiar CSR

W 2008 r. w „The Economist” napisano [*Just Good Business* 2008, s. 5], że na przestrzeni ostatnich 35 lat przeprowadzono ponad 167 badań stwierdzających korelację między działaniami związanymi z CSR i korzyściami finansowymi. Jednocześnie dostępne są wyniki badań renomowanych ośrodków badawczych i firm konsultingowych, które jasno stwierdzają rolę CSR w kreowaniu wartości przedsiębiorstwa.

Trudności związane z mierzalnością wyników społecznej odpowiedzialności można rozpatrywać na różnych szczeblach analizy. W przypadku CSR, tak jak i w zarządzaniu ryzykiem, można zastosować narzędzia rachunkowości zarządczej, przede wszystkim zrównoważoną kartę wyników [Kaplan, Norton 2006], pozwalającą przełożyć długoterminowe cele na działania, które można określić w czasie i je monitorować. Na potrzeby CSR wystarczy uzupełnić tę kartę o zagadnienia związane ze zrównoważonym rozwojem, np. ochroną środowiska.

Tabela 1. Przykładowe mierniki zaangażowania na trzech poziomach: działania, ich wyniki oraz wpływ

Poziomy	Korzyści społeczne/środowiskowe	Korzyści biznesowe
Działania	<ul style="list-style-type: none"> – liczba zorganizowanych szkoleń i przeszkolonych osób, – liczba rozdanych materiałów, – pozyskane patronaty i partnerzy, – nakłady na działanie programu 	<ul style="list-style-type: none"> – wdrożenie systemu zarządzania, – uczestnictwo w programie lojalnościowym, – liczba pracowników zaangażowanych w działania
Wyniki działań	<ul style="list-style-type: none"> – ocena warsztatów przez uczestników, – zużycie surowców/paliwa/energii/wody, – ilość odpadów, – skrócenie czasu rekultywacji, – poziom odzysku surowców wtórnych, – ilość przetwarzanych odpadów przemysłowych, – wskaźnik substytucji węgla kamiennego przez paliwa alternatywne, – uspokojenie nastrojów społecznych 	<ul style="list-style-type: none"> – liczba publikacji w prasie i Internecie, – liczba i ranga przyznanych wyróżnień i certyfikatów, – liczba zgłaszanych i wdrożonych usprawnień, – poziom ryzyka wystąpienia awarii, – poziom satysfakcji pracowników/ klientów/ dostawców, – liczba zapytań ofertowych, – liczba wypadków przy pracy/zdarzeń potencjalnie wypadkowych, – wskaźnik częstotliwości/ciężkości wypadków, – zużycie surowców/paliwa/energii/wody na jednostkę produktu
Wpływ działań	<ul style="list-style-type: none"> – poziom emisji CO₂, – powstanie nowego podmiotu zatrudniającego beneficjentów 	<ul style="list-style-type: none"> – rozpoznawalność firmy, – wskaźnik fluktuacji, – poziom opłat środowiskowych, – przychody ze sprzedaży, – koszty utylizacji, – ekwiwalent reklamowy

Źródło: [*Mierzenie efektywności...* 2012, s. 16].

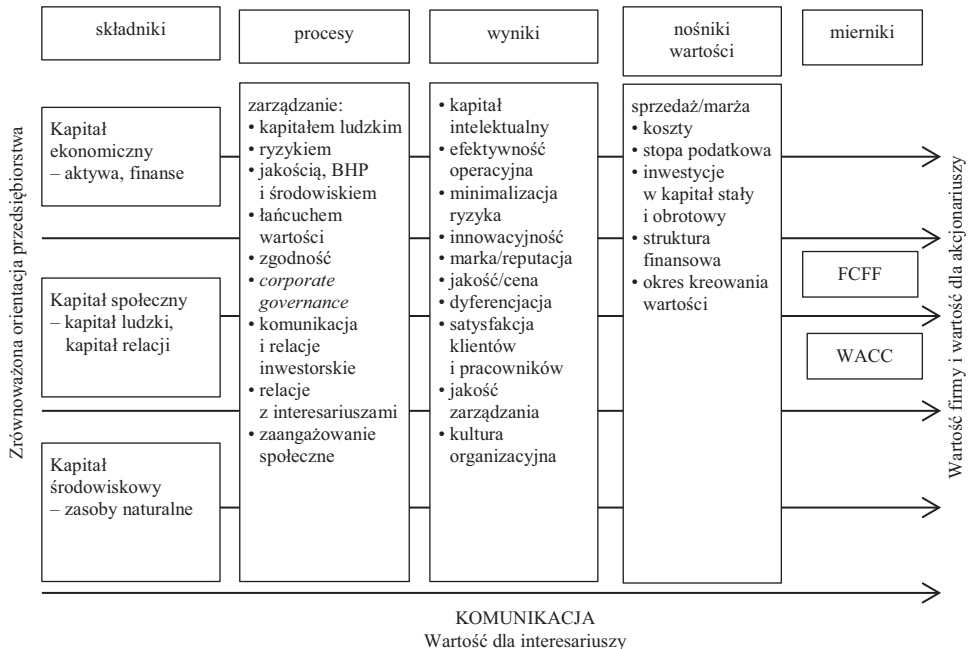
Każdy z aspektów budowy wartości dla interesariuszy przekłada się na stosowny wskaźnik finansowy zapisany po stronie przychodów bądź po stronie kosztów. Zsumowanie wszystkich aspektów finansowych oraz odliczenie stosownej płatności (np. podatki, czy oprocentowanie kredytów/obligacji) pozwoli na ustalenie rynkowej wartości przedsiębiorstwa.

Analizując praktyki stosowane przez firmy, można stwierdzić, iż weryfikują one swoje zaangażowanie na trzech poziomach – działań, ich wyników oraz ich wpływu – na korzyści społeczne, środowiskowe lub biznesowe, przy zastosowaniu odpowiednich mierników (tab. 1).

W swoich raportach przedsiębiorstwa stwierdzają, że używają wskaźników na potrzeby ustalenia korzyści społecznych i środowiskowych. Jednak ciągle brakuje odpowiedniego zdefiniowania i sposobu mierzenia celów CSR w przełożeniu na biznes. Przedsiębiorstwa wykorzystują mierniki finansowe, które na ogół odnoszą się do nakładów i działań, ewentualnie ich wyników i produktów, i rzadko są wyraźnie powiązane z biznesem, czyli konkretną i mierzalną korzyścią.

Powyższe spostrzeżenia można zobrazować poprzez wykorzystanie klasycznej klasyfikacji nośników wartości Rappaporta [1998] (rys. 5), oraz sprowadzenie wartości materialnych i niematerialnych do dwóch zmiennych:

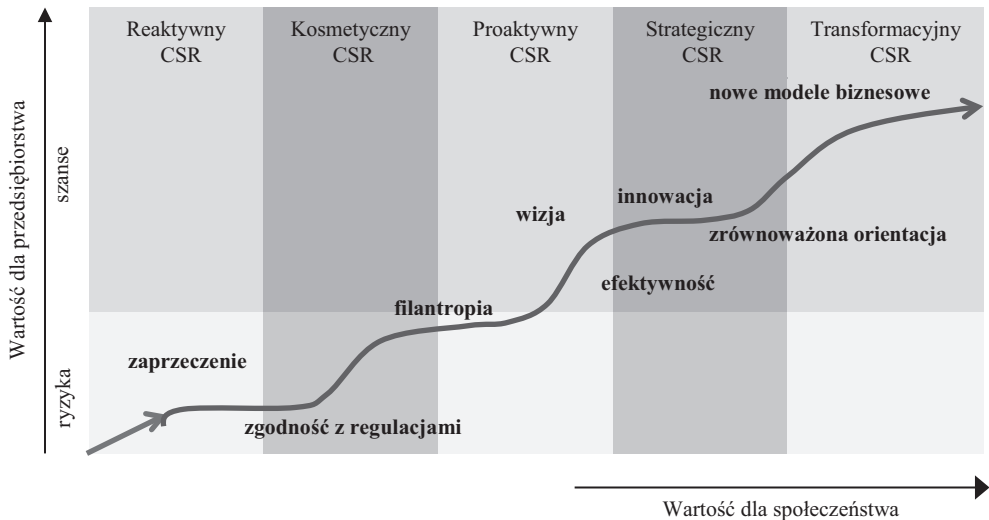
- wolnych przepływów pieniężnych (FCFF) generowanych przez przedsiębiorstwo,



Rys. 5. Mierniki wartości CSR

Źródło: [Makuch 2011].

- stopy dyskontowej wykorzystywanej do kalkulacji obecnej wartości FCFF, czyli kosztu zewnętrznego finansowania przedsiębiorstwa (WACC).



Rys. 6. Proces budowy wartości przez CSR

Źródło: [Makuch 2010].

Przedsiębiorstwa, przechodząc od minimalizacji ryzyka do wykorzystania szans wynikających z CSR, tworzą własną wartość, budując równocześnie wartość dla interesariuszy. W ich przypadku kluczowym momentem zwrotnym jest etap wizji zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu, leżący w gestii liderów organizacji. Dopiero od tego momentu zaczyna się pojawiać potencjał strategicznego uwzględniania CSR w działaniach, a w konsekwencji – przełożenia CSR na przewagę konkurencyjną i realne wartości pieniężne.

6. Zakończenie

Z kryzysem 2008 r. wiąże się zachwianie zaufania do koncepcji zarządzania wartością. Podważane są zarówno jej fundamenty, jak i możliwości jej skutecznego stosowania, a szczególnie zasadność i możliwość wiązania wynagrodzeń członków zarządu z kreowaniem wartości. Coraz częściej pojawiają się alternatywne koncepcje, takie jak zarządzanie przez wartość, która odwołuje się do tzw. społecznej odpowiedzialności biznesu.

Celem artykułu było przedstawienie problemów pomiaru, jakie rodzi koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu w literaturze. Jest to wstęp do dalszych badań, których efektem będą propozycje pomiaru wartości CSR dla przedsiębiorstw.

Literatura

- Just Good Business*, "The Economist", 18.01.2008.
- Kaplan R.S., Norton D. P., *Zrównoważona karta wyników*, PWN, Warszawa 2006.
- Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego „Odnowiona strategia UE na lata 2011-2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw”, Bruksela, 25.10.2011. KOM(2011)681.
- Kryk B., *Ekologizacja przedsiębiorstwa jako sposób podniesienia jego wartości*, [w:] *Strategie wzrostu wartości przedsiębiorstwa*, t. 1, red. E. Urbańczyk, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Kreos, Szczecin 2004.
- Lachowski S., *Zarządzanie przez wartości odpowiedzią na wyzwania przyszłości*, „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie” 2012, nr 1(22).
- Laszlo Ch., *Sustainable Value*, Stanford University Press, Stanford 2008, s. 123.
- Makuch Ł., *Zrównoważony rozwój – wyzwanie i szansa dla biznesu*, „Harvard Business Review Polska” nr 93, Warszawa, listopad 2010.
- Makuch Ł., *Firma i społeczeństwo – wspólne tworzenie wartości*, „Harvard Business Review Polska” nr 96, Warszawa, luty 2011.
- Mierzenie efektywności i wpływu społecznych działań CSR*, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, 2012.
- Ocena stanu wdrażania standardów społecznej odpowiedzialności biznesu wraz z opracowaniem zestawu wskaźników społecznej odpowiedzialności w mikro, małych, średnich i dużych przedsiębiorstwach*, PwC i SMG/KRC dla PARP, marzec 2012.
- Porter M., Kramer M., *Creating Shared Value*, "Harvard Business Review", January/February 2011.
- Rappaport A., *Creating Shareholder Value*, The Free Press, New York 1998.
- Rojek-Nowosielska M., *Kształtowanie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, Wydawnictwo AE, Wrocław 2006.

ISSUES OF MEASUREMENT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Summary: The objective of the article is to present the main aspects and issues related to the measurement of the value of Corporate Social Responsibility (CSR). To achieve this aim, the author analysed the literature on the subject and a part of the research related to the methods of measurement of the effect of CRS on the enterprise value. The research showed that CSR grows in strategic importance in a business activity, thus the measurement of its material effects became crucial. However, the coherent concept of measurement of the effect of CRS on the enterprise value is yet to be developed.

Keywords: Corporate Social Responsibility, value management.