

## Rola rachunkowości w pomiarze efektywności działań CSR

### Wstęp

Obecnie od przedsiębiorstw wymaga się prowadzenia działalności gospodarczej zgodnie z zasadami rozwoju zrównoważonego<sup>1</sup>. Taki stan rzeczy powoduje wzrost zainteresowania podmiotów koncepcją społecznej odpowiedzialności<sup>2</sup>, która zakłada budowanie strategii uwzględniającej realizację trzech grup celów:

- ekonomicznych, przejawiających się w osiągnięciu zysków, utrzymaniu płynności, zaspokajaniu potrzeb klientów, wprowadzeniu innowacji, podnoszeniu jakości produktów,
- ekologicznych, zakładających ograniczanie zużycia zasobów przyrodniczych, zmniejszanie zanieczyszczenia środowiska przyrodniczego oraz podejmowanie działań na rzecz jego ochrony,
- społecznych, obejmujących bezpieczeństwo pracy, ochronę zdrowia, zapobieganie dyskryminacji, edukację, podejmowanie inicjatyw na rzecz społeczności lokalnych.

---

\*Dr, Katedra Rachunkowości, Wydział Zarządzania, Uniwersytet Gdański, arletasz@gnu.univ.gda.pl, ul. Armii Krajowej 101, 81-824 Sopot

<sup>1</sup> Definicja rozwoju zrównoważonego pojawiła się w 1987 roku w Raporcie Komisji do Spraw Środowiska i Rozwoju zatytułowanym „Nasza wspólna przyszłość” (Raportcie Brundtland). Brzmiała ona następująco: „rozwój zrównoważony oznacza zaspokojenie potrzeb i aspiracji dzisiejszego pokolenia w sposób, który nie ogranicza możliwości zaspokojenia potrzeb przyszłym pokoleniom” [Estes, 1993] podane za: [Jeżowski, 2007, s. 12]. Niemniej jednak rozwój zrównoważony, pomimo toczących się licznych dyskusji, nie stanowi jednoznacznie zdefiniowanej kategorii. W literaturze przedmiotu pojawiają się liczne interpretacje tego terminu, na co wpływ ma złożoność problemów powstających w układzie działalność gospodarcza — społeczeństwo — środowisko przyrodnicze. Zob. szerzej na ten temat: [Dobrzański, 2007, s. 197–225].

<sup>2</sup> Należy dodać, że społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw to szeroki nurt ideowy, w którym zawiera się wiele koncepcji przyjmujących de facto formę swego rodzaju powinności, jakie przedsiębiorstwo powinno wykonać na rzecz społeczeństwa, oprócz swego zasadniczego celu. Pojęcie to posiada wiele nazw i definicji, które są względem siebie komplementarne, np. *Corporate Responsibility*, *Corporate Citizenship*, *Corporate Social Responsibility*, *Business Responsibility* [Roszkowska, 2011, s. 23].

CSR stanowi zatem strategię zakładającą podejmowanie działań, których celem jest powiązanie dbałości o interesy ekonomiczne z dbałością o środowisko przyrodnicze i sprawy społeczne. Oznacza to, że organizacje społecznie odpowiedzialne dążą do powiększania swojej wartości poprzez tworzenie wspólnej wartości dla poszczególnych grup interesariuszy. Dlatego też ich działalność powinna koncentrować się na trzech wzajemnie uzupełniających się priorytetach, tj. wzroście inteligentnym (*smart growth*), zrównoważonym (*sustainable growth*) oraz zapobiegającym wykluczeniu społecznemu (*inclusive growth*) [Samelak, 2013, s. 6].

Społeczna odpowiedzialność biznesu to proces budowania dialogu z interesariuszami w celu doskonalenia strategii rozwoju firmy [Rok, 2004, s. 18]. W związku z tym istotne znaczenie ma odpowiednia komunikacja między przedsiębiorstwem a stronami zainteresowanymi jego działalnością. Od niej bowiem zależy akceptacja sposobów i efektów prowadzonej w jednostce działalności gospodarczej przez otoczenie, a tym samym jej utrzymanie się i dalszy rozwój na rynku. Niemniej trudno jest uzyskać odpowiedź na następujące pytania:

1. W jaki sposób dokonać pomiaru społecznych i środowiskowych aspektów funkcjonowania podmiotu?
2. Jaki zakres ujawnień środowiskowych i społecznych jest niezbędny do budowania przejrzystych i korzystnych relacji z poszczególnymi grupami interesariuszy?

Do tej pory ujawnianie przez przedsiębiorstwa informacji na temat społecznej odpowiedzialności jest dobrowolne. Jaka jest zatem jakość dokonywanych ujawnień z tego obszaru? Czy prezentowane informacje mają tylko na celu kreowanie marketingowego wizerunku firm?

Biorąc to pod uwagę celem artykułu jest przedstawienie:

- korzyści wynikających z włączenia społecznej odpowiedzialności w procesy zarządzania przedsiębiorstw,
- sposobów i zakresu ujawnień z obszaru CSR dokonywanych przez podmioty gospodarcze,
- roli rachunkowości w pozyskiwaniu istotnych i wiarygodnych informacji na temat społecznych oraz środowiskowych aspektów funkcjonowania firm.

## 1. Korzyści wynikające z włączenia społecznej odpowiedzialności w procesy zarządzania przedsiębiorstw

Coraz częściej społeczna odpowiedzialność jest traktowana przez przedsiębiorstwa nie jako podejmowanie pojedynczych inicjatyw na rzecz społeczeństwa i środowiska, ale jako efektywny proces zarządzania całą organizacją [Piąty Ranking Odpowiedzialnych Firm, 2011; Szósty Ranking Odpowiedzialnych Firm, 2012]. Wynika to ze wzrostu świadomości zarządzających, że CSR stanowi strategię długofalową, której realizacja jest korzystna nie tylko dla środowiska i społeczeństwa, ale również stanowi jeden z czynników sukcesu firmy na rynku. Wskazują na to przeprowadzane w ostatnich latach badania z tego obszaru. Na podstawie otrzymanych wyników zaobserwowano bowiem, że prowadzenie działań w zakresie społecznej odpowiedzialności przynosi przedsiębiorstwom wiele korzyści. Kluczowe z nich przedstawiono w tabelicy 1.

**Tablica 1. Korzyści związane z włączeniem CSR w procesy zarządzania**

Grupa korzyści	Charakterystyka
Wzmocnienie wartości marki i reputacji	Podjęcie przez przedsiębiorstwo działań, takich jak: poprawa ekologiczności, standardy korporacyjne, relacje z klientami, dobre traktowanie pracowników, wsparcie akcji społecznych, ma wpływ na kształtowanie jego wartości marki oraz wizerunku. Publikowanie samych wyników finansowych jest niewystarczające. Informacje związane z tworzeniem dobrej reputacji i wartości marki umożliwiają bowiem zwiększenie sprzedaży, przyciągnięcie kapitału i partnerów biznesowych oraz pozyskanie i utrzymanie pracowników. Stanowi to podstawę zwiększania konkurencyjności przedsiębiorstw zarówno w krótkim, jak i w długim okresie. Ponadto w przeprowadzonych badaniach dotyczących CSR wskazuje się, że lekceważenie opinii otoczenia może przynieść konkretne negatywne skutki, które potrafią zachwiać nawet najpotężniejszą marką.
Rozwój kapitału ludzkiego	Pracownicy są uważani za jedną z najważniejszych grup interesariuszy. Są oni głównym zasobem organizacji, który umożliwia wzrost konkurencyjności przez zwiększanie wydajności, jakości oraz innowacyjności. W związku z tym istotne znaczenie mają działania organizacji wpływające na podejmowanie decyzji przez pracowników w zakresie rozpoczęcia pracy, zaangażowania w realizację celów firmy oraz pozostania w niej. Zalicza się do nich m.in.: system motywowania, bezpieczne warunki pracy, możliwości dalszego rozwoju, system wartości przyjęty w firmie, reputacja, relacje między zarządzającymi a pracownikami, system świadczeń zdrowotnych dla pracowników i ich rodzin.

Zwiększenie efektywności operacyjnej	Prowadzenie działalności w sposób społecznie odpowiedzialny pozwala na wprowadzanie ulepszeń i innowacji w procesy organizacyjne, co ma bezpośredni wpływ na zwiększanie efektywności działań podmiotu. Jest to możliwe dzięki ocenie wewnętrznych praktyk i procesów, nastawieniu na spełnianie oczekiwań interesariuszy i wykorzystywaniu tylko kryteriów finansowych w podejmowaniu decyzji.
Redukcja kosztów oraz wzrost przychodów (bezpośredni wpływ na wynik finansowy)	Do głównych korzyści związanych z włączeniem CSR w procesy zarządzania podmiotu zalicza się redukcję kosztów. Wynika to z podejmowania w ramach CSR działań mających m.in. na celu: ograniczanie zużycia materiałów, wody i energii, co związane jest z likwidacją wszelkiej niegospodarności, zmniejszanie negatywnego oddziaływania na środowisko przyrodnicze, prowadzi do obniżki opłat i podatków dotyczących korzystania ze środowiska, eliminację kar ekologicznych oraz opłat podwyższonych za nieprzestrzeganie warunków korzystania ze środowiska lub ich przekraczania bądź naruszania, lepsze zarządzanie kapitałem ludzkim, co ma wpływ na zwiększanie wydajności pracowników oraz zmniejszanie ich rotacji. Należy też dodać, że firmy dzięki działaniom społecznie odpowiedzialnym, oprócz obniżki kosztów, mają możliwość zwiększania przychodów, co wynika z: pozyskiwania nowych klientów, którzy są zainteresowani zakupem produktów przyjaznych dla środowiska, wprowadzania innowacji ekologicznych, możliwości sprzedaży produktów ubocznych bądź odpadów, prowadzenia działań pozwalających na odzysk i ponowne wykorzystanie odpadów.
Zmniejszenie i zarządzanie ryzykiem	Prowadzenie dialogu społecznego w ramach działań CSR z najważniejszymi grupami interesariuszy pozwala na lepsze zdefiniowanie kluczowych obszarów ryzyka oraz efektywniejsze zarządzanie nimi. Poznanie oczekiwań pracowników, klientów, partnerów biznesowych oraz otoczenia społecznego firmy umożliwia też zarządzającym identyfikowanie problemów będących źródłem powstawania sytuacji kryzysowych bądź przyszłych zmian w sposobie prowadzenia działalności. Ponadto pozytywne relacje ze społeczeństwem ograniczają powstawanie ryzyka i związanych z tym konsekwencji finansowych dotyczących, np. przyszłych zobowiązań na skutek szkód środowiskowych, dostępu do kapitału, obniżenia sprzedaży na skutek utraty reputacji.
Tworzenie nowych możliwości rozwoju	Prowadzenie działań społecznie odpowiedzialnych przez przedsiębiorstwo ma wpływ na: wzrost zaufania kredytodawców oraz inwestorów, co zwiększa dostęp do zewnętrznych źródeł finansowania działalności będących podstawowym elementem dalszego rozwoju, poprawę relacji z dostawcami, odbiorcami i społecznością lokalną, co przyczynia się do budowy dobrej reputacji oraz tworzenia odpowiednich warunków do sukcesu w biznesie, rozwój społeczności lokalnej, co pozwala na obniżenie kosztów i ryzyka.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: [Developing Value, 2002; The Business Case..., 2011; Greszta, 2009, s. 45–50].

Należy zauważyć, że prowadzenie działalności gospodarczej w sposób społecznie odpowiedzialny może mieć wpływ na wzrost kosztów<sup>3</sup> i obowiązków przedsiębiorstw w krótkim okresie. Niemniej w perspektywie długoterminowej stwarza możliwości tworzenia przewagi konkurencyjnej w nieustannie zmieniającym się otoczeniu. Włączenie tej koncepcji w procesy zarządzania podmiotów pozwala bowiem m.in. na: optymalizację zużycia zasobów, zmniejszanie negatywnego oddziaływania na środowisko przyrodnicze, wprowadzanie innowacji, zdobywanie nowych rynków zbytu, poprawę relacji z pracownikami i społecznością lokalną. CSR stanowi zatem rozwiązanie umożliwiające przedsiębiorstwom prowadzenie działalności gospodarczej nie tylko dla maksymalizacji wyników, chociaż stanowi to jeden z warunków ich egzystencji i dalszego rozwoju, ale również dla podnoszenia jakości życia ludzi teraz i w przyszłości.

## **2. Raportowanie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw — sposoby i zakres dokonywanych ujawnień**

Społeczna odpowiedzialność organizacji polega na wykorzystywaniu procesu dialogu z interesariuszami w celu doskonalenia jej strategii rozwoju [Kuraszko, 2010, s. 103]. Dlatego w praktyce gospodarczej istotne znaczenie w budowaniu przez przedsiębiorstwo przejrzystych, trwałych i opartych na zaufaniu relacji ze wszystkimi zainteresowanymi stronami ma raportowanie społecznej odpowiedzialności. Oznacza ono dobrowolne ujawnianie informacji finansowych i niefinansowych na temat ekonomicznych, środowiskowych i społecznych aspektów funkcjonowania firmy w sprawozdaniach, oddzielnych raportach bądź na stronach internetowych. Prezentowane informacje z tego zakresu powinny charakteryzować się nie tylko odpowiednią jakością, ale również umożliwiać całościową ocenę wpływu jednostki na otoczenie przez poszczególne grupy interesariuszy. W literaturze i praktyce można spotkać się zarówno z argumentacją zachęcającą, jak i przeciwną publikowaniu tego typu informacji (zobacz tablica 2).

---

<sup>3</sup> Jednym z argumentów przeciwko CSR jest zarzut związany z koniecznością ponoszenia dodatkowych kosztów, na które po prostu niektórych przedsiębiorstw nie stać [Developing Value..., 2002, s. 32]. Niemniej społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw może być czymś więcej niż dodatkowym kosztem, obowiązkiem czy uczynkiem charytatywnym — może być źródłem szans, innowacji i przewagi konkurencyjnej [Porter, Kramer, 2006, s. 1]. Szerzej argumenty za i przeciw społecznej odpowiedzialności biznesu omawia praca [Roszkowska, 2011, s. 36–42].

**Tablica 2. Argumenty za i przeciw raportowaniu społecznej odpowiedzialności**

Argumenty za raportowaniem	Argumenty przeciw raportowaniu
1. Zwraca uwagę na otaczające ją problemy społeczne	1. Przygotowanie informacji z obszaru CSR jest pracochłonne i wymaga ponoszenia znacznych kosztów
2. Przyciąga ambitnych i wysoko-kwalifikowanych pracowników	2. Informacje prezentowane przez firmę są trudne do zweryfikowania
3. Wspiera firmę w dialogu z otoczeniem ukazując wymierne rezultaty jej zaangażowania	3. Brak porównywalności z wynikami innych przedsiębiorstw
4. Ułatwia sprostanie przyszłym wymogom regulacyjnym związanym z ochroną środowiska	4. Brak mechanizmów otrzymywania informacji zwrotnych
5. Wspiera wewnętrzne procesy zarządzania odpowiedzialnością, pobudzając do konstruktywnych zmian oraz motywując pracowników do osiągania celów strategicznych i operacyjnych firmy	5. Firmy raportują mało znaczące zagadnienia z zakresu swojego funkcjonowania, a pomijają ważne dla oceny realizacji działań z obszaru CSR
6. Stanowi element komunikacji z otoczeniem i poszczególnymi grupami interesariuszy	6. Podmioty prezentują wyłącznie osiągnięcia
7. Daje możliwość porównania z innymi firmami w danej branży	7. Przy braku weryfikacji zewnętrznej prezentowane informacje pełnią jedynie rolę marketingową
8. Zwiększa przejrzystość funkcjonowania firmy, a tym samym ma wpływ na wzrost wiarygodności i zaufania społecznego	8. Prezentowanie tylko wybranych informacji z tego obszaru może przynieść firmie więcej szkody niż pożytku, czyniąc ją niewiarygodną dla klientów i inwestorów, budząc cynizm kadry kierowniczej i wywołując zniechęcenie pracowników
9. Umożliwia budowanie przejrzystych i trwałych relacji z interesariuszami, a tym samym ma wpływ na poprawę wizerunku firmy oraz tworzenie odpowiednich warunków do sukcesu firmy w długim okresie	9. Publikowanie informacji na temat niekorzystnych wyników bądź zbyt szczegółowych może przyczynić się do utraty pozycji konkurencyjnej

Źródło: Opracowanie na podstawie: [Nakonieczna, 2008, s. 119–120; Roszkowska, 2011, s. 90–97].

Brak obowiązujących standardów dotyczących raportowania społecznej odpowiedzialności powoduje, że w praktyce gospodarczej dokonywanie ujawnień z tego obszaru przybiera różną formę [Maingnan,

Ralston, 2002, s. 497–514; Paszkiewicz, Szadziwska, 2011, s. 77–90]. Oprócz umieszczania informacji środowiskowych i społecznych na stronach internetowych oraz w raportach rocznych, podmioty coraz częściej sporządzają oddzielne sprawozdania opisujące te zagadnienia – raporty te przyjmują rozmaite nazwy: raport społeczny (*social report*), raport społecznej odpowiedzialności (*CSR report*) lub raport zrównoważonego rozwoju (*sustainability report*). Ponadto różny jest też zakres dokonywanych ujawnień środowiskowych i społecznych. Niektóre firmy prezentują tylko wybrane informacje na ten temat, inne umieszczają szeroki opis dokonywanych działań. Taki stan rzeczy powoduje, że przedstawiane przez przedsiębiorstwa informacje dotyczące środowiskowych i społecznych aspektów ich funkcjonowania nie tylko są nieporównywalne, ale również nie pokazują pełnego i spójnego obrazu wpływu prowadzonej w nich działalności gospodarczej na otoczenie. Raportowanie społecznej odpowiedzialności budzi szereg kontrowersji. Należy zauważyć, że pomimo pojawiających się głosów sprzeciwu, raportowanie społecznej odpowiedzialności jest coraz częściej wykorzystywanym przez przedsiębiorstwa narzędziem komunikacji z interesariuszami. Może ono stać się sposobem na zwiększanie społecznej akceptacji prowadzonej w firmach działalności gospodarczej, pod warunkiem prezentowania istotnych i porównywalnych informacji z obszaru CSR.

W tym celu przedsiębiorstwa mogą wykorzystywać „Wytyczne do raportowania zrównoważonego rozwoju” opracowane przez *Global Reporting Initiative* (GRI), zalecenia zawarte w Normie Międzynarodowej ISO 26000 „Wytyczne w sprawie odpowiedzialności społecznej” opublikowane przez Międzynarodową Organizację Standaryzacyjną lub standardy serii *AccountAbility* AA1000 [Samelak, 2013, s. 51–58, 69–76].

Zgodnie z wymienionymi dokumentami informacje na temat efektywności działań społecznej odpowiedzialności ujawniane przez podmioty gospodarcze powinny być:

- kompletne, tj. obejmujące wszystkie istotne działania dotyczące społecznej odpowiedzialności,
- dokładne, tj. zgodne z faktami i wystarczająco szczegółowe, aby interesariusze mogli ocenić wyniki organizacji raportującej,
- zrozumiałe, tj. prezentowane w sposób przystępny dla poszczególnych grup interesariuszy,

- obiektywne, tj. odzwierciedlające pozytywne i negatywne aspekty działalności organizacji, co pozwoli na właściwą ocenę całościowych wyników w obszarze CSR,
- terminowe, tj. dostarczane na czas dla interesariuszy podejmujących decyzje.

Informacji na temat społecznej odpowiedzialności podmiotu o wyżej wymienionych atrybutach powinien dostarczyć wykorzystywany w nim system informacyjny, w tym rachunkowość. Niemniej konieczne jest wprowadzenie w nim stosownych rozwiązań umożliwiających pomiar i prezentację społeczno-ekonomicznej efektywności prowadzonych w jednostce działań.

### **3. Rola rachunkowości w pozyskiwaniu istotnych i wiarygodnych informacji na temat realizacji działań w obszarze CSR**

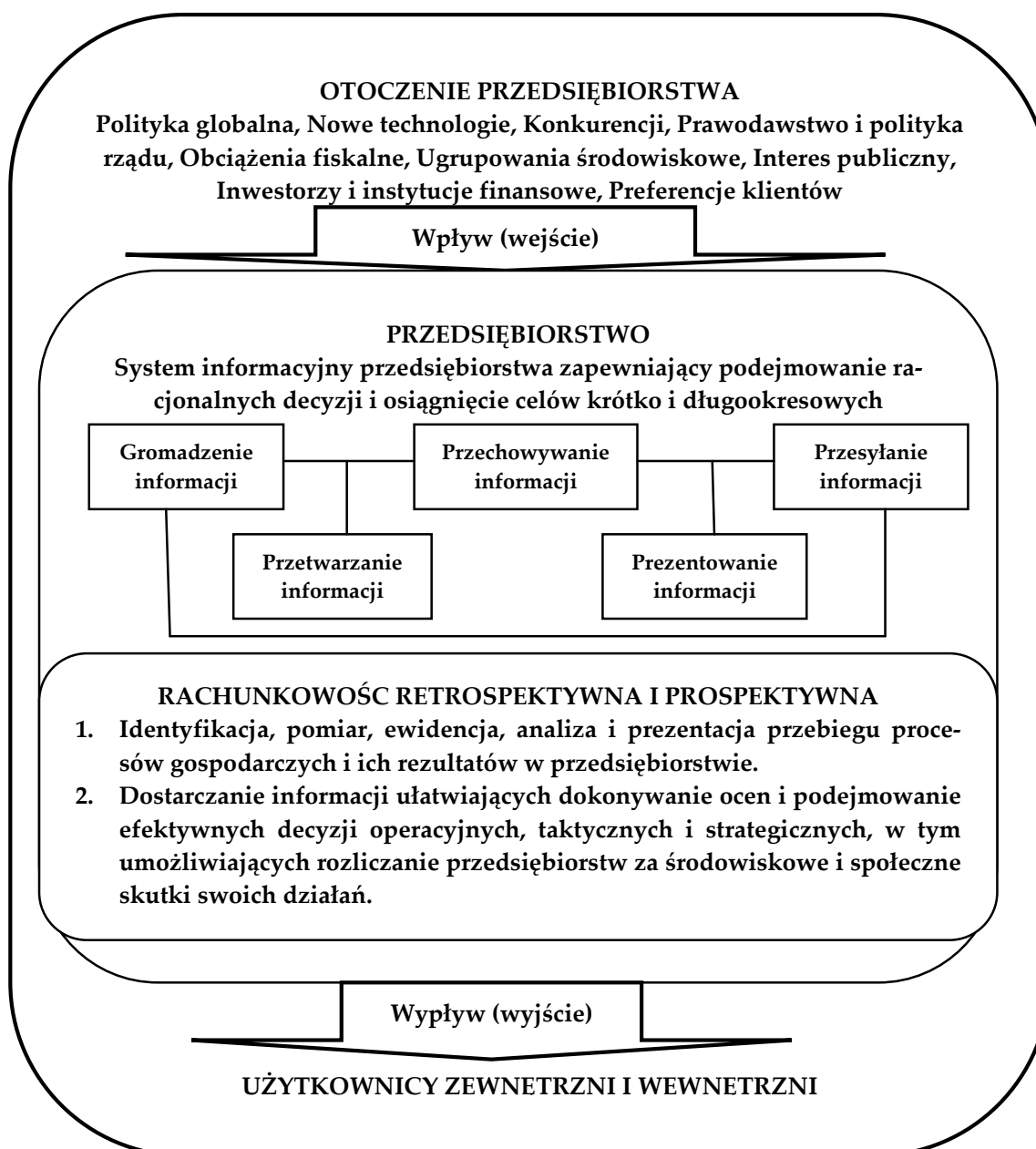
Rachunkowość jest podstawowym systemem informacji ekonomicznej każdego przedsiębiorstwa. Jej funkcjonowanie służy zarówno wewnętrznym, jak i zewnętrznym interesariuszom, którzy wykorzystują generowane przez ten system informacje do podejmowania różnych decyzji [Karmańska, 2006, s. 152]. Rachunkowość obejmuje zatem swoim zakresem nie tylko identyfikację, pomiar, ewidencję, analizę i prezentację przebiegu procesów gospodarczych i ich rezultatów w przedsiębiorstwach. Rola jej polega na współuczestnictwie w zarządzaniu poprzez uświadamianie potrzeb informacyjnych, proponowanie doskonalszych rozwiązań systemowych, czy też oddziaływanie motywacyjne, niezwykle istotne w procesach racjonalizacji gospodarowania [Micherda, 2001, s. 27]. Wynika stąd, że rachunkowość jako element składowy systemu informacyjnego przedsiębiorstwa ma sprostać nowym wyzwaniom jakie stawia przed nimi nieustannie zmieniająca się rzeczywistość [Gros, 1989, s. 7]. Dlatego też powinna ona stanowić źródło wieloaspektowych informacji, nie tylko ekonomicznych, ale również środowiskowych i społecznych, niezbędnych do podejmowania racjonalnych decyzji przez poszczególne grupy jej użytkowników (zobacz rysunek 1).

Niemniej wykorzystywane obecnie w rachunkowości rozwiązania nie pozwalają na pomiar i prezentowanie wyników przedsiębiorstw w trzech wymiarach, tj. ekonomicznym, społecznym i środowiskowym. Powoduje to konieczność rozszerzenia zakresu przedmiotowego ra-



chunkowości w celu stworzenia odpowiednich metod pomiaru szeroko rozumianej efektywności społeczno-ekonomicznej podmiotu<sup>4</sup>.

**Rysunek 1. Rola rachunkowości w systemie informacyjnym przedsiębiorstwa**



Źródło: Opracowanie własne na podstawie: [Buchta, Messner, 1976, s. 67–75; Turyna, 1997, s. 67–70].

Takie ukierunkowanie rozwoju rachunkowości zaobserwować można już teraz. Wyrazem tego jest powstanie w literaturze, a także w praktyce gospodarczej koncepcji rachunkowości uwzględniającej społeczne

<sup>4</sup> Tj. efektywności przedsiębiorstw, która obejmuje nie tylko relację osiągniętych rezultatów do ponoszonych nakładów, ale również negatywny wpływ na środowisko przyrodnicze oraz społeczną akceptację ich działań.

skutki funkcjonowania jednostki, która przyjmuje nazwę rachunkowości odpowiedzialności społecznej (*social responsibility accounting*), rachunkowości społecznej (*social accounting*), rachunkowości społecznej i środowiskowej (*social and environmental accounting*), a także coraz częściej rachunkowości zrównoważonego rozwoju (*sustainability accounting*).

Czym jest rachunkowość uwzględniająca odpowiedzialność społeczną w przedsiębiorstwie i jakie są jej zadania? Na to pytanie trudno jest uzyskać jednoznaczną odpowiedź. Przede wszystkim wskazuje się, że rachunkowość odpowiedzialności społecznej ma dostarczać interesariuszom informacji umożliwiających kontrolę i ocenę działalności przedsiębiorstwa z punktu widzenia zgodności jego celów z celami społecznymi, a także jego wkład do dobrobytu społecznego [Burzym, 1993, s. 6]. Pojęcie to jest również definiowane jako:

1. Część rachunkowości, która zajmuje się rejestracją, analizą oraz raportowaniem środowiskowych i społecznych skutków wpływu podmiotu na środowisko przyrodnicze (w jednostkach fizycznych i monetarnych), a także pomiarem związków i interakcji pomiędzy kwestiami ekonomicznymi, środowiskowymi i społecznymi, które stanowią trzy wymiary rozwoju zrównoważonego [Schaltegger, Wagner, 2006, s. 690].
2. Narzędzie dostarczające informacji środowiskowych, społecznych i finansowych do podejmowania decyzji dotyczących całego przedsiębiorstwa (strategicznych), produktu lub procesu [Gould, 2011, s. 26].
3. Proces gromadzenia, analizowania i przekazywania informacji związanych z realizacją rozwoju zrównoważonego w przedsiębiorstwie [Bennett, Schaltegger, Zvezdov, 2013, s. 6].
4. Zestaw metod zazwyczaj stosowanych do finansowego odzwierciedlenia wpływu działań podmiotu na środowisko przyrodnicze oraz społeczeństwo [*Why Sustainability...*, 2006, s. 5].
5. Użyteczne narzędzie do identyfikacji, oceny i zarządzania społecznym i środowiskowym ryzykiem poprzez określenie wydajności zasobów i oszczędności kosztów, a także powiązanie możliwości poprawy wyników środowiskowych i społecznych z finansowymi [*Sustainability Accounting...*, 2002, s. 5].
6. Rachunkowość uwzględniająca obciążenia i korzyści dla społeczeństwa wynikające z działalności konkretnego podmiotu przedstawione w formie wartościowej lub opisowej; wskazuje ona miejsca powstawania tych obciążeń i korzyści [Gabrusewicz, 2010, s. 60].

7. System pomiaru ekonomicznego odnoszący się do wartości majątku i kapitału oraz efektów gospodarowania nimi w przedsiębiorstwie, stosujący podejście etyczne i celowo zorientowane na potrzeby zarządzania przedsiębiorstwem oraz jego wewnętrznego i zewnętrznego rozrachunku z tytułu ekonomicznej, społecznej i środowiskowej odpowiedzialności [Samelak, 2013, s. 27].

Przedstawione powyżej interpretacje, pomimo zróżnicowania, wskazują na rolę jaką ma pełnić w przedsiębiorstwie rachunkowość uwzględniająca społeczną odpowiedzialność. Do jej zadań należy dostarczanie istotnych i wiarygodnych informacji niezbędnych do prowadzenia działalności gospodarczej zgodnie z zasadami rozwoju zrównoważonego. Dlatego też rachunkowość społecznej odpowiedzialności powinna [Burzym, 1993, s. 6–7]:

- 1) stanowić zintegrowany system pomiaru ekonomicznego, umożliwiający pozyskiwanie informacji w trzech wymiarach: ekonomicznym, środowiskowym i społecznym,
- 2) dostarczyć podstaw liczbowych do systematycznej oceny środowiskowych i społecznych skutków działalności podmiotu,
- 3) wspierać zarządzających w procesach podejmowania decyzji poprzez odpowiedni pomiar środowiskowych i społecznych kosztów oraz korzyści związanych z wpływem jednostki na otoczenie,
- 4) prezentować w sprawozdawczości istotne i wiarygodne informacje z tego zakresu, umożliwiając podejmowanie właściwych decyzji przez poszczególne grupy interesariuszy organizacji,
- 5) stworzyć warunki do niezależnego badania raportów zawierających informacje w trzech wymiarach przez audytorów pod względem ich użyteczności.

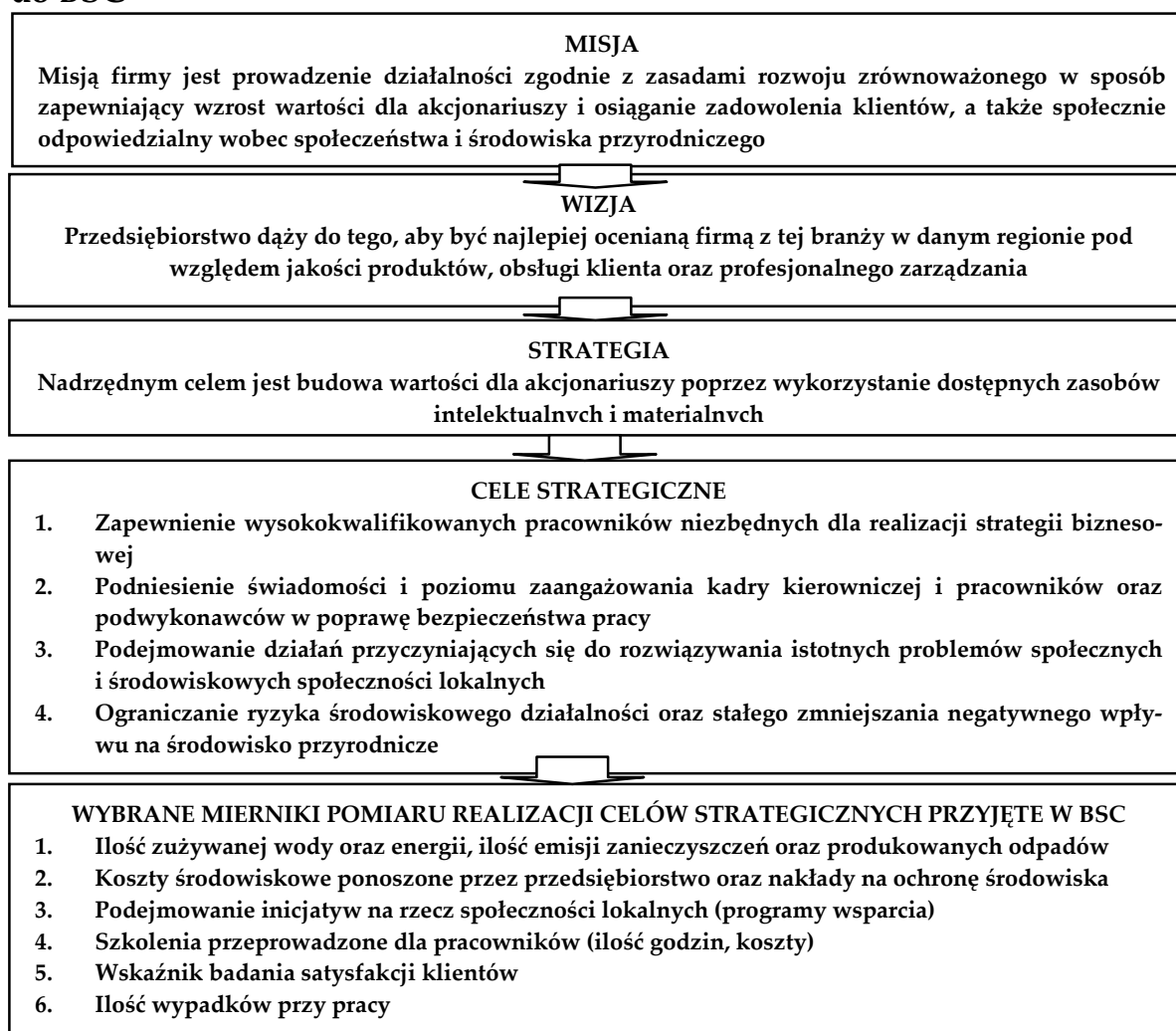
Realizacja wyżej wymienionych zadań przez rachunkowość wymaga wprowadzenia stosownych rozwiązań niezbędnych do pomiaru efektywności działań z obszaru społecznej odpowiedzialności. Wynika to przede wszystkim z konieczności oszacowania korzyści, które z jednej strony trudno jest skwantyfikować (tzw. korzyści niematerialnych), z drugiej strony zaś często powstających nie od razu, ale w przyszłości [Dymowski, 2012, s. 6–13].

Należy zauważyć, że rachunkowość będąc uniwersalnym i elastycznym systemem informacyjno-kontrolnym [Micherda, Górka, Szulc, 2010, s. 12] przedsiębiorstwa może dostosować obecnie wykorzystywane metody do pomiaru efektów w obszarze CSR. Przykładem tego jest zasto-

sowanie w tym celu zbilansowanej karty wyników (*Balanced Scorecard* – BSC), rachunku kosztów działań (*Activity Based Costing* – ABC), rachunku kosztów jakości (*Quality Costing*), rachunku kosztów cyklu życia (*Life Cycle Costing*), budżetowania kosztów (*Costs Budgeting*), rachunku kosztów docelowych (*Target Costing*), a także do oceny projektów inwestycyjnych analizy ryzyka i niepewności (*Risk and Uncertainty Analysis*).

BSC poprzez wykorzystanie spójnego zestawu mierników finansowych i niefinansowych wspomaga procesy zarządzania podmiotem gospodarczym. Odpowiednio zmodyfikowana BSC, czyli tzw. *Sustainability Balanced Scorecard* umożliwia pomiar i monitorowanie zarówno efektywności ekonomicznej, jak i społecznej podejmowanych w firmie działań (zobacz rysunek 2).

### Rysunek 2. Włączenie zagadnień z obszaru społecznej odpowiedzialności do BSC

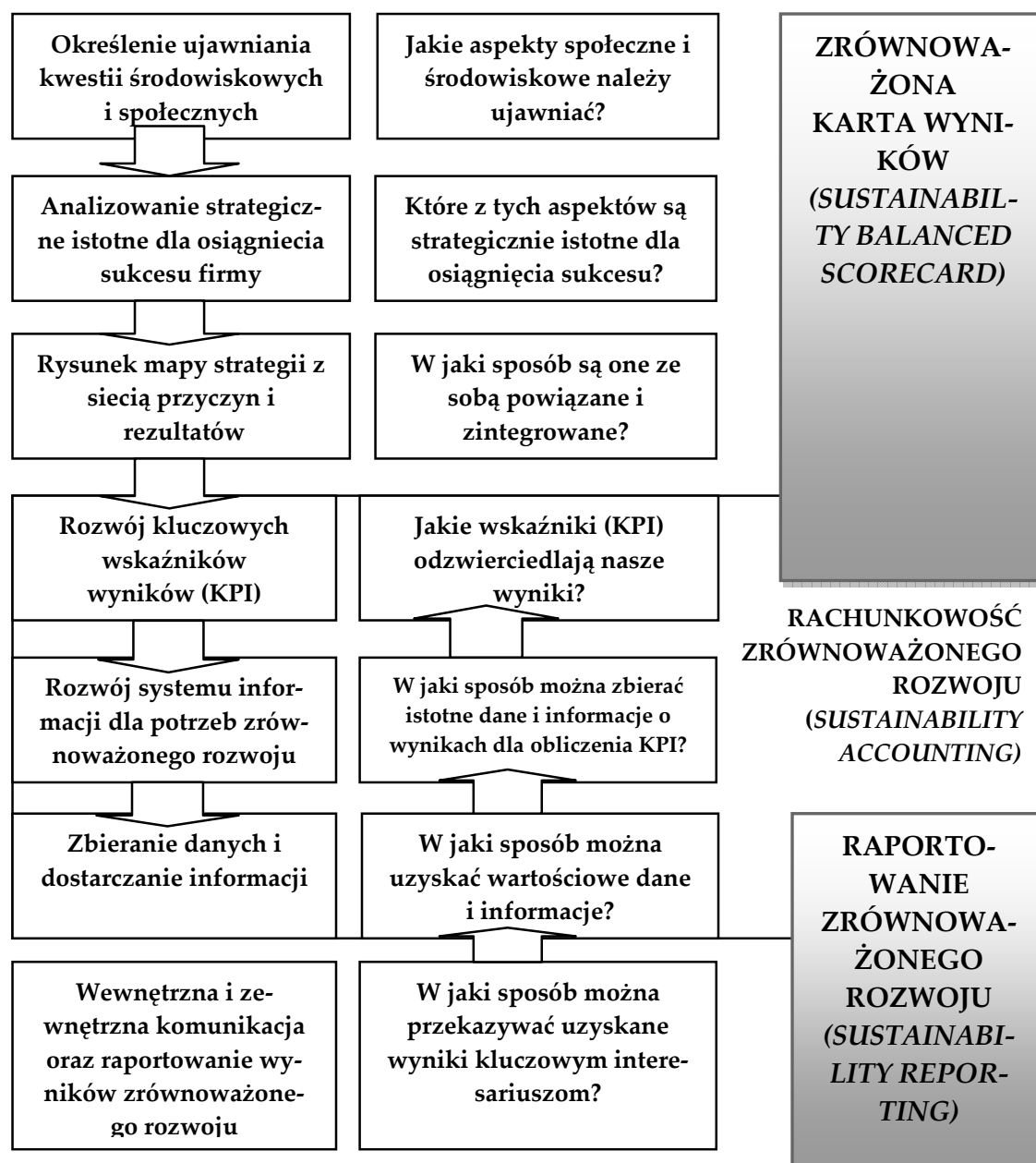


Źródło: Opracowanie własne na podstawie: [Raport Zintegrowany Grupy Lotos, 2012].

Włączenie zagadnień środowiskowych i społecznych do zbilansowanej karty wyników składa się z trzech etapów, a mianowicie:

- 1) ujęcia aspektów środowiskowych i społecznych w misji i strategii firmy,
- 2) zdefiniowania celów z obszaru CSR do realizacji,
- 3) ustalenia sposobów pomiaru ich osiągnięcia (określenie metod pomiaru niezbędnych do pozyskania właściwych informacji z tego zakresu oraz dobór zestawu kluczowych mierników).

**Rysunek 3. Powiązania między zarządzaniem, pomiarem i prezentowaniem wyników rozwoju zrównoważonego w przedsiębiorstwie**



Źródło: [Schaltegger, Wagner, 2006, s. 685].

BSC pozwala, w zależności od potrzeb organizacji, na włączenie zagadnień środowiskowych i społecznych w realizowaną strategię rozwoju. Zbilansowana karta wyników umożliwia kontrolę i ocenę efek-

tywności działań podmiotu z obszaru CSR. Jednakże do osiągnięcia założonych w niej celów wymagany jest udział i zaangażowanie zarówno samych zarządzających, jak i wszystkich pracowników firmy. Ponadto istotne znaczenie ma dostarczenie przez prowadzony w jednostce system rachunkowości istotnych i wiarygodnych informacji do niezbędnych wyliczenia mierników oraz ich prezentacja (rysunek 3).

Biorąc pod uwagę rysunek 3 należy zauważyć, że prowadzona w jednostce rachunkowość, dostarczając informacji finansowych i niefinansowych o odpowiedniej jakości, ma umożliwiać jej osiągnięcie celów strategicznych związanych z realizacją rozwoju zrównoważonego. Pozwoli to na tworzenie wartości nie tylko dla akcjonariuszy, ale również dla społeczeństwa.

#### **4. Ocena wykorzystywanych w rachunkowości rozwiązań do pomiaru efektywności działań CSR**

Obecnie stosowane w rachunkowości rozwiązania uniemożliwiają pomiar i prezentację społeczno-ekonomicznej efektywności prowadzonych w jednostkach działań. Świadczą o tym badania empiryczne z tego obszaru zrealizowane w wielu krajach. Wybrane publikacje prezentujące uzyskane rezultaty przedstawiono w tabelicy 3.

Wyniki badań zawarte w pracach przedstawionych w tabelicy 3 wskazują, że pozyskiwane i prezentowane przez przedsiębiorstwa informacje z obszaru CSR często nie pozwalają na prawidłową ocenę i kontrolę wpływu ich działalności na otoczenie. Taki stan rzeczy wynika m.in. z powodu problemów związanych z pomiarem kosztów i korzyści zarówno tych, które trudno jest skwantyfikować (np. koszty utraty dobrego wizerunku, satysfakcja pracowników), jak i tych powstających w przyszłości (np. koszty przyszłych zobowiązań środowiskowych powstających na skutek zanieczyszczeń związanych z prowadzoną działalnością gospodarczą, przyszłe korzyści dla społeczności lokalnej z inwestycji proekologicznej). Innym utrudnieniem jest wykorzystywanie do pomiaru i ewidencji środowiskowych oraz społecznych aspektów ich funkcjonowania w jednostkach organizacyjnych ogólnie przyjętych rozwiązań w ramach stosowanych systemów rachunkowości, np. brak wyodrębniania kont szczegółowych do ewidencji kosztów środowiskowych, co uniemożliwia ich prawidłową kontrolę; nieuwzględnianie efektywności ekologicznej i społecznej przyszłych projektów inwestycyjnych; brak podziału kosztów środowiskowych pomiędzy produkty

bądź procesy je powodujące<sup>5</sup>. Niemożliwe jest zatem pozyskiwanie w podmiotach istotnych i wiarygodnych informacji niezbędnych do przestrzegania zasad rozwoju zrównoważonego. Problemy stwarza także stosowanie w jednostkach systemów informatycznych, które nie pozwalają na gromadzenie i przetwarzanie informacji z obszaru CSR.

**Tablica 3. Wybrane publikacje zawierające wyniki badań dotyczących ujęcia społecznej odpowiedzialności w rachunkowości przedsiębiorstw**

Obszar badawczy	Publikacje
Ujęcie zagadnień obszaru CSR w rachunkowości przedsiębiorstw	<p>C. Deegan i inni (1996), <i>A Survey of Australian Accountants' Attitudes on Environmental Reporting</i>;</p> <p>J. J. Bouma, T. Wolters (1999), <i>Environmental management and management accounting: a survey among 84 European companies</i>;</p> <p>C. Larrinaga-Gonzalez, F. Carrasco-Fenech, C. Correa-Ruiz, F. J. Caro-Gonzalez, J. M. Paez-Sandubete (2001), <i>The Role of Environmental Accounting in Organizational Change. An Exploration of Spanish Companies</i>;</p> <p>T. D. Wilmshurst, G. R. Frost (2001), <i>The Role of Accounting and the Accountant in the Environmental Management System</i>;</p> <p>A. Szadziwska (2009), <i>Odzwierciedlenie aspektów ochrony środowiska w rachunkowości przedsiębiorstw</i>;</p> <p>G. Frost i inni (2012), <i>The Collection, Integration and Reporting of Sustainability Information within an Organisation: State of Practice</i>.</p>
Raportowanie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw	<p>Guthrie J. i inni (2008) <i>Industry Specific Social and Environmental Reporting: The Australian Food and Beverage Industry</i>;</p> <p>A. Duff, X. Guo (2010), <i>Corporate Social Responsibility and the Professional Accounting Firms: Insights from Firm's Disclosures</i>;</p> <p>KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting (2011).</p> <p>A. Paszkiewicz, A. Szadziwska (2011), <i>Przejawy społecznej odpowiedzialności w działalności przedsiębiorstw</i>;</p> <p>Raport: <i>Ocena stanu wdrażania społecznej odpowiedzialności biznesu. Zestaw wskaźników społecznej odpowiedzialności w mikro, małych, średnich oraz dużych przedsiębiorstwach</i> (2011);</p> <p>J. Cohen i inni (2012), <i>Corporate Reporting of Non-Financial Leading Indicators of Economic Performance and Sustainability</i>.</p>

Źródło: Opracowanie własne.

Inny problem związany jest z nieobligatoryjnym charakterem dokonywania ujawnień z obszaru CSR. Dlatego nie wszystkie podmioty

<sup>5</sup> Najczęściej stosowaną praktyką jest ujmowanie kosztów środowiskowych w kosztach ogólnych przedsiębiorstwa.

prezentują informacje na temat działań społecznie odpowiedzialnych. Ponadto przedsiębiorstwa, chcąc uzyskać społeczną akceptację prowadzonej w nich działalności najczęściej dokonują takich ujawnień, które stawiają je w korzystnym świetle. Również brak ujednoczonych zasad sporządzania raportów społecznej odpowiedzialności powoduje trudności we właściwej ocenie wpływu firmy na otoczenie. Ponieważ zarówno forma, jak i zakres prezentowanych informacji z obszaru CSR są zróżnicowane, uniemożliwia to dokonywanie porównań pomiędzy poszczególnymi jednostkami gospodarczymi. Zagadnieniem wartym podkreślenia jest brak odpowiedniej komunikacji między poszczególnymi wydziałami przedsiębiorstwa [Jasch, 2010, s. 6–7] w celu pozyskiwania właściwych informacji niezbędnych do realizacji strategii uwzględniającej społeczną odpowiedzialność biznesu.

Wymienione przyczyny powodują, że interesariusze (zewnętrzni i wewnętrzni) nie zawsze mają dostęp do informacji o odpowiedniej jakości z obszaru CSR, co uniemożliwia im podejmowanie właściwych decyzji gospodarczych.

## **Zakończenie**

Realizacja w jednostce gospodarczej strategii społecznej odpowiedzialności związana jest z pozyskiwaniem istotnych i wiarygodnych informacji na temat środowiskowych oraz społecznych aspektów jej funkcjonowania. Szczególną rolę w tym zakresie ma do spełnienia rachunkowość. Oparta bowiem na społecznie ukształtowanych i powszechnie akceptowanych zasadach i regułach stymuluje gospodarność oraz zachowania etyczne, stwarzając udokumentowaną podstawę rozrachunku (wewnętrznego i zewnętrznego) z tytułu odpowiedzialności [Burzym, 2008, s. 83]. Oznacza to, że prowadzona w przedsiębiorstwie rachunkowość powinna:

- stanowić źródło użytecznych informacji (finansowych i niefinansowych) niezbędnych do obliczenia kluczowych wskaźników będących podstawą oceny i kontroli osiągniętych przez podmiot wyników w obszarze CSR,
- prezentować interesariuszom w sprawozdawczości pełny i wiarygodny obraz na temat efektywności podejmowanych w jednostce działań związanych z realizacją zasad rozwoju zrównoważonego.

Jednakże obecnie wykorzystywane w praktyce gospodarczej rozwiązania nie pozwalają na realizację wyżej wymienionych zadań. Rodzi



to konieczność wprowadzenia stosownych modyfikacji w istniejących systemach rachunkowości firm, co umożliwi otrzymywanie przez interesariuszy informacji niezbędnych zarówno do oceny społeczno-ekonomicznej efektywności prowadzonej w nich działalności, jak i potrzebnych do podejmowania społecznie odpowiedzialnych decyzji.

## Literatura

1. Bouma J. J., Wolters T. (1999), *Environmental Management and Management Accounting: A Survey among 84 European Companies*, w: *Eco-Management Accounting*, Bartolomeo M., Bennett M., Bouma J.J., Heydkamp P., James P., de Walle F., Wolters T. (ed.), Kluwer Academic Publishers, Dordrecht-Boston-London.
2. Buchta D., Messner Z. (1976), *Rachunkowość a zarządzanie przedsiębiorstwem*, PWE, Warszawa.
3. Burzym E. (1993), *Spółeczny i ekologiczny aspekt współczesnej ewolucji rachunkowości w gospodarce rynkowej*, „Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie” nr 401.
4. Burzym E. (2008), *Spółeczna funkcja rachunkowości*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości” nr 45 (101).
5. Butler J. B., Henderson S. Ch., Raiborn C. (2011), *Sustainability and Balanced Scorecard: Integrating Green Measures into Business Reporting*, „Management Accounting” Winter, Vol. 12, No. 2.
6. Cohen J., Holder-Webb L., Nath L., Wood D. (2012), *Corporate Reporting of Non-Financial Leading Indicators of Economic Performance and Sustainability*, dostępny na stronie: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1420977](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1420977), dostęp dnia 10.07.2013.
7. Deegan C., Rankin M. (1996), *Do Australian Companies Report Environmental News Objectively? An Analysis of Environmental Disclosures by Firms Prosecuted Successfully by the Environmental Protection Authority*, „Accounting, Auditing and Accountability Journal” Vol. 9, Iss. 2.
8. *Developing Value. The Business Case for Sustainability in Emerging Market* (2002), SustainAbility Ltd., London, dostępny na stronie: [http://www.ece.ucsb.edu/~roy/classnotes/eddw/report\\_developing\\_value.pdf](http://www.ece.ucsb.edu/~roy/classnotes/eddw/report_developing_value.pdf), dostęp dnia 25.04.2013.
9. Dobrzański D. (2007), *Interpretacje trwałego i zrównoważonego rozwoju*, w: *Obszary badań nad trwałym i zrównoważonym rozwojem*, Poskrobko B. (red.), Wydawnictwo Ekonomia i Środowisko, Białystok.

10. Duff A., Guo X. (2010), *Corporate Social Responsibility and the Professional Accounting Firms: Insights from Firm's Disclosures*, dostępny na stronie: <http://www.icaew.com/~media/Files/Technical/Sustainability/tecpln10671-cbp-briefing-csr-service-lines.pdf>, dostęp dnia 10.07.2013.
11. Dymowski J. (2012), *Zmierzyć niezmiernalne*, w: *Mierzenie efektywności i wpływu społecznego działań CSR*, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, dostępny na stronie: [http://odpowiedzialnybiznes.pl/public/files/Mierzenie%20efektywnosci%20dzialan%20CSR\\_FOB\\_2012.pdf](http://odpowiedzialnybiznes.pl/public/files/Mierzenie%20efektywnosci%20dzialan%20CSR_FOB_2012.pdf), dostęp dnia 29.04.2013.
12. Gabrusewicz T. (2010), *Rachunkowość odpowiedzialności społecznej w kształtowaniu zasad nadzoru korporacyjnego*, C.H. Beck, Warszawa.
13. Gould S.E. (2011), *Accounting for Sustainability*, „Accountancy Ireland” Vol. 43, Iss. 3.
14. Greszta M., (2009), *Sześć kluczowych korzyści wynikających z zaangażowania firmy w ideę zrównoważonego rozwoju*, dostępny na stronie: [http://www.csrconsulting.pl/docs/zasobnik\\_plik\\_20110119214107\\_607.pdf](http://www.csrconsulting.pl/docs/zasobnik_plik_20110119214107_607.pdf), dostęp dnia 28.04.2013.
15. Gros U. (1989), *System informacyjny w organizacji gospodarczej*, Wydawnictwo Naukowe PWE, Warszawa.
16. Guthrie J., Cuganensan S., Ward L. (2008), *Industry Specific Social and Environmental Reporting: The Australian Food and Beverage Industry*, „Accounting Forum” Vol. 32.
17. Frost G., Jones S., Lee P. (2012), *The Collection, Integration and Reporting of Sustainability Information within an Organisation: State of Practice*, CPA Australia, dostępny na stronie: <http://www.cpaaustralia.com.au/cps/rde/xbcr/cpa-site/collection-integration-reporting-sustainability.pdf>, dostęp dnia 10.07.2013.
18. Jasch Ch. (2010), *Environmental and Material Flow Cost Accounting. Principles and Procedures*, Springer.
19. Jeżowski P. (2007), *Kategoria rozwoju zrównoważonego w naukach ekonomicznych*, w: *Ekonomiczne problemy ochrony środowiska i rozwoju zrównoważonego w XXI wieku*, Jeżowski P. (red.), SGH, Warszawa.
20. Karmańska A. (2006), *System informacyjny we współczesnym przedsiębiorstwie*, w: *Rachunkowość zarządcza i rachunek kosztów w systemie informacyjnym przedsiębiorstwa*, Karmańska A. (red.), Difin, Warszawa.
21. *KPMG International Survey of Corporate Sustainability Reporting* (2011), KPMG, dostępny na stronie:

- <http://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/corporate-responsibility/Documents/2011-survey.pdf>, dostęp dnia 10.07.2013.
22. Kuraszko I. (2010), *Nowa komunikacja społeczna wyzwaniem odpowiedzialnego biznesu*, Difin, Warszawa.
  23. Larrinaga-Gonzalez C., Carrasco-Fenech F., Correa-Ruiz C., Caro-Gonzalez F. J., Paez-Sandubete J. M. (2001), *The Role of Environmental Accounting in Organizational Change. An Exploration of Spanish Companies*, „Accounting, Auditing & Accountability Journal” No. 14 (2).
  24. Maingnan I., Ralston D.A. (2002), *Corporate Social Responsibility in Europe and The U.S: Insights From Businesses' Self-presentation*, „Journal of International Business Studies” Vol. 33, No. 3.
  25. Micherda B. (2001), *Analityczna funkcja rachunkowości*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków.
  26. Micherda B., Górka Ł., Szulc M. (2010), *Zarządcza interpretacja sprawozdania finansowego*, Difin, Warszawa.
  27. Nakonieczna J. (2008), *Spółeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw międzynarodowych*, Difin, Warszawa.
  28. Paszkiewicz A., Szadzińska A. (2011), *Przejawy społecznej odpowiedzialności w działalności przedsiębiorstw*, „Prace i Materiały Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego” nr 1, t. 1.
  29. *Piąty Ranking Odpowiedzialnych Firm* (2011), Dziennik Gazeta Prawna, Bezpłatny dodatek promocyjny z 14 kwietnia 2011, dostępny na stronie: [http://odpowiedzialnybiznes.pl/public/files/Ranking\\_CSR\\_2011.pdf](http://odpowiedzialnybiznes.pl/public/files/Ranking_CSR_2011.pdf), dostęp dnia 15.04.2013.
  30. Porter M. E., Kramer M. R. (2006), *The link between competitive advantage and Corporate Social Responsibility*, „Harvard Business Review” December, Vol. 84, No. 12.
  31. *Raport: Ocena stanu wdrażania społecznej odpowiedzialności biznesu. Zestaw wskaźników społecznej odpowiedzialności w mikro, małych, średnich oraz dużych przedsiębiorstwach* (2011), dostępny na stronie: [http://www.ewaluacja.gov.pl/Wyniki/Documents/Ocena\\_stanu\\_wdrażania\\_standardow\\_spoecznej\\_odpowiedzialnosci\\_biznesu\\_13022013.pdf](http://www.ewaluacja.gov.pl/Wyniki/Documents/Ocena_stanu_wdrażania_standardow_spoecznej_odpowiedzialnosci_biznesu_13022013.pdf), dostęp dnia 10.07.2013.
  32. *Raport Zintegrowany Grupy Lotos* (2012), dostępny na stronie: [http://raportroczny.lotos.pl/assets/dokumenty/Zintegrowany\\_Raport\\_Roczny\\_LOTOS\\_2012.pdf](http://raportroczny.lotos.pl/assets/dokumenty/Zintegrowany_Raport_Roczny_LOTOS_2012.pdf), dostęp dnia 4.05.2013.

33. Rok B. (2004), *Odpowiedzialny biznes w nieodpowiedzialnym świecie*, dostępny na stronie: <http://www.ae.krakow.pl/~gap/doki/23sympozjum/odpbiz.pdf>, dostęp dnia 5.05.2013.
34. Roszkowska P. (2011), *Rewolucja w raportowaniu biznesowym. Interesariusze, konkurencyjność, społeczna odpowiedzialność*, Difin, Warszawa.
35. Samelak J. (2013), *Zintegrowane sprawozdanie przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialnego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań.
36. Schaltegger S., Wagner M. (2006), *Managing Sustainability Performance Measurement and Reporting in An Integrated Manner. Sustainability Accounting as the Link between the Sustainability Balanced Scorecard and Sustainability Reporting*, Schaltegger S., Bennett M., Burritt R. (eds.), Springer, „Sustainability Accounting and Reporting” vol. 21.
37. *Sustainability Accounting in The Construction Industry* (2002), Casella Stanger, dostępny na stronie: <http://www.ciria.org.uk/pdf/x105.pdf>, dostęp dnia 25.04.2013.
38. Szadziewska A. (2009), *Odzwierciedlenie aspektów ochrony środowiska w rachunkowości przedsiębiorstw*, w: *Rachunkowość w zarządzaniu jednostkami gospodarczymi*, Kiziukiewicz T. (red.), „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego” nr 542, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.
39. *Szósty Ranking Odpowiedzialnych Firm 2012*, Dziennik Gazeta Prawna, Bezpłatny dodatek z 27 kwietnia 2012, dostępny na stronie: [http://odpowie.dzialnybiznes.pl/public/files/Ranking\\_Odpowiedzialnych\\_Firm\\_2012-13355172\\_08.pdf](http://odpowie.dzialnybiznes.pl/public/files/Ranking_Odpowiedzialnych_Firm_2012-13355172_08.pdf), dostęp dnia 20.04.2013.
40. *The Business Case for Being a Responsible Business* (2011), BITC, Doughty Centre, dostępny na stronie: <http://www.som.cranfield.ac.uk/som/dynamic-content/media/documents/Business%20case%20final.pdf>, dostęp dnia 25.04.2013.
41. Turyna J. (1997), *System informacyjny rachunkowości w podejmowaniu decyzji zarządczych*, Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
42. *Why Sustainability Counts for Professional Accountants in Business* (2006), IFAC, dostępny na stronie: <http://www.ifac.org/sites/default/files/publications/files/why-sustainability-counts-f.pdf>, dostęp dnia 30.04.2013.

43. Wilmshurst T. D., Frost G. R. (2001), *The Role of Accounting and The Accountant in The Environmental Management System*, „Business Staregy and the Environment” No. 10 (3).

### **Streszczenie**

Celem artykułu jest przedstawienie:

- korzyści wynikających z włączenia społecznej odpowiedzialności w procesy zarządzania przedsiębiorstw,
- sposobów i zakresu ujawnień z obszaru CSR dokonywanych przez podmioty gospodarcze,
- roli rachunkowości w pozyskiwaniu istotnych i wiarygodnych informacji na temat społecznych oraz środowiskowych aspektów funkcjonowania podmiotów.

### **Słowa kluczowe**

pomiar, społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw, raportowanie

### **The Role of Accounting in Measuring the Effectiveness of CSR Activities (Summary)**

The aim of this article is to present:

- the benefits of integrating social responsibility into company's management systems,
- methods and scope of the CSR disclosures done by companies,
- the role of accounting in providing relevant and reliable information about environmental and social aspects of business activity.

### **Keywords**

measurement, corporate social responsibility, reporting

