

【2017 資誠 PwC 企業社會責任論壇】

永續企業新指標：提升企業社會影響力《SROI 會後報導》

pwc

資誠

資誠PwC與Social Value Taiwan於2017年7月19日共同舉辦「永續企業新指標：提升企業社會影響力」國際論壇，特別邀請到全球社會投資報酬（Social Return on Investment，簡稱SROI）領域最重要、最具影響力的組織－Social Value International(國際社會價值協會)執行長Jeremy Nicholls來台分享如何藉由SROI連結國際社會影響力評估的趨勢，讓全面影響評估與貨幣化衡量的思維納入台灣未來的關鍵決策之中。會中亦邀請遠傳電信、華碩電腦、家樂福等企業代表暢談國內企業執行CSR專案如何從衡量、管理到極大化社會影響力，吸引逾200位企業代表參與。



資誠周建宏所長強調：DJSI、GRI準則皆要求企業的社會影響力需評估、管理

資誠聯合會計師事務所所長周建宏表示：「台灣在做社會公益及CSR相關倡議過去做了很多，自從CSR熱潮以後，臺灣在全球排名很前面，已經做得蠻好的，大家應該感到驕傲。但做了那麼多，是否問說：『到底我做的成效怎麼樣？』、『到底我要怎麼管理？』，更重要的是『我要怎麼改進？』資誠強調「3M公益管理新哲學」，也就是Measure 衡量、Manage 管理、Maximize Social Value 怎麼樣極大化，這三個M跟企業一樣，不衡量就不會管理，不管理就無法極大化。」

因此，社會公益的投入，也應該定期的衡量、管理，才能確認資源的投入是否達成預期的目標，企業的CSR活動是否與希望改變的社會問題一致，如此，才能使資源效益最大化，創造企業社會價值的最大化。資誠相信藉由定期的衡量管理，企業的社會價值不再無形，而是邁向永續社會最重要的動力！

過去企業在社會公益專案上缺乏衡量工具，無法有效管理社會問題改變的程度，認知自己產生的社會影響力。國際上已經發展出許多社會價值評估工具，其中SROI是近年興起的其中一項CSR指標參數。」

從國際趨勢來看，不論是今年(2017)道瓊永續指數(DJSI)的新題組，或是2018年即將適用的GRI準則都要求企業要揭露影響力評估。顯見未來企業要接軌國際、展現競爭力，在經濟、環境與社會三方面的影響力都必須進行衡量與管理。

今天的大會，除了邀請到Jeremy來跟各位分享企業的社會價值為何日益重要，國際重要的發展趨勢，也很高興邀請到遠傳電信副發言人、華碩電腦吳副永續長、家樂福文教基金會吳執行長進行綜合座談，分享他們成功的CSR專案，以及導入SROI管理後發展的改變與成效。希望從這次論壇分享，幫助企業對社會價值議題有更深入、更全面的認識，進而成為更具影響力的永續企業。

簡又新董事長：從CSR報導(Reporting)→績效表現(Performance)→社會影響力(Social Impact)

台灣永續能源研究基金會簡又新董事長在致詞時表示：「每一次參加資誠的活動都感到台灣充滿了信心與前途，第一個是活動很頻繁，第二個是每一次看到活動的題目代表層次的再提升，這次提升到社會影響力(Social Impact)。」

簡董事長在回顧與展望：「我因為從事這個領域十年了，2007年開始舉辦企業永續獎，臺灣總共只有16家公司參加比賽，寫報告不過30家左右，很少、大家都搞不清楚，我去找企業老闆做企業社會責任，他們說：我們有做了，我們公司錢都已經捐了，股東和董事只關心EPS和發多少股利。現在，臺灣大概有500家左右寫報告，質量都已經提升很多。根據 Bloomberg ESG Disclosure Score 統計分析，臺灣在全世界排第二名，僅次於法國，在座各位從事CSR相關的工作，你們的努力看到了成果，但這是指報告(Reporting)，CSR不是只是報告，要更進一步看績效表現(Performance)。」

最近在研議修改公司法，將企業社會責任納入公司法。不僅如此，CSR已逐漸形成一個正式的學科，台灣永續能源研究基金會已經跟台北大學正式簽約成為正式課程，將頒發「企業永續管理師」證照。報告(Reporting)是一件事，績效表現(Performance)是另一件事情，企業要能展現對社會的影響力(Impact)，除了公司賺錢以外，要讓社會更進步，明天大家會更好，這是我們共同的目標。今天的主講人Jeremy在全世界Social Value領域是非常有名的，感謝資誠聯合會計師事務所能夠請Jeremy來，這是大家的福氣，很難得，希望大家都能夠有收穫，讓我們的企業為社會帶來更大的影響力(Impact)。

Jeremy簡介Social Value International

2004年，現今的Social Value UK及Social Value International(SVI)執行長Jeremy Nicholls聚集夥伴開始了SROI的倡議，到了2008年，英國政府內閣辦公室下的第三部門(Office of the Third Sector)開始了三年的資助，協助產出SROI的正式指南，蘇格蘭政府也實際透過創建「指標資料庫」來協助SROI的運用發展。在這些協助之下，2009年，「社會投資報酬率指南 A Guide to Social Return On Investment」得以出版，並於2012年再版，這也是現在流通最新的版本。

原SROI指南維護組織為the SROI Network，其在2015年轉變為Social Value UK負責指南更新、提供相關說明及認證服務，並成立Social Value International，負責聯繫世界會員，目前分

支聯盟已達 45 個國家，台灣亦已於 2016 年成立 Social Value Taiwan，並成為 Social Value International 之聯盟會員（Affiliated）。

SROI 創設的宗旨，是期望透過「衡量價值」的改變，來促成「平等」。世界上的「不平等」逐漸加劇，氣候變遷逐漸增加，影響了全球人類的生活，永續發展成為一項挑戰，而 SVI 認為用 SROI 衡量影響力，再將資源重新調配以產生更大影響力是其中的一種解決方法。2030 年永續發展目標議程（Agenda 30）正式於 2016 年 1 月 1 日啟動，當中包含了聯合國所訂定的 17 項永續發展目標（Sustainable Development Goals, 簡稱 SDGs），SVI 將更重視人權，而社會價值意味著改變人們的生活。

Social Return on Investment (SROI, 社會投資報酬率) 之七大原則

為了能維持每一份 SROI 方法所作之分析有一定的品質，避免 SROI 淪為數字比賽，SROI 指引進一步要求使用者在分析計算及報導的過程中應恪守以下七大原則：

- 1) 利害關係人參與（Involve stakeholders）
- 2) 了解專案所造成的改變（Understand what changes）
- 3) 定價重要的項目（Value the things that matter）
- 4) 考量重大性原則（Only include what is material）
- 5) 不誇大成果（Do not over-claim）
- 6) 將過程透明化（Be transparent）
- 7) 驗證最後的結果（Verify the result）

應用 SROI 最關鍵的核心，是與受我們活動所影響的人（利害關係人 Stakeholders）確實溝通，以掌握成果。一般而言，受影響的人不一定能輕易的讓組織負起該負的責任，但透過運用 SROI，期望可以將這些利害關係人的聲音納入決策考量的過程中，這也是讓價值極大化的起點。

透明度及認證

在金融市場中，對於投資人的責信，是促成企業得以極大化其財務價值的因素。因為投資人取得了可信賴的資料，才有信心將資源再投入金融市場中，也促成了 GDP 的提升。同樣的，從社會價值的角度，對於「利害關係人」的責信，是促成企業得以極大化其「社會」價值的因素。

SVI的認證方法及ISAE 3000的介紹

IAASB 由全球性專業會計組織之國際會計師聯合會（The International Federation of Accountants, IFAC）於 1977 年 10 月成立，致力於發展、適用及改善國際審計及認證準則。ISAE 3000 是一套原則性的確信準則（同台灣確信準則公報第一號），適用於非屬歷史性財務資訊查核或核閱之案件，使專業人員在執行非歷史財務性資訊的確信工作時，有一套高品質、具效率及效益的準則可以遵循。ISAE 3000 針對所選擇的標的資訊（包含數據可信度），執行確信工作，以出具確信報告。

總部位於英國倫敦的 AccountAbility 組織，是一全球性之非營利組織，該組織發行了 AA1000 保證標準(2008)(AA1000AS)，主要是提供認證第三方進行 CSR 報告書認證之指引。AA1000AS 分為 Type 1 當責性原則認證，認證方應評估組織遵循三項 AA1000 當責性原則（包容性、重大性及回應性）的本質與程度。認證方評估績效資訊時，並不被要求對報告資訊的可靠度作出結

論，而是將這些績效資訊作為評估組織遵循 AA1000 當責性原則程度證據來源，及 Type 2 當責性原則及績效資訊認證。

SVI 訂有 SROI 報告的認證標準 (Report Assurance Standard)，該準則較類似於 AA1000AS 下 Type 1 當責性原則之認證，主要檢視報告是否依照 SROI 的七大原則進行編製。若要取得進一步的責信資料，則可以考慮再透過 ISAE 3000 針對關鍵數據進行確信。

Jeremy 分享社會影響力的國際趨勢

會計學發展了幾百多年(圖片為 15 世紀的義大利數學家盧卡·帕西奧利，人稱會計學之父)，成為今天普遍被大眾認同接受的商業語言，近五十年來，有更多的討論將「非財務」的績效也納入揭露的資訊中，透過以下的案例分享可以看到，財務的績效只佔了整體表現的一部份，尚需包含環境或是社會經濟價值來完整呈現組織的價值。

例一、整合性的損益表(IPL) 將環境、社會經濟的影響一併呈現，得到公司較全面的價值。

例二、PwC 與塞普勒斯觀光局合作，衡量塞普勒斯旅遊業所產生的影響。PwC 所發展出來的全面影響力評估方式(Total Impact Measurement and Management, TIMM)將社會、環境、稅務、經濟的影響進行評估並定價，讓公司得以比較其過往的決策及投資活動對各面向所造成的衝擊，讓公司未來在做決策、取捨時可以預期更全面的影響。

例三、Puma 母公司開雲集團(Kering)針對旗下著名品牌於 2015 年也都導入了環境損益分析(EP & L)，經由 EP&L 工具計算，他們發現 75% 環境衝擊發生在原物料階段，這讓他們意識到原來日常所看到的管理，僅是冰山一角，EP & L 的分析讓開雲發現原來透過採購決策可大幅降低開雲集團對某些原物料的環境風險，也掌握到了管理重點。

例四、巴斯夫(BASF)透過價值鏈的展開，補捉對於永續發展的真實貢獻(Real Contribution)，除了取得各階段的量化資料，更使用 PwC 所研究產出的係數將其貨幣化，最後在價值鏈的各階段，彙總出各項目的影響來進行呈現。

例五、FRC Group (傢俱公司)：透過出具財務及社會價值整合的整合性報告，來闡述其完整價值，該報告並透過會計師的確信來增加公信力。

例六、The Social Capital Protocol (www.social-capital.org) 在 WBCSD 下的一個倡議，希望為企業建立衡量社會影響的標準，意圖讓企業在決策時，將促成社會正面影響從一個可為可不為的選擇題，轉變成一個核心要素。整個 Protocol 有兩個主要目的，一是提供一致的流程供企業在衡量、評價、管理社會資本時使用，二是提供標準化的方式來消弭目前社會影響及定價眾多方式間的分歧。

例七、台灣證交所之規定：上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法，針對資本額一定金額以上或特殊行業，要求出具企業社會責任報告。針對特定行業要求揭露特定項目，並部份要求需經會計師確信。

例八、歐盟對於非財務報導之規定：針對超過 500 名員工之大型公眾利益公司 (包含上市公司、銀行、保險從業公司或其他由會員國所指定之公司)，應在管理報告書中至少揭露關於環境、社會、員工、人權、反貪腐、董事會的多元選任...等等議題。

The Reporting Exchange (www.reportingexchange.com)：一個關於永續報導的整合平台，可

以找到各國對於永續報導的規定，及其他有用的資訊。

Global Value Exchange (www.globalvalueexchange.org): 一個指標及定價的平台，收集公開的研究報告，輸入關鍵字後可以查詢相對項目的指標及價值。

公益活動所帶來的改變和SROI案例解析

資誠聯合會計師事務所吳佳餘協理分享了澳洲全國橄欖球聯賽在紐澳多個社區進行公益活動的案例，除了在網站或報告中揭露了投入的時數、主要活動的內容、產出的活動場次外，更揭露公益活動的成果及為參加者所帶來的改變，包括：**100%**參與者表示增加心靈疾病的知覺能力、**98%**參與者表示增加自己有需要時願意尋求協助的比例、**72%**參與者表示減少了對疾病的汙名感受、**54%**參與者表示自信心增加。此外，此活動的社會投資報酬率(SROI)是每投入一元澳幣可以創造**3.03**元的社會價值。

SROI計算的六大步驟

- 一、 確定範圍與利害關係人
- 二、 描繪成果(蒐集資料)
- 三、 定價(財務代理變數)
- 四、 影響力因子(無謂、歸因、衰減、移轉)
- 五、 計算現值(敏感性分析)
- 六、 社會價值(影響力)



SROI不是數字比賽，而是3M管理新哲學

特別是對於非財務價值的貨幣化定價，在選取財務代理變數(Proxy)、考量影響力因子、進行敏感性分析時，都涉及判斷，SROI並不是只是一個數字，經過敏感性分析後它是一個區間，例如：介於**1.06**到**2.06**之間，因此，SROI並不適合在組織以外拿來做比較，更不是數字比賽。

SROI真正的目的，對於不同的專案，SROI是做為內部決策或聚焦改善的參考；對於相同的專案，SROI是做為持續計算，追蹤改善，極大化影響力的價值，也就是「**3M**管理新哲學」。

SROI的七大原則

資誠聯合會計師事務所杜育任協理以國內外實際案例，生動的分享如何以SROI的核心七原則，打造公益新思維。例如：**Salford Men's Wellbeing Projects**的主要目標是為了改善當地小孩的福祉，但公益專案先著眼於改善當地父親的福祉，經過父親參與此活動之後，父親從活動中找回了自信，並且在仿效別的父親與孩子互動中，瞭解到如何當個稱職的父親。此專案為父親所帶來的改變包括：更能應付生活中的各種挑戰、更有自信當個稱職的父親、做更多的事讓生活更有意義。而此公益專案也為小孩帶來改變，包括：讓小孩從活動中，增進父子感情，變得更有信心。這本SROI的範疇是將這四年來些改變，依循不誇大原則，再賦予成果價值，並透明公開其SROI的計算結果和各種判斷的緣由，以展現公益專案的社會影響力和價值。

SROI 論壇



郵差不僅解決社會問題，也充分發揮社會影響力



論壇主持人永豐金控翁文祺董事長說：「服務到位，業績自來。做了再說！」翁董事長在中華郵政擔任董事長期間，他發現：「高雄大樹鄉郵局考績原本丙等，兩年之後變成乙等，後來才知道，郵差幫 27 家小農賣玉荷包，小農不知道怎麼連線上網，郵差幫助小農，小農很感激，把錢都存到郵局來，考績因此被迫升等。不知道這是不是可以當做案例？」

遠傳電信出版全球第一本預測型「社會投資報酬率(SROI)報告書」

遠傳電信在當天正式發表全球第一本正體中文版的預測型「社會投資報酬率(Social Return on Investment, 簡稱 SROI)報告書」，針對今年度 CSR 主軸「寶衛地球 讓愛遠傳」環境教育計畫進行社會投資報酬率的計算，經由國際社會價值協會(Social Value International)認證的資誠聯合會計師事務所(PwC Taiwan)之執業師(Accredited Practitioner)協助完成全球第一本正體中文版的 SROI 預測型報告。證明遠傳 CSR 環境教育活動每 1 元投入可創造 3.17 倍價值。其範圍亦與 82%全球經認證 SROI 報告之社會投資報酬率數值相近，顯見遠傳寶衛地球活動的投入與預期效益，符合國際 CSR 活動的平均水準。

遠傳發言人郎亞玲表示：「計算SROI不僅能量化、貨幣化遠傳投入社會公益的成效與價值，更成為遠傳在投入企業社會活動決策前的重要參考指標，在遠傳導入SROI計算出「寶衛地球讓愛遠傳」環境教育計畫的效益後，也讓我們及時修正調整了今年下半年的計畫內容，預期將可具體提高後續的社會價值。遠傳期待能透過發佈全台第一本預測型的SROI報告書，發揮拋磚引玉的效果，讓CSR不只看得到Input，更能計算出Impact，成為企業和公益組織管理公益活動的參考指標，以對臺灣社會產生最大的正向影響力。」



SROI成為在投入企業社會活動決策前的重要參考指標

遠傳發言人郎亞玲表示：「計算SROI不僅能量化、貨幣化遠傳投入社會公益的成效與價值，更成為遠傳在投入企業社會活動決策前的重要參考指標，在遠傳導入SROI計算出「寶衛地球讓愛遠傳」環境教育計畫的效益後，也讓我們及時修正調整了今年下半年的計畫內容，預期將可具體提高後續的社會價值。遠傳期待能透過發佈全台第一本預測型的SROI報告書，發揮拋磚引玉的效果，讓CSR不只看得到input，更能計算出Impact，成為企業和公益組織管理公益活動的參考指標，以對臺灣社會產生最大的正向影響力。」

與利害關係人議和，發現公益專案所帶來的改變

遠傳深入訪談學童、民眾與志工，瞭解他們的改變和期待後，分析上半年的活動發現，這些活動帶給他們「身心更愉悅」、「提升公益參與的意願和熱忱」、「提升人際關係」及「增加生活與工作熱忱」等正向效益；反之也因為推動環境教育活動，讓學童看到環境被破壞，而產生負面的觀感。依據訪談與調查的結果，遠傳也從中發現能使活動設計更為永續、更能發揮效應的做法，並立即在下半年的活動計畫中進行調整和優化，同時遠傳還會繼續計算2017年評估型SROI，確實衡量和管理公益活動的投資報酬率，也讓遠傳推動的環境教育能被更有效的落實，發揮最大的價值。

遠傳選擇公開整本 SROI 報告書，因為負責任與透明溝通！

相較於國內許多企業僅公布SROI計算結果，遠傳選擇公開整本報告書，郎亞玲發言人表示，「負責任與透明的溝通是遠傳的企業文化，如同我們不會不負責的僅揭露EPS，而不揭露財務報告。我們再一開始接觸SROI的過程中，我們就瞭解到因為SROI是一個管理工具，計算過程中牽涉許多主觀的判斷和假設，若是只公布最後的數字，是一件非常危險也不負責任的行為。以後社會企業或是公益團體假如拿著高的離譜的SROI四處募款，這不是一件很可怕的事嗎？因此，遠傳既然是一個開創者，就要當一個負責任的開創者。我們相信報告書的計算過程透明公開，以確實對利害關係人負責外，更於報告中針對與期待有落差的活動提出具體改善方案，邀請大眾一同關注和討論，給予我們寶貴的建議。期待這本報告書能發揮拋磚引玉的效果，讓SROI不只是行銷數字，而真正成為企業和公益組織管理公益活動的工具，以對臺灣社會產生最大的正向影響力。」

華碩從環保回收，到數位包容，發揮社會影響力



華碩電腦副永續長吳澤欣表示，「再生電腦、希望工程」公益專案是從華碩的核心本業出發，呼應了現在最流行的循環經濟議題，也呼應了聯合國永續發展目標教育品質(SDG 4 Quality Education)，。始於 2008 年，出發點是一善用本業核心競爭力為主軸，發展具策略性的永續方針，進而體現社會公益。起初是將不同廠牌的電腦回收、整修並測試後，捐贈至臺灣或海外偏鄉團體及公益組織，但實際執行後發現，真正要消彌城鄉間數位落差，光是硬體的回收再利用還不夠，如何切合不同捐贈團體應用需求，從軟體下手，量身打造受助者的數位培育，讓數位技能內化在受助者本身，提升硬體與使用者間的互動關係，才是華碩真的想要做的。

因此，華碩開始結合國內外有志一同的非營利組織、學校成立電腦教室、數位學習中心、課程輔導等，轉型為「再生電腦數位培育計畫」，協助弱勢兒童、青年學子、婦女、銀髮及身障人士學習電腦課程，創造數位學習機會及提升數位能力，藉由專案平臺整合軟、硬體資源，受益人數迄今達 2 萬人次。

因此，華碩開始結合國內外有志一同的非營利組織、學校成立電腦教室、數位學習中心、課程輔導等，轉型為「再生電腦數位培育計畫」，協助弱勢兒童、青年學子、婦女、銀髮及身障人士學習電腦課程，創造數位學習機會及提升數位能力，藉由專案平臺整合軟、硬體資源，受益人數迄今達 2 萬人次。

透過SROI，捕捉無形價值

執行再生電腦數位培育計畫多年，吳澤欣表示，希望進一步了解受贈之非政府組織、志工團體及數位學習中心是否充分利用公益資源，及了解計畫對利害關係人所帶來的改變與影響力。為掌握最真實的回饋與成果，開始找尋可以將企業社會責任（CSR）具象化的應用指南，導入由英國率先發起的一社會投資報酬率（Social Return of Investment; SROI）。SROI 為近年興起之 CSR 指標參數，計算出的數值意義為每投入 1 元的 CSR 經費，能夠產生多少具體社會效益。

華碩成為亞洲科技業第一本全球性認證的SROI報告書

華碩不只出具報告，還取得了國際社會創值協會 Social Value International 的 SROI 報告認證，成為亞洲科技業第一本全球性認證的 SROI 報告書，吳澤欣強調，參與認證是自我肯定，衡量報告書產出是否合乎 SROI 指引精神，而非著眼於競賽角逐。

由於 SROI 方法論對於細節要求，是一個公正客觀的評估架構。遵循 SROI 六大步驟與七大原則，如何透明且完整呈現遵循原則，以嚴謹的衡量方式產生具管理價值之績效衡量資訊，是導入過程中最重要的挑戰，然而，跳脫數字驗證框架，回顧走過從導入到通過認證之過程，雖然辛苦，公益團隊心中也滿是收穫和啟發。

家樂福與食物銀行聯手反食物浪費

為了反食物浪費，滿足台灣飢餓人口的需要，家樂福文教基金會自2014年起，在台灣推動『食物銀行』計畫，不同於以往通路募零錢、募發票，家樂福善用通路募實體物資。



幕後推動這個計畫的家樂福企業社會責任總監暨家樂福文教基金會吳柏毅執行長說：「台灣家樂福在三年前，開創了全球家樂福唯一一個國家在 365 天每天都在募集實體物資，去年募了 102 噸，大概分為四大類：主食類、罐頭類、調味品類及日常用品洗髮精或沐浴乳。募了兩年實體物資之後，家樂福開始捐贈即期品給社福單位，將保存期限符合標準，但卻必須下架的即期品捐出來，成為第一個很大膽把即期品有組織、有系統捐贈出來的零售業。」

因為是長期的計畫，當地社福單位成為家樂福長期的合作夥伴，因為社福單位有自己的廚房，每天都要煮飯或送餐給社區裏的老人和小孩，社福單位在去年成立了「臺灣食物銀行聯合會」，成為有組織的救助單位，目前有 50 幾個單位共同募集物資，提倡「續食議題」，解決飢餓問題。

家樂福吳柏毅執行長分享說：「為了減少碳足跡，家樂福捐即期品給當地的社福單位，社福單位離家樂福只能在一個社區範圍以內，目前家樂福在全台灣已有 100 家店已經連結到社福單位了。這件事情是很值得做的！」對於如何計算 SROI，吳執行長也計畫導入中。

家樂福從募集物資到捐贈即期品，去年9月更與台北市南機場忠勤里方荷生里長合作，開辦全台第一家「續食餐廳-書屋花甲」，開創減少食物浪費的體系，獲得社會各界的熱烈迴響，家樂福連續兩年皆榮獲《遠見雜誌》CSR企業社會責任獎。

時代不一樣了，公益活動真的不一樣了，企業的使命也在改變了！

資誠聯合會計師事務所李宜樺會計師說：「我們很開心、也很榮幸的能聽到華碩的成為台灣第一間經SVI認證的歷程、遠傳對於公益管理的遠見及家樂福的決心」。李宜樺指出，「在華碩、遠傳等標竿企業的帶領下，企業的公益活動已經從單純的捐贈，開始轉向透過SROI的衡量邁入實質管理的時代，這是一個非常重要的里程碑。我們已經看到很多透過SROI逐步調整改善公益專案的執行，創造更大社會價值的國外案例，例如麥格里銀行的食物銀行專案。相信台灣的企業一定更能夠善用 SROI，讓台灣越來越美好。」



解決社會問題，將是未來成功的關鍵趨勢

台灣社會在一開始的農業社會到工業社會到現在的高度經濟發展的社會。台灣社會在近 40 年的經濟發展下，已經成為一個高度開發的社會，大部分的台灣民眾享有清潔的飲食、便利的生活與高品質的醫療，這是大家的努力成果。但是，如同現在世界所面臨的問題：極端氣候、溫室氣體、貧富不均及資源耗竭等社會問題，也都相同的在我們台灣所上演。因此，現代社會的發展下對於成功的定義，已經從物質的富裕慢慢的開始發生變化了。我們相信，解決社會問題，將是未來成功的關鍵趨勢。

透過SROI的衡量邁入實質管理

解決社會問題就猶如企業創造獲利相同，是需要策略、目標及管理的。我們很感謝在華碩、遠傳及家樂福等標竿企業的帶領下，公益活動從單純的捐贈，已經開始透過 SROI 的衡量邁入實質管理的時代了，這是一個非常重要的里程碑。

『看不見的事情不代表沒有價值』，就像我最享受與家人相處的短暫美好時光，是無法標價的但不是代表無價值的，這兩者有明顯不過的區別。我們過往，忽略的無法標價的事物。SROI 就是讓我們開始能衡量無法標價事物的第一步。

負責任且透明的SROI：報告、認證與確信

李會計師提到：「就像財報一樣，若是一個財務報告僅出現最後的EPS，大家會不會覺得怪怪的呢？從前面的案例分享，我相信華碩、遠傳及家樂福，所要傳遞的並不是一個數字的比賽。若僅僅只SROI僅有一個數字，其實不代表任何的意義，因為中間的假設、參數的取捨，都有太多的不確定性與可操控性。在Jeremy也在的場合中，我們也誠懇的呼籲採用SROI的機構，不一定要向我們台上的標竿企業一定要出一本SROI報告。至少，必須要將中間的重要假設與參數及敏感性分析的結果，簡要的與所計算的數字一起公布。就像遠傳郎發言人所說的，這才是負責的作法，也才不抹煞整個制度的美意。而Jeremy所講的認證與確信，就更是一本好的SROI制度品質控制的至關緊要的條件，就像財務報告必須經過會計師查核簽證相同。」

SROI 的下一步：永續企業的新座標 - TIMM

SROI 的目的是要創造社會和企業雙贏的局面，因此要思考 SROI 的下一步是什麼。企業在經營的時候會有很多的活動，活動所帶來的財務表現可以用 IFRS 會計準則來貨幣化或衡量，今天所談的公益活動也可以用 SROI 加以衡量，讓社會面的效益貨幣化。但還有很多非財務的表現，例如對環境面的表現，是無法用 GRI Standard 或整合性報告架構做貨幣化衡量的，因為 GRI 的架構是報導，不是衡量。

根據 PwC 的調查，74% 的 CEO 認為，報導財務與非財務價值才能為企業帶來真正的成功。因此，PwC 發展出來一套全面性衡量工具，幫助企業進行全面影響力評估 (Total Impact Measurement and Management)，簡稱 TIMM。企業可以選擇在地採購或從國外進口原物料，對於經濟面、社會面、環境面和稅務面有不同正向及負向的影響，透過 TIMM 協助企業在決策時做全面性的選擇並展現價值，GRI 準則將於 2018 年適用，應揭露組織對於經濟、環境與社會的重大影響（衝擊）。什麼是重大呢？有沒有衡量的基礎呢？其實就是指貨幣化，而 GRI 和 DJSI 都認可 TIMM 的方法，企業若導入 TIMM 進行全面衝擊管理及決策，將能創造共好新社會。

李會計師總結：「管理大師彼得·杜拉克曾說：『沒有衡量，就沒有管理』，希望永續領域的各位，讓我們能夠建構出一個健全的永續績效的衡量體系與架構，讓永續的管理予以落實，讓企業的經營與決策能朝向整合性的思維前進。」

(紀錄：林祐翠、攝影：劉博仁)

若您有任何問題或建議，歡迎聯絡資誠永續發展服務股份有限公司。

蔡承璋 E-mail：steven.t.tsai@tw.pwc.com TEL：(02) 2729-6666#21750