

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 Kwiecińska: 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

Karolina Kwiecińska

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

RELACJE INWESTORSKIE I RAPORTOWANIE KAPITAŁU INTELEKTUALNEGO

Streszczenie: Jednym z celów relacji inwestorskich jest przekazywanie informacji inwestorom. Zgodnie z nowoczesnym podejściem do relacji inwestorskich spółki powinny dokonywać możliwie szerokich ujawnień. Współcześnie rośnie rola kapitału intelektualnego w budowaniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw. Informacje o kapitale intelektualnym są ujawniane w ramach sprawozdawczości finansowej w niewielkim zakresie. Spółki mogą jednak dobrowolnie ujawniać informacje o posiadanym kapitale intelektualnym. Celem artykułu jest przedstawienie kapitału intelektualnego jako nowego obszaru w raportowaniu.

Słowa kluczowe: relacje inwestorskie, kapitał intelektualny, ujawnienia dobrowolne.

DOI: 10.15611/pn.2014.329.21

1. Wstęp

Do podjęcia racjonalnych decyzji inwestycyjnych inwestorzy potrzebują rzetelnych informacji na temat sytuacji przedsiębiorstwa¹. Zgodnie z pkt I.1 Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie „spółka powinna prowadzić przejrzystą i efektywną politykę informacyjną, zarówno z wykorzystaniem tradycyjnych metod, jak i z użyciem nowoczesnych technologii oraz najnowszych narzędzi komunikacji zapewniających szybkość, bezpieczeństwo oraz efektywny dostęp do informacji” [Rada Nadzorcza GPW 2012, s. 3].

Obecnie źródłem przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw przestają być czynniki materialne, a stają się nimi czynniki niematerialne, takie jak: marki, kompetencje pracowników, innowacyjność czy relacje z klientami. Źródłem informacji na temat sytuacji majątkowo-finansowej podmiotu jest sprawozdanie finansowe, które nie zawiera informacji na temat wielu zasobów niematerialnych będących w posiadaniu przedsiębiorstw. Przedsiębiorstwa, które chcą dostarczyć inwestorom możliwie pełnych informacji na temat zasobów będących w ich posiadaniu, mogą dobrowolnie ujawniać informacje o czynnikach kreujących ich wartość.

¹ W niniejszym artykule termin przedsiębiorstwo będzie używany w wąskim znaczeniu w odniesieniu do spółek publicznych.

2. Metodyka badań i przebieg procesu badawczego

Celem artykułu jest przedstawienie kapitału intelektualnego jako nowego obszaru w raportowaniu. Realizacji tego celu podporządkowano strukturę opracowania. W pierwszej kolejności zaprezentowano istotę relacji inwestorskich. Następnie przedstawiono problematykę ujawniania informacji na temat kapitału intelektualnego.

Artykuł napisano na podstawie studiów literaturowych. Wykorzystano literaturę obejmującą tematykę relacji inwestorskich, kapitału intelektualnego oraz rachunkowości.

3. Istota relacji inwestorskich

Inwestorzy, jako dawcy kapitału, są zainteresowani informacjami na temat działalności spółki, której powierzyli swoje środki. W przedsiębiorstwach zawsze będzie istniał problem asymetrii informacji wynikający z tego, że zarząd dysponuje lepszą wiedzą na temat sytuacji przedsiębiorstwa niż inwestorzy. Istotną rolę w likwidowaniu asymetrii informacji odgrywają relacje inwestorskie.

Zgodnie z definicją największego na świecie profesjonalnego stowarzyszenia zajmującego się problematyką relacji inwestorskich National Investor Relations Institute „relacje inwestorskie to element zarządzania strategicznego, obejmujący finanse, komunikację, marketing i przestrzeganie prawa obrotu papierami wartościowymi, który umożliwi efektywną, dwustronną komunikację między spółką, społecznością inwestorską oraz pozostałymi zainteresowanymi stronami, przez co ostatecznie przyczynia się do rzetelnej wyceny papierów wartościowych spółki”. Relacje inwestorskie są często utożsamiane ze spółkami publicznymi, jednak jak trafnie stwierdza D. Dziawgo [2011, s. 16], „relacje inwestorskie [...] są obecne w każdym podmiocie gospodarczym, bez względu na jego formę prawną oraz rodzaj prowadzonej działalności”. Ze względu na ograniczoną objętość niniejszego opracowania dalsze rozważania będą dotyczyły wyłącznie spółek publicznych.

Wśród celów realizowanych przez relacje inwestorskie można wyróżnić trzy obszary [Dziawgo 2011, s. 29-36]:

- prawny (celem relacji inwestorskich jest utrzymanie statusu spółki publicznej poprzez wypełnianie obowiązków informacyjnych określonych w przepisach prawnych),
- finansowo-ekonomiczny (celem relacji inwestorskich w tym obszarze mogą być: wzrost wartości spółki, umożliwienie rzetelnej wyceny spółki, dostęp do zróżnicowanych źródeł kapitałów oraz redukcja kosztów kapitału),
- komunikacyjny (podstawowym celem w tym obszarze jest przekazywanie informacji).

Prawidłowo realizowane relacje inwestorskie mogą przynieść spółce wiele korzyści. Wśród nich można wymienić: wzrost zaufania do zarządu, dobrą reputację

spółki, większą płynności akcji, obniżenie kosztu kapitału oraz wzrost cen akcji [Niedziółka 2008, s. 17].

Współcześnie można wyróżnić dwa modele funkcjonowania relacji inwestorskich (model tradycyjny i nowoczesny) oraz trzeci, który dopiero się kształtuje (model docelowy). Model tradycyjny („model bierny”) zakłada wypełnianie obowiązków określonych w przepisach prawnych. Głównym zadaniem relacji inwestorskich w tym przypadku jest uniknięcie sankcji za nieprzestrzeganie przepisów. Model nowoczesny („model aktywnej komunikacji z rynkiem”), poza wypełnianiem obowiązków przewidzianych w przepisach, kładzie nacisk na aktywną, dwustronną komunikację z rynkiem. Spółki, oprócz ujawniania wymaganych informacji, dokonują również tzw. ujawnień dobrowolnych. Model docelowy zachowuje wszystkie cechy modelu nowoczesnego, jednak jego głównym celem jest uzyskanie możliwie pełnej transparentności. Jego podstawowymi cechami byłyby: możliwie szeroki zakres ujawnień dobrowolnych, współpraca i partnerstwo ze społecznością finansową, a w szczególności z akcjonariuszami i pozostałymi inwestorami, przekształcenie relacji inwestorskich w generator wartości spółki [Dziawgo 2011, s. 61-62].

Szczególną rolę w kształtowaniu przejrzystych relacji inwestorskich odgrywa polityka informacyjna spółki. Inwestorzy, podejmując decyzje dotyczące kierunków inwestowania, biorą pod uwagę zarówno informacje o dokonaniach przedsiębiorstwa w przeszłości, jak i perspektywach ich kształtowania w przyszłości. Prawdopodobna polityka informacyjna powinna zatem obejmować dwa obszary informacji:

- informacje retrospektywne, dotyczące przeszłości i pozwalające na ocenę aktualnej pozycji spółki w otoczeniu rynkowym,
- informacje prospektywne, wynikające z przyjętej strategii rozwoju, potrzeby dokonania zmian strukturalnych oraz dostosowania się do przewidywanych zmian otoczenia [Łukasik, Błach 2013, s. 146, 149].

Tradycyjny model raportowania spółek jest oparty głównie na informacjach retrospektywnych, podczas gdy podstawowym czynnikiem kreującym wartość firmy są przyszłe przepływy pieniężne. Przedsiębiorstwa są zobligowane do publikowania informacji na temat kształtowania się zysku, sytuacji majątkowej i finansowej, podczas gdy wymogi informacyjne wobec czynników mających wpływ na kształtowanie się wartości firmy w przyszłości są ograniczone. Część generatorów wartości, takich jak np. marka, reputacja, udział w rynku czy zdolności kadry zarządzającej, nie jest ujmowana w sprawozdaniu finansowym i dlatego jest często w ogóle pomijana w komunikacji z inwestorami [Gajewska-Jedwabny 2004, s. 459-460].

Aktywa niematerialne mają wpływ na wartość firmy. Autorka podziela pogląd sformułowany przez D. Dobiję [2004a, s. 55], że „gdyby było inaczej, korporacje nie inwestowałyby w prace badawczo-rozwojowe, kształcenie pracowników, kreowanie marki lub też inne formy wartości intelektualnych”. Ponadto tradycyjne źródła przewagi konkurencyjnej, takie jak aktywa materialne i dostęp do kapitału, tracą na znaczeniu. Współczesne przedsiębiorstwa mają wiele możliwości pozyskania kapitału, takich jak: emisja akcji lub obligacji, zaciągnięcie kredytu czy pozyska-

nie dofinansowania z funduszy unijnych, dlatego coraz większą rolę w budowaniu przewagi konkurencyjnej odgrywają trudne do skopiowania aktywa niematerialne.

Wdrożenie strategii tworzenia wartości nie wpłynie samoistnie na wysoką wycenę rynkową spółki, jeśli nie zostanie właściwie zakomunikowane inwestorom. Sprawozdawczość przedsiębiorstw powinna zostać uzupełniona o informacje na temat zasobów będących podstawą budowy przewagi konkurencyjnej, wpływających na wartość spółki, nieujmowanych w sprawozdaniach finansowych przedsiębiorstw [Mikołajek-Gocejna 2007, s. 56].

4. Ujawnianie informacji o kapitale intelektualnym

W literaturze przedmiotu funkcjonuje wiele definicji kapitału intelektualnego, ponadto badacze stosują na jego określenie różne pojęcia, takie jak: wartości niewymierne, kapitał intelektualny, aktywa intelektualne oraz inne połączenia rzeczowników (aktywa, wartość, kapitał) i przymiotników (niematerialny, intelektualny), opisujące przedmiotowe zjawisko². Bez względu na to, który termin jest stosowany, używający go mają najczęściej na myśli niematerialne zasoby firmy, czyli zasoby niemające fizycznego lub finansowego wymiaru, które przyczyniają się do wytworzenia strumienia przyszłych korzyści i wpływają pozytywnie na wartość firmy [Dobija 2004b, s. 64].

Kapitał intelektualny składa się z wielu elementów. Wśród nich można wyróżnić takie składniki, jak: wiedza i doświadczenie pracowników, relacje z klientami, wizerunek firmy, marki, znaki handlowe, *know-how*, licencje, koncesje, patenty, systemy informacyjne, kultura organizacji. Tylko nieliczne z wymienionych wyżej elementów mogą być uznane za aktywa i ujęte w bilansie przedsiębiorstwa. W bilansach wielu przedsiębiorstw brakuje informacji na temat kluczowych dla ich działalności aktywów niematerialnych. Analizując bilans Microsoftu, można stwierdzić, że najważniejszym składnikiem aktywów spółki jest gotówka, Pfizera – należności i długoterminowe pożyczki, a Coca-Coli – akcje w innych jednostkach. Tymczasem o potęgę tych podmiotów decydują czynniki takie jak: kapitał ludzki (Microsoft), innowacyjność (Pfizer), tajemnica procesu wytwórczego i siła marek (Coca-Cola) [Remisiewicz 2005, s. 78].

Problemy z ustaleniem wartości aktywów niematerialnych w rachunkowości wynikają z charakteru tych składników. Szczególne trudności sprawia zdefiniowanie i uregulowanie przepisami prawa własności nabytej i wymienianej wiedzy i doświadczenia między pracownikami. W wielu przypadkach niemożliwe jest zidentyfikowanie twórcy i prawa własności konkretnych pomysłów czy innowacji. Istotną rolę odgrywa również ustalenie wiarygodnej wartości tych składników na podstawie

² W niniejszym opracowaniu termin „aktywa niematerialne” jest używany w odniesieniu do wszystkich elementów kapitału intelektualnego, natomiast termin „wartości niematerialne” oznacza aktywa niematerialne, które spełniają kryteria definicyjne składnika aktywów i są ujmowane w bilansie.

nakładów poniesionych na ich wytworzenie. Nakłady te albo nie są w ogóle ujmowane w ewidencji analitycznej kosztów, albo przedsiębiorstwo ujmuje tylko część tych nakładów, np. ewidencjonowane są wyłącznie wydatki na szkolenia pracowników [Szczepankiewicz 2012, s. 58].

Zdaniem autorki główny problem związany z ujmowaniem elementów kapitału intelektualnego w rachunkowości wynika z trudności w wiarygodnym wycenieniu elementów kapitału intelektualnego. Problem ten nie jest związany wyłącznie z ewidencją nakładów poniesionych na te składniki. Wycena aktywów niematerialnych wytworzonych przez jednostkę we własnym zakresie na podstawie poniesionych nakładów jest możliwa jedynie w odniesieniu do aktywów niematerialnych, których wytworzenie było zaplanowane. Istnieją jednak aktywa niematerialne, których wytworzenie nie było precyzyjnie zaplanowane. Ponadto należy się zastanowić, czy wycena według kosztu historycznego odzwierciedla potencjał aktywów niematerialnych do generowania korzyści w przyszłości.

Znaczna część elementów kapitału intelektualnego nie jest prezentowana w sprawozdaniu finansowym, dlatego powstały różne propozycje ujawniania informacji na jego temat w formie dobrowolnych ujawnień. Początkowo informacje te miały postać opisu niepopartego kwantyfikowanymi miarami. Sformułowania typu „spółka posiada wysoko wykwalifikowaną kadrę” czy „lojalnych pracowników” nie były sparаметryzowane. Wobec braku możliwości oceny i analizy takie informacje mają ograniczoną przydatność w procesie podejmowania decyzji przez inwestorów [Napiecek 2011, s. 103]. Wraz ze wzrostem zainteresowania koncepcją kapitału intelektualnego powstały różne propozycje raportowania tego kapitału. Najpopularniejsze z nich to Navigator Skandii, Monitor Aktywów Niematerialnych, Strategiczna Karta Wyników czy IC – Rating. Ze względu na ograniczoną objętość niniejszego opracowania przedstawiona zostanie jedna z tych propozycji – Monitor Aktywów Niematerialnych.

Monitor Aktywów Niematerialnych (*intangible assets monitor*, IAM) jest propozycją zestawu wskaźników autorstwa K.E. Sveiby’ego. Główną korzyścią z zastosowania IAM nie są same wartości wskaźników, ale zrozumienie, gdzie znajdują się czynniki, które w przyszłości będą kluczowe dla funkcjonowania przedsiębiorstwa. Monitor opiera się na stwierdzeniu, że „sposób, w jaki zarządzamy naszymi pracownikami, klientami i inwestycjami w procesy wewnętrzne, istotnie wpływa na naszą bieżącą rentowność i przyszły sukces przedsiębiorstwa”. Wskaźniki Monitora są podzielone na dwie grupy: aktywa materialne i aktywa niematerialne. Wskaźniki dotyczące aktywów niematerialnych są następnie uszczegółowione w następujących trzech podgrupach dotyczących: klientów (struktura zewnętrzna), organizacji (struktura wewnętrzna) i pracowników (kompetencje). Dobór wskaźników w Monitorze powinien być dostosowany do specyfiki działalności przedsiębiorstwa i uzależniony od jego strategii [Marcinkowska 2008, s. 87-88]. Przykład zastosowania Monitora Aktywów Niematerialnych, zaczerpnięty z raportu spółki Celemi zajmującej się konsultingiem i szkoleniami przedstawia tab. 1.

Tabela 1. Struktura Monitora Aktywów Niematerialnych

	Wskaźniki struktury zewnętrznej	Wskaźniki struktury wewnętrznej	Wskaźniki kompetencji
Wskaźniki wzrostu/odnowy	rentowność klientów wzrost organiczny klienci poprawiający wizerunek	inwestycje w technologię informacyjną klienci wzbogacający strukturę	staż pracy poziom wykształcenia koszt szkoleń przyrost kompetencji klienci wzbogacający kompetencję
Wskaźniki wydajności	satysfakcja klientów sprzedaż na jednego klienta	proporcja pracowników wspierających indeks wartości/postaw	odsetek profesjonalistów wartość dodana na jednego pracownika wartość dodana na profesjonalistę zysk na zatrudnionego zysk na profesjonalistę
Wskaźniki stabilności	proporcja dużych klientów struktura wiekowa wskaźnik lojalności klientów częstotliwość powtórzonych zakupów	wiek organizacji rotacja pracowników wspierających wskaźnik rekrutów struktura długości zatrudnienia	rotacja profesjonalistów relatywne płace struktura długości zatrudnienia

Źródło: [Sveiby 1997, za: Marcinkowska 2008, s. 87].

Żadna z proponowanych w literaturze metod pomiaru kapitału intelektualnego nie uzyskała powszechnego uznania. Metody te nie są uniwersalne i nie nadają się do wdrożenia w każdym przedsiębiorstwie. Mogą być jednak wykorzystane jako baza do sporządzenia własnego raportu na temat kapitału intelektualnego. Sporządzając raport o kapitale intelektualnym, przedsiębiorstwa powinny zwrócić szczególną uwagę na potrzeby informacyjne inwestorów. Inwestorzy, jako interesariusze zewnętrzni, mogą być zainteresowani następującymi informacjami na temat kapitału intelektualnego [Rogowski 2006, s. 74]:

- jak identyfikować posiadane przez przedsiębiorstwo składniki kapitału intelektualnego,
- jak je wyceniać,
- gdzie szukać informacji o wielkości i jakości aktywów niematerialnych,
- jaki jest stopień wykorzystania kapitału intelektualnego w przedsiębiorstwie,
- w jakim stopniu kapitał intelektualny ma wpływ na obecną i przyszłą wartość przedsiębiorstwa,
- w jakim stopniu kapitał intelektualny decyduje o poziomie konkurencyjności przedsiębiorstwa,
- w jakim stopniu przedsiębiorstwo jest zależne od danego składnika aktywów niematerialnych,

- czy istnieje ryzyko utraty danego składnika kapitału intelektualnego, jaki jest poziom tego ryzyka i jakie mogą być konsekwencje.

5. Wnioski

Instytucje nadzorujące rynek kapitałowy nakładają na emitentów papierów wartościowych szereg obowiązków informacyjnych. Realizacja tych obowiązków ma na celu zapewnienie wszystkim inwestorom powszechnego i równego dostępu do informacji. Obecnie obowiązujące regulacje nie wymagają jednak od spółek publikowania odrębnych raportów na temat kapitału intelektualnego.

Kapitał intelektualny składa się z wielu elementów. Niewielka część tych elementów jest ujawniana w sprawozdaniu finansowym w bilansie (są to np. patenty, licencje, koncesje, *know-how*). Pozostała część elementów nie spełnia kryteriów definicyjnych składnika aktywów, w związku z tym nie może zostać uznana za składnik majątku jednostki. Informacje o kapitale intelektualnym mogłyby być ujawniane w sprawozdaniu z działalności jednostki. Obecnie brak jest jednak rozwiązań regulujących szczegółowo te kwestie. Jeżeli w przedsiębiorstwie funkcjonuje tradycyjny model relacji inwestorskich, zakładający jedynie wypełnianie obowiązków przewidzianych w przepisach prawnych, to inwestorzy nie otrzymują pełnej informacji na temat wszystkich zasobów będących w jego posiadaniu.

Spółki nie powinny się skupiać wyłącznie na wypełnianiu minimalnych wymogów informacyjnych. Informacje publikowane w raportach rocznych nie zaspokajają wszystkich potrzeb inwestorów. W nowoczesnym podejściu do relacji inwestorskich zakres ujawnianych informacji znacznie wykracza poza obowiązki informacyjne wymagane prawem. Spółki powinny spojrzeć na dobrowolne ujawnienia poprzez pryzmat płynących z nich korzyści. Zdaniem autorki, wobec braku możliwości ujawniania elementów kapitału intelektualnego w sprawozdaniu finansowym, kapitał intelektualny powinien się stać jednym z obszarów dobrowolnie ujawnianych w ramach relacji inwestorskich.

Literatura

- Dobija D., *Pomiar i sprawozdawczość kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego w Warszawie, Warszawa 2004a.
- Dobija D., *Pomiar i sprawozdawczość kapitału intelektualnego w organizacjach działających w „nowej gospodarce”*, „Organizacja i Kierowanie” 2004b, nr 1(115).
- Dziawgo D., *Relacje inwestorskie. Ewolucja, funkcjonowanie, wyzwania*, PWN, Warszawa 2011.
- Gajewska-Jedwabny A., *Relacje inwestorskie i raportowanie wartości*, [w:] *Wycena i zarządzanie wartością firmy*, red. A. Szablewski, R. Tuzimek, Poltext, Warszawa 2004.
- Lukasik G., Błach J., *Podstawy polityki informacyjnej przedsiębiorstwa i jej rola w kształtowaniu relacji inwestorskich*, [w:] *Relacje inwestorskie spółek kapitałowych*, red. G. Łukasik, Difin, Warszawa 2013.

- Marcinkowska M., *Kapitał intelektualny jako źródło przewagi konkurencyjnej współczesnej firmy*, [w:] *Wycena i zarządzanie wartością firmy*, red. A. Szablewski, R. Tuzimek, Poltext, Warszawa 2008.
- Mikołajek-Gocejna M., *Między raportem a inwestorem*, „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie” 2007, nr 1.
- Napiecek R., *Sprawozdawczość podmiotów gospodarczych a rachunkowość*, [w:] *Dylematy współczesnej rachunkowości*, red. W. Gabrusewicz, J. Samelak, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu nr 174, Poznań 2011.
- Niedziółka D.A., *Relacje inwestorskie*, PWN, Warszawa 2008.
- Rada Nadzorcza GPW w Warszawie, *Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW*, 2012, http://www.corp-gov.gpw.pl/assets/library/polish/regulacje/dobre_praktyki_16_11_2012.pdf (dostęp: 15.01.2014).
- Remisiewicz M., *Rewolucja czy przekleństwo?*, Piar.pl, 2005, nr 4, http://prelite.pl/pl/piarpl/wydania/numer_4/ (dostęp: 20.12.2013).
- Rogowski W., *Kapitał intelektualny jako generator nowych czynników konkurencyjności*, [w:] *Kapitał intelektualny. Spojrzenie z perspektywy interesariuszy*, S. Kasiewicz, W. Rogowski, M. Kicińska, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2006.
- Szczepankiewicz E., *Wartości niematerialne i prawne wytworzone we własnym zakresie – czy i jak raportować informacje o nich interesariuszom*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości” 2012, t. 69, nr 125.

INVESTOR RELATIONS AND INTELLECTUAL CAPITAL REPORTING

Summary: One of the objectives of investor relations is to provide information to investors. According to the modern approach to investor relations, companies should make as many disclosures as possible. Intellectual capital plays an increasingly important role in building competitive advantage of modern companies. Information about intellectual capital is disclosed to a small extent in the financial reporting. Companies, however, may decide to voluntarily disclose information about their intellectual capital. The purpose of this article is to present intellectual capital as a new area of reporting.

Keywords: investor relations, intellectual capital, voluntary disclosures.