

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 396

**Finanse i rachunkowość
na rzecz zrównoważonego rozwoju –
odpowiedzialność, etyka, stabilność finansowa
Tom 2. Rachunkowość**

Redaktorzy naukow
Jacek Adamek
Joanna Zuchewicz



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2015

Redakcja wydawnicza: Barbara Majewska
Redakcja techniczna: Barbara Łopusiewicz
Korekta: Barbara Cibis
Łamanie: Beata Mazur
Projekt okładki: Beata Dębska

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania
znajdują się na stronie internetowej Wydawnictwa
www.pracnaukowe.ue.wroc.pl
www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Publikacja udostępniona na licencji Creative Commons
Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Bez utworów zależnych 3.0 Polska
(CC BY-NC-ND 3.0 PL)



© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2015

ISSN 1899-3192
e-ISSN 2392-0041

ISBN 978-83-7695-520-9

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Zamówienia na opublikowane prace należy składać na adres:
Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
ul. Komandorska 118/120
53-345 Wrocław
tel./fax 71 36 80 602; e-mail:econbook@ue.wroc.pl
www.ksiegarnia.ue.wroc.pl
Druk i oprawa: TOTEM

Spis treści

Wstęp	7
Aleksandra Banaszekiewicz, Ewa Makowska: Kodeks zawodowej etyki w rachunkowości w świetle badań ankietowych	9
Małgorzata Ciecziura: Etyka w świetle rozwijającego się behawioryzmu w rachunkowości	19
Justyna Dyduch: Środowiskowe informacje finansowe w raportach rocznych spółek publicznych z sektora chemicznego	28
Justyna Fijałkowska: Raportowanie CSR a kwestie etyki i odpowiedzialności przedsiębiorstw	39
Tomasz Gabrusewicz, Wiesława Przybylska-Kapuścińska: Umocowanie pieniądza jako jednostki pomiaru wartości ryzyka w rachunkowości	48
Dariusz Gregorczyk: Raportowanie zintegrowane w tworzeniu wspólnej wartości (CSV)	59
Artur Holda, Małgorzata Adamik-Citak: Wycena w wartości godziwej rzeczowych aktywów trwałych a wartość kapitałów własnych w wyniku implementacji MSSF w polskich realiach gospodarczych – podejście pragmatyczne	67
Aldona Kamela-Sowińska: Interes publiczny czy interes społeczny? Co chroni rachunkowość jednostek sektora finansów publicznych?	77
Maria Kukurba: EVA jako narzędzie controllingu finansowego	85
Adam Lulek, Dominika Zielińska: Rola sprawozdawczości finansowej spółek z sektora energetycznego we wspieraniu zrównoważonego rozwoju... ..	96
Grażyna Michalczuk, Teresa Mikulska: Znaczenie raportowania zintegrowanego w zmniejszaniu luki wartości przedsiębiorstwa	105
Teresa Mikulska, Grażyna Michalczuk: Koszty zaangażowania społecznego przedsiębiorstwa	113
Beata Rogowska: Społeczny wymiar rachunkowości w świetle etyczno-normatywnych teorii	123
Anna Spoz: Koncepcja prawdziwego i rzetelnego obrazu w systemie rachunkowości jednostki	132
Arleta Szadzińska: Przejrzystość i porównywalność informacji niefinansowych w sprawozdawczości spółek w świetle zmian regulacji unijnych	141
Dawid Szutowski: Innowacje i wartość rynkowa przedsiębiorstw turystycznych. Analiza zależności	150
Jolanta Wiśniewska: Weryfikacja danych pozafinansowych w raportach CSR polskich spółek	159

Summaries

Aleksandra Banaszekiewicz, Ewa Makowska: The Code of Professional Ethics in Accounting in the light of the survey.....	9
Małgorzata Cieciora: Ethics in the light of the evolving behaviorism in accounting.....	19
Justyna Dyduch: Environmental financial information in annual reports of listed companies of chemical sector	28
Justyna Fijałkowska: CSR reporting vs. ethics and companies' responsibility	39
Tomasz Gabrusewicz, Wiesława Przybylska-Kapuścińska: Money strengthening as a measurement unit of the risk value in accounting	48
Dariusz Gregorczyk: Integrated reporting in creating shared value (CSV) ...	59
Artur Holda, Małgorzata Adamik-Citak: Valuation in fair value of fixed tangible assets vs. the value of equity as a result of IFRS implementation in Polish economic reality – pragmatic approach.....	67
Aldona Kamela-Sowińska: Public interest vs. social welfare? What kind of interest protects accounting of units of the public finance sector?.....	77
Maria Kukurba: EVA as a tool in financial controlling.....	85
Adam Lulek, Dominika Zielińska: The role of financial reporting of the energy companies in support of sustainable development.....	96
Grażyna Michalczyk, Teresa Mikulska: The importance of integrated reporting in reducing the value gap of an enterprise	105
Teresa Mikulska, Grażyna Michalczyk: Costs of corporate social engagement	113
Beata Rogowska: Social dimension of accounting in the light of ethical normative theory.....	123
Anna Spoz: A true and fair view in company accounts	132
Arleta Szadziewska: Changes in EU regulations and the transparency and comparability of non-financial information in reports.....	141
Dawid Szutowski: Innovation and market value of tourism enterprises: a regression analysis	150
Jolanta Wiśniewska: Verification of non-financial data in CSR reports of Polish companies	159

Grażyna Michalczuk, Teresa Mikulska

Uniwersytet w Białymstoku
e-mails: g.michalczuk@uwb.edu.pl; t.mikulska@uwb.edu.pl

ZNACZENIE RAPORTOWANIA ZINTEGROWANEGO W ZMNIEJSZANIU LUKI WARTOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA

THE IMPORTANCE OF INTEGRATED REPORTING IN REDUCING THE VALUE GAP OF AN ENTERPRISE

DOI: 10.15611/pn.2015.396.11

Streszczenie: Opracowanie standardu zintegrowanego sprawozdania jest ważnym krokiem w zwiększaniu zakresu i rodzaju informacji niezbędnych w budowaniu relacji społeczno-ekonomicznych z interesariuszami. Raport zintegrowany to język „zrównoważonego biznesu” i narzędzie komunikowania o sposobie tworzenia przez przedsiębiorstwo wartości w różnych perspektywach czasowych. Także sposobie, jak dane pozafinansowe wpływają na zdolność do kreowania wartości przedsiębiorstwa oraz jak przedsiębiorstwo wyraża swoją odpowiedzialność. Celem artykułu jest analiza istnienia luki wartości, a w tym aspekcie znaczenia wypracowania standardu raportu, którego zakres i jakość informacyjna pozwoli na budowanie odpowiednich relacji społeczno-ekonomicznych z interesariuszami, a w efekcie przyczyni się do zmniejszenia luki wartości przedsiębiorstwa. Jest to istotne zagadnienie, biorąc pod uwagę zmianę potrzeb informacyjnych interesariuszy w perspektywie rozwoju koncepcji społecznej odpowiedzialności i zrównoważonego rozwoju.

Słowa kluczowe: raport zintegrowany, interesariusze, luka wartości, relacje społeczno-ekonomiczne.

Summary: The development of the standard of an integrated report is an important step in increasing the scope and type of information needed in building socio-economic relationships with stakeholders. The integrated report is a language of “sustainable business” and means of communication of the company about the way of creating its value at different time perspectives, as well as about the way how non-financial data affect the ability to create company value and how a company expresses its responsibility. The aim of this article is to present the problem of the value gap and, in this context, the importance of development of the standard of a report, whose scope and quality of information will allow to build the appropriate socio-economic relationships with stakeholders, and as a result will contribute to reducing the value gap of an enterprise. It is an important issue, given the changing information needs of stakeholders in the perspective of the development of the concept of corporate social responsibility and sustainable development.

Keywords: integrated report, stakeholders, value gap, socio-economic relationships.

1. Wstęp

Przedsiębiorstwo stanowi część systemu społecznego i aby realizować swoje cele, musi opierać się na budowaniu relacji z otoczeniem, postrzeganych nie tylko w aspekcie ekonomicznym, ale przede wszystkim społeczno-ekonomicznym. Podstawą budowania tych relacji jest informowanie o działalności przedsiębiorstwa i jego efektach istotnych z punktu widzenia zarówno samego przedsiębiorstwa, jak i określonych grup interesariuszy. Interesariusze są coraz bardziej świadomi wielowymiarowych i długofalowych skutków podejmowanych w przedsiębiorstwie decyzji w kontekście kreowania wartości przedsiębiorstwa.

Poszczególne grupy interesariuszy na różne sposoby czerpią korzyści w procesie budowania wartości. Różnie też tę wartość postrzegają. To zróżnicowanie postrzegania wartości wynika nie tylko z subiektywnego przekonania o ważności poszczególnych czynników, ale również z posiadanej wiedzy. Z tego powodu interesariusze są zainteresowani zwiększoną otwartością informacyjną przedsiębiorstw. Oczekują oni informacji aktualnych, prezentowanych w zrozumiałej i przejrzystej formie oraz wybiegających w przyszłość, które pozwalają kreować pogląd na temat wartości przedsiębiorstwa oraz czynników ją tworzących, zarówno finansowych, jak i pozafinansowych [Michalczuk 2013, s. 159-160].

Asymetria informacji pomiędzy różnymi grupami interesariuszy oraz różne przez nich postrzeganie wartości przedsiębiorstwa prowadzi do powstania tzw. luki wartości. Sposobów na ujednoczenie spojrzenia na wartość przez różne grupy interesariuszy i zamknięcia luki wartości należy upatrywać w opracowaniu systemu logicznej i spójnej sprawozdawczości. Takiej, która w sposób kompleksowy pokazywałaby, jak przedsiębiorstwo tworzy wartość nie tylko finansową, ale też pozafinansową zarówno w perspektywie krótko-, jak i długookresowej. Zarazem odzwierciedlałaby ekonomiczny, społeczny oraz środowiskowy kontekst, w którym funkcjonują przedsiębiorstwa [Michalczuk, Mikulska 2014, s. 198].

Celem artykułu jest analiza istnienia luki wartości, a w tym aspekcie znaczenia wypracowania standardu raportu, którego zakres i jakość informacyjna pozwoliłaby na budowanie odpowiednich relacji społeczno-ekonomicznych z interesariuszami, a w efekcie przyczyniłaby się do zmniejszenia luki wartości przedsiębiorstwa.

2. Luka wartości przedsiębiorstwa jako efekt różnego postrzegania wartości przez interesariuszy

Problem znaczenia informacji i zakresu ujawnień dokonywanych przez przedsiębiorstwa w sprawozdawczości, co jest istotne w kontekście budowania relacji społeczno-ekonomicznych z otoczeniem, jest przedmiotem rozważań teorii zorientowanych systemowo, nazywanych również teoriami otwartych systemów [Deegan, Unerman 2011, s. 320-321]. Teorie te pozwalają na wyjaśnienie, dlaczego przedsiębiorstwa powinny dokonywać zwiększonych ujawnień w swoich raportach wycho-

dających poza zakres ekonomiczny, a odnoszących się też do kwestii społecznych i środowiskowych. Do teorii otwartych systemów oprócz teorii legitymizacji należy teoria interesariuszy.

Rozwój koncepcji (*stakeholder*) jest wynikiem dokonujących się zmian paradygmatu funkcjonowania gospodarki, a mianowicie systemu wartości opartego na dążeniu do społecznego modelu przedsiębiorstwa. Z jednej strony, postrzegania przedsiębiorstwa jako zbioru kontraktów, które zawierane są w sposób mniej lub bardziej formalny pomiędzy interesariuszami. Oznacza to, że realizacja celów własnych nie powinna odbywać się kosztem innych, lecz powinna być ukierunkowana na zapewnienie korzyści różnym grupom interesariuszy [Michalczuk 2013, s. 47]. Z drugiej strony, zmiany te odnoszą się do formułowania tezy o szerokiej społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, której przejawy można rozpatrywać w trzech podstawowych wymiarach: ekonomicznym (dążenie do wzrostu wartości przedsiębiorstwa), społecznym (uwzględnienie skutków działalności przedsiębiorstwa w kontekście norm społecznych, tworzenie miejsc pracy, edukacja pracowników), środowiskowym (uwzględnienie skutków ubocznych działalności przedsiębiorstwa).

Biorąc to pod uwagę, przedsiębiorstwo powinno liczyć się z różnymi grupami interesariuszy, a nie tylko akcjonariuszami, gdyż niska odpowiedzialność społeczna jest zazwyczaj skorelowana z jego gorszą sytuacją finansową, co może spowodować spadek wartości rynkowej. Również niedostrzeganie potrzeb interesariuszy może wywoływać dodatkowe konflikty zarówno w otoczeniu wewnętrznym, jak i zewnętrznym przedsiębiorstwa oraz doprowadzić do wycofania się ze współpracy niektórych grup interesu, np. klientów, pracowników [Georgen, Renneboog 2010, s. 287-306].

Spopularyzowana przez R.E. Freemana teoria interesariuszy odnosi się więc do oczekiwań interesariuszy, czyli tych podmiotów lub ich grup, które mogą wpływać na osiągnięcie przez przedsiębiorstwa wyznaczonych celów, a zarazem pozostają pod wpływem ich oddziaływania. Współcześnie podkreśla się, iż takim celem jest kreowanie wartości przedsiębiorstwa. W klasycznym ujęciu cel ten jest odnoszony do maksymalizacji ogółu korzyści, przede wszystkim dla akcjonariuszy z kapitałów zaangażowanych w funkcjonowanie przedsiębiorstwa. Obecnie budowanie wartości przedsiębiorstwa jest postrzegane szerzej i akcentuje pozyskiwanie korzyści nie tylko przez akcjonariuszy jako dawców kapitałów, ale również pozostałe strony i grupy, identyfikowane jako interesariusze. Celem przedsiębiorstw staje się wówczas optymalizacja wartości dla interesariuszy. Z punktu widzenia przedsiębiorstwa ważne jest osiągnięcie zrównoważonej wartości, która budowana jest wtedy, gdy organizacja potrafi dostarczyć ją akcjonariuszom, nie uszczuplając wartości dla innych interesariuszy [Laszlo 2008]. Dlatego też z perspektywy interesariuszy działalność przedsiębiorstwa nie może być postrzegana tylko w aspekcie tworzenia wartości dla przedsiębiorstwa, ale przede wszystkim w kategoriach dzielenia wartości pomiędzy różne grupy interesariuszy [Rok 2013].

Budowanie wartości dla interesariuszy wymaga określenia obszarów tworzenia wartości, które są istotne dla poszczególnych grup zainteresowanych funkcjonowaniem przedsiębiorstwa. Ustalenie kluczowych obszarów oraz zdefiniowanie w nich czynników (materialnych, a przede wszystkim niematerialnych) jest niezbędne do budowania wartości w perspektywie długookresowej. Te obszary determinują zakres oczekiwań poszczególnych grup interesariuszy (tabela 1).

Tabela 1. Zakres oczekiwań poszczególnych grup interesariuszy

Grupy interesariuszy	Zakres oczekiwań (cele)
<i>Interesariusze substanowiący (consubstantial stakeholders)</i>	
Akcjonariusze i potencjalni inwestorzy	Uzyskanie ponadprzeciętnej stopy zwrotu z zaangażowanego kapitału w formie dywidend, a także zysków ze wzrostu kursu akcji (maksymalizacja wartości rynkowej). Korzyści pośrednie: władza i prestiż, pozycja przedsiębiorstwa na rynku.
Menedżerowie i pracownicy	Stabilność zatrudnienia, wzrost wynagrodzeń, udział w zyskach, możliwość podnoszenia kwalifikacji i umiejętności, stworzenie odpowiedniej przestrzeni i kultury organizacyjnej pozwalającej na pracę i samorealizację, wzrost wartości przedsiębiorstwa.
<i>Interesariusze kontraktowi (contractual stakeholders)</i>	
Dostawcy i partnerzy strategiczni	Budowanie długotrwałych relacji handlowych: pewność i terminowość spływu wiarytelności, wielkość zakupów, bezpieczeństwo i stabilność, partnerskie relacje, maksymalizacja wzajemnych korzyści.
Klienci	Uzyskanie jak najkorzystniejszych relacji ceny do jakości i funkcjonalności produktu, wzrost satysfakcji, korzystna współpraca, zaspokojenie potrzeb.
Wierzyciele	Zmniejszenie ryzyka kredytowego, terminowa spłata udostępnionego kapitału wraz z odsetkami, bezpieczeństwo finansowe przedsiębiorstwa.
<i>Interesariusze kontekstowi (contextual stakeholders)</i>	
Władze lokalne i centralne	Wzrost dochodów budżetowych z podatków oraz wzrost zatrudnienia, sponsorowanie różnego rodzaju przedsięwzięć.
Społeczeństwo	Realizacja społecznych projektów, np. kulturalnych, ekologicznych, poszanowanie prawa, odpowiedzialność społeczna, etyczne zarządzanie.

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Michalczuk 2013, s. 270-271; Marcinkowska 2012, s. 25-26].

Poszczególne grupy interesu, mimo różnych oczekiwań, mają wspólny cel. Z jednej strony zainteresowane są wzrostem wartości przedsiębiorstwa, a z drugiej przechwytywaniem tej wartości. Jednak brak zgodności między poglądami i opiniami interesariuszy w aspekcie budowania wartości, będący wynikiem zróżnicowania posiadanego dostępu do informacji, powoduje, że wartość przedsiębiorstwa w sensie ekonomicznym, wyceniona z wnętrza organizacji, jest rozbieżna z wartością rynkową oszacowaną przez inwestorów na podstawie dostępnych informacji. Efektem jest powstanie luki wartości przedsiębiorstwa.

3. Raportowanie zintegrowane jako wymiar sprawozdawczości społeczno-ekonomicznej

Sposobów na ujednoczenie spojrzenia na wartość przedsiębiorstwa przez różne grupy interesariuszy i zamknięcie luki wartości należy upatrywać w opracowaniu systemu logicznej i spójnej sprawozdawczości. Jest ona niezbędna z punktu widzenia efektywnego przekazu informacji i wzajemnego dialogu. Zamknięcie luki wartości jest możliwe dzięki zestandaryzowaniu obszarów generowania wartości przedsiębiorstw, dobraniu mierników ich oceny oraz raportowaniu w sposób obiektywny i porównywalny w czasie i przestrzeni. Raportowanie takie powinno być oparte na koncepcji zrównoważenia danych generujących wartość zarówno w obszarach materialnych, jak i niematerialnych, które podlegają ocenie na podstawie mierników finansowych i pozafinansowych.

Raportem, który spełnia takie potrzeby, jest raport zintegrowany. Opracowanie standardu takiego sprawozdania pozwoli na cykliczne komunikowanie organizacji na temat tworzenia przez nią wartości w różnych perspektywach czasowych (krótko-, średnio- i długoterminowej). Jest to możliwe dzięki ujęciu w jednym dokumencie szczegółowych obszarów działalności przedsiębiorstwa, co ilustruje tabela 2.

W założeniu raport zintegrowany oparty jest na wszechstronnych i zrozumiałych informacjach o charakterze retrospektywnym i prospektywnym, odzwierciedlających ekonomiczny, społeczny i środowiskowy aspekt funkcjonowania przedsiębiorstwa przez zagregowanie informacji z obszaru strategii, zarządzania, efektywności oraz dotyczących perspektyw jego rozwoju [*Towards Integrated Reporting...* 2011]. Ponadto w sposób zwięzły, jasny, spójny i porównywalny łączy informacje w obszarach finansowych i niefinansowych generatorów wartości oraz pokazuje relacje zachodzące między nimi [Eccles, Krzus 2010, s. 30]. Ujmuje więc informacje finansowe, które mają charakter kwantyfikowalny, z niefinansowymi o charakterze deskryptywnym i pokazuje powiązania między strategią podmiotu, zarządzaniem, wynikami finansowymi i środowiskowymi oraz operacyjnym kontekstem jego działalności. Dopiero takie raportowanie daje pełny obraz relacji przedsiębiorstwa z kluczowymi grupami interesu oraz prezentuje, w jaki sposób i w jakim stopniu w organizacji rozumie się i bierze pod uwagę ich potrzeby, a także jak się na nie reaguje [Marcinkowska 2013, s. 45].

Z punktu widzenia właścicieli i potencjalnych inwestorów pokazuje związki między strategią, zarządzaniem i wynikami finansowymi a społecznym, środowiskowym i ekonomicznym kontekstem funkcjonowania przedsiębiorstwa. Ujawnia też kluczowe rodzaje szans i ryzyk oraz pozwala ocenić zdolność organizacji do generowania przepływów pieniężnych w ujęciu perspektywicznym. Dla polityków, regulatorów i organów ustalających prawo identyfikuje pojawiające się rodzaje ryzyka, co umożliwi szybkie usuwanie ich skutków i zwiększenie stabilności ekonomicznej i rynkowej. Społeczeństwu pokazuje perspektywę zdolności przedsiębiorstwa do zarządzania nie tylko kapitałem finansowym, ale też ludzkim, społecznym

Tabela 2. Elementy i zakres tematyczny raportu zintegrowanego

Elementy	Zakres tematyczny
Ogólny zarys organizacyjny i model biznesowy	Zakres działalności oraz sposoby tworzenia i utrzymania wartości w perspektywie krótko-, średnio- i długoterminowej. W obszarze tym raport pokazuje: misję danej organizacji, główne działania, rynek, na którym działa, oferowane produkty, model biznesowy, czynniki tworzenia wartości, istotne relacje odnoszące się do różnych grup interesariuszy oraz stosunek do ryzyka.
Ład korporacyjny	Struktura zarządzania organizacją oraz określenie sposobów, w jaki kierownictwo wspiera strategiczne cele organizacji i w jaki odnosi się do wynagradzania. W obszarze tym raport pokazuje sposób zarządzania organizacją i charakter relacji na najwyższym szczeblu zarządzania. Zapewnia też wgląd w sposób sprawowania nadzoru w organizacji. W szczególności zawiera: opis kierownictwa organizacji i strategicznych procesów decyzyjnych; opis działań osób odpowiedzialnych za zarządzanie, mających wpływ na kierunek strategicznych działań w organizacji, w tym jej kultury, wartości etycznych i relacji z kluczowymi interesariuszami; stopień powiązania sposobu wynagradzania osób odpowiedzialnych za zarządzanie; zależności między poziomem wynagradzania dyrektorów i osób odpowiedzialnych za zarządzanie a wynikami uzyskiwanymi w krótkim, średnim i długim okresie.
Kontekst operacyjny (w tym szanse i zagrożenia)	Warunki prowadzenia przez przedsiębiorstwo działalności, łącznie z kluczowymi zasobami i relacjami, z których korzysta i od których zależy, a także kluczowe szanse i zagrożenia przed jakimi stoi, w szczególności: ramy komercyjne, społeczne i środowiskowe, w których działa organizacja (istotne przepisy ustawowe i wykonawcze, wpływające na zdolność przedsiębiorstwa do tworzenia i utrzymania wartości w różnych perspektywach czasowych); zasoby i relacje kluczowe do osiągnięcia przez organizację sukcesu, w tym główni interesariusze (ich uzasadnione potrzeby, interesy i oczekiwania) oraz ich znaczenie dla organizacji; podstawowe szanse i zagrożenia dla organizacji, w tym także te odnoszące się do jej powiązań i wpływu na nie.
Cele strategiczne i strategię osiągnięcia tych celów	Zakładane cele strategiczne organizacji i strategię ich osiągnięcia. Sposób pomiaru przez przedsiębiorstwo osiągnięć i rezultatów w perspektywie krótko-, średnio- i długoterminowej. W tym obszarze raport opiera się na opisie ogólnego zarysu organizacyjnego i kontekstu operacyjnego w celu zapewnienia zrozumienia przez użytkowników raportu istoty tworzenia i ochrony wartości organizacji. W szczególności koncentruje się na: ustaleniach dotyczących zarządzania ryzykiem w odniesieniu do kluczowych zasobów i relacji; związkach między strategiami a innymi składowymi raportu; czynnikach determinujących zdolność do tworzenia i utrzymania wartości w przyszłości.
Wyniki	Ocena, jak organizacja wypada na tle swoich celów strategicznych i strategii powiązanych. W tym obszarze sprawozdania zawarte są informacje jakościowe i ilościowe, opierające się na wskaźnikach wydajności (<i>key performance indicators</i>) i kluczowych wskaźnikach ryzyka (<i>key risk indicators</i>). Wskaźniki te pozwalają na odniesienie uzyskiwanych wyników do celów strategicznych i strategii powiązanych organizacji oraz jej wpływu na zasoby i relacje, od których jest zależna. Również ta część raportu zawiera informacje na temat znaczących czynników zewnętrznych, mających wpływ na wyniki organizacji.
Perspektywy na przyszłość	Szanse, wyzwania i zagrożenia dla realizacji założonych celów strategicznych oraz ich skutki. Ta część raportu zawiera informacje na temat sposobu utrzymania przez organizację równowagi między korzyściami krótko- i długoterminowymi, potencjalnego ryzyka związanego z założonymi efektami w perspektywie krótko-, średnio- i długoterminowej, zakresu działań, jakie muszą być podejmowane w przedstawionych powyżej obszarach, oraz związane z tym wątpliwości.

Źródło: [Michalczuk 2013, s. 270-271].

i innymi rodzajami zasobów. Identyfikuje również zaangażowanie przedsiębiorstwa w proces konsultacji z grupami interesariuszy wyłonionymi ze społeczeństwa. Natomiast pracownikom pozwala na całościowe spojrzenie na perspektywy rozwoju i sukcesu przedsiębiorstwa, jak i weryfikację czy wartości wyznawane przez pracodawcę pozostają w zgodzie z ich poglądami.

4. Zakończenie

Współczesny obraz przedsiębiorstwa zdeteminowany jest rozwojem cywilizacyjnym społeczeństwa oraz wewnętrzną ewolucją samego przedsiębiorstwa jako ciągłego dostosowywania się do uwarunkowań zewnętrznych oraz kompromisów wszystkich podmiotów zainteresowanych jego rozwojem. Zasadne jest więc postrzeganie przedsiębiorstwa i jego relacji z otoczeniem nie tylko w aspekcie ekonomicznym, ale przede wszystkim społeczno-ekonomicznym. Podstawą budowania takich relacji jest odpowiednie informowanie o działalności przedsiębiorstwa i jego efektach istotnych z punktu widzenia funkcjonowania przedsiębiorstwa, jak też zainteresowanych grup interesariuszy.

Złożoność czynników uznanych za generatory wartości, zwłaszcza w przypadku identyfikowania ich w niejednokrotnie trudno mierzalnych obszarach niematerialnych, sprawia, że wartość przedsiębiorstwa i jej wycena nie są kategoriami obiektywnymi. Dodatkowo istotnym aspektem jest zróżnicowanie postrzegania wartości w zależności od poszczególnych grup interesariuszy. Dotyczy to szczególnie różnic między postrzeganiem wartości przedsiębiorstwa przez właścicieli i inwestorów a kierownictwem i pracownikami. Wynika to nie tylko z subiektywnego przekonania o ważności czynników, ale również z posiadanej wiedzy, która jest efektem asymetrii informacji pomiędzy różnymi grupami. Brak zgodności między poglądami i opiniami poszczególnych grup interesariuszy, będący wynikiem zróżnicowania posiadanego dostępu do informacji, powoduje, że wartość przedsiębiorstwa w sensie ekonomicznym, wyceniona z wnętrza organizacji, jest rozbieżna z wartością rynkową oszacowaną przez inwestorów na podstawie dostępnych informacji.

Aktualna obligatoryjna sprawozdawczość, oparta na ugruntowanych zinternacjonalizowanych zasadach, koncentruje się przede wszystkim na pokazaniu aspektów finansowych funkcjonowania przedsiębiorstw. W efekcie kreowany przez rachunkowość obraz wyników przedsiębiorstwa jest rzetelny z punktu widzenia obowiązujących zasad czy też regulacji rachunkowości. Pozostaje natomiast w niezbyt ścisłym związku z rzeczywistością gospodarczą i w tym sensie daleki jest od rzetelnej prawdy ekonomicznej. Oparcie sprawozdawczości przede wszystkim na informacji finansowej, a w ograniczonym zakresie na informacji pozafinansowej, powoduje powstanie luki wartości, co skutkuje mocnym niedoszacowaniem wartości przedsiębiorstw.

Odpowiedzią na wyzwania związane z oczekiwaniami większej transparentności w zakresie raportowania jest nowy trend raportowania określany jako raportowa-

nie zintegrowane. Oparcie jego koncepcji na połączeniu w jednym dokumencie i w jedną całość informacji dotyczących obszarów materialnych i niematerialnych przedsiębiorstwa pozwala na pokazanie zależności między nimi i uwzględnienie powiązań między różnymi czynnikami generującymi wartość przedsiębiorstwa. Takie sprawozdanie może być uznane za język „zrównoważonego biznesu” i narzędzie komunikowania różnym grupom interesariuszy o sposobie tworzenia przez przedsiębiorstwo wartości w różnych perspektywach czasowych. Także informowania, w jaki sposób dane pozafinansowe wpływają na zdolność do kreowania wartości przedsiębiorstwa oraz jak jednostka gospodarcza wyraża swoją odpowiedzialność. Wypracowanie standardu takiego sprawozdania oraz jego aplikacja w praktyce znajdzie swoje przełożenie na zmniejszenie luki wartości.

Literatura

- Business and Investors explore the sustainability perspective of Integrated Reporting (2013)*, http://www.theiirc.org/wp-content/uploads/2013/12/IIRC-PP-Yearbook-2013_PDF4_PAGES.pdf.
- Deegan C., Unerman J., 2011, *Financial Accounting Theory*, McGraw-Hill Education, New York.
- Eccles R.G., Krzus M.P., 2010, *One report. Integrated reporting for a sustainable strategy*, Wiley, New York.
- Georgen M., Renneboog L., 2010, *The Social Responsibility of Major Shareholders*, [w:] G. Arasa, D. Crowther (red.), *The Gower Handbook of Corporate Governance and Social Responsibility*, Gower Publishing Limited, Farnham.
- Laszlo C., 2008, *Firma zrównoważonego rozwoju. Jak wypracować trwałą wartość z uwzględnieniem efektów społecznych i ekologicznych*, Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa.
- Marcinkowska M., 2013, *Kapitał relacyjny banku. Ocena banku w kontekście relacji z interesariuszami*, t. 3, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Michalczuk G., 2013, *Zasoby niematerialne jako czynnik wartości przedsiębiorstwa. Luka informacyjna sprawozdawczości finansowej*, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok.
- Michalczuk G., Mikulska M., 2014, *Sprawozdanie zintegrowane jako produkt finalny rachunkowości społecznej*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 827. Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia” nr 69.
- Rok B., 2013, *Podstawy odpowiedzialności społecznej w zarządzaniu*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa.
- Towards Integrated Reporting – Communicating Value in the 21 st Century*, http://theiirc.org/wp-content/uploads/2011/09/IR-Discussion-Paper-2011_spreads.pdf.